

**Araştırma Makalesi**  
(Research Article)

Yeni Düşünceler, 2019, 11: 48-56

Demirhan Hanifi DEMİR<sup>1</sup>

Emre Vadi BALCI<sup>2</sup>

**Kriz Haberciliği ve Etik Sorunsalı**

Crisis Reporting and Ethics Problematic

Alınış (Received): 22.05.2019

Kabul tarihi: (Accepted): 28.06.2019

<sup>1</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Uşak Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri A.B.D.

Orcid: : 0000-0002-8641-4698

<sup>2</sup> Dr. Öğretim Üyesi, Uşak Üniversitesi İletişim  
Fakültesi Yeni Medya Bölümü

Orcid: : 0000-0002-9687-0849

sorumlu yazar: demirhanhdemir@gmail.com

**Anahtar Sözcükler:**

Kriz haberciliği, medya, etik

**Key Words:**

Crisis reporting, media, ethics

**ÖZ**

Bu çalışmada, kriz, kriz iletişimi, kriz haberciliği gibi kavramların literatürdeki yeri ve etik açıdan ne gibi sorunlar yarattığının ortaya konması amaçlanmıştır. Kriz dönemleri, bir toplum için olağan dışı olayların yaşandığı buhranlı dönemleri ifade etmektedir. Bu dönemler insanların enformasyon ihtiyacının en üst seviyede olduğu dönemlerdir. Medya, bu sebeplerdir ki kriz dönemlerinde daha yüksek bir sorumluluk ve hassasiyet bilincindedir. Halkın yaşanan gelişmeler, olaylar, durumlar ve havadislerden ilk haber alma imkanının bulunduğu yazılı ve görsel medya organları, kriz dönemlerinde bu görev bilinci ile hareket etme durumundadır. Savaş, doğal afet, salgın hastalık, ekonomik buhran, terör, isyan vb. olağan üstü durumlarda, medya içerisinde de kriz yayıncılığı ve kriz haberciliği gibi kavramlar ortaya çıkmıştır. Medya, kitleleri bilgilendirmede de yönlendirmede de etkilidir. Bu tip hassas dönemlerde verilecek her bilgi aktarılacak her durum insanların tedirginliğine, korkusuna ve paniğine olumlu ya da olumsuz katkı sağlayacaktır. Medyanın kriz dönemlerindeki işleyişi de görev bilinci ve mesleki etik gibi kavramların önemini arttırmıştır. Bu da, kriz haberciliği gibi unsurların önemini göstermektedir.

**ABSTRACT**

In this study, it is aimed to reveal the position of crisis communication, crisis journalism in literature and what kind of problems they create ethically. The terms of crisis refer to the periods of depression in which extraordinary events are experienced for a society. These periods are the periods when people's information needs are at highest level. For this reason, the media is aware of a higher responsibility and sensitivity in crisis periods. Written and visual media organs which public have the opportunity to receive the first news, events and situations, have to act with the awareness of this task in times of crisis. In extraordinary situations as war, natural disaster, epidemic, economic crisis, terrorism, rebellion, the concepts of crisis broadcasting and crisis reporting have emerged in the media. The media is also effective in both informing and guiding the masses. In such sensitive periods, every information to be given and every situation to be transferred will provide positive or negative contribution to people's uneasiness, fear and panic. Functioning of media in crisis periods also increased the importance of concepts such as sense of mission and professional ethics. This shows the importance of factors such as crisis reporting.

## GİRİŞ

Geçmişten günümüze var olan medyanın gücü, yeni medyanın gelişimi ile de büyük ölçüde ivme kazanmıştır. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, internet ve sosyal medyanın yaygınlaşması ile bilgi ağı genişlemiştir. Bu potansiyel, enformasyona erişimin kolaylığı ve anlık bilgi paylaşımının yanında bilgi kirliliği, asılsız haber gibi olumsuz sonuçlar da getirmiştir. Bu gibi sorunlar etik açıdan ters düşen bir durum yaratmaktadır. Özellikle kriz dönemlerindeki atmosferde kamuoyu medyanın anlık paylaşımlarına tepki verecek hassasiyettedir. Bu nedenle medya çalışanları da bu hassasiyete özen göstererek hareket etmek durumunda kalmaktadırlar. Yanlı düşünce, kaynaksız ve asılsız haberler, kan, şiddet gibi öğelerin yer aldığı görüntüler etik açıdan ters düşecektir. Yeni medya ile birlikte kullanıcıların da haber ve bilgi servis edebilme konumuna geçmesinden sonra bu sorunlar artış göstermiştir. Kişisel yayın yapabilme olanakları, anlık haber ve bilgi paylaşımları uygunsuz içeriklerin de servis edilebilir hale gelmesini sağlamıştır.

