

KÜRESEL MEDYA ORTAMINDA YAŞANAN ETİK SORUNLAR VE ULUSLARARASI DÜZENLEMELER

ETHICAL PROBLEMS AND INTERNATIONAL REGULATIONS IN GLOBAL MEDIA ENVIRONMENT

Ferlal ÖRS^a

Özet

Küreselleşme sürecinin ivme kazandırdığı teknolojik gelişmeler, medyanın küresel çaptaki etkinliğini artırmıştır. Artık medya, zaman ve mekân sınırlarını aşan yeni teknoloji olanaklarıyla dünyanın her yerine ulaşabilmektedir. Kültürel değerlerin taşıyıcısı olan medya, gelişen elektronik ve görsel iletişim teknolojileri sayesinde algılama, bilinç ve duygu süreçleri üzerindeki etkisini son derece artırmıştır. Medyanın sahip olduğu bu güç, etik ve denetim sorunlarını da birlikte getirmiştir. Bu çalışmada, küreselleşme sürecinde medyanın geçirdiği değişim, yeni medya ortamı ve küreselleşen medyanın toplumsal yaşamda ortaya çıkardığı etik sorunlar tartışılmakta, medya etiği ve denetimi konusunda çalışmalar yapan uluslararası kuruluşların gerçekleştirdiği düzenlemeler, sözleşmeler ve belgeler değerlendirilmektedir.

Anahtar sözcükler: Küreselleşme, Küresel Medya, Medya Etiği, Uluslararası Düzenlemeler.

Abstract

Technological developments having gained acceleration thanks to the globalization process have increased the efficiency of the media on global scale. Media being the carrier of cultural values has extremely increased its efficiency on perception, consciousness and sensation processes by the virtue of developing electronic and visual communication technologies. This power of the media also brings along ethical and supervision problems. In this study, change which the media has undergone in the process of globalization, new media environment and ethical problems which globalizing media has created in the social life are discussed from a critical aspect as well as regulations, agreements and documents arranged by international organizations making studies on media ethics and supervision are examined.

Key Words: Globalization, Global Media, Media Ethics, International Regulations.

^a Doç. Dr., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, Bornova/İZMİR
ferlal.ors@ege.edu.tr

1. Giriş

Bilginin en önemli güç haline geldiği günümüzde, bilgisayar ağları, veri tabanları, taşınabilir kişisel bilgisayarlar, kablosuz iletişim, uydu televizyon, elektronik posta ve internet gibi teknolojiler stratejik önem kazanmaktadır. Küresel dünyanın yeni medya ortamları ve gelişmiş iletişim araçları, yaşantımızı kolaylaştırıp zenginleştirirken, önemli toplumsal sorunları da beraberinde getirmiştir.

Küreselleşmenin ivme kazanmasıyla, dünyanın yaşadığı sorunlar da küresel bir nitelik kazanmış ve çözüm arayışlarında iletişim etiği giderek genişleyen bir tartışma alanı olarak ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla medya etiği ve denetimi konusunda çalışmalar yapan uluslararası kuruluşların ve basın örgütlerinin gerçekleştirdiği düzenlemelerin, sözleşmelerin ve belgelerin önemi giderek artmaktadır. Bu kuruluşlar, medya, iletişim ve bilişim etiği konularında tartışmalar yapmakta ve bu alandaki var olan sorunları saptayarak çözüm üretecek düşünceler oluşturulmasına öncülük etmektedirler. Başta UNESCO olmak üzere, çeşitli uluslararası kuruluşlar ve basın örgütleri, medyanın yol açtığı etik sorunların saptanması ve denetimi için evrensel ilkeler belirlemekte ve hukuki düzenlemeler gerçekleştirmektedirler.

