

MEDYA ETİĞİ: KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

Bedriye Işık ÖZKAYA*

Media Ethics: Theoretical Approaches

Ethics is that branch of philosophy that deals with what ought to be done, with what kinds of action are good, and with personal values and individual character. Media ethics is very much a normative field helping journalists and other media people, develop principles and maxims to follow in principles of ethical practice.

This article deals with "Theoretical Media Ethics". I will first describe what the meaning of ethics is. Then I will examine the nature of ethical study. Finally, I will attempt to show why the media people should be able to distinguish between the deontological and teleological ethics theories.

Key Words: Ethics, Journalist, Media, Moral, Behavior.

Giriş

Medya etiğinin parametreleri hakları, özgürlüğü, güvenilirliği, öz düzenlemeyi ve ortak sorumluluğu kapsadığı gibi, habere ve

* Yrd. Doç.Dr., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı

bilgi kaynaklarına ulaşmayı, haber vermede doğruluğu ve adaleti, kaynakların, mahremiyetin saldırılara karşı korunmasını da kapsar. Bu etik konuları, demokrasinin, yönetişimin ve barışın desteklenmesinde medyanın kullanılması bakımından özellikle önemlidir. Medyanın, haber ve bilginin toplanması, işlenmesi ve dağıtımı sürecinde haber ve bilginin sağlayıcısı, dağıtıcısı olma görevini kamunun yararına yerine getirebilmesi için, ortak sorumluluk, meslek deontolojisi, meslek etiği kurallarına bağlı kalarak çalışması gerekir. Ayrıca iyi yetiştirilmiş, görev ve ödevlerini etik bilinç ile yerine getiren medya çalışanları, şeffaflık, güvenilirlik, farklı nüfus segmentlerinin sosyal kararlara ve barışı güçlendirmeye daha fazla katılmasını sağlamak koşullarının yaratılmasına yardımcı olabilir. Sonuç olarak medya, yasal kurullarla belirlenmiş haklar ve yükümlülükler doğrultusunda, bilgi ve iletişimin, kişisel tutumların, toplumsal ve demokratik hayatın oluşumunda çok önemli bir rol oynar. Belirtilen nedenlerle medyanın vatandaşlara ve topluma karşı altı çizilmesi gereken etik bir sorumluluğu vardır.

Her ne kadar günlük konuşmalarda etiksel davranmak ve ahlaka uygun davranmak arasında bir ayırım yapılmazsa da, bir medya çalışanının topluma ve halka karşı taşıdığı sorumluluklarının gereğini yerine getirebilmesi için kurumunun tercihini veya bireysel tercihini sorgulamasında, tercihini davranışlarına aktarmasında, yol gösterecek olan medya etiğine ilişkin bilgileri öğrenmesi ve özümsemesi gerekir.

Bu çalışmada medya etiği ile ilgili tanımlara, açıklamalara ve medya etiği alanındaki kuramsal yaklaşımlara yer verilerek, temel prensipler irdelenecektir.

Kuramsal Medya Etiği

Etik iyi, doğru ve yanlış davranış kavramlarını ele alan felsefe dalıdır ve gönüllü insan davranışlarına değer biçen, davranışları temel kuralara bağlı olarak değerlendiren bir disiplindir. Bu disiplinin merkezini oluşturan temel terimlerden olarak etik, ahlak ilminin felsefi yönden incelenmesi olarak tanımlanabilir. Ahlak ilmi, doğru ve yanlış davranış, iyi ve kötü karakter ile ilgilenir. Ahlaki kararlar sadece insanların yaptıkları hareketler ile ilişkili olarak verilmez, aynı zamanda insanların bu davranışlarda bulunma ve güdüleri hakkında veya insanların genel karakter özellikleri hakkında da verilir.

Davranış, güdü ve karakter özellikleri konusundaki bu tür kararların tümünde ahlâki prensipleri uygularız. Bir ahlâk prensibi, bir kişinin belli bir durumda yapması gereken belli bir davranış kuralı (örneğin, başka bir kimseye adil biçimde davranmak) veya belli bir davranışı yapmaktan kaçınmak (örneğin, yalan söylemekten kaçınmak) şeklinde bir davranış kuralı olabileceği gibi, bir değerlendirme standardı olabilir, ki sonuçta bir şeyi iyi veya kötü, arzu edilen veya arzu edilmeyen, yapmaya değer veya değmez olarak kabul ederiz.