Olağan üstü dönemlerde karşılaşılabilen kan, şiddet, acı, gözyaşı gibi unsurlar, yeni medya ile birlikte karşılaşılmaya başlanmıştır. Kriz yayıncılığı ve kriz haberciliği, bu noktalardan hareketle, medya yapılanmaları açısından idaresi zor dönemlerdir. Halkın haber alma ihtiyacı, basın ve ifade özgürlüğü gibi kavramlar, özellikle bu dönemlerde etik ilkeler ile karşı karşıya gelebilmektedir. 90'lı yıllardan itibaren önemli ölçüde artış gösteren teknolojik gelişmelerin bu gibi sorunların ortaya çıkmasındaki katkısı yadsınamaz bir gerçektir. Yazılı ve görsel medyanın alternatifi niteliğindeki sosyal medyanın gelişmesi, etik ihlallere giden yolda bilgi doğrulama ihtiyacını da getirmiş, bu da bazı doğrulama platformlarının oluşmasını sağlamıştır.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### Haber

Haber bir olay değildir, olduktan sonra algılanabilen bir olgudur. Olayla özdeş değil, fakat olayın esas çerçevesi içinde tekrar kurulabilmesi hedefidir (Tokgöz, 1994: 51). Haber, olay, durum ve yönelimlerin doğru ve hızlı bir biçimde yayınlanır bir hale getirilmesidir (Işıklar, 2012: 2). Birçok tanımı ile birlikte haber, insanların öğrenme, bilgi edinme, haber alma ihtiyaçları ve isteklerinin de bir sonucudur. Diğer taraftan haber genel olarak bir fikre, soruna ve olaya dayanmaktadır. Bunlar haberin temelini oluşturur. Bu temeldeki esas önem, söz konusu olay, durum, yönelim, fikir ve sorunların haberin asıl çerçevesini oluşturmasıdır. Asıl çerçeve dahilinde, olayların sebep sonuç ilişkisi de önem arz etmektedir. Ne, Nerede, Neden, Nasıl, Ne zaman ve Kim sorularından oluşan temel 5N1K haberciliği anlayışı bu kapsamdadır. Sebep sonuç ilişkilerinde bu soruların yer alması kaçınılmaz olacaktır. Bununla birlikte, haber, habercinin öznel bakış açısı ile oluşturacağı bir kavram değildir. Toplumu aydınlatma, bilgilendirme ve bilinçlendirme adına, haberler öznellik algısından ne kadar uzak olursa doğruluk ve tarafsızlık adına o denli başarılı olabilecektir.

Haberciliğin önemli esaslarından birini de, yukarıda da değindiğimiz 5N1K'nın bir sonucu olan cevaplar oluşturmaktadır. Cevap ararken sorudan uzaklaşma riski, tehlikeden uzak bir biçimde kurulması gereken önemli bir dengedir. Yazılı ya da görsel medya aracılığı ile sunulan haberler, algı yönetimi gibi sonuçlar da doğurabileceğinden, tarafsızlık ilkesinde ısrar edilmesi gereken bir alandır. Yönlendirme değil bilgilendirme esas olduğu için, hassas davranılması ve önce bilginin aktarılması gerekmektedir. Anayasa ile de sabitlenen haber alma hürriyeti, toplumsal olayların seyri açısından da önem arz etmektedir. Haber, toplumun her kesiminin, toplumun her kesiminden bilgiye rahatça ulaşabileceği bir kanaldır. Zira bazı zamanlarda haber, doğru yoldan açıklanmanın yerine kimi önemli habercilik kuralları doğrultusunda açıklanma yoluna gidilmiştir. Kitle iletişim araçları yetkililerinin, eylem ya da

söylemlerin üretimi, biçimlendirilmesi ve yayımlanması sırasında kullandıkları profesyonel kodlar (Girgin, 2000: 79), şeklinde tanımlanan bu kuralların başını “nesnellik” ilkesi çekmektedir. Nesnellik ilkesi, tarafsızlık ve dengelilik anlayışı, haberin yorumdan ayrılmasının gerekliliği gazeteciliğin temel doğrularını oluşturmaktadır (İnal, 1996: 21). Hemen her şeyin konu olabileceği haberler, insanlar için kısa sürede ve güncellik içinde bilgi edinebilme potansiyeli taşımaktadır. Öğrenilmek istenen, farklı olan, görmek, duymak veya okumak istenebilecek her şey haberin konusunu oluşturabilmektedir. İngilizcedeki North (Kuzey), East (Doğu), West (Batı), ve South (Güney) sözcüklerinin baş harflerinden (NEWS) oluşan haber tüm farklı yönlerdeki olayları da kapsamaktadır.

### **Haberi Oluşturan Unsurlar**

Bazı dönemler haberlerin içeriği açısından daha ilgi çekici olabilmektedir. Televizyon haberciliği bu aşamada daha ön plandadır zira hem görüntü hem sesin bir arada olması bu noktada önemlidir. Gözyaşı, şiddet, acı, öfke gibi unsurlar televizyon haberlerinde etkinin öne çıkmasını sağlayabilmektedir. Ancak, görselliğin vermiş olduğu etki ile birlikte özellikle televizyon haberlerinde hem mesleki hem de etik anlamda yanlışların yapılması daha sık rastlanan bir durumdur. Olumsuz olayların aktarıldığı haberlerde kullanılan görüntülerin oranı, yahut olaylara gerektiği kadar yer verilmemesi, yani dengenin sağlanamaması da bu yanlışları doğurmaktadır. Birinde insanların psikolojik olarak etkilenmesi ve zarar görmesi, diğerinde ise insanların haber alma ihtiyacının karşılayıcısı olmakla yükümlü olan medyanın ihlali söz konusudur. (Güngör Fırat, 2011: 49). Haberin oluşum sürecindeki yer, zaman, kişi gibi unsurlar ile sebep sonuç ilişkilerinin de iyi şekilde irdelenmesi en doğru bulguların edinilmesini sağlamaktadır. Tüm bu unsurlar bir araya geldiğinde bağdaşacak bir tablo ortaya çıkacak bu da haberin oluşumunu hızlandıracaktır.

