

## **ETHICS FOR THE MEDIA**

ETİK BİR MEDYA İÇİN

**Zeynep KANTARCI<sup>1</sup>**

### **Abstract**

It is an entity that imposes restrictions on human activities. Indispensable part of life, human life is wrapped all around with the code of ethics. Field values are encountered in every field, we also see the media world. Of course, if there where there is human to tidy up the morality of human actions will need to be sure. For this reason, the moral atmosphere in order to create an informational tool in the world of the media agenda is the concept of media ethics. Thanks to the media ethics, what to do and not in the world of media is reviewed. It emphasis on the ethical responsibilities of the media are ethics for the media

**Keywords:** Media, ethics, values

### **Özet**

İnsan, eylemlerine sınırlamalar getiren bir varlıktır. İnsan yaşantısı hayatın olmazsa olmazı olan ahlak kuralları ile çepeçevre sarılmıştır. Her alanda karşımıza çıkan değerler alanını medya dünyasında da görmekteyiz. Elbette nerde insan varsa orda var olan insani eylemlere çeki düzen vermek için ahlaka muhakkak ihtiyaç olacaktır. Bu nedenle bir bilgilenme aracı olan medya dünyasında ahlaki atmosfer yaratmak için medya etiği kavramı gündemde yer almaktadır. Medya etiği sayesinde medya dünyasında yapılması gerekenler ve yapılmaması gerekenler gözden geçirilir. Etik bir medya için medyanın sorumlulukları üzerinde durulur.

**Anahtar Kelimeler:** Medya, etik, değerler

---

<sup>1</sup> Muş Alparslan Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Bölümü, [zeynepkantarci@myynet.com](mailto:zeynepkantarci@myynet.com)

### **Giriş**

İnsan çok değişik boyutlara ve özelliklere sahip bir varlık olduğu için çok farklı insan tanımlamaları yapmak mümkündür. Bunlardan birisi de insanın ahlaki bir varlık olarak tanımlanmasıdır. İnsanın duygusal boyuta sahip olması onun ahlaki varlık olarak tanımlanmasını mümkün kılar. İnsan sevme, nefret etme, hoş gitme, seçimlerde bulunma gibi duygusal davranışlarıyla birlikte hiçbir varlıkta bulunmayan bir değer duygusuna sahip olur. İşte insanı ahlak varlığı haline getiren insandaki bu değeri taşıma, değeri isteme ve gerçekleştirme çabasıdır. İnsan bu değerleri sayesinde hayatına bir anlam katma, ahlaki bir hayat kurma imkânı bulur (Cevizci 2002: 3). Yani insan hayatını belli değerler temeli üzerine inşa eder ve bu değerleri ile insan, insan olur, yaşantısını bu değerlere göre düzenler. İşte bu değerlerden oluşan örnekte ahlak olarak karşımıza çıkar.

Ahlak, insan yaşamı için bir rehberdir ve nasıl yaşanması, nasıl davranılması, diğer insanlara nasıl muamele edilmesi gerektiği hususunda bizlere kılavuzluk eder (Law 2010: 102). İyi ve kötü sözkonusu olduğunda ahlak yol gösterici bir işleve sahiptir (Özgener 2004: 5). Bu yüzden ahlak, insan yaşamında her zaman önemli bir rol oynamıştır. İyi, güzel ve doğru davranışın peşinde olan ahlak, iyi davranışlarda bulunan bireylerden oluşan bir toplum meydana getirerek huzurlu ve mutlu bir sosyal hayat sağlamak amacındadır. Bundan dolayı her türden insan eylemleri için belirleyici kurallar oluşturulur ve hayatın her alanında neyin doğru neyin yanlış olduğunu belirten bu kurallar ile yaptıkları iş ne olursa olsun insan eylemleri sınırlandırılır. Yani sosyal yaşamın vazgeçilmez bir parçası olan ahlak ile insanların yapıp etmeleri toplumun çıkarları doğrultusunda şekillendirilerek sosyal düzen, huzur ve mutluluk amaçlanır ve ahlak sayesinde insanların birlikte yaşaması güvence altına alınarak başkaları ile rahatça yaşayabilme imkânı sağlanır. Bu açıdan bakıldığında ahlak yaşantımızın her yerinde, her anında yer alır ve insan eylemlerinin toplumsal hayata zarar vermeden düzenlenmesini sağlar. Fakat insanoğlu sadece bununla kalmaz, ahlak üzerine düşünür, çeşitli sorularla ahlaki sorgular (Arslan 2005: 1). Ahlaka uygun davranış hangisidir ya da nasıl davranırsak ahlaka uygun davranmış oluruz (Akarsu 1993: 9), insan eylemlerini değerli ya da değersiz kılan nedir, bir davranışın iyi olmasını belirleyen kriterler nelerdir, doğruyu bilmek doğru davranmak için yeterli midir, acaba iyi ve doğru olmak bir insanı ahlaklı yapar mı, mutlu olmak için ahlaklı olmak gerekir mi gibi sorular ile insan davranışları üzerinde de düşünür (Çüçen 1999: 283). Öyleyse insanoğlu eylemleri ile soyut olan değerleri cisimleştirmekle kalmayıp değerlerin ve eylemlerin üzerine düşünerek de etik yoluna girmiş olur (Cevizci 2002: 4). Ahlak üzerine sistematik bir düşünüş ve değerlendirme olarak nitelendirilen etik ile iyi ve kötü üzerine yapılan sorgulama sayesinde ahlaki hayatın dayandığı temeller ele alınarak ahlaklı olmanın ne anlama geldiği araştırılır; erdemli yaşayış ve hayatın gerçek amacı irdelenir.