Medya etiği kurallı bir alandır, gazetecilere ve diğer medya çalışanlarına, etiksel uygulama, prensipleri geliştirme ve takip etme konusunda yardım eder.

Kasoma, medyada etiğin ahlâk sistemi içinde, değerlerin çatışması durumunda ve insanın değişik alternatifler arasında seçim yapması gerektiğinde başladığını belirtir (1994:5).

Medya etiğinde, ahlâka uygun ya da uygun olmayan davranışlara ilişkin net ve sistemli olarak düşünmek gerekir. Bu bağlamda prensip temelde yatan, temel ilke anlamında, kural ise değişen duruma göre belirlenen bir yasa niteliğindedir ve prensibe dayanır. Hiebert ve arkadaşları, “komşunuzu sevin” prensibinin her zaman ve mekana uygulanabilir olduğunu, kuralın uygulanmasının ise temeldeki yasanın, zamana ve mekana göre yorumu ile oluşacağını vurgulayarak, medyanın savaş sırasında propaganda yapmasını konuya örnek olarak vermiştir (Hiebert vd.1991:32).

Etik çalışması iki kısma ayrılır; metaetik ve normatif etik . Metaetik oldukça üst bir disiplin olup, etik terimlerin ve tümcelerin anlamını inceler. Metaetik öğrencileri şu tür soruları sorar: “iyi” teriminin anlamı nedir? “iyi naturalizm ekolü terimlerine göre tanımlanabilir mi veya alt kısımlara ayrılabilir mi? Gereklilik veya olmak değerinden mi türetilmelidir? Etik bu çıkartımlara nasıl ulaşmaktadır, burada her hangi bir metodun uygulanması mümkün müdür? Ve eğer mümkün ise, ahlâki kararların belirlendiği metodlar nelerdir? McCloskey (1969:1) şunları eklemektedir:

Bir ahlâki karar verdiğimizde, ne yaptığımızı göstermeye çalışırken metaetiğin alanına gireriz, örneğin, belli ahlâki gerçeklerin doğasından aktarma yapıp yapmadığımız, veya basitçe duygularımızı mı anlattığımız veya Tanrı tarafından belirtilenler konusunda neye inandığımızı aktarırken bu yola başvururuz.

Diğer taraftan normatif etik çeşitli soruların eleştirel incelemesini kapsar: Örneğin, hangi şeyler iyidir? Hangi davranışlar doğrudur? Ne gibi şeyler övgüye değer? Davranışları etik ya da etik dışı olarak adlandırmamız için dayanak noktası nedir? Taylor’a göre; normatif etik, tüm insanlara uygulanabilecek bir dizi ahlâki

prensibi haklı çıkartacak dayanak noktalarının araştırılmasını içerir. Böylece normatif etik bazı etik sistemlerin gelişmesi arayışına girer veya bazı konuların etik yönlerini ele alır (1972:137).

Bir kısım etik bilimciler normatif etik ile metaetik arasındaki ayırımın keskin olmadığını ileri sürerler. McCloskey (1969:4); metaetik ile normatif etik arasında belirgin bir kavramsal ayırımın var olduğunu, ancak bu ayırımı çok kesin biçimde vurgulamanın yanıltıcı olabileceğini, çünkü normatif etik konusunu ele almaya başlayan bir ahlâk felsefecisinin, soruşturmasını tamamlamak için sonuçta metaetiğe girmek zorunda olduğunu iddia eder.

Bir etik çalışmada, davranışın iyi veya kötü olduğunu sorgularken “iyi” nin anlamının araştırılmasının kaçınılmaz olduğu düşünüldüğünde, metaetik ve normatif etiğe ilişkin çalışmalar doğal olarak birbirini izleyecektir. Bu nedente keskin bir ayırımın yapılmaması doğrudur.

Normatif etik kuramlar, bir davranışın ahlâki yargılarının sav ile ilgili köklerine göre iki bölüme ayrılırlar; deontolojik kuramlar ve teleolojik kuramlar. Diğer taraftan etik kuramlar sadece izlenmesi gereken kurallar ile ilgilenmez. İnsan davranışlarının doğruları ve yanlışları ile ilgili prensiplerin esas alınarak, objektiflik ve tarafsızlıkla uygulanması ile de ilgilenir. (Belsey vd.1994:25). Bu bağlamda bir toplumda yaşama yön veren ve anlam kazandıran etik değerleri öğrenmeye, benimsemeye ve uygulamaya gereksinimi olduğu belirtilen, medya kuruluşları, çalışanlar ve sosyal süreçte halkın (Christians. 1988:52; Traber vd.1991:10), etik davranışın kaynağı olarak deontolojik, ve teleolojik kuramları, farkları, etik prensiplere dayalı önemli kuralları bilmesi gerekir. Çünkü medya etiği, bir süreç ve devamlı bir çabadır. Herhangi bir

durumda uyulması gereken kurallar çalışma masalarında neon ışıkları ile yazılı değildir.