2. Küreselleşen Dünyada İletişim ve Yeni Medya Ortamı

Bugün dünyamızda ekonomik, siyasal, kültürel ve toplumsal yaşamda oldukça hızlı ve karmaşık değişim ve dönüşümlere tanık olmaktayız. Bu değişim ve dönüşümlerin odak noktasında küreselleşme olgusu yer almaktadır. Küreselleşme, dünya üzerindeki tüm ekonomik, siyasal, kültürel noktaların giderek birbirine bağlanması, dünyanın tek bir birim haline dönüşmesi anlamında kullanılmakta ve toplumsal ilişkilerin dünya çapında yoğunlaşması olarak tanımlanmaktadır (Giddens, 1994: 62).

1990'lı yıllar, yeni bir dünya düzeninin olduğu yıllardır. Bu yenedünya düzeni, dünya ekonomisini tek bir bütün olmaya yönelten bir süreçtir. Küreselleşme olgusunun getirdiği bu yeni düzen, gerekli teknolojik ve yapısal değişiklikleri yaparak serbestleşen dünya pazarlarında rekabet edebilme potansiyeline işaret etmektedir. Bu bağlamda küreselleşme olgusu, bazen küresel boyutta tek tiplemeye geçiş, bazen de genelleşen bilgi, iletişim sistemleri sayesinde mesafelerin ve zaman farkının ortadan kalkışı dolayısıyla insanların birbirine eş zamanlı olarak yaklaşması olarak tanımlanabilecektir (Düren, 2000: 52).

Küreselleşme, geleneksel siyasi, kültürel ve coğrafi sınırları giderek aşan yeni toplumsal ağların ve faaliyetlerin yaratılmasını ve mevcut olanlarının çoğaltılmasını içermekte, toplumsal ilişkilerin, faaliyetlerin ve karşılıklı bağımlılıkların genişlemesinde ifadesini bulmaktadır. Ayrıca küreselleşme, toplumsal mübadelelerin ve faaliyetlerin yoğunlaşmasını ve ivme kazanmasını içermektedir (Steger, 2006: 27-29).

Küreselleşme ne yalnızca ekonomik ne de yalnızca siyasal nitelikli bir olgudur. Küreselleşme, ekonomik, siyasal, sosyal ilişkilerin ülkeler arasında yaygınlaşması anlamına gelmekte, üretim, tüketim ve finans

piyasalarının yanı sıra hukuk, demokrasi, insan hakları, siyasal sistem, kültürel ilişkiler, eğitim, çevre bilinci, sağlık gibi alanları da kapsamaktadır (İrge, 2001: 65-83).

Küreselleşmenin hız kazandığı 21. yüzyıl ise, öznesi bilgi olan, bilgi üretimini, dağıtımını ve paylaşımını sağlayan teknolojik araçların egemen olduğu bir çağdır. Televizyon, gazete, radyo gibi geleneksel kitle iletişim araçları ile bilgisayar ve internet teknolojilerinin bütünleşmesi ile ortaya çıkan yeni teknolojiler, küreselleşme sürecinde merkezi bir rol oynamaktadır.

Bilgi iletişim teknolojileri (BİT), enformasyon teknolojileri ya da yeni medya gibi isimlerle anılan bu yeni teknolojiler, küreselleşmenin temel araçları olarak görülmektedir. Çünkü, günümüz dünyası bilginin gücü üzerine kuruludur. Kurumlar, rekabet edebilmek için hızlı ve doğru bilgi almayı talep etmekte bu kapsamda da bilgisayar ağları, veri tabanları, taşınabilir kişisel bilgisayarlar, kablosuz iletişim, uydu haberleşmesi, elektronik posta ve internet gibi teknolojiler stratejik önem kazanmaktadır. Bilginin, bilgiye dayalı faaliyetlerin etkinliğinin artması, bilgisayar ve internet teknolojilerinin ardından elektronik ticaretin de devreye girmesi ile yeni ekonomi kavramı yaygınlaşmaya başlamıştır.