Temel Gazetecilik adlı çalışmasında, "Haber; Acele kaleme alınmış edebiyattır" cümlesine yer veren Oya Tokgöz, bu noktada farklı bir yöne dikkat çekmektedir. Haberin ve habercinin, zaman unsuru ile de büyük bir kavgası vardır. Mesleki anlamda haber atlatma, haberi soğumadan aktarma gibi önemli faktörler, bir zaman yarışını da gerekli kılar. Bu unsurda, acelenin, zaman yarışının, hızın olumlu olduğu kadar olumsuz sonuçlarının da muhtemelliği kaçınılmazdır. Bilginin doğruluğunu teyit edecek zamanın olmadığı durumlar haberlere yansiyabilmektedir. Kimi kriz dönemlerinde bu olasılık artmakta, enformasyon, yeni iletişim teknolojilerinin de etkisi ile çok hızlı yayılmaktadır. Bilgi edinme adına yararı tartışılmaz ölçüde olan bu yeni iletişim ortamları ve yeni medya kanalları, bilgi kirliliğini, doğrulanması güç olan haberleri de beraberinde getirmektedir.

Medya yapılanmalarının amaçları doğrultusunda, olabildiğince geniş bir ağa hitap etmek istekleri düşünüldüğünde, haberin ve haberciliğin de buna göre farklılığı ve etkileyciliği ön planda tutulmaktadır. Medya kuruluşlarının ve çalışanlarının, "ilk" önceliği doğrultusunda hızlı haber verme çabası, haber atlatma istekleri, etik açıdan tam olarak bir süzgeçten geçirilemeyen içeriklerin paylaşımını ortaya çıkarır. Bu noktada özellikle kriz haberciliğinin önceliklerinden biri de, duygusal reflekslerden çok enformasyon ihtiyacının ön plana alınmasıdır.

### **Kriz Kavramı**

Kriz sözcüğü eski Yunancada "karar vermek, ayırmak, seçmek" anlamlarını ifade eden 'krinein' kelimesinden gelmektedir. Karar anlamına gelen krizis kelimesi, 17. yüzyıla kadar kullanımını sürdürmüştür. Genelde tıp alanında kullanılan bu sözcük, Hipokrat, Galen, İbn-i Sina gibi isimlerin eserlerinde hastalıkların gidişatını tanımlamada kullanılmıştır. Hastalığıdaki kriz, hastalığın gidişatındaki önemli bir anı, kırılma aşamasını, dönüm noktasını belirtmektedir. Öyle ki, bir hastalık için kriz yönetimi ne kadar iyi olursa, hastanın iyileşme olasılığı da o yönde olacak, aksi bir durumda ise, hastalık hastayı yenecek yahut sakatlık, felç

gibi istenmeyen durumlar oluşacaktır. Kriz yönetiminin tamamıyla başarısız sayılacağı bir durumda ise, hasta hayatını kaybedecektir (Çınarlı, 2016: 25). Türk Dil Kurumu, kriz sözcüğünü altı anlamı ile şu şekilde sıralamaktadır:

1. (Tıp) Bir organda birdenbire ortaya çıkan fizyolojik bozukluk, akse
2. Bir kimsenin yaşamında görülen ruhsal bunalım
3. Bir şeyin çok kıt bulunması durumu
4. Bir şeye duyulan ani ve aşırı istek
5. (Ekonomi) Çöküntü
6. Bir ülkede ya da ülkeler arasında, toplumun veya bir kuruluşun yaşamında görülen güç dönem, bunalım, buhran (<http://www.tdk.gov.tr>, Erişim Tarihi: 20.11.2018).

Risk, sorun gibi kavramlarla ilişki içerisinde olan kriz kavramı, bu kavramlarla çoğu zaman bütünlük içerisinde. Ancak kriz ve risk, hem sözcük hem de işaret ettikleri dönemler adına farklılık göstermektedir. Kriz anlık olarak gerçekleşen yahut gerçekleşmiş olayları işaret ederken, risk geleceğe yönelik olarak karşımıza çıkmaktadır. Yine kriz dönemleri daha kısa dönemler olmakla birlikte risk konusunda aynı şeyi söylemek mümkün değildir.