Ahlak, insanlardan oluşan toplulukların nasıl davranmaları gerektiğini belirleyen kurallar yığını; etik ise insan davranışları üzerine yapılan bir sorgulama ise her yerde bir insan topluluğu varsa orda ahlaktan ve etikten söz edilir. Bundan dolayı son zamanlarda çeşitli alanlarda aynı amaçları gerçekleştirmek için bir arada bulunan insanların uyması gereken ortak ilkelerin geliştirilmesi üzerinde önemle durulmuştur. Politika, tıp, hukuk, spor, eğitim gibi alanlarda etik sorunu, etik dışı davranışlar, etik ilkelerin belirlenmesi, etik değerler sıkça gündemi meşgul etmiştir. Bu alanlardan biri de medyadır. Küreselleşen dünyamızda çoğu kez değerlerin yıprandığından, ilişkilerin sıradanlaştığından, birçok olgunun değersizleştiğinden ve dolayısıyla ahlaki ve etik değerlerin yozlaştığından şikâyet ediyoruz. Farklı disiplinlerin ilgi ve araştırma alanına giren etik olgusu şüphesiz iletişim ve doğal olarak medya alanını da yakından ilgilendirmektedir (Yağbasan, 2009: 19). Hayatın her alanında olduğu gibi medya

dünyasında da yol gösterici ilkelere ihtiyaç duyulur. Rekabet, reyting, ekonomik hususlar yüzünden günümüz medyasında ahlak ikinci plana itilerek ahlaki kaygılar göz ardı edilmiştir. Sansasyon yaratmak, popüler olmak için yalan haberlerin yapılması, haberlerin abartılarak gerçeğin olduğundan farklı gösterilmesi, bireylerin hak ve özgürlüklerine saldırıda bulunulması, insanların yaşam ve sağlığına zarar verilmesi gibi durumlarla karşılaşılması nedeniyle medya için bazı kuralların uygulamada olması şüphesizdir (Kızıl 1998: 74–75). Bu yüzden halkın bilme hakkı peşinde koşarken kullanılması gereken ahlaki mekanizmalar da göz önünde tutulmalıdır. Medya ahlaktan yoksun çalışmalarını meşru göstermek yerine yaptıkları haberin sonuçlarını düşünerek hareket etmelidir (Almagor 2000: 6). Oysa amaca götüren her yol mubahtır anlayışı ile hareket eden bir medya adını kötüye çıkarmakta, imajını zedelemekte ve prestijini sarsmaktadır. İnsanlar iletişim sistemin iyi yürümediğinin ve bir şeylerin eksik olduğunun farkında ve bunu kuşku, şüphe, zor inanırlık duygularıyla belli etmektedir (Ramonet 2000: 27). Çünkü medyanın ahlaktan uzak faaliyetlerine ilişkin güvensizlik gün geçtikçe artmakta ve bu durum da medyanın saygınlığına gölge düşürmektedir (Çaplı 2002: 9). Bundan dolayı medya dünyasında ahlaki iklimin yerleşmesi için “medya etiği” üzerinde önemle durulmakta ve medyanın faaliyetlerinin etik değerlendirmeye tabi tutulması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

### **Medya Etiği**

İçinde bulunduğumuz dönem iletişim çağı olarak adlandırılmaktadır. İletişim nedir sorusuna verilecek en özlü yanıt bir mesajın her türlü araçla aktarılmasıdır. İnsanoğlu varoluşundan beri toplumda kendisini ifade etmek, toplumda olup bitenler hakkında bilgi sahibi olmak, yaşamını yönlendiren bilgilere ulaşmak için iletişime gerek duymuştur. İnsanoğlunu sosyal varlık yapan temel karakteristiklerinden biri de bu iletişim ve etkileşim kurabilme özelliğine sahip olmasıdır. Başlangıçta basit usul ve araçlar ile sürdürülen iletişim yaşamın ve toplumsal ilişkilerin karmaşıklaşması ile birlikte çeşitli iletişim araçlarını gerekli hale getirmiştir. Bu yüzden günümüzün iletişim araçları sayıca çok ve nitelik olarak kapsamlıdır. Bu durum medyanın oluşmasına zemin hazırlayarak çağımızda bilgi edinme, haberleşme ve kamuoyu oluşturmaya en uygun araçlar olarak medya görülmekte ve medyaya önemli işlevler ve sorumluluklar yüklenmektedir. Çünkü günümüzde insanlık, tüm tarihi boyunca hiç olmadığı kadar yoğun bir bilgi ve haber akışına maruz kalmaktadır (Erol, 2009: 33, Akter, 2009: 92, Yamı, 2009: 49).

Bugün yaşantımızın büyük bir bölümünü işgal eden medya bizi güçlü kollarıyla sarıp sarmalamakta hayatımızın derinliklerine nüfuz etmektedir. A'dan Z'ye tüm yaşantımızı etkileyen, tüm tercihlerimizi etkisi altına alan bu medya nedir ki hayatımızı bu kadar etkiliyor? Medya, her türlü bilgiyi insanlara ve topluma aktaran gazete, dergi, radyo, televizyon, internet gibi kitle iletişim araçlarının tümüdür. Kaynağında insanlar arası iletişim, duygu ve düşüncelerin bildirilmesi vardır. Yani medya mesaj üretir ve dağıtır. Medya, toplumu bilgilendirme, aydınlatma, eğitme, yönlendirme, uyarma, toplumun duygularını dile getirme, topluma önderlik yapma, gerektiğinde toplumu eğlendirme göreviyle kendisini mükellef sayan yazılı, görsel ve işitsel olarak bilgi aktarımının ve alışverişinin yaşandığı, duyguların, düşüncelerin, deneyimlerin paylaşıldığı bir ortamdır. Medya sayesinde toplumun bilgiye ve fikre ulaşmasını sağlayan haberler derlenir ve yayılır. Bireylerin toplumsal hayatın bir parçası haline gelmelerine katkı sağlayan medya, onların aynı konular hakkında bilgi sahibi olmalarına, ülke sorunları karşısında benzer duygu ve düşünceleri paylaşmalarına yardımcı olur. Bunların yanı sıra medya, toplumsal amaçları açıklayıp özendirerek, bireylerin bu amaçlar etrafında çaba sarf etmesini sağlar; diğer bir deyişle bireyleri belli amaçların gerçekleşmesi amacıyla yönelik olarak güdüler. Medya, tartışma ortamları hazırlayarak toplumsal

değerlerin ve amaçların belirginleşmesine yardımcı olur; bu anlamda toplumsal bilincin oluşmasına katkıda bulunur. Yine, kültürün tanımı ve geliştirilmesinde, kültürel mirasın korunmasında medyanın görev üstlendiği bilinmektedir. Son olarak, medyanın toplumsal hayat içerisinde bunalan bireylere iyi vakit geçirme, onları eğlendirme noktasında katkı sağladığı söylenebilir (Başer, 2009: 126-127). Yani medya eleştirilip yerden yere vurulsa da övülüp göklere çıkarılsa da kamuoyuna yön veren, kamuoyunu etkileme gücüne sahip güçlü bir silah, toplumun avukatı, bir köy haline gelen dünyanın muhtarı, halkın sesi, halkın gözü, halkın kulağıdır.