Küreselleşen dünyada medya, bir yandan etkinliğini artırırken, diğer yandan gelişen teknolojilerle yepyeni boyutlar kazanmıştır. Küreselleşme sürecinde ortaya çıkan yeni iletişim teknolojileri, ekonomik, kültürel, siyasal ve toplumsal alanlarda köklü değişimler yaratmaktadır. Yeni iletişim teknolojileri sayesinde ekonomik, siyasal, toplumsal ve kültürel değerler çok daha hızlı yaygınlaşmaktadır. Küreselleşme, toplumsal ilişkilerin, faaliyetlerin ve karşılıklı bağımlılıkların genişlemesinde ve yayılmasında önemli bir etkidir. Dünyanın her yerine yayılmış olan finans piyasaları, elektronik ticaret ile yirmi dört saat boyunca hizmet vermektedir.

Küreselleşme, sadece ekonomiyi, siyaseti, kültürü ve toplumsal yaşamı değil aynı zamanda iletişimin şeklini ve biçimini derinden etkilemiştir. Yeni toplumsal iletişim araçları internet ve cep telefonları ile bireyselleşen iletişim, bireyin kolay bir şekilde (bir tuşla), hızlı ve istediği zaman çok geniş kitlelerle iletişim kurmasını sağlamaktadır. Üstelik eşzamanlı olarak geribildirim alınabilmektedir.

Küreselleşme sürecinde iletişim alanında meydana gelen en belli başlı değişimler; elde edilebilen enformasyon miktarındaki artış, iletişimdeki hızlanma (zaman ve mekan sınırlandırmalarının ortadan kalkması), alıcının enformasyon üzerindeki kontrolünün artışı, kitlesel yayıncılıktan dar yayıncılığa geçiş, etkileşim kapasitesinin artışı, taşınabilirlik, kullanım kolaylaşması, sistemlerin şebekeleşme ve ağ yetenekleri artması, medyanın farklı kollarının birleşip bütünleşmesidir (Timisi, 2003: 82-85). Uydu üzerinden başlayan sayısal televizyon yayıncılığı ile geleneksel radyo ve televizyon yayınlarını izlemenin yanı sıra, önerilen bir paketin içinden istediğiniz içeriği izleyerek bunun için ödeme yapmamız mümkün olmaktadır. Ayrıca e-posta göndermek, çeşitli bilgi bankalarına bağlanmak, uzaktan bankacılık işlemleri yapmak olasıdır.

3. Küresel Medya ve Etik

Küreselleşme, kültürel değerlerin, yerel ve ulusal sınırları aşarak tüm dünyaya yaygınlaşmasına neden olmaktadır. Bu yeni kültür düzeni genel bir düşünce ve yaşama biçiminin de paylaşılmasını ortaya çıkarmaktadır. Bu süreç, olumlu paylaşımların yanı sıra tek düze, yapay bir tüketim kültürünün yaygınlaşmasını da kaçınılmaz kılmaktadır. Böylece modern zamanların tersine özün yerini görüntünün aldığı, kültür ürünlerinin kolayca alınıp satılır birer meta haline geldiği bir döneme tanık oluyoruz. Küreselleşme, toplumsal değişimlerin ve faaliyetlerin yoğunlaşmasını ve hız kazanmasını içermektedir. Örneğin internet, uzaktaki bilgileri sadece birkaç saniyede bir yerden diğerine göndermekte ve uydular tüketicilere uzaktaki olayların gerçek zamanlı görüntülerini sunmaktadır.

Bu durum, yani tüm dünyadaki toplumsal ilişkilerin yoğunlaşması, yerel olayların çok uzakta olup bitenler tarafından biçimlendirilmesini ifade etmektedir. Kültürel değerlerin taşıyıcısı olan medya, algılama, bilinç ve duygu süreçleri açısından her zaman önemli bir rol oynamıştır. Ancak küreselleşme olgusu, onlara çok daha farklı anlamlar ve işlevler yüklemiştir. Gelişen teknolojiler sayesinde elektronik ve görsel iletişim araçları öz ve biçim ilişkisini ters yüz ederek, görüntüye dayalı sahte bilinçler oluşturmaktadır (Güneş, 2001: 12).