Kriz kavramı, ani ve hazırlıksız olanı ifade ettiğinden, kriz dönemleri için de aynı şeyi söylemek mümkündür. Kriz ile risk yukarıda ifade ettiğimiz gibi farklı olsa da, kriz dönemlerini hazırlıksızlık ve anlık dolayısıyla riskli dönemler olarak ifade etmek gerekmektedir, Kriz yönetimi, kriz iletişimi gibi kavramlar, hemen tüm yapılanmaların üzerinde durduğu ve gerek halkla ilişkiler gerek medya kanatları ile desteklediği konulardır. Güç ve buhranlı dönem olarak tanımlanan kriz dönemleri, toplum olarak etkilenilen kriz anları, olağanüstü hal ve durumlar, medyanın konumu itibarıyla toplumun bilgi edinmesinin yanı sıra psikolojisini, duygularını, reflekslerini de etkileyebilme potansiyeline sahiptir.

### **Kriz Haberciliği Kavramı**

Kriz dönemleri toplum için olduğu kadar medya için de riskli, ancak haber anlamında da bol malzemeye sahip dönemlerdir. İnsanların bilgi ihtiyacının en üst seviyede olduğu dönemler bu dönemlerdir. Görsel medya organları bu dönemlerde servis edecekleri her çarpıcı gelişmeyi ratinge, yazılı basın da tiraja çevirme olanağını elinde bulundurmaktadır. Ne var ki bu gibi hassas dönemlerde halkın haber alma ihtiyacını menfaate çevirme politikası izlemek, mesleki ve etik değerlere ne denli uygun olacaktır? Ticari kaygılar güdülen yapılabilecek yayınlar, krizi fırsata çevirmenin farklı bir boyutunu oluşturmak ile birlikte etik unsurlara da ters düşmektedir.

Medya, dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen olağanüstü bir olaya herkesten önce ulaşabilmekte ve olayı yerinde takip edebilmektedir (Akgül, 2017: 26). Günümüzde haber, farklı alanlara bölünmüş bir şekilde çeşitli anlamlar kazanabilmektedir. Kriz dönemlerindeki atmosferde, meydana gelen olayların medya organları tarafından hızlı, doğru ve etik açıdan ters düşmeyecek, başka krizleri meydana getirmeyecek şekilde aktarılması gerekmektedir. Bundan dolayı "Kriz Haberciliği" kavramı önem kazanmıştır.

Kriz haberciliği, medyanın toplumsal açıdan sorumlu olduğu bir çerçevede şekillenmektedir. Bilgiye duyulan toplumsal ihtiyaç ile ticari çıkarlar güdüsüyle yapılacak yayınlar ayrı ayrı bu çerçevenin parçalarındandır (Çaplı, Taş, 2009: 238). Doğal afet, savaş, çatışma, terör gibi kriz anları, habercilik, yayıncılık açısından da kriz yönetimi gerektirmektedir. Bu gibi dönemlerde olağan üstülük taşıdığından ve kriz olarak karşılık bulduğundan, yönetimi de kimi zaman olağan üstü çabalar ve kriz yönetimleri

gerektirmektedir. Medyanın işleyişi düşünüldüğünde, haberciliğin bu durumlardaki hassasiyeti ve ehemmiyeti, daha bir önem kazanmaktadır.

Kriz haberciliğinde, aktarılacak herhangi bir bilginin binler hatta milyonlarca kişi tarafından beklenildiği düşünüldüğünde, ekstra bir tedirginlik, korku, panik gibi ihtimallere karşın bilgi kaynakları son derece önem kazanmaktadır. Bu gibi olağan üstü dönemlerdeki haber kaynakları, diğer dönemlere oranla daha hassas olmak durumundadır. Ancak ve ancak, doğru haber kaynağı, doğru bilgi doğru aktarım ve tarafsızlık ile başarılı bir kriz haberciliği örneklerinden söz edilebilecektir (Akgül, 2017: 36). Kriz olarak nitelendirilen dönemlerde ortaya çıkan bilgi açığı, kulaktan kulağa yayılan bilgilere, asılsız haberlere neden olarak sağlıklı olmayan bir iletişim ortamının önünü açmaktadır. Aynı zamanda zamanla yarışılan habercilik mesleğinde kriz durumlarında yeterli süreyi bulamayarak zorluklarla karşılaşmak muhtemeldir. Oluşabilecek tüm olumsuzlukların ön görülmesi adına devlet kontrolünde olacak birimler tarafından medyaya bilgi akışı sağlanabilir. Bu sayede olağan üstü dönemlerdeki zarar ve sakıncaların da önüne geçilmiş olacaktır (Fırat, 2011: 39).

Medya, tüm mesleki ve etik kurallar çerçevesinde zorlu sınavlardan geçebilmektedir. Toplumun en ihtiyaç duyduğu zamanlardan olan kriz süreçlerinde, yanlış görüntülerin servis edilmesi ne denli yanlış olursa medyanın yeterli yer vermediği bazı durumlar da kamuoyunun tepkisini çekmektedir. Habercilik anlayışı doğrultusunda bilgi akışını sağlamakla yükümlü olan medya yapılarının, yasalar ve ilkeler dahilinde, her olayı aktarmakla ve yeterli şekilde yer vermekle yükümlü olduğunu söylemek gerekmektedir.