Günümüzde toplumların tellallığını üstlenen medyanın üzerine düşen görevleri, yapması gereken işleri, yerine getirmesi gereken sorumlulukları vardır. Yani medya topluma karşı iyi hizmet vermekle sorumludur. Öyleyse medyayı değerlendirmek için iyi hizmet verip vermediğine bakmak gerekir. Peki, medyanın ne tür hizmetler vermesi gerekir? Medyanın işlevi ne olmalıdır? Günümüzde medyanın insanlar üzerindeki etkisi oldukça fazladır. Bilgiye duyulan ihtiyaç arttıkça da medyanın gücü ve önemi artacak, toplum üzerindeki etkisi kaçınılmaz olacaktır (Can 2005: 11). Çünkü medyanın en önemli işlevi topluma dünyada olup bitenler hakkında haber vermektir. Medya insanlara bilgi aktarır. Medya çevremizde gelişen olayları izleyerek onlar hakkında bilgi toplamak, bu bilgiyi değerlendirmek, yorumlamak ve sonra bu bilgiyi dolaşıma çıkararak halka sunmakla görevlidir (Bertrand 2004: 18). Çünkü toplum, etrafında gelişen olaylar hakkında bilgi edinme, haber alma hakkına sahiptir. Dünyada gelişen durum ve olaylardan haberdar olmak toplumun en doğal hakkıdır. Haber alma, toplumun düzgün işleme için gerekli bir olgudur. Toplumların varlıklarını sağlıklı bir biçimde sürdürebilmeleri için haberdar edilmeleri, bilgilendirilmeleri son derece önemlidir (Çaplı 2002: 77). Medya da bu amaca hizmet eder. Bizler birçok olayı medya aracılığı ile öğreniriz. Eğer medya olmasaydı insanların büyük bir çoğunluğu dünyada olup bitenlerden habersiz yaşamak zorunda kalırdı. Dünya hakkında ne biliyorsak bunda medyanın payı azımsanamaz. Bundan dolayı medya verdiği bilginin tüm ayrıntılarıyla ilgili sorumluluk ve mesuliyet taşır (Almagor 2000: 127). Bu süreçte toplumu doğru bilgilendirmek, gerçekleri ortaya koymak medyaya olan inandırıcılığın artmasında etkindir. Gerçeğe aykırı, yanıltıcı, çarpıtılmış bilgiler medyaya olan güveni sarsar. Fakat medya topluma olayların farklı yönlerini göstererek, değişik bakış açıları sunarak, olayları nesnel, tarafsız iletmesiyle toplumu düşündüren, düşündürürken sorgulayan bireylerden oluşan bir toplum haline getirebilir. Yani medya toplumu aydınlatarak toplumun bilgi toplumu olmasına, halkın bilinçlenmesine hizmet eder. Dünyanın gelmişini geçmişini insanların gözünün önüne sererek insanların, toplumların geleceğine yön vermesine aracılıkta bulunur. Neyin yapılması gerektiğini, neyin yapılmaması gerektiğini, toplumun önem verdiği hususları, toplumun değerlerini, insanlara sunan yine medyadır. Bu yönüyle medya kültürel mirasın aktarılmasına, insanların sosyalleşmesine kaynaklık eder. Çünkü medya ile insanlara her türlü bilgi akışı sağlanır. Kişi de bunları algılayıp, yorumlar ve bu bilgi sayesinde kendini tanır, duygularını, düşüncelerini, değerlerini, tutumlarını, inançlarını gözden geçirme fırsatı bulur ve böylece kendine bir bakış açısı çizer, kendine bir yön verir. Ayrıca medya bir kültür taşıyıcısı olarak insanlara hem ait oldukları toplumun kültürünü hem de farklı kültürleri tanıma fırsatı sağlar. Medya ile sadece belli bir görüş değil, farklı görüşler halk ile buluşturulur ve gözler önüne serilen çeşitlilik içinden insanlar kendi fikirlerine uygun olanı seçer (Çaplı 2002: 76). Medya; insan bilincini, kimliğini, hislerini, düşüncelerini, biçimlendirmede yaşamsal bir araçtır (Can 2005: 49).

Geçmişten günümüze kadar çağlar boyunca insanoğlu bilgi peşinde koşmuştur; bugün ise peşinde koşulan, kovalanan bilginin bolluğu ile karşı karşıyayız. Fakat bilginin akış hızı arttığı ölçüde giderek daha fazla da kirlendiğini görmekteyiz (Ramonet 2000: 153). Bu bilgi akışını sağlayan basamaklardan biri de medyadır.

Böyle önemli bir görevi yüklenen medyanın işlevini en iyi şekilde yerine getirebilmesi, işini layıkıyla yapabilmesi için, işine hakkını verebilmesi için dikkat etmesi gereken hususlar elbet de olacaktır. Çünkü tüm medya çalışanları yalnızca kendilerine ve çalıştıkları kuruma karşı değil tüm halka karşı sorumludurlar (Erol, 2009: 45).