Deontolojik Kuramlar

Deontolojik etik kuramlar hangi etik eylemlerin kabul edilebilir, hangilerinin kabul edilemez olduğunu, sonuçlardan çok bir gücün ya da başka bir şeyin (din, ahlâki liderler, işverenler veya sebep ya da sezgi) belirlediğini savunurlar (De Beer, 1998:293). Bu başka şey, Alman düşünür Immanuel Kant'ın belirttiği gibi eylemi yapan kişinin niyeti olabilir. Örneğin, Kant'ın kuramında, iyi niyetle ilişkili olduğu takdirde bir eylem doğru ve ahlâkidir. Bu aynı zamanda belli bir durumda toplumun istediği bir şey veya dini bir ilke olabilir. Kısaca deontolojik kuramlar prensipleri tartışır, bir eylemin doğru ya da yanlış olduğuna, onun şu ya da başka bir biçimde eylem olmasından dolayı karar verirler.

Deontolojik etik şekilci, hatta mutlak ve kuralcıdır. Görev merkezli olduğu için (Yunanca kökenli bir kelime olup, görev demektir; insanın yapmak zorunda olduğu şeydir) kendisini görevine adanmış bir medya çalışanı, örneğin, 'benden beklenen budur, çünkü ben bunu yapmanın doğru olduğuna inanıyorum' diyerek gerçeği söylemeye çalışacaktır.

Deontolojik etik kuramcılardan bir kısmı katı tip denilen 'kusursuz deontoloji'yi savunurken Merrill, bir davranışın etik olarak kabul edilebilmesi için dayandığı prensipler ve hareketin doğası kadar sonuçlarına da bakılması gerektiğini 'karışık deontoloji' yi savunur (Kasoma, 1994:8).

Deontolojik etik kuramlar hareketlerin ve kuralların doğruluğunu ve haklılığını öne çıkarma eğilimindedirler. Bu kuramlar için, ahlâki

yükümlülüklerle ilişkin kararlar, mantıksal ve kavramsal olarak değer yargılarından önce gelir.

Deontolojik prensip dinin önemli rol oynadığı ülkelerde geniş ölçüde kabul edilir. Bu görüşü savunanlara göre; dünyadaki büyük dinler medya etiğinin standartlarını belirlemek için kullanılacak ahlâki ve dinsel değerleri, yöntemleri ve prensipleri kapsar. Bu nedenle büyük dinlerin kutsal kitapları medya etiğini değerlendirmek için kullanılabilir (Christians, vd, 1991:20; De Beer vd., 1994:7-8).

Teleolojik Kuramlar

Teleolojik etik kuramlar, bir eylemden ortaya çıkan sonuçları tartışır. Bir eylemin, kararın veya uygulamanın etik olarak iyi veya yanlış olduğuna, sonucuna bakılarak karar verilmesi gerektiğini kabul ederler. Bu tür etik yaygın olarak sonuç etiği olarak bilinir.

Sonuç etiği düşüncesinin değişik felsefi versiyonları vardır:

Faydacılık doğru ve yanlış seçimi belirlemedeki nihai meselenin en büyük sayıda insan için en büyük miktarda faydayı geliştirmek ve elde etmek olduğunu öğretir.

Benton ve Mills gibi düşünürlere göre faydacılık dostluk, bilgi ve sağlık gibi değerleri kapsar. Bu plüralist faydacılar için nihai olarak üretilen değerlerin toplam miktarı doğruluğu ve yanlışlığı belirler (Christian vd, 1991:15-16).

Faydacılık kavramının savunucuları, doğru veya etik davranış düşüncesini belirlemenin ölçütünün, bu davranışın sonuçlarının yararlılığı olması gerektiğini söylemektedirler. Bu takdirde medya çalışanları, acılar konusunda mümkün olan en fazla keyfi

sağlayacak veya üzüntü konusunda en fazla mutluluğu sağlayacak dengeyi elde edecekleri eylemleri gerçekleştirmeyi amaçlamalıdır.