Küresel dünyanın yeni medya ortamları ve iletişim araçları, yaşantımızı kolaylaştırıp zenginleştirirken, önemli toplumsal sorunları da beraberinde getirmiştir. Günümüzde medyanın yol açtığı ahlaki ve etik sorunlar, çokça tartışılmaktadır. Bu tartışmalar, medya etiği, iletişim etiği ve bilişim etiği gibi kavramlar üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Ahlak ve etik, sıkça karıştırılan ve birbirlerinin yerine kullanılan kavramlardır. Basit bir şekilde toplumda yerleşmiş değer yargıları olarak tanımlanabilen ahlak, insanın iyi ya da kötü olarak nitelendirilmesine yol açan manevi özellikleri, huyları ve bunların etkisiyle ortaya koyduğu iradeli davranışlar bütünüdür. Etik (ya da ahlak felsefesi) ise insan davranışlarını, davranış kurallarını ve ilkelerini ahlakilik temelinde araştıran, savunan ya da eleştiren bir felsefe dalıdır. Medya etiği de bu felsefe dalının bir alt kategorisidir ve temel alanı, medya çalışanlarının ya da gazetecilerin mesleklerini icra ederken uymak zorunda oldukları kurallar ve ilkelerdir (İrvan, 2005: 61-62).

Hukuk-etik ilişkisine gelince, hukuk kuralları olumsuz durumları, yani suçu tanımlarken, etik, hukuk kuralları çerçevesinde ne yapılabileceğinin sınırlarını belirlemektedir. Soyut bir kavram olan etik, anayasanın değer yargılarıyla somutlaşmaktadır. Aksi durumda herkes etik ilkeleri kendi tarafına çekebilecek, farklı ahlak anlayışları öne sürebilecektir. Bu bağlamda hukuk, etiğin bir tür gözetim, kontrol ve denetim makamı olduğunu söyleyebiliriz. Bir yanda medya çalışanlarının pratikte dikkat edecekleri etik kurallar yani kendi kendilerini kontrolü, diğer yanda medyanın hareket alanını tanımlayan hukuksal çerçeve yani dışsal kontrolü söz konusudur.

Medya etiğinin en fazla tartışılan ve hukuki boyuta taşınan konuların başında, gazetecilerin kişilerin özel yaşamlarına girme, müdahale etme hakkı ve bunun sınırı ve kamu çıkarı öne sürülerek mahremiyetin ihlali gelmektedir. Bir diğer sık rastlanan ve sadece etik açıdan değil hukuki açıdan da eleştirilen konulardan biri de, ilgili kişilerin dinsel, ırksal, etnik, cinsel, kültürel ya da ekonomik durumuyla ilgili hakaret, ayrımcılık, aşağılama, iftira gibi etik dışı yayınlar yapmasıdır.

Bir başka açıdan hukuk kuralları, yaptırıma bağlanmış ahlak kurallarıdır. Dolayısıyla ahlak kurallarına birtakım yaptırımlar getirilmeye başlandığında bunların hukuk kurallarına dönüşmeye başladığı da söylenebilir. Çünkü etik kurallar, emretmekten çok öneri getirir ve rehberlik etme amacı güder. Ayrıca etik konusunu siyasal, ekonomik ve toplumsal boyutları ile de irdeleyerek daha geniş bir pencereden bakmak da gereklidir. Örneğin medya etiği tartışmasında, farklı siyasal ya da ideolojik yaklaşımlar mevcuttur. Farklı medya rejimleri arasında medya etiği olgusuna en yakın duran yaklaşım, 1947'de Hutchins Komisyonunca "Özgür ve Sorumlu Basın" raporuyla ilan edilen ve kamunun bilme hakkına odaklanan "Toplumsal Sorumluluk" yaklaşımıdır. Medyanın sorumluluğu bağlamında özdenetim mekanizmaları gündeme gelmiştir (Yüksel, 2009).

Medya etiği, doğruluk, düşünce ve ifade özgürlüğü, bilgi edinme hakkı, özel yaşama ve insana saygı gibi konularla gündeme gelmektedir. Günümüzde gelişen teknolojiler ile daha da etkili hale gelen televizyon, radyo ve yazılı basın, etik sorunların odak noktaları durumundadırlar. Özellikle uydu yayıncılıkla birlikte küresel hale gelen televizyonlar, etik açısından en fazla tartışılan kitle iletişim aracı haline gelmiştir.