Toplumunu etkilemede büyük bir güce sahip olan medyanın göz önünde bulundurması gereken ilkeleri şöyle sıralayabiliriz:

**Doğruluk, dürüstlük:** Doğru ve dürüst olma insan yaşamında gözetilmesi gereken en önemli ilkedir ve her durumda insanlardan doğru ve dürüst olmaları, birbirlerini aldatmamaları, yalana başvurmamaları beklenir. Doğru ve dürüst olma medyanın da gözetmesi gerektiği önemli bir ilkedir. Çünkü medya halkı bilgilendirmek ve aydınlatmak için gerçekleri gün ışığına çıkarmakla sorumludur. Gerçekleri halkla buluşturmak, kamuoyunu bilgilendirmek ve kamuoyuna hizmet etmek medyanın en önemli işidir. Bu yüzden medya topluma yanıltıcı ve gerçek dışı bilgi vermeye özen göstermelidir. Bunun için öncelikle elde edilen her türlü bilgi sahilliğe kavuşturulana kadar ona kuşkuyla yaklaşılmalı ve bilgiler sorgulayıcı bir bakış açısı ile irdelenmelidir. Sunulacak bilgileri toplarken ve yorumlarken dürüst ve adil olunmalı, bilgi ile ilgili doğru belge ve kaynaklara ulaşılmalı, bilgi ile ilgili tüm kaynaklar titizlikle gözden geçirilerek bilginin doğruluğu sınanmalı ve yanlış davranılmaktan kaçınılarak gerekirse karşıt görüşlere de yer verilmelidir. Güvenilir bir medya ancak doğru sözlü olmakla, yalan söylememekle, hileden uzak durmakla olur. Çünkü hile, aldatmaca medyaya olan güveni yıkar (Belsey ve Chadwick 1994: 121). Çünkü insanlar medyanın kendilerine sundukları ile etrafından olup bitenleri anlamaya çalışırlar. Bu yüzden olanların doğru biçimde aktarılması, gerçeklerin çarpıtılmaması gerekir (Çaplı 2002: 81). Medya gerçeği çarpıtmadan, kafa karışıklığına yol açmadan, insanların akıllarını bulandırmadan bilgileri net, doğru ve ayrıntılı bir şekilde halka sunmalıdır. Olgular abartılarak uydurma bilgiler ekleyerek çoğaltılmamalı, haberde ifadelerine yer verilen kişilerin sözleri başka bir anlama gelecek şekilde aktarılmamalı, haber tümüyle yoruma dayalı olmamalı, yorum varsa yorumu destekleyici bilgiler haberde mutlaka yer almalı, tek bir olaydan çıkarak genelleme yapılmamalı, özellikle tıp haberleri insanları boş yere ümitlendirecek şekilde verilmemelidir (Çavdar, 2009: 166).

**Objektiflik, nesnellik:** Medyanın en önemli amacı topluma haber ve bilgi sunmaktır. Medya bunu yapmak için olup bitenlerin geçtiği mekânda bulunmayanlar için gerçeği yeniden kurar ve bunu onlara sunar (Çaplı 2002: 79). Bu yüzden topluma sunulan bu haber ve bilgi öznel görüşlerden, yorumlardan uzak düşünülemez. Fakat dikkat edilmesi gereken bu süreçte yaşanan gerçek ile aktarılan arasında bir paralellik olması, bilginin gerçekliğe dayalı olması ve gerçeklikle ters düşmemesidir. Oysa gerçekliği şekillendirmede etkin bir role sahip olan medyanın olayları ve gerçekleri az ya da çok, kendi bakış açıları doğrultusunda çarpıttığı düşünülmektedir (Arslan, 2005: 2). Bu yüzden sunulacak bilgi ya da haberde çarpıtma olmayarak gerçek ile yorumun ayırt edilmesi sağlanmalı ve gerçek ile yorum arasında bir sınır çizilmedi. Bilgi ve belge toplanırken kişisel tüm fikirler askıya alınarak tarafsız davranılmaya özen gösterilmelidir ([www.medyadernegi.org](http://www.medyadernegi.org)). Haberde olayın tüm boyutlarına yer verilmeli, bazı yönlerini ihmal etme ya da görmezden yoluna gidilmemeli, haber içinde farklı görüşlere yer verilmeli, haberin taraflarına eşit mesafede davranılmalı, haberin içinde kişi ve kurumlar hakkında hakaret, iftira, suçlama içeren, şüphe ve şaibe oluşturacak ya da küçük düşürecek ifadeler kullanılmamalı. Ayrıca medya sadece belli bir grubun sözcülüğünü üstlenerek yanlış davranmayarak herkese karşı eşit ve adil, herkesi kucaklayıcı olmalıdır. Örneğin özellikle seçim dönemlerinde seçmenlerin doğru bilgilendirilmesi için hiçbir siyasi partinin kayırılmamasına özen gösterilmelidir. Tarafsızlık adına bütün insanların ya da grupların ifade özgürlüğüne saygı göstermeye

dikkat etmelidir. Aksi takdirde bu durum medyaya olan güvenin sarsılmasında önemli bir etkidir (Çavdar, 2009: 166).

**Mahremiyet:** Her insanın kendine özgü bir kişisel alanı, bir özel yaşamı vardır. Bu özel alanımıza ve yaşantımıza istediğimiz ve kendimize yakın hissettiğimiz insanların girmesine izin veririz. Bunun dışındakilerin bu alana ve yaşantımıza girmesi bizi rahatsız eder ve kendimizi güvende hissetmeyiz. Bu yüzden özel hayatın bir gizliliği ve dokunulmazlığı vardır. Bu en temel insan haklarından biridir. Bundan dolayı anayasa ile de güvence altına alınmıştır. İnsanların gizli yaşam alanına girilmesi, izinsiz ya da kişinin rızası olmadan özel yaşamına karışılması, öğrenilmeye çalışılması suç kabul edilmiştir. Medyanın da insanların özel yaşam alanlarına müdahale etmesi, özel hayata ilişkin izinsiz olarak elde edilen görsel ya da ses kayıtları ile özel hayatın ifşa edilmesi, başkasının bilmesini istemediği özel bilgilerin aleni olarak ortaya dökülmesi ahlaki açıdan uygun görülmemektedir. Bundan dolayı medya insanların özel hayatlarına, aile ve ev hayatlarına saygı duymalı, onur ve itibarını zedelememeye çalışmalıdır. Kişinin izni olmadan özel yaşamına dil uzatmamalı ve ona ait özel mekânlarda yakışsız sayılan davranışlarda bulunmamalıdır (Aydın 1998: 105). Medya bilgi toplama ve haber yapma sürecinde aynı durumda ben olsaydım ne hissederdim diye düşünerek empati yaparak özel hayatın gizliliği ve mahremiyet ilkesinin gereklerini göz önünde bulundurmalıdır.