Bu politikanın bir sonucu şu olabilir: ihtiyacı olanlar için gıda toplama programında çalışan bir halkla ilişkiler uygulayıcısı daha fazla para toplamak için ihtiyaç içinde bulunan kişilerin kötü durumunu basılı ve görsel-işitsel araçlar yardımı ile abartabilir.

Öte yandan Hedonistler (hazcılar) hayatta başlıca amacın haz olduğuna inanırlar. Bu nedenle, yukarıdaki örnekte, halkla ilişkiler uygulayıcısı aynı zamanda kampanyayı insanlar bundan haz duydukları sürece biraz değiştirebilir.

Aynı şekilde, Eudaemonism (saadetçilik) düşüncesini savunanlar ahlâki yükümlülüğün kişisel olarak iyi durumda olunmasına göre ölçülmesi gerektiğini savunurlar. Kitle iletişim görevlileri bu bağlamda şunu ileri sürebilirler; eğer, bu yüzden, belli bir televizyon programı beni ve diğerlerini onu izlerken mutlu ediyorsa, bunu yapmak etik olarak doğru olacaktır, başka kişiler bunu itiraz edilebilir .

Deontolojik ve teleolojik etik kuramları farklı kuramlar olarak kabul etmekten çok geniş bir biçimde etik kuramlar olarak düşünmek belki de en iyisidir. Sonuçların düşünülmesinden tamamen kaçınan bir etik kuramı kavramsallaştırmak zordur. Kant bile, ahlâki kıstası faydacı olarak adlandırılmaz ise de, herhangi bir kimse belli bir eylemde bulunduğu anda bunun sonuçlarının ne olabileceğini düşünür (örneğin, verilen sözün yerine getirilmemesi). Aynı şekilde iyi ve doğru düşüncesinde temel kıstaslar olarak sonuçlara ağırlık veren etik kuramlar farklı başlangıç noktalarına sahip olsalar da, etik kararlarda temel kurallar oluşturma eğilimindedirler. Bu durumda, bir etik çalışmasında sonuçların ele

alınmasından çok bir ilke ile başlanması, ancak belli bir durumun uygulanması göz önüne alındığında sonuçların göz ardı edilmemesi gerekir.

Etik Karar

Yukarıda açıklanmaya çalışılan kuramlar değişik kombinasyonlar ve nüanslarla ortaya çıkmaktadır. Bu durum, etik açısından şüpheciliğe veya itirazlara yol açabilir. Ancak, bireysel olarak medya uygulayıcıları kuramsal yaklaşımlar kompleksi içerisinde veya etik karar verme süreçleri içerisinde kayboysalar da kişisel sorumluluklarından kaçınmamalıdır.

Pek çok medya çalışanı etik konulara yeterli ilgiyi göstermemekle eleştirilir. Gerçekten günlük yaşamda karşılaşılan olaylar karşısında hızlı, karar vermek ve uygulamak zorunluluğu içerisinde olan medya çalışanlarının yaptıkları eylemler çoğunlukla etik prensiplerle uyuşmamaktadır. Christian ve arkadaşlarının işaret ettiği gibi (1991:16):

Olayların hızlı biçimde gelişmesi yansımadan çok daha karmaşık tepki ile kararlar vermemizi sağlamaktadır...İki düşünce yapısı söz konusudur, kuram ve uygulamanın birleşmesi zordur. Etik çalışması düşünüp taşınmayı, dikkatli ayırım yapmayı ve kapsamlı tartışmayı gerektirir. Haber bürosu (ve diğer medya ofisleri) diğer erdemleri de vurgulama eğilimindedir; günlük krizler karşısında hızlı karar vermek yeteneği ve dayanaklılık.

Merrill ve arkadaşları tarafından (991:387), medya çalışanları ya hiçbir etik ilkeye sahip olmayan, ahlâki problemleri yüzeysel ele alan Antinomian ya da kibirli, güç sahibi olmaya hevesli ve kişisel

başarı peşinde koşan, amacın aracı haklı çıkardığına inanan Machiavellian'lar olarak nitelendirilmektedir.