Televizyon, tüm kitle iletişim araçları içerisinde en kolay erişilen ve en yaygın kullanılan araç olması nedeniyle, en etkili öğrenme kanalı olduğu kadar, küresel kültürün yaygınlaşmasını sağlayan önemli araçlardandır. En ücra kırsal bölgelerde bile geleneksel iletişim, bilgi alma ve eğlence aracı alan radyonun yerini televizyon almıştır. Görsel boyutuyla televizyonlar, çok daha etkileyici ve belirleyici olmaktadır. Geniş kitleler zamanlarının çoğunu televizyon dizileri, yarışma programları ve bunların arasında sıkıştırılan reklamları izlemektedirler. Yapılan bilimsel araştırmalar; televizyonda izlenen şiddetin, gerek kısa gerekse uzun vadede, özellikle çocukların duygu, düşünce, değer, tutum ve davranışları üzerinde, tetikleyici, hızlandırıcı ve özendirici bir etki gösterdiğini açıkça ortaya koymaktadır.

Bilişim etiği, gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri ile birlikte sık sık sözü edilen kavramlardandır. Örneğin internet, iyi özelliklerinin yanı sıra terör, ırkçılık, pornografi gibi kötü amaçlı olarak da kullanılabilir. Bilişim etiği, doğruluk, kişisel haklar, özel hayat, toplumsal yaşam, çocuklar ve gençler üzerindeki etkiler, mülkiyet hakları, sayısal uçurum, yapay zeka gibi konular çerçevesinde tartışılmaktadır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin günlük yaşam içinde daha fazla yer alması, evlere de girmesi ve daha çok işin bilgisayarlarla yapılmasıyla birlikte sosyal ilişkilere, aileye, kişisel gelişime harcama zamanı azalmış bireyler giderek daha da artan zaman dilimlerini bilgisayarların başında geçirmeye başlamışlardır. İşlerin kolaylıkla halledilmesi, bilgiye hızlı erişim, haberleşme, mekândan bağımsız çalışabilme yaşam biçimlerini

değiştirmiştir. Böylece yüzyüze iletişim, fiziksel etkinlikler, kitap okuma, yeni bir beceri kazanmak üzere kişisel gelişime zaman ayırmak giderek azalmıştır. Sanal ortamlar işbirlikleri ve dostlukların oluşması, eski dostların bulunması için olanaklar sunarken gerçek olmayan kimlikleri de barındırabilmekte ya da özel bilgilere erişimi kötü kullanıma açık hale getirebilmektedir. Elektronik ortamda oluşturulan sanal iletişim grupları kimliğini açıklamayan kişilerce izlenebilmekte, çıkar amaçlı olarak kullanılabilir. Sanal ortamdaki şiddet içerikli oyunlar, bireyleri şiddete alıştıran, göstermeleri gereken tepkiden uzaklaşma ve şiddeti olağan görme potansiyeli taşımaktadır (Dedeoğlu, 2009: 53-54).

Bütün bu sorunlara ek olarak, yeni iletişim teknolojileri sayesinde sayısal olarak kaydedilen fotoğraflar ya da görüntüler uygun yazılımlar kullanılarak değiştirilip düzenlenebilmesi, böylece görüntü manipülasyonu yaratılması, reklam-haber ayrımının kaybolması, internet üzerinden çok hızlı bir şekilde paylaşılan bilgilerin ve haberlerin doğrulanmadan yayınlanması, Facebook gibi sosyalleşme amacıyla kurulan sitelerin amacı dışında kullanımı, internet üzerinde yayımlanan içeriğin izinsiz ve/veya kaynak göstermeden kullanımı gibi konular da gazetecilik etiği açısından çok tartışılmaktadır (Geray ve Aydoğan, 2009: 310-315).