**Duyarlılık:** İnsanların yaşarken diğer insanları da hesaba katması, onların duygularını, düşüncelerini, isteklerini, ihtiyaçlarını, hedeflerini anlaması ve buna uygun davranışları gerçekleştirilmesi toplumsal duyarlılık olarak adlandırılır. Medyanın da bu amaca hizmet etmesi gerekir. Yayınlarda, insanların bedensel ve zihinsel engelleriyle ilgili hassasiyetlerini dikkate almalı, şiddet kullanımını özendirici, ırkçı nefret duygularını kışkırtıcı nitelikte yayınlar yapılmamalıdır ([www.meb.gov.tr/earged](http://www.meb.gov.tr/earged)). Özel yaşama saygı hususuna dikkat edilerek kamu yararına ilişkin duyarlılıklar geliştirilmelidir (Tılıç, 2001: 180). Toplumun ilgilendiren, toplumun önemseydiği konularda toplumu bilgilendirmeli, toplumu haberdar etmelidir. Medya toplumun bir adım önünde gitmeli, toplumu aydınlatmalı, bilinçlendirmeli, kimsenin söylemeye cesaret edemediği konulara parmak basmalı ve bunu kendine bir borç bilmelidir. Bunu yaparken de toplumun hassas olduğu konularda titiz davranmaya özen göstermelidir. Örneğin başta çocuklar olmak üzere şiddete ya da cinsel istismara maruz kalmış kişilerin kimlikleri gizli tutulmaya dikkat edilmelidir. Çocukların da ekran karşısında olabileceği düşünülerek haber dilinde ve görüntülerinde dikkatli ve özenli davranılmalı, çocukların izlemesinin zararlı olabileceği durumlarda haber başlamadan önce çocukların ekran başından uzaklaştırılması için uyarı yapılmalıdır. Engellilerin toplumsal yaşama katılımı ve sorunları ile ilgili haberler yapılmalıdır. Çevre bilincinin ve duyarlılığının artırılmasına özen gösterilmelidir (Çavdar, 2009: 165-167).

**Saygı:** Saygı birbiri ile etkileşim ve iletişim halinde olan insanların ilişkilerini düzenleyen bir unsur ve ilişkilerde gözetilmesi gereken bir durumdur. Her birey insanlığın taşıyıcısı olduğu için değerlidir, saygıyı hak eder. Bundan dolayı medya kişi, kurum ve toplum katmanlarına yönelik yayınlarda, eleştiri sınırlarını aşan aşağılayıcı sözcükler kullanmamalı ve hakaret içeren sözcüklerden, iftiradan ve haksız isnattan kaçınmalıdır. Zaman zaman yayınlarda çeşitli dindeki insanları ve din adamlarını tahkir edici yayınlar yapılmakta, etnik kimlikler ön plana çıkarılmaktadır (Melek, 2009: 30). Yayınlarda hiç kimse ırkı, cinsiyeti, sosyal düzeyi ve dini inançları sebebiyle kınanmamalı ve aşağılanmamalıdır. Yayınlar vicdanı, düşünce ve anlatım özgürlüklerini hukuka aykırı şekilde sınırlayıcı, sarsıcı veya incitici olmamalıdır ([www.medyaetikkonseyi.com](http://www.medyaetikkonseyi.com)).

**Fayda:** Bir işten elde edilen en iyi sonuç fayda olarak nitelendirilir. Medya yaptığı işler ile topluma fayda sağlamayı amaçlamalıdır. Yalan yanlış haberler, içi boş bilgiler, gereksiz lüzumsuz şeyler ile gündemi meşgul etmemelidir. İnsanlara ve topluma yararlı olabilecek işler ile uğraşmalıdır. Ayrıca bu yarar genelin yararı olmalıdır. Genel yararları ilgilendiren ya da ilgilendirmesi gereken tüm olaylar hakkında halkı objektif ve gerçekleri yansıtacak biçimde aydınlatmak, çeşitli sorunlarda kamuoyunu düşünmeye sevk edecek tarzda tartışmalar açmak, onu toplumsal ve siyasal oluşumlar üzerinde doğru ve gerçeğe uygun bilgilerle donatmak, yöneticileri eleştirmek ve tüm insanlığın sorunları bakımından bilinçlendirmek gerekmektedir (Kılıçoğlu, 1993: 130). Bundan dolayı genelin çıkarlarını düşünerek ve herkesi hesaba katarak hareket edilmeli ve ona göre hizmet verilmelidir. Sadece belli bir grubun çıkarlarını korumak, belli bir kesime hizmet vermek, toplumun bir kısmına yarar sağlamak yerine toplumun tümüne ulaşmayı hedeflemek daha yerinde olacaktır.

**Geniş görüşlülük:** Geniş görüşlü olma; bir konuyu ilgilendiren her şeyi dikkate alarak çok boyutlu değerlendirme yapma işidir. Medya da geniş görüşlü olmalı ve bilgi yelpazesini geniş tutmalıdır. Medya belli kalıplara kendini sıkıştırmamalı ve her türlü bilgiye açık olmalıdır. Farklı görüşlere ve fikirlere, değişik bakış açılarına yer vermeli, insanlara ulaşabileceği her türlü bilgiyi sunarak insanlara o bilgiler arasından seçim yapma fırsatı tanımalıdır. Toplumda genel kabul görmüş görüşlerin dışındaki görüşlere de yer verilmeli, toplumun kültürel çeşitliliği ve zenginliği göz ardı edilmemelidir. Dar kalıplara sıkışıp kalan ve tek taraflı, yanlı bir medya ise üzerine aldığı sorumluluğu layıkıyla yerine getirmemiş olur. Çünkü medya, toplumsal iletişim aracı olarak önemli bir fonksiyona sahiptir. Ancak medya kendine düşen bu önemli görevi çok sesliliği, çoğulculuğu sağlayarak yerine getirebilir (Avşar,2004: 88, Çavdar, 2009: 166).