### **Kriz Haberi Özelliği Taşıyan Olaylar Nelerdir?**

Kriz haberleri, toplumsal olarak etkilenilen olayları konu edinmektedir. Bu tip olayların olumsuz etkileri fazladır. Ölüm, yaralanma, psikolojik hasar, maddi kayıplar, güvenlik tehditleri gibi unsurlar, kriz atmosferlerinin sonuçları arasında olabilmektedir. Kriz haberciliği için de bu açıda bir takım prensipler söz konusudur. Her olay kriz haberi olarak nitelendirilemeyeceği için, hangi olaylar kriz haberciliği kapsamına girmektedir? ABD'de Rutger Üniversitesi'ndeki bir araştırma bu konu üzerinde durmaktadır. 1986 ile 1992 yılları arasında yürütülmüş olan araştırmalar neticesinde, kriz haberleri için yedi temel prensip ortaya çıkarılmıştır (akt. Demiroğlu, 2012: 72) :

1. Haber içeriklerinde tehlikenin sağlıkta yarattığı durumlar değildir.
2. Haber içeriklerinde kapsamın çoğu ortaya çıkan tehlikeyle ilgili değildir.
3. Suçlama, korku, kızgınlık ve diğer etik olmayan konular ağırlık kazanmaktadır
4. Riskle ilgili olarak telaş ve korku yaratıcı kapsam, rahatlatıcı, yatıştırıcı ya da dengeleyici kapsamın çok üzerindedir.
5. Kriz durumlarında neyin panik yaratıcı neyin sakinleştirici olduğu toplumda yaşayan bireyle ilişkilidir. Kimi zaman uzmanların yatıştırıcı olduğunu düşündükleri şeyler okuyucu ya da izleyicide panik yaratıcı olabilmektedir.
6. Kaynak bağlamında kriz haberlerinde daha çok resmi kaynaklar tercih edilmektedir. Ancak, resmi kaynaklar "tehlikeli" derse endüstriden ya da uzmanlardan bir kaynağın "güvenli" demesini, eğer resmi kaynaklar "güvenli" derse eylemci gruplardan birinin ya da vatandaşların "tehlikeli" demesini ön plana çıkartma eğiliminde olduğu görülmektedir
7. Haberlerde kriz ortamlarında yatıştırıcı kaynaklardan çok, panik yaratıcı kaynaklara yönelim ön plandadır (Sandman, 1994).

Kriz haberi niteliğinde olan haberlerin özellikleri normal haberlere göre değerlendirildiğinde daha belirgindir. Bilgi ihtiyacının daha fazla, bilginin daha az olduğu,

gerilime müsait ortamlar bu haberler için olası atmosferlerdir. Zaman yarışının, tarafsızlığın daha hassaslık kazandığı bu dönemler yine haberciliğin verdiği kavgalardandır. Eleştiri korkusu, haber servis etme ile etmeme arasındaki etik dengeler daha fazla önem kazanmaktadır. Olayın ortaya çıkışı, kriz olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği, haber üretim süreci gibi aşamalar, zamansal olarak gecikmenin önünü açmaktadır. Yeni medyanın gelişimi ile de bu durum geleneksel medyanın bir adım geride kalmasına neden olabilmektedir (Yücesan, 2015: 79).

### **Kriz Haberciliği Örnekleri**

Kriz dönemlerinde medyanın duruşu, kritik dönemlerdeki meslek hassasiyeti ile de birleştiğinde eleştiriye açık bir ortam yaratmaktadır. Yakın dönemlerdeki birkaç olayda da bu görülebilmektedir.

13 Mayıs 2014 tarihinde yaşanan Soma'daki maden kazası sonrası oluşan kriz atmosferi bölgeye çok sayıda medya mensubunun intikali ile de, aynı zamanda bir kriz haberciliği örneğine dönüşmüştür. Türk medyası Soma'daki maden kazasından sonra yine şaşırtan bir harekette bulunmamış, bilgileri gizlemiştir. Çoğunlukla dram ile tartışma yaratılarak olaylar farklı boyutlara taşınmıştır. Bu da, medyanın bir kriz anındaki duruşunun politik bir tarzda sergilenebildiğini ortaya koymuştur (Ersoy, 2014).

Yine 3 Temmuz 2011 tarihindeki şike skandalı olarak bilinen süreç de yakın dönemdeki önemli kriz haberciliği örneklerindedir. Yazılı ve görsel medya, çarpıcı manşetler, son dakika gelişmeleri ile bazı futbol kulüpleri hakkındaki şike iddialarını gündeme getirmiştir. İlerleyen zamanlarda bu iddialar hukuki yollara taşınmıştır.