Medya ve bilişim etiği söz konusu olduğunda en fazla tartışılan konuların şunlar olduğu görülmektedir:

- Haberde doğruluk
- Yanıltıcı yöntemler (gizli kamera, kimlik gizleme vb.)
- Özel yaşama müdahale
- Paralı habercilik
- Çocuklara ilişkin haberler
- Cinsellik, pornografi
- Çıkar çatışmaları
- Kamu yararı
- Şiddetin özendirilmesi

4. Uluslararası Etik İlkeler ve Düzenlemeler

Medya hukuku, yazılı basın, radyo, televizyon, sinema, video, internet gibi çok sayıda iletişim alanını içine almaktadır. Medya hukukunun içine basın özgürlüğü ve basın iş hukuku da dahil edildiğinde oldukça geniş bir disiplin, bir hukuk dalı, başlı başına bir uzmanlık alanı ortaya çıkmaktadır. Medya hukukunun her ülkede farklı düzenleniş, algılanış ve uygulama biçimi bulunmaktadır. Ancak ülkeler üyesi buldukları uluslararası organizasyonların bu alandaki düzenlemelerine uyum sağlamaktadırlar. Örneğin Avrupa Birliği'ne üye olma sürecinde olan Türkiye, Türk medya mevzuatının AB müktesebatına uyumlaştırma çabaları içerisinde.

Medya alanındaki yasal düzenlemelerle, içerdiği yaptırımlar ve cezalar, medyadaki bazı uygulamaları caydırıcı hale getirmektedir. Ancak hiçbir yasal düzenlemenin tam ve gerçek anlamıyla medyada etik duyarlılığı sağlayamadığı bilinmektedir. Bu nedenle, medya profesyonellerinin etik ilkeleri içselleştirmesi gerekmektedir. Doğruluk, dürüstlük, hakkaniyet, dengeli ve sorumlu habercilik gibi değerler, etik gazeteciliğin temellerini oluşturmaktadır. Üzerinde görüş birliğine varılmış meslek ilkeleri ve kuralların olması, medyanın kamuya karşı sorumluluklarını vurgulaması açısından önemlidir (Çaplı, 2002: 211-217)

Medya etiği konusunda dünyadaki ilk girişim, Amerika'da 1923 yılında ABD Gazete Editörleri Cemiyeti tarafından belirlenen ilkelerle başlamış, daha sonra 1929 yılında Pan American basın konferansıyla yeni bir şekil almıştır. Avrupa'da 1954 yılında Bordeu bildirgesi, daha sonra 1971'de Münih bildirgesi yayımlanmıştır. 1993 yılının 19-21 Mart tarihlerinde Uluslararası Gazeteciler Sendikası'nın Brüksel'de düzenlediği bir toplantıda, "Basın Meslek İlkeleri" kabul edilmiştir. Daha sonra bu metin, Avrupa Konseyi Parlamenterler Meclisi'nin de kararıyla uygulama metni durumuna getirilmiştir (Erinç, 2007).

UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu) 1983 yılında yayınlamış olduğu Gazeteciliğin Etik Değerleri zerine Uluslararası İlkeler Deklarasyonu'nda (Declaration of International Principles on the Ethics of Journalism) gazetecilik için evrensel etik ilkelerin önemine dikkat çekmiştir. Bu deklarasyonda yayınlanan ilkeler arasında, gazetecilerin sosyal sorumluluğu, kamu yararına saygı, vatandaşların erişimi ve katılımları öncelikli olarak yer almaktadır. UNESCO'nun belirlediği bu ilkeler, birçok uluslararası basın organizasyonu ve medya kuruluğu için örnek teşkil ederek benzer ilkeler geliştirilmiştir.