Kitle iletişimini en yaygın biçimde gerçekleştiren medya, işlevleri doğrultusunda bireylerin, karar verirken kullanacakları bilgileri sağlar, yaşam tarzlarını, görüşlerini etkiler ve biçimlendirir. Bu nedenle medya çalışanlarının kendilerine, topluma ve kurumlarına karşı olan sorumluluklarını düşünerek etiğe uygun davranışın önemini kavramaları, belli bir etik konuda bir görüş oluşturmak için etik davranışın deontolojik ve teleolojik kaynakları arasında bir ayırım yapabilmeleri gereklidir. Ancak etik karar vermek her zaman kolay olmayabilir. Doğru ve yanlışla ilişkin kurallar çoğunlukla belirsiz ve anlaşılabilir zordur. Bu nedenle, zor bir etik karar verme gereksinimi duyulduğunda, doğru ve yanlış arasındaki gri alanda bilince güvenmek gerekecektir.

Sonuç

Medya etiği, yayıncılık alanında kabul edilebilir ve ispatlanabilir, ahlâki kararlar, eylemler ve tavırlarla ilgilidir. Genel olarak medya kurumlarının ve çalışanlarının görev ve sorumlulukları ile toplumun ahlâki değerlerinin çelişmemesi gerektiği kabul edilir. Medyada çalışanların etiğe uygun olarak vermiş oldukları kararlara dayalı yayınlar toplumu olumlu, etiğe uygun olmayan kararlar ise olumsuz etkiler ve yönlendirir. Bu nedenle yayıncılık alanında çalışan editörler, sorumlu müdürler, gazeteciler, foto muhabirleri ile kurum sahipleri vd. görevlerini gerçekleştirirken özellikle, özgür iradeleri ile karar vermek zorunda kaldıkları anlarda sorumluluklarını sorgulayarak, etik bilgi ve bilincin yol göstermesi ile doğru/iyi davranışa yönelmelidir. Etik bilincin oluşmasında ve

kazanılmasında en önemli etmenler ise özgür ve bağımsız bir medya, etik sistem ile yol gösteren prensiplerden oluşan demokratik medya kültürü ve meslek eğitimidir.

Çağdaş demokrasilerde medya etiği konusunda öznel bir yaklaşım gözlenmektedir. Medya çalışanları bireysel olarak veya medya kurumu kendi etik temel çizgilerini oluşturma çabasıdadır. Ayrıca bir kısmı etiği görev davranış ilkeleri olarak dar bir dizimde tanımlamakta, bir kısmı bağlılık, sadakat sorunu olarak kabul etmekte, bir kısmı ise nesnel haber içeriği olarak benimsemektedir. Görüşler arasında birleşilen nokta ise, medya etiğinin iletişim özgürlüğünün ruhunda bulunduğu ve ancak özgürlüğü, demokrasiyi özümseyen toplumlarda medya alanında etiğe uygun kararların ve davranışların gelişerek etkinlik kazanacağıdır.

Kaynakça

- BELSEY Andrew, Chadwick Ruth, (1994). "Medyada Etik ve Siyaset:Kalite arayışı" Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar: A.Belsey ve R.Chadwick(der) içinde Çev.Nurçay Türkoğlu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- CHRISTIANS, Clifford G.(1988). "Can the Public be Held Accountable?", Journal of Mass Media Ethics, Volume 3, Number 1, New York.
- CHRISTIANS, Clifford G.Rotzoll, K.B & Fackler, M.(1991). Media Ethics, Cases and Moral Reasoning, 3rd. Ed. Longman, New York.
- De BEER, Arnold (1998). "Mass Media. Towards the Millenium" , Van Schaik , Pretoria
- De BEER, Arnold and Johannes Froneman (1994). "The quest for media ethics" an introduction, Ecquid Novi, Vol.15(1), Potchefstroom University Press, Potchefsroom.
- HIEBERT, R.E, Ungurait, D.F., Bohn, T.W.(1991). Mass Media VI.an Introduction to modern Communication, Longman, New York.
- KASOMA, Francis P.(1994). The Need For Journalism Ethics in Africa, Creda Press, Nairobi.
- Mc CLOSKEY, H.J.1969. Meta ethics and normative ethics. The Hague, Marinus Nijhoff.
- MERRILL, John C., Lee, J., Freidlander, E.Y.(1991). Modern Mass Media, Harper&Row, New York.
- TAYLOR, P.W., ed.1972. "Problems of moral philosophy: an introduction to ethics." Belmont: Dickenson.

-TRABER, Michael and Ann Davies (1991). "Ethics of War Reporting, Reporting the Gulf War", Media Development, Special Issue, London.