Kriz dönemi olarak nitelendirilebilecek ve kriz haberciliği örneklerini oluşturacak iki olay 2013 ve 2016 yıllarında da iki farklı dönem olarak gündeme gelmiştir. Hem Gezi Parkı hem de 15 Temmuz darbe girişimi sürecinde, medya en önemli faktörlerden biri haline gelmiştir. Ancak yaşanan bu iki süreçte, medya açısından farklılıklar ortaya çıkmıştır. Gezi sürecinde oldukça eleştirilen medya kanalları, 15 Temmuz sürecine gelindiğinde çok daha farklı bir konumda olmuştur. Gezi sürecinde medya denildiğinde ilk akla gelenler arasında penguen belgeselleri, yayından kaldırılan programlar olurken, 15 Temmuz sürecinde Facetime uygulaması ile yapılan canlı bağlantı, darbe bildirisi okutulması gibi konular akla gelmektedir. Medya gücü, etkisi ve konumu itibarıyla süreçleri doğrudan etkileyebilme potansiyeline sahiptir. Kriz haberciliği, ilgili süreçlerde kendisini açıkça göstermiştir. Yeni iletişim teknolojileri ile de desteklenen yayınlar, kriz anına doğrudan etki edebilirken, diğer tarafta yeterli bilgi akışını sağlamamak ile çokça eleştirilen medya yapılanmaları söz konusu olmuştur.

### **Etik Nedir?**

Etik, neyin yapıp yapılmayacağı yahut doğuracağı sonuçlar ile ilgili bir felsefedir. Toplumsal değerler ile birlikte şekillenen, alışkanlık kazanan, kabul gören ve görmeyen hemen her davranış etik konusuna dahil edilebilmektedir. Meslek etiği de, yine bu çerçevede neyin yapıp neyin yapılamayacağı, doğruluk yanlışlık gibi öğeleri barındırmaktadır.

Durkheim'e göre, mesleki yapılanmalar, kendi iç düzenlerinde bir ahlak kontrolü yaratacak ve mesleki anlamda da önemli olan etik kuralları oluşturabilecek yeterliliktedir. Meslek etiğinde, söz konusu alana özgü kural ve kaidelerin ön planda tutularak ortak bir çıkar anlayışı güdülmesi ile bireyselliğin ikinci planda tutulması, ahlaki tarafın var olması ile ilgilidir (akt. Özyurt, 2007: 108). Etik ve ahlak kavramları, toplumsal olarak ele alındığında kişilerin o toplumda uyum sağlayarak var olması açısından önem arz etmektedir. Ancak evrensel çapta söz edilebilecek bir etik anlayışından söz etmek yanlış olacaktır. Mesleki anlamda görülebilen bu bütünlük içerisindeki etik anlayışlar, sosyolojik anlama yayıldığında

farklılık gösterir. Her toplumda minimal seviyede de olsa ortak paydalarda buluşulabilecek alanlardan söz edilebilir. Fakat yine de, hem dini hem de kültürel farklılıklar buna olanak vermemektedir (Alemdar, 1990: 18). Türkiye'den örnek vermek gerekirse, doğu ve güneydoğu bölgelerinde özellikle geçmişte var olan başlık parası geleneksel anlamda kabul görmüş bir alışkanlıktır. Söz konusu bölgelerde normal karşılanan oturmuş bu düzen, aynı toplum içerisinde dahi aslında ahlaki anlayışın farklılaşabildiğinin göstergesidir.

Etik kurallar dahilinde belirli kararları alırken, körü körüne sadece kurala bağlı kalmak yerine şartların gerektirdiği ölçüde hareket etmek gibi bir tercih de söz konusudur. Olayların ötesinde bir de mevcut durumlar vardır. Durumların özel olarak gereksinimleri, kimi zaman etik açıdan değerlendirmeyi zorlaştırabilmektedir. Durumsal etik de bu gibi noktalarda dengeleyici bir konumu işaret etmektedir. (Jensen, 1997: 190). İnisiyatif kullanma kurallarının olduğu yerde gerekli görülmez iken, bazen kurallar ile gözü kapalı hareket edilemez durumlar istisnai hareketlerin önünü açar. Bu durum değerlendirmeleri, ahlaki değerlerden uzaklaşmak değildir. Yalnızca durumun gerektirdiği ölçüde karar alabilmek, bazen hayati ölçülerde dahi önem arz edebilir.

Tüm koşullarda geçerli, herhangi bir ahlaki temel ilke mevcut değildir.. “Öldürmemelisin” buyruğu dahi, yüksek tehlikeler barındıran, savunmanın büyük ölçüde tehdidine maruz kalan durumlarda tamamen bağımsız bir biçimde geçerli değildir. Bu gibi durumlarda etik olarak açıklanmak istenene kurallar ve kitaplar yeterli olmayacak, niyet unsuru devreye girecektir. Olayların açıklanması için de, bahsi geçen durum etiği önemlidir (Leisinger, 2000: 96).

### **Habercilik Pratiklerinde Etik Sorunsalı**

Kriz anlarındaki kaos potansiyeli etik açıdan ters düşen durumlar yaratmaya müsait bir atmosfer yaratmaktadır. Asılsız haberler, kan, şiddet gibi öğeler, sansürler, mesleki etik değerlere ters düşecek tutumların kriz dönemlerindeki öncü tehlikeleri şeklinde nitelendirilebilecektir. Kriz yayıncılığı ve kriz haberciliğinde rekabet ve hız gibi durumlar medya çalışanları için geçerlidir. Ancak ilk duyuran kanal olmak adına yapılacak hamleler, ticari kaygıları ön planda tutacak yayınlar krizi fırsata çevirmenin farklı bir örneğini oluşturacaktır. Bu durumlar etik değerlere ters düşmektedir. Basının kamuoyunu aydınlatma, bilgilendirme görevi, kriz durumlarında farklı bir hassasiyete dönüşerek aynı zamanda kamuoyunu yönlendirmede de etkilidir.