Avrupa Konseyi de medya etiği konusunda düzenlemeler gerçekleştirmektedir. Örneğin 2001 yılında Avrupa Konseyi Kitle İletilişimi Yürütme Komitesince (CDMM), Medya Hukuku ve İnsan Hakları Uzmanlar Grubunun (M-M-HR) alışma alanında bulunan görevleri tamamlamak üzere İfade zgrlğu ve Diğer Temel Haklar Uzmanlar Grubu (MM-S-FR) oluşturulmuştur. Grup, üç yıl süren çalışmaları sonucunda; adli olayların yayınlanmasına ilişkin hukuki kuralların düzenlenmesi çağrısında bulunmuştur. Ayrıca, medyada siyasi tartışma zgrlğu: medyanın siyasi şahışlar ve kamu görevlileri ile ilgili haber yapması, zel yaşamın gizliliği; mahremiyet hakkı, kriz zamanlarında ifade ve haber alma zgrlğu ve terörizm ile mücadele kapsamında ifade ve haber alma zgrlğu hakkında ilkeler belirlemişlerdir.

Uluslararası basın rgtleri de etik ilkelerin belirlenmesi ve uygulanmasında etkili çalışmalar yapmaktadır. Bunların başında Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (FIJ) gelmektedir. FIJ, gazetecilerin ve medya profesyonellerinin en yüksek etik ve mesleki standartları koruma görevini üstlenmenin yanı sıra; medya sektöründe ocuk Hakları Sözleşmesi ve bağımsız gazetecilik uygulamaları açısından bu sözleşmenin önemi konusunda mümkün olduğunca çok bilgi yayma görevini geliştirmek için de çaba göstermektedir.

Evrensel boyutta benimsenen düzenlemelerden bazıları şunlardır:

- BM İnsan Hakları Evrensel Bildirisi (1948)
- Uluslararası Basın Enstitüsünün ilkeleri (1952)
- Uluslararası Gazeteciler Federasyonu Bildirisi (1954)
- Avrupa Topluluğu Gazeteci Hakları ve Görevleri Bildirisi (1971)
- Profesyonel Gazeteciler Kuruluğu (SIGMA DELTA CHI) Etik İlkeleri (1973)
- UNESCO-Uluslararası Gazeteciler rgt Bildirisi (1973)
- BM ocuk Haklarına Dair Sözleşme (1989)
- Avrupa Sınır tesi Yayıncılık Sözleşmesi (1993)

Bütün bu bildirimler ve düzenlemeler, şu temel gazetecilik kodlarını ortaya koymuştur:

1. Kamu Yararı
2. Basının Tarafsızlığı
3. Basının Kişilik Hakları ve Özel Yaşama Saygısı
4. Basının Dürüstlüğü

Medyada etik kodlar, ülkelere özgü duyarlılıklar ve normlar nedeniyle farklılaşmaktadır. Başka değişle, etik kurallar, ülkelerin miras aldığı kültüre, çevresine, siyasal, toplumsal, ekonomik gelişme ve medya sistemine göre şekillenmektedir. Örneğin, insan haklarına çok önem verilen İskandinav ülkelerinde, medya, bir mahkeme bir karara varmadan önce suçlanan kişinin adını bile açıklamamalıdır. Daha tutucu olan Anglo-Sakson ülkeleri, cinsellikle ilgili konularda duyarlıdırlar. Japonya'da ise Konfiçyus geleneği gereği, sosyal uyum, gruba sadakat, hiyerarşilere ve büyüklere saygı önemlidir (Bertnard; 2004).

Etik kurallar, basın yasaları, onur yasaları, gazetecilik kuralları gibi gazetecilik haklarına ve yükümlülüklerine ilişkin bildireler farklı isimler altında birçok ülkede mevcuttur. Etik ilkeler ve kurallar, bazı ülkelerde kamu makamlarınca düzenlenirken, bazılarında bizzat basın kurumlarınca düzenlenmektedir. Etik kuralları belirleyen gönüllü kuruluşlar, kanuni bir yaptırım ve zorunluluk olmaksızın basın mensuplarının bir araya gelerek oluşturdukları ödenetim kurumlarıdır. Basın konseyleri bu tip kuruluşlardandır. Gönüllü kuruluşların yanı sıra kanunla kurulan ve kanunun kendisine verdiği yaptırımları uygulayan ödenetim kuruluşları da vardır.