**Bağımsızlık:** Bağımsızlık düşüncelerde ve davranışlarda her türlü etkiden uzak olma durumudur. Halkın bilgi edinme hakkına hizmet eden ve bu sorumluluğu yüklenen medyanın da tarafsızlık ilkesine bağlı kalması için bağımsız olması gerekmektedir. Bundan dolayı medya her türlü çıkar çevrelerinden uzak durmalı, dürüstlüğe ve güvenirliliğe taviz verecek her türlü faaliyet gruplarından ve ilişkilerinden kaçınmalıdır (www.medyadernegi.org).

**Sorumluluk:** Yerine getirilmesi gereken yükümlülükleri ve zorunlulukları ifade eden sorumluluk kavramı insanlara birtakım görevler yükler. Toplumu var eden her insanın ya da kurum ve kuruluşun birtakım sorumlulukları vardır. Bundan dolayı medyanın da kendine özgü birtakım sorumlulukları mevcuttur. Topluma gerçekleri sunmakla ve toplumu aydınlatmakla görevli olan medyanın en büyük sorumluluğu topluma karşıdır. Geniş kitleleri ilgilendiren haberlerde sorumluluk payı yüksektir. Bu yüzden kitle iletişim araçları faaliyette bulunurken sosyal sorumluluk ilkesi gereği, yayın içeriklerinin toplumsal sonuçları bakımından sorumludurlar ve toplumsal çevrelerinin bu faaliyetten etkileneceğini göz önünde bulundurmalarıdır. Örneğin sağlıkla ilgili yanlış bir bilgi, yanıltıcı bir uyarı, yetersiz bir açıklama çok ters ve olumsuz sonuçlar doğurabilir. Burada medyanın sorumluluğu sağlık alanında sansasyondan, reklamdan arınmış haber yapmaktır (Ertürk, 2009: 141, Karagöz, 2009: 201). Bu bağlamda medyanın temel sorumluluğu, olanakların el verdiği ölçüde, en nitelikli ürünü ortaya çıkarmaktır. Bu, kamunun ilgi ve gereksinimleri üzerine derin ve geniş bir bilinçliliği gerektirir (Işık 2004: 129). Bu yüzden her zaman toplumu düşünerek hareket etmeli, insanları bilgilendirirken ve haberdar ederken üzerine düşen sorumluluğu en iyi şekilde yerine getirmelidir.

**Ayrımcılık:** Ayrımcılık bir kişiye ya da bir gruba, diğerlerinden farklı davranmaktır. İnsan haklarına karşı bir ihlal olarak kabul edilse de din ayrımcılığı, cinsiyet ayrımcılığı, etnik köken ayrımcılığı gibi örneklerle toplumsal yaşamın çeşitli

biçimlerinde ayrımcılık karşımıza çıkmaktadır. Fakat medya toplumun geneline hitap ettiği için her türlü ayrımcılıktan uzak durmalıdır. Toplumu bölücü, parçalayıcı, toplum içine nefret tohumları eken bir tavır takınmamalıdır. Her kesime, her türlü anlayışa hizmet etmelidir. Hizmet ederken dil, din, ırk, cinsiyet, toplumsal farklılıklardan kaynaklanan ayrımcılık yapmamalıdır (Aydın 1998: 107). Habere konu olan kişilere dil, din, ırk, renk, etnik kimlik, cinsiyet, cinsel yönelim ve siyasi eğilimlerinden dolayı önyargı ile yaklaşılmamalı, haberde önyargılar ve basmakalıp tipler yeniden üretilmemeli, farklı inançlar ve ibadetler konusunda doğru bilgi verilmeli ve bunlara eşit mesafede durulmalıdır (Çavdar, 2009: 166).

**Nefret söylemi:** Nefret söylemi tahammülsüzlüğün ve hoşgörüsüzlüğün dışavurumu olarak nitelendirilebilir. Nefret söylemi içerisinde aşırılık barındırır, aşırılık taşıyan önyargılardan oluşur (Hare&Weinstein 2009: 123). İnsanların düşüncelerinin şekillenmesinde etkili bir faktör olan medya olumlu bir imaj ortaya koyup insanları birleştirici ve yapıcı bir tablo çizebileceği gibi nefret söylemi de oluşturabilir. Fakat medya çözümlerden çok problemler, başarılarından çok başarısızlıklar, skandallar, cinayetler gibi olumsuz durumlara yer verip karamsar bir tablo çizmemeye dikkat etmelidir (Bertrand, 2004: 64). Ayrıca medya şiddeti teşvik edici, özendirici ve meşrulaştırıcı olmaktan da uzak durmalıdır. Karamsarlık, umutsuzluk, kargaşa, dehşet, saldırganlık gibi olumsuz duygular uyandırmak ve telkin etmek amacına yönelmemelidir. Tecavüz, hırsızlık, uyuşturucu, tiner kullanma, intihar girişimi, yaralama, öldürme konuları verilirken duyarlı olunmalıdır. Haberlerde şiddet, sıkça, uzun süre ve yoğun biçimde verilmemeli, toplumsal şiddet olaylarını haberlere konu ederken gerilimi artıracak nitelikteki görüntü yorum ve haberlerden kaçınılmalıdır. Doğal afet, büyük kaza, savaş, terör, şiddet, çatışma haberlerinde izleyicilerde korku, endişe ve panik oluşturacak ifadeler ve görüntüler kullanılmamalı, haber yaparken olay yerindeki delillere zarar verilmemelidir. (Çavdar, 2009: 167-169, Melek, 2009: 30).