Gazeteciler için sorumluluk bilinci kişi ve toplum kesimlerine karşı büyük önem taşır. İşte bu sorumluluk, etik değerlere uygun bir gazeteciliğin önünü açmaktadır. Habercilikte topluma, haber kaynaklarına ve haberlerde yer alan kişilere karşı sorumluluklar mevcuttur. Bu sorumlulukların hiçe sayılması etik olarak ters düşecektir. Yine, reklam kaygısı, devlet baskısı gibi faktörler de etik anlayışa karşı sorunlar doğuracaktır (Uzun, 2009: 61).

Medyanın gücü, bireylerin hatta toplumların yaşamlarında değişiklikler yaratabilecek, toplumsal olayları tetikleyebilecek, ulusal ve uluslararası alanda sorunlara yol açabilecek çaptadır. Bu noktada medya bazı sınırlandırmalar ile karşılaşmaktadır. Haber ihtiyacını karşılamak konusunda, medyanın karşısında anayasa ile güvence altında olan haberleşme özgürlüğü durmakta, bu da hareket alanını artırmaktadır. Ancak bireyin ve toplumun hak ve özgürlükleri ile çelişmemesi adına, hukuksal çizgilerin yanında etik unsurlar da ön plana çıkmaktadır (Genç, 2003: 26). Haberciliğin konu edindiği olaylar diğer mesleklere oranla etik açıdan çok daha fazla sorun barındırmaktadır. Tarafsızlık, doğruluk, mahremiyet gibi birçok unsur, etik olarak hassas olan ve haberin karşısına çıkan alanlardandır. Bu sebeple medya var oldukça, etik sorunların ve tartışmaların da var olması kaçınılmazdır (Şeker, 1999: 102).

Bir yayın sırasında, yayına konu olan olay hakkında net ve doğru bilgilere erişim çok önemlidir. 17 Ağustos depremi sonrasında hayatını kaybeden kişilerin sayısı veya PKK terör örgütünün öldürdüğü kişilerin sayıları, her kanalda değişik rakamlarla yer almıştır. Kesinlikten uzak olan bilgiler ile yapılan haberler, habere ve haberciye karşı güven kaybına neden olmaktadır (Fırat, 2011: 107). Kriz haberciliği bu noktada da önem kazanmaktadır. Bilgilerin yaşanan kriz ortamında kesinleştirilebilmesi, yüksek özveri ve profesyonel becerinin yanında doğru haber kaynaklarının kullanımı ile mümkün olacaktır. Aksi durumların yaşanması ve farklı bilgilerin yer alması kriz anlarındaki kargaşa ortamından kaynaklansa da sosyal medyanın da bu konudaki rolü önemli boyutlara ulaşmaktadır. Bilgi kirliliğine giden yolda gerek kriz anlarındaki aşırı enformasyon, gerekse çeşitli provokasyonlar neden oluşturabilmektedir. İletişim teknolojilerindeki büyük ivmeler sonrasında kullanıcıların da birer yayıncı konumuna dönüşebilmesi, anlık haber, bilgi, belge, görüntü servis edebilmesi bu gibi durumları beraberinde getirmiştir. Bu da, çeşitli doğrulama platformlarının ortaya çıkışını gerekli kılmıştır.

Hem habercilik, hem de toplumsal açıdan etik algısına ters düşen bir diğer durum da suskunluktur. Sansür, sessizlik, eksik bilgi, yeterli yer bulamama gibi durumlar, olayların doğru yansıtılmamasına yol açabilmektedir. Bu konuda, Elisabeth Noelle Neumann tarafından geliştirilen 'Suskunluk Sarmalı' teorisine değinmekte fayda vardır. Sedef Kabaş, bir röportajda bu konudan şöyle söz etmektedir: "Neumann'ın meşhur suskunluk sarmalında olduğu gibi sen uyandırmazsan, sen söylemezsen o zaman birileri senden cesaret alıp konuşmayacak. Öbürleri sustuğu için diğerleri farklı düşünse de, çoğunluk böyle düşünüyor ben kara koyun olmayayım şimdi aykırılık yapmayayım diye o da susar. Aslında toplumda farklı görüşler vardır ama farklı görüşlerin ifade edilebileceği bir ortam olmadığı için, sen sustun o sustu, farklılıklar sustu. Farklılıklar sustuğu için herkes aynı şeyi düşünüyormuş algısı yaratılır. Ve böylelikle susanlar o suskunluk sarmalı dediğimiz sarmalı daha da büyütür. Yani suskunluk suskunluğu beraberinde getirir ve bu demokrasi dediğimiz farklı görüşlerin dile getirildiği ortamın yok olmasına neden olur. Zaman zaman ülkeler bunu yaşıyor, yani sesi yüksek çıkan, mikrofona sahip olan, medyaya hükmeden aslında var olan gücünü olduğundan daha büyük gösterme üzerine çalışır. Medyayı onun için kullanır. Hatta öyle ki, farklı görüşlerin dile getirilmesine kanal açmadığı için, sen kendini farklı düşününce yalnız hissedersin. Yalnız hissettiğin için farklı görüşünü söylemeye çekinirsin. Birbirimizin farklı düşündüğünü bilmediğimiz için bir suskunluk sarmalı oluşur, belki bizim sayımız bile daha fazla. Bu suskunluk sarmalı zaman içinde bütün farklılıkları ve dolayısıyla demokrasiyi öldürür."