5. Sonuç

Küreselleşme, medyada etik ve denetim konusunu yerel, bölgesel ve ulusal boyutlu bir konu olmaktan çıkartarak uluslararası boyutlara taşımıştır. Artık gelişen teknolojiler sayesinde kitle iletişim araçları, dünyanın her yerinden ulaşılabilir ve izlenebilir hale gelmiştir. Gerek basın alanında gerekse farklı alanlarda faaliyet gösteren birçok uluslararası organizasyon, medya etiği konusundaki tartışmalar yapmakta, varolan sorunları saptayarak çözüm üretecek düşünceler üretmektedirler. Ancak, iletişim politikalarının belirlenmesinde büyük ölçüde etkin olan gelişmiş ülkeler, medya ve etik konusundaki tartışmalarda belirleyici olurken, gelişmekte olan ülkelerin gereksinimlerine uygun bir iletişim etiği tartışmasında yeterince seslerini duyuramadığı görülmektedir. Bu konuda ulusal ve yerel basın organizasyonlarına büyük görevler düşmektedir. Ulusal ve yerel basın, uluslararası medya kuruluşlarıyla kuracağı iletişim köprüleri ile evrensel ilkeleri uygulama ve düzenleme sürecinde mutlaka yer almalı, yerelde yaşanan etik sorunları uluslararası çapta dile getirmelidir.

Kaynaklar

BERNARD, Claude-Jean, Medya Etiği, www.byegm.gov.tr/YAYINLARIMIZ/kitaplar/medyaetigi/2-1.htm. (Erişim Tarihi:12.05.2010).

ÇAPLI, Bülent (2001). Medya ve Etik, Ankara: İmge Kitapevi.

DEDEOĞLU, Gözde (2009). Etik ve Bilişim, İzmir: Etki Yayınları.

DÜREN, Zeynep (2000). 2000'li Yıllarda Yönetim, İstanbul: Alfa Yayınları.

ERİNÇ, Orhan. Medya Etiği, Türkiye ve Dünyadan Örnekler, www.byegm.gov.tr/seminerler/safranbolu-xiv/safranbolu, (Erişim Tarihi:18.01.2010).

GERAY, Haluk, AYDOĞAN, Aylin (2009), Yeni İletişim Teknolojileri ve Etik, Televizyon Haberciliğinde Etik, Ed. Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel, Ankara: Fersa Matbaacılık.

GİDDENS, Anthony (1994). Modernliğin Sonuçları, (Çev: Ersin Kuşdil), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

GÜNEŞ, Sadık, (2001). Medya ve Kültür, Sessiz Yığınların Kültürel İntiharı, Ankara: Vadi Yayınları.

İRGE, N., Filiz (2001). Küreselleşmenin Yarattığı Gerilim, Marmara İletişim, Ocak 2001, İstanbul, - GİRĞİN, Atilla (2002). Uluslararası İletişim, İstanbul: Der Yayınları.

İRVAN, Süleyman(2005). Medya ve Etik, Medya, Etik ve Hukuk, Derleyen: Sevdâ Alankuş, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

STEGER, Manfred B. (2006). Küreselleşme, Ankara: Dost Kitabevi.

TİMİSİ, Nilüfer (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi, Ankara: Dost Yayıncılık.

YÜKSEL, Erkan, Medya ve Etik, <http://www.msxlab.org/forum/iletisi...dya-etigi.html>, (Erişim Tarihi: 20.01.2010).

Basın Meslek İlkeleri, http://www.basinkonsevi.org.tr/lang_tr/pressOccupationPrinciples.asp, (Erişim Tarihi: 10.02.2010).

Professional Journalistic Standards and Code of Ethics, http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=28635&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, (Erişim Tarihi: 21.04.2010).

Rtük Etik Komisyonu, Radyo Televizyon Üst Kurulu,

www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=f7c67513-3759-4415-9fea-02c119de0fea, (Erişim Tarihi: 21.03.2010).

Basında Meslek Etiği,

http://cygm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/gazetecilik/moduller/basinda_meslek_etigi.pdf, (Erişim Tarihi: 10.04.2010).

<http://www.ifj.org/en/pages/journalism-ethics>, (Erişim Tarihi: 16.02.2010).