**Bilgi hırsızlığı (İntihal):** İntihal; başkalarının yazılarından bölümler, koşuklarından dizeler alıp, kendininmiş gibi gösterme ya da başkalarının konularını, kavramalarını benimseyip değişik biçimlerde anlatma ya da bir yazarın başka bir yazarın yapıtından, hiçbir özgün yaratıda bulunmadan, konu ya da biçim aşırması olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2014). Kaynak göstermeksizin başka bir kişiye ait düşünceleri ve ifadeleri kendimize aitmiş gibi göstermektir. Tabiri caizse intihal bir tür kandırma, hırsızlık, sahtekârlıktır ve ciddi bir suç olarak kabul edilmektedir. Medya bilgi verme sürecinde bilgiyi elde ettiği kaynağa ve topluma karşı sorumludur. Bu yüzden haberlerinde herhangi bir başka mecradan (internet, gazete, televizyon, radyo, kitap ya da dergi) alıntı yapılarak kullanılan özgün ifade, üslup ve fikirlerin kaynağı mutlaka belirtilmelidir ([www.medyadernegi.org](http://www.medyadernegi.org)). Medyaya olan güvenin sarsılmaması için medyaya düşen görev başka birine ait orijinal fikirleri, özgün ifadeleri alıntıyla kullanırken mutlaka kaynak göstermeli ve emeğe saygı göstererek her türlü bilgi hırsızlığından uzak durmalıdır.

**Toplumsal kurumların korunması:** Toplumsal kurumlar toplumun ihtiyacını karşılayan aile, din, ekonomi, hukuk, ahlak gibi oluşumlardır. Bu oluşumlar toplumun iskeletini oluşturur ve toplumun istek, beklenti, kural ve değerlerine göre şekillenir. Medya toplumun temel dayanağı olan toplumsal kurumları tahrip edici, sarsıcı ya da incitici içerikler oluşturulmamalıdır. Bu yüzden toplumsal bir yozlaşmaya neden olabilecek içeriklerden kaçınarak özellikle yeni yetişen nesli uygun olmayan içeriklerden korumaya özen göstermelidir ([www.aep.gov.tr](http://www.aep.gov.tr)). Örneğin televizyon gündemini çokça meşgul eden evlilik programları aile yapısı ve evlilik kararı vermek üzere olan genç nüfus üzerinde olumsuz etkilere yol açması muhtemel görünmektedir. Toplumsal anlamda evlilik gibi büyük öneme sahip bir kurumun tesisi noktasında son derece dikkatli olunması gerekmektedir (Ertürk, 2009: 145).



Her çağda bilgilenme, haberleşme, iletişim konuları üzerinde önemle durulan konular olmakla birlikte günümüzde de daha fazla önem kazanacağından şüphemiz yoktur (Belsey ve Chadwick 1994: 16). Her defasında çağımızın bilgi çağı, çağımızın iletişim çağı olduğu söylemlerini sıkça duyarız. İnsanlar için hayati önem taşıyan bu bilginin elbette kaliteli, doğru ve güvenilir olmasını da isteriz. Çünkü bu bilgiler ışığında yaşantımızı şekillendiririz. Bundan dolayı etik değerler ile bilgilerimizi süsleriz. Bu bilgilere kılavuzluk eden medyanın da etik değerler ile kendini donatmasını isteriz. Çünkü medya, bireylerin ve toplumun iletişim ihtiyaçlarını karşıladığı gerçeğinin ötesinde toplumun yapısını, kurulu düzenini ve bireyler arasında cereyan eden toplumsal ilişkileri yeniden yaratma, yeniden şekillendirme, yeniden üretme ve yorumlama gücüne, yeteneğine sahiptir. Semboller, işaretler, sayılar kelimeler, resimlerle ve bunların bileşkesiyle yalnızca bir mesaj değil, aynı zamanda insanlar için dünyalarını yeniden şekillendirmesine ve yeni boyutlar kazanmalarına sebep olmaktadır (Bicer, 2009: 315).

### **Sonuç ve Değerlendirme**

İnsanların temel hak ve özgürlükleri arasında bulunan bilgilenme, haber alma, iletişimde bulunma günümüzde gelişen teknoloji sayesinde daha hızlı, daha karmaşık bir hale gelmiştir. Tabii ki bu durum birçok sorunu da beraberinde getirmiştir. Bir tık ile ulaştığımız bilginin bir tık ile çöp haline gelmesi birtakım kavramların, yargıların, değerlerin sorgulanmasını gerekli kılmıştır. Çünkü günümüzde medya kişinin kendisine, topluma, dünyaya ve evrene dair algısı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu anlamda medyada ahlaki değerlere oldukça ihtiyaç vardır.

Günümüzde her alanda yaşanan değer krizi medya dünyasında da karşımıza çıkmaktadır. Karşılaşılan olumsuzluklar medya dünyasını kendisine çeki düzen vermeye, ahlaki ilkeler belirlemeye yönlendirmiştir. Bu yüzden medya etiği kavramı önem kazanırken medyanın maddi atmosferine ek olarak manevi atmosfer yaratılarak medya dünyasında huzuru ve verimi arttırmak amaçlanmaktadır. Çünkü mükemmel bir medya için sadece teknik bilgi yetmez, teknik donanım ahlaki ilkeler ile birleşmelidir. Medya bütün teknik donanım ve beceri ile desteklense bile etik ilkelerden yoksunsa başarılı olması mümkün değildir. Öyleyse medya dünyasında mükemmelliği yakalamak ancak ahlaki ilkeler ile yapılacak işin teknik boyutunun birleşmesiyle sağlanır.