## SONUÇ

Krizi yönetmek kadar krize malzeme olmamak da önemlidir. Kamuoyunu bilgilendirme görevi ve bilinci ile hareket eden medya çalışanları buna istinaden seçici davranmak durumundadır. Bir kaos ortamı düşünüldüğünde bilgi akışının ne denli sağlıklı gerçekleşebileceği bellidir. Bu durumda sorumluluk sahibi medya olacaktır. Kaynaklar ile doğrulayıcı bilgilere erişim sağlanabilmesi, yaşanan panik ortamının körüklenmemesi adına son derece önemli olacaktır. Kriz idaresinin iyi yapılması hem yayıncılık hem de habercilik pratiklerinin iyi sağlanması ile mümkündür.

İletişim ağlarının genişlemesi, internetin yaygınlaşması ve sosyal medya platformlarının artış göstermesi ile bu mevcut durumlar hem daha kolay hem daha zor hale gelmiştir. İletişim imkanları açısından sonsuz bir erişim ve kapasite alanının oluşması, anlık haberleşme ve bilgi paylaşımının önünü açarken asılsız, yanlış, manipüle edici bir çok içeriğin de internet ortamında dolaşmasının önünü açmıştır. Hem medya yapılanmalarının indiği internet sahası hem de kullanıcıların içerik ürettiği bu alan özellikle kriz dönemlerindeki



kullanımı ile yönlendirici olmaktadır. Bu konuda ortaya çıkan doğrulama platformları ne var ki doğru bilginin analizini sağlayabilmektedir.

Kriz dönemlerinde toplum olarak bir sınavdan geçilmektedir. Bunun en büyük tanığı ve aksettiricisi olan medya, kriz anları ve etik ilkeleri doğrultusunda işleyiş göstermek durumundadır. Aksi bir durum ne mesleki, ne ahlaki, ne de insani değerlere uygun olacaktır.

## KAYNAKÇA

- AKGÜL, Selma Koç. (2017). Olağanüstü Durumlar, İletişim ve Habercilik Yaklaşımları. *TRT Akademi*, 2(3), 6-47.
- ALEMDAR, Zeynep. (1999). *Oyunun Kuralı: Basında Özdenetim*. Bilgi Basımevi.
- GİRGIN, Atilla. (2000). *Haber*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi
- ÇINARLI, İnci. (2016). *Kriz İletişimi*. Beta Basım Yayım.
- ÇAPLI, Bülent. (2002). *Medya ve Etik*. İmge Kitabevi.
- ÇAPLI, Bülent - TAŞ, Oğuzhan. (2009). *Kriz haberciliği, Televizyon Haberciliğinde Etik*.
- DEMİROĞLU, Hande. (2012). *Kriz Haberciliği Bağlamında Domuz Gribi Haberlerindeki Panik Unsurların Belirlenmesi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- ERSOY, Metin. (2014). *Kriz döneminde habercilik: Soma*.
- GÜNGÖR FIRAT, Didem. (2011). *Kriz Dönemlerinde Televizyon Yayıncılığı*, Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Uzmanlık Tezi.
- İŞIKLAR, Hakan Cem. (2012). *Kuramdan Uygulamaya Profesyonel TV Haberciliği*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- İNAL, Ayşe. (1996). *Haberi Okumak*. İstanbul: Temuçin Yayınları.
- JENSEN, Vernon. (1997). *Ethical Issues in the Communication Process*.
- LEISINGER, Klaus M. (2000). İşletme Etiği, Çokuluslu Şirketler ve Gelişmekte Olan Ülkeler. *Etik ve Meslek Etikleri*, 75:102.
- ÖZYURT, Cevat. (2007). Durkheim sosyolojisinde ahlâkî kontrol sorunu. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 5(13), 95-121.
- SANDMAN, Peter M. (1987). Risk communication: facing public outrage. *EPA J*,13:21.
- ŞEKER, Mustafa. (1999). *Televizyon Haberciliği*. Sel-Ün Vakfı Yayınları.
- TOKGÖZ, O. (1994). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge.
- UZUN, Ruhdan. (2009). *İletişim Etiği*. İstanbul: Dipnot.
- YÜCESAN, Mehmet Kamil. (2015). *3 Temmuz 2011 Sürecinde Kriz Haberciliği Ve Futbol Kulüplerine Etkisi*.