### **Kaynakça**

- AKARSU Bedia, (1993), **Ahlak Öğretileri**, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- AKTER Tutku, (2009), **Merkeziyetsiz Medya: İnternet ve Etik**, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve Etik Sempozyumu, Elazığ: [http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru\\_dokumanlari/sempozyum\\_web%20icin.pdf](http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru_dokumanlari/sempozyum_web%20icin.pdf).
- ALMAGOR Raphael Cohen, (2000), **İfade, Medya ve Etik**, (Çev.) Süleyman Nihat Şad, Ankara: Phoenix Yayınevi.
- ARSLAN Ali, (2005), **Medyanın Birey, Toplum ve Kültür Üzerine Etkileri**, Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi Sayı:5.
- ARSLAN Mahmut, (2005), **İş ve Meslek Ahlakı**, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- AVŞAR Zakir, (2004), **Medyada Yoğunlaşma ve Şeffaflaşma: Yasal Düzenlemeler, Beklentiler, Sorun Alanları**, İletişim Araştırmaları Dergisi 2.2.
- AYDIN PEHLİVAN İnayet, (1998), **Yönetmelik Mesleki ve Örgütsel Etik**, Ankara: Pegem A Yayınları.

- BAŞER Doğa, (2009), **Yazılı Basının Toplumsal Cinsiyete Yönelik Tutumlarının Sosyal Sorumluluk Bağlamında Değerlendirilmesi**, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve Etik Sempozyumu,Elazığ: [http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru\\_dokumanlari/sempozyum\\_web%20icin.pdf](http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru_dokumanlari/sempozyum_web%20icin.pdf).
- BELSEY Andrew, CHADWICK Ruth, (1994), **Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar**, (Çev.) Nurçay Türkoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BERTRAND, Claude Jean, (2004), **Medya Etiği**, Ankara: BYEGM
- BİCER İlhan, (2009), **Medyanın Kamuoyu Üzerindeki Etkileri Ve Etik**, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve Etik Sempozyumu,Elazığ: [http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru\\_dokumanlari/sempozyum\\_web%20icin.pdf](http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru_dokumanlari/sempozyum_web%20icin.pdf).
- CAN Faruk, (2005), **Bilgi Çağının Güdümlü Silahı Medya**, İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- CEVİZCİ Ahmet, (2002), **Etik Giriş**, İstanbul: Paradigma Yayınları.
- ÇAPLI Bülent, (2002), **Medya ve Etik**, Ankara: İmge Kitabevi.
- ÇAVDAR Göknur, (2009), **Kamu Hizmeti Yayıncılığı ve Etik**, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve Etik Sempozyumu,Elazığ: [http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru\\_dokumanlari/sempozyum\\_web%20icin.pdf](http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru_dokumanlari/sempozyum_web%20icin.pdf).
- ÇÜÇEN Abdülkadir, (1999), **Felsefeye Giriş**, Bursa: Asa Kitabevi.
- EROL Gülbüç, (2009), **Medya ve Etik: İnternet Haberciliğinde Nesnellik, Etik İlkelerin İçeriği, Uygulamadaki Sorunlar ve Televizyon Haberciliği ile Karşılaştırılması**,Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve Etik Sempozyumu,Elazığ: [http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru\\_dokumanlari/sempozyum\\_web%20icin.pdf](http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru_dokumanlari/sempozyum_web%20icin.pdf).
- ERTÜRK Kazım Özkan, (2009), **Medyada Kültürel Değerlerin Temsili ve Sosyal Sorumluluk: Evlilik Yarışmaları ve Programlarının Etik Açısından Değerlendirilmesi**, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve Etik Sempozyumu, Elazığ: [http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru\\_dokumanlari/sempozyum\\_web%20icin.pdf](http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru_dokumanlari/sempozyum_web%20icin.pdf).
- HARE Ivan, WEINSTEIN James, (2009), **Hate Speech in Extreme Speech and Democracy**, New York: Oxford University Press.
- IŞIK Metin, (2004), **Medyada Yeni Yaklaşımlar**, İstanbul: Eğitim Kitabevi.
- KARAGÖZ Kerim, (2009), **Sağlık Haberlerinin Risk Algısı Oluşturma Bağlamında Etik Açısından Değerlendirilmesi**, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve Etik Sempozyumu, Elazığ: [http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru\\_dokumanlari/sempozyum\\_web%20icin.pdf](http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru_dokumanlari/sempozyum_web%20icin.pdf).
- KILIÇOĞLU M. Ahmet, (1993), **Şeref, Haysiyet ve Özel Yaşama Basın Yoluyla Saldırılarda Hukuksal Sorumluluk**, Ankara: Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.
- KIZIL Neşe, (1998), **İletişim Özgürlüğü ve Medyada Oto-Kontrol**, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

LAW Stephen, (2010), **Görsel Rehberler-Felsefe**, (Çev.) Hülya Yuvalı, E.Özlem Gültekin, İstanbul: İnkılâp Kitabevi.

MELEK Salih, (2009), **Basın-Yayın Ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün Medya Ve Etik Bağlamında Önerileri**, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve Etik Sempozyumu,Elazığ:[http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru\\_dokumanlari/sempozyum\\_web%20icin.pdf](http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru_dokumanlari/sempozyum_web%20icin.pdf).

ÖZGENER Şevki, (2004), **İş Ahlakının Temelleri**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

RAMONET Ignacio, (2000), **Medyanın Zorbalığı**, (Çev.) Aykut Derman, İstanbul: Om Yayınevi.

TILIÇ L. Doğan, (2001), **2000'ler Türkiye'sinde Gazetecilik ve Medyayı Anlamak**, İstanbul: Su Yayınları.

YAĞBASAN Mustafa, (2009), **Açılış Konuşması**, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve Etik Sempozyumu, Elazığ:[http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru\\_dokumanlari/sempozyum\\_web%20icin.pdf](http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru_dokumanlari/sempozyum_web%20icin.pdf).

YAMI Vedat Şafak, (2009), **Dijital Manipülasyon Ve Medya Etiği**, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve Etik Sempozyumu, Elazığ:[http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru\\_dokumanlari/sempozyum\\_web%20icin.pdf](http://web.firat.edu.tr/iletisim/duyuru_dokumanlari/sempozyum_web%20icin.pdf).

[www.aep.gov.tr](http://www.aep.gov.tr).

[www.meb.gov.tr/earged](http://www.meb.gov.tr/earged).

[www.medyadernegi.org](http://www.medyadernegi.org).

[www.medyaetikkonseyi.com](http://www.medyaetikkonseyi.com).

[www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr).