

Türk Medyasının İntihar Haberlerini Sunumunda Etik Sorunlar: Cem Garipoğlu ve Mehmet Pişkin İntiharları

Elif Korap Özel*

Şadiye Deniz**

Öz

Literatürde yer alan araştırmalar göstermektedir ki medyada yer alan intihar haberleri, kopya intiharlara yol açabilmektedir. Ekim 2014'te Türk mediasının iki intihar vakasına gösterdiği yoğun ilgi, meselenin gazetecilik mesleği ve etik değerler açısından ele alınmasını zorunlu kılmıştır. Bu çalışma, kız arkadaşını öldürmekten hükümlü Cem Garipoğlu ve Facebook'ta veda videosu yayımladıktan sonra hayatına son veren Mehmet Pişkin intiharlarının haberleştirilmesindeki etik sorunları ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında Milliyet, Hürriyet, Habertürk, Sözcü, Radikal, Sabah, Yeni Şafak, Star, Zaman ve Cumhuriyet gazetelerinin çevrimiçi versiyonlarında yer alan Garipoğlu ve Pişkin intiharlarına ilişkin 132 haber, içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Elde edilen bulgular göstermektedir ki dört gazete Pişkin intiharıyla ilgili duyarlı bir yayın politikası sergilemiş, Pişkin'in intihar videosunu yayımlamamıştır. Buna karşın Garipoğlu intiharının haberleştirilmesi konusunda Türk gazetelerinin Dünya Sağlık Örgütü'nün intihar yayınlarına yönelik önerilerine ve etik ilkelere uymadıkları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler

İntihar, haber, gazetecilik, etik, gazete web siteleri, Werther Etkisi

* Yrd. Doç. Dr., İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Medya ve İletişim Bölümü - İzmir/Türkiye
elifkorap@hotmail.com

** Doç. Dr., Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü - İzmir/Türkiye
sadiye.deniz@ege.edu.tr

Giriş

Literatürde intihar haberlerinin kopya intiharlara etkisini belirlemeye yönelik çok sayıda araştırma bulunmasına karşın, bu çalışmalar genellikle psikiyatri disiplini bağlamında değerlendirilmiş, konu gazetecilik boyutuyla çok az ele alınmıştır. Üçüncü sayfa haberlerinde intihar vakalarına geniş yer ayıran Türk medyasının, bu haberleri nasıl sunduğuna ilişkin çalışmalar ise az sayıda yayınlı sınırlıdır.

Oysa 2014'ün Ekim ayında Türk medyasında iki intihar vakasının çok sayıda habere konu olması, intihar eyleminin haberleştirilmesiyle ilgili etik sorunların ele alınmasını ve bu haberlerin nasıl sunulması gerektiği konusunun yeniden tartışmaya açılmasını zorunlu kılmıştır. Bunlardan ilki Mart 2009'da 17 yaşındaki kız arkadaşı Münevver Karabulut'u bıçaklayarak öldürdükten sonra cesedi gitar kutusu içinde çöpe atan ve olaydan 6 ay sonra yakalanan Cem Garipoğlu'nun intiharıdır. 17 yaşında cinayet işleyen Garipoğlu, 24 yıl hapse mahkûm edilmiş, ancak 10 Ekim 2014'te 23 yaşındayken cezaevinde intihar ederek ölmüştür (<http://www.hurriyet.com.tr/gundem/27360766.asp> Erişim: 15.10.2014). İkinci olayda ise 35 yaşındaki Mehmet Pişkin, 16 Ekim 2014'te İstanbul'daki evinde yaşamına son vermiştir; ancak onun ölümünü medya için ilgi çekici kılan, intiharından önce sosyal medyada yayımladığı 13 dakikalık veda videosudur (<http://www.haberturk.com/gundem/haber/1000220-mehmet-piskinin-intihar-notu> Erişim: 16.10. 2014).

Her iki olayın da özellikle yüksek tirajlı ulusal gazetelerin web sitelerinde detaylı olarak sunulması, kahramanların hayat hikâyelerinin, intihar yöntemi ve yerinin haberde aktarılması, fotoğraf, isim, hatta videonun habere eşlik etmesi ise medya etiği açısından sorunlu görülmüş ve bizleri araştırmacı olarak Türk basınında intihar vakalarının haberleştirilmesine ilişkin bir çalışma yapmaya teşvik etmiştir.

Bu çalışmada, basının intihar vakalarının haberleştirilmesinde etik ilkeleri ihlal ettiği varsayımından hareketle, Türkiye gündeminde önemli yer tutan iki intihar olayının web sitesi en çok ziyaret edilen ilk 10 gazetede nasıl temsil edildiği incelenmiştir. Çalışmanın amacı, intihar olgusunu çerçeveleyen kuramsal yaklaşımları, sosyolojik / psikolojik unsurları tartışmaktan ziyade, medyadaki temsilinde yapılan etik ihlalleri ortaya koymak ve haber üretim sürecine yönelik öneriler getirmektir.

İntihar Haberleri ve Werther Etkisi

İntihar; “Bir kimsenin toplumsal ve ruhsal nedenlerin etkisi ile kendi hayatına son vermesidir” (www.tdk.gov.tr 01.11.2014). Durkheim (1992) ise intiharı, “Ölen kişi tarafından ölümle sonuçlanacağı bilinerek, girişilen olumlu ya da olumsuz bir eylemin doğrudan ya da dolaylı sonucu olan ölüm” olarak tanımlamaktadır (Tatlıoğlu 2012: 137).

İntihar haberlerine ilişkin literatür tarandığında, medyanın kopya intiharları tetikleyici bir etkisi bulunduğu yönelik bulgular ağırlık kazanmaktadır. İngiltere ve ABD’deki gazetelerde 1947-1968 yılları arasında yayımlanan intihar hikâyelerini inceleyen Phillips (1974: 340), bu haberlerin ardından söz konusu ülkelerde intihar vakalarının arttığını tespit etmiş ve bu etkiyi “Werther Etkisi” olarak tanımlamıştır. Alman edebiyatçı Johann Wolfgang Von Goethe’nin 1774 tarihli “Genç Werther’in Acıları” isimli romanı, medya/intihar ilişkisine dair bilinen ilk örnektir. Romanda nişanlı bir kıza aşık Werther, yazdığı mektubun ardından silahla kendini vurarak yaşamına son vermektedir. Romanın ardından Almanya’da çok sayıda gencin Werther’in giydiğine benzer mavi ceket ve ceplerinde mektupla intihar etmesi, medya etkisi alanındaki çalışmalara da yansımıştır.

Konuya ilişkin ilk çalışmalarda Motto (1967), Stack (1983), Wasserman (1984) gibi araştırmacılar intihar haberleri ile intihar sayılarındaki artış arasında anlamlı bir ilişkiye rastlayamamıştır. Bu kısıtlı sayıdaki karşıt görüşe karşın, diğer araştırmalar intihar haberlerinin kopya intiharlara yol açtığını vurgulamaktadır (Phillips 1974, Ashton ve Donnan 1981, Ishii 1991, Hassan 1995). Yang vd. (2013), 2003-2010 yılları arasında Tayvan’da yaptıkları araştırma ile haberlerde bildirilen intihar araçlarının, intihar yöntemlerini etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Ruder vd. (2011), Maloney vd. (2014) medyanın kopya intiharlar üzerinde etkisi olduğunu savunmaktadır. Yip vd. (2006) Chen vd. (2012), ünlü kişilerin intiharı ve gerçek intihar vakalarına dair haberlerin intihar oranlarını artırdığını öne sürmektedir. Ruder vd. (2011: 280) gerçekleştirdiği bir araştırma ise ele aldığı vakanın Pişkin’in intiharı ile gösterdiği benzerlik açısından dikkat çekicidir. Araştırmada 28 yaşındaki bir gencin Facebook’a bıraktığı intihar notunun ardından hayatına son vermesi ele alınmaktadır.

Diğer taraftan medya etiği de araştırmacılar tarafından sıkça ele alınmış bir konudur. Literatürde medya etiği alanında çok değerli çalışmalar bulunmasına karşın (İrvan 2005, Duran 2005, Erdoğan 2006, Geray vd. 2010, İnal 2010, Binark vd. 2013, Çaplı 2002), konu “intihar haberleri” olduğunda araştırmacılar daha çok bu haberlerin toplumda yarattığı “etki”ye odaklanmıştır. Medya etiğini inceleyen çalışmalar ise, habercilik alanında kabul edilmiş Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi, Basın Konseyi Meslek İlkeleri gibi temel ilkeler çerçevesinde gazetecilik pratiklerini ele almakta ve sorunlu habercilik anlayışlarını ortaya koymaya çalışmaktadır (İrvan 2005: 63-65). İntihar haberleri de bu sorunlu alanlardan biridir. İntihar haberlerinin ortaya çıkardığı sonuçların ciddiyeti dikkate alındığında, intiharın “nasıl haberleştirildiği” ve “nasıl haberleştirilmesi gerektiği” sorunları daha da önemli hale gelmektedir. Bazı araştırmalardan elde edilen bulgular da gazetecilik alanında yapılacak çalışmaların olumlu sonuçlar doğurabileceğini göstermektedir. Örneğin, Sonneck vd. (1994), 1987 yılında Avusturya İntiharı Önleme Derneği’nce hazırlanan medya rehberinin ardından 5 yıl içinde aynı yöntemle gerçekleşen intihar oranlarının yüzde 75 azaldığını belirlemiştir. 57 gazeteciyle görüşmeler gerçekleştiren Jamieson vd. (2003) gazetecilerin yaptıkları haberlerin kopya intiharlara yol açabileceğine dair farkındalıkları olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Avustralya, Danimarka ve Belçika’da intihar haberleri konusunda sorumlu yayıncılık anlayışları nedeniyle ödül alan 14 gazeteciyle görüşen Dare vd. (2011) ise bu tür ödüllerin intihar haberlerinin sorumlu bir anlayışla sunulmasında değerli bir yaklaşım olduğunu söylemektedir. Öte yandan Corbo ve Zwelfel (2013: 71) intihar haberlerine ilişkin politika ve rehberlerin, medya profesyonellerince hikayeyi anlatmada fazla kısıtlayıcı bulunabileceğine dikkat çekmektedir.

Türk araştırmacılara ilişkin literatür tarandığında ise intihar haberlerine ilişkin çok fazla çalışma olmadığı görülmüştür. Bu alanda Çoban (2004), Palabıykoğlu vd. (1994), Şavur vd. (2010) ve Cengiz’in (2009) çalışmaları önemli görülmektedir. Araştırmacılar Türkiye’de yayımlanan basılı gazetelerde intihar haberlerinin etik çerçevede sunulmadığı bulgusunu ortaya koymaktadır. Cengiz (2009: 35), 2005 yılında yedi gazetede intihar girişimlerine ilişkin 214 haberi incelemiş ve Türk basınının bu tür haberleri dikkat çekici bir biçimde, ölen kişinin yakınlarını incitecek, acılarını artıracak tarzda, intihar yeri/yöntemine ilişkin bilgileri vererek yayımladığı sonucuna ulaşmıştır. Palabıykoğlu vd. (1994: 291) intihar haberlerinin yayımlan-

ma biçimine bir sınırlama getirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Şavur vd. (2010: 21) ise, intihar haberlerinin ancak “olay kamuya açık bir mekânda, çok dikkat çekici bir biçimde gerçekleşmişse; olaya dâhil olan kişiler tanınmış ise ve eylem siyasal bir protesto amacı taşıyorsa, etik ölçütlere uyularak yayımlanmasının kabul edilebilir” olduğunu vurgulamaktadır.

Bu noktada araştırmaya geçmeden evvel, intihar haberlerinin sunumunda gazetecilerin karşılaştığı kısıtlamaları ele almak faydalı olacaktır.

İntihar Haberlerine Yönelik Kısıtlamalar

İntihar haberleri konusu gazetecilik açısından ele alındığında, gazetecilerin bu haberlerin üretim sürecinde, hukuki, sosyal, kurumsal, ekonomik, siyasi ve bireysel birtakım kısıtlamalar doğrultusunda haber ürettiklerini söylemek mümkündür. Öncelikle gazeteciler intihar haberleri konusunda bazı hukuki kurallara tabidir. Yürürlükteki 5187 sayılı Basın Kanunu'nun 20. Maddesi, intihar olayları hakkında, haber vermenin sınırlarını aşan, özendirici yazı ve resim yayımlayanların cezalandırılmasını öngörmektedir (<http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5187.html> Erişim: 30.10.2014). Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'nde de, “İntihar haberlerinde olayı gösteren fotoğraf, resim veya film yayımlanmamalıdır” uyarısı yer almaktadır (<http://www.tgc.org.tr/bildirge.asp> Erişim: 30.10.2014). Bazı medya kurumlarının yayın ilkeleri de bu konuda kısıtlamalar içermektedir. Örneğin Doğan Yayın Holding Yayın İlkeleri'nin 19. Maddesi'nde, “İntihar haberlerinde yöneme ilişkin özendirici ve öğretici ayrıntılara yer verilmez” ifadesi bulunmaktadır (http://kurumsal.dogangazetecilik.com.tr/kurumsal_yonetim_menu_1_2.asp Erişim: 30.10.2014).

Bu konudaki en kapsamlı çalışma ise Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından yapılmıştır. DSÖ, 2004 yılında bir bildiri ile gazetecilere yönelik önerilerini açıklamıştır http://whqlibdoc.who.int/hq/2000/WHO_MNH_MBD_00.2_tur.pdf?ua=1, Erişim: 29.10.2014). Buna göre;

1. İntihar duygusal olarak ele alınmamalıdır.
2. Haber kısa tutulmalı, kurbanın ruhsal bir rahatsızlığı varsa belirtilmelidir.
3. İntihar yöntemi belirtilmemeli, olay yerinin fotoğrafı yayımlanmamalıdır.

4. İntihar açıklanamaz olarak gösterilmemelidir.
5. İntihar iflas, sınavda başarısız olma veya cinsel istismar sonucu doğan bir yöntem olarak gösterilmemelidir.
6. İntihar kurbanlarını, intihar davranışını onurlandıracak şekilde yansıtmaktan kaçınılmalıdır.
7. Haberde ruh sağlığı hizmetleri ve yardım hatlarının iletişim bilgileri duyurulmalıdır.

Görüldüğü gibi hukuki yaptırımlar, meslek örgütleri ile kurumların kendi yayın ilkeleri, intihar haberleri konusunda çeşitli kısıtlamalar getirmektedir. Ancak gazeteci, intihar haberini yazarken toplumsal, ekonomik ve siyasi kısıtlamaların da etkisi altındadır. Haberin ticari değerinin her şeyin üzerinde tutulduğu, sansasyonel ve ‘satan’ haber anlayışının sektöre egemen olması, medyadaki yoğunlaşma ve sahiplik yapısının yol açtığı habercilik pratiklerindeki benzeşme, medya kuruluşlarının iktidar ve reklam verenler gibi güç odaklarıyla olan siyasi/ekonomik ilişkisi intihar haberlerinin şekillenmesinde etkili olmaktadır. Yine intihar olayının toplumda algılanış şekli ve bu konudaki egemen düşünce de haber metninin biçimlendirilmesinde etkilidir. Vakanın çok dramatik, kabul edilebilir / kabul edilemez şekilde sunulması, toplumun bu konuda ne düşündüğü ile ilgilidir. Diğer taraftan bir olayın haberleştirilme süreci muhabirden, genel yayın yönetmenine kadar gazete çalışanının zihinsel süzgecinden geçmekte ve burada gazetecinin meslek etiği, insani sorumluluk duygusu, intihar vakasına ilişkin düşünceleri ve ideolojisi etkili olmaktadır.

Yeni iletişim ortamlarının hipermetinsellik ve çoklu medya özelliği ile sansasyonelliğe katkı sağlaması da bu bağlamda ele alınması gereken bir konudur. Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte ortaya çıkan yeni habercilik biçimleri, intihar haberleriyle ilgili etik tartışmalarına yeni bir boyut getirmektedir. Yeni medya, geleneksel medyadan farklı olarak zaman ve mekândan bağımsızdır; hipermetinsellik ve çoklu medyanın varlığına olanak tanımakta ve etkileşim imkanı sunmaktadır. Yeni medyada haberler dakikalar içinde yayımlayabilmekte ve internetin bulunduğu her yerden erişim olanağı sunmaktadır. Çoklu medya olanağı sayesinde haberler, “yazı, görsel, video ve sesi” bir arada barındırabilmektedir. Okurlar habere iliştilen linkler aracılığıyla arşive ulaşabilmekte, yer sıkıntısı olmadığından, haber bütün detay-

larıyla aktarılabilmektedir. Okurlar birbirleriyle ve gazetecilerle etkileşimde bulunabilmekte (Aydoğan 2013: 31), yurttaş blogları, yurttaş haberleri, sosyal medya bağlantıları, kolektif söyleşiler, okur yorumları, forumlar aracılığıyla haber üretim sürecine dahil olabilmektedir (Hermida vd. 2011: 9).

Günümüzde tüm ulusal gazetelerin birer çevrimiçi versiyonu olduğu düşünüldüğünde, intihar haberlerinin anında, çoklu medya eşliğinde ve tüm detaylarıyla okurlarına yansıtılabildiği görülmektedir. Bu olanaklar, haberlerin yeterince süzgeçten geçmemesi, daha hızlı olabilmek adına tarafsızlık, doğruluk gibi ilkelerin göz ardı edilmesi, reklam ile haber arasındaki ayrımın bulanıklaşması, okur yorumları ve paylaşımlarının nefret, ayrımcılık, hakaret içeriğinin denetlenememesi ve mahremiyetin ihlali gibi yeni sorunlu alanlar yaratmaktadır (Evers 2010: 326). Örneğin intihar eden kişiyi tanıyan bir başka kişinin sosyal medyada kurbanı ilişkin paylaştığı bir fotoğraf ya da sosyal medyada yapılan yorumlar, muhabirlerce haberleştirilerek kolayca yayımlanabilmektedir.

Konu intihar gibi hassas bir içerik olduğunda, yeni medyanın geleneksel medyadan farklı olarak sunduğu bu olanaklar, etik ihlallerin denetlenmesini daha da zorlu hale getirmektedir. Bu bakımdan intihar haberlerinin gazetelerin çevrimiçi versiyonlarında nasıl yansıtıldığı, önemle ele alınması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırma

Garipoğlu ve Pişkin İntiharlarının Art Alanı: Ekim 2014'te Türk medyasında iki intihar vakasına yönelik çok sayıda haber yayımlanmıştır. Bunlardan biri 2009 yılında 17 yaşındaki kız arkadaşı Münevver Karabulut'u öldürmekten hüküm giyen ve 24 yıl müebbet hapse mahkûm edilen Cem Garipoğlu'nun ölümüdür. 17 yaşında cinayet işleyen Garipoğlu, 23 yaşında cezaevinde yaşamına son vermiştir (<http://www.haberturk.com/gundem/haber/998302-hucrede-posetli-intihar> Erişim: 27.10.2014). İkinci vaka ise 35 yaşındaki Mehmet Pişkin'in intiharıdır. Pişkin, 16 Ekim 2014'te kişisel Facebook sayfasında 13 dakikalık bir intihar videosu bırakarak evinde canına kıymıştır (<http://www.haberturk.com/gundem/haber/1000220-mehmet-piskinin-intihar-notu> Erişim: 16.10.2014).

İki olayın da haberlere dramatik bir kurgu içinde yansıtılması, intihar şeklinin detaylı olarak aktarılması, kurbanların fotoğraflarının yayımlanması,

Pişkin örneğinde veda videosunun habere iliştirilmesi ve haberde intihar eylemini yücelten ifadelere yer verilmesi, gazetecilik mesleği açısından intihar haberlerinin sunumunun ele alınmasını zorunlu kılmaktadır.

Araştırmanın Amacı, Önemi ve Literatüre Katkısı: Bu çalışma, Türk medyasının intihar haberlerini nasıl verdiği ilişkin bir perspektif sunması bakımından önemli görülmektedir. Çalışmanın amacı, intihar haberlerinin sunuluşuna ilişkin etik sorunları saptayarak, bunların giderilmesine yönelik öneriler geliştirmektir.

Literatürde, intihar haberlerine yönelik çalışmaların daha çok psikiyatri disiplini açısından ve intihar haberlerinin kopya intiharlara etkisini araştırmaya yönelik olarak gerçekleştirildiği görülmektedir. İntihar haberleri gazetecilik açısından çok az ele alınmıştır. Türkiye’de ise Türk medyasının intihar haberlerini sunuşuna yönelik yayınların sayısı kısıtlıdır ve yalnızca geleneksel (yazılı) basını kapsamaktadır. Bu çalışmanın, diğerlerinden farklı olarak, gazetelerin çevrimiçi versiyonlarında intihar haberlerinin temsiline ilişkin Türkiye’deki ilk çalışma olması bakımından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın Yöntemi ve Örneklem: Araştırma kapsamında Milliyet, Hürriyet, Habertürk, Sözcü, Radikal, Sabah, Yeni Şafak, Star, Zaman ve Cumhuriyet’in çevrimiçi versiyonlarında Pişkin ve Garipoğlu intiharlarına ilişkin 132 haber incelenmiştir. Araştırma kapsamındaki 10 gazetede, Garipoğlu’nun intihar ettiği 10.10.2014 ve Pişkin’in intihar ettiği 16.10.2014 tarihi itibarıyla birer hafta süresince yayımlanan ve intiharı konu alan haberler ele alınmıştır.

Gazetelerin belirlenmesindeki amaç en fazla okura/izleyiciye ulaşan web sayfalarının değerlendirilmesidir. Bu nedenle Türkiye’deki ulusal gazetelerden web sitesi en fazla tıklanan 10 gazetede haberler incelenmiştir. Ziyaret oranları, pek çok araştırmaya referans olan <http://www.alex.com/topsites/countries;2/TR> adresinden alınmıştır (Erişim: 21.10.2014). Araştırmaya basılı gazetelerin çevrimiçi versiyonları alınmış, diğer online haber siteleri dahil edilmemiştir.

Araştırmada bulguların analiz edilmesinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, bir metindeki değişkenleri ölçmek amacıyla, sistematik, tarafsız ve sayısal olarak yapılan analiz olarak tanımlanmaktadır (Wim-

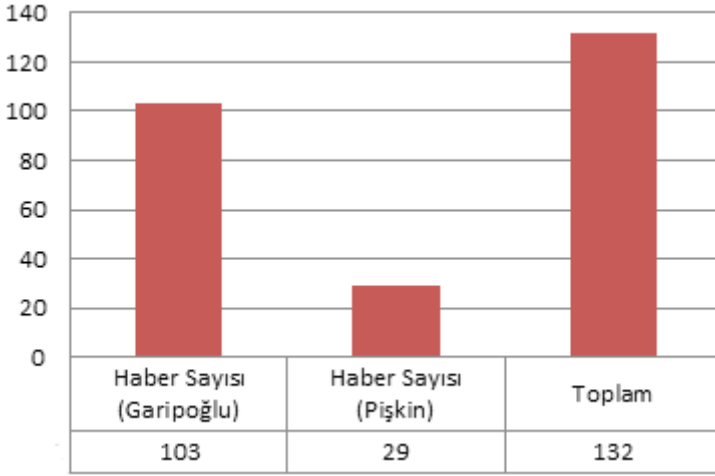
mer vd. 2000: 135–136). Araştırma sorunu, amacı, zamanı ve örneklemini ortaya konulduktan sonra 132 haber içerisinde şu temalar bağlamında bir sınıflandırma yapılmış ve incelenmiştir:

- İntihar yeri/yönteminin belirtilmesi
- Fotoğraf /video kullanımı
- İntihar eden kişinin isminin kodlanması
- Yakınlarına ilişkin bilgilerin verilmesi
- İntiharın gizemli/çözüm olarak gösterilmesi, romantize edilmesi
- Kişinin kahramanlaştırılması /zayıf gösterilmesi
- Uzman görüşü, yardım alınabilecek kurumların iletişim bilgilerinin aktarılması
- Haber başlığında intiharı anlatan kelimelerin kullanım sıklığı
- Haber başlığında /içeriğinde en sık tekrar eden kelimeler

Çalışmanın güvenilirliği açısından, haberler iki araştırmacı tarafından kodlanmış ve kodlayıcılar arasındaki güvenilirlik yüzde 98 (tutarlı) bulunmuştur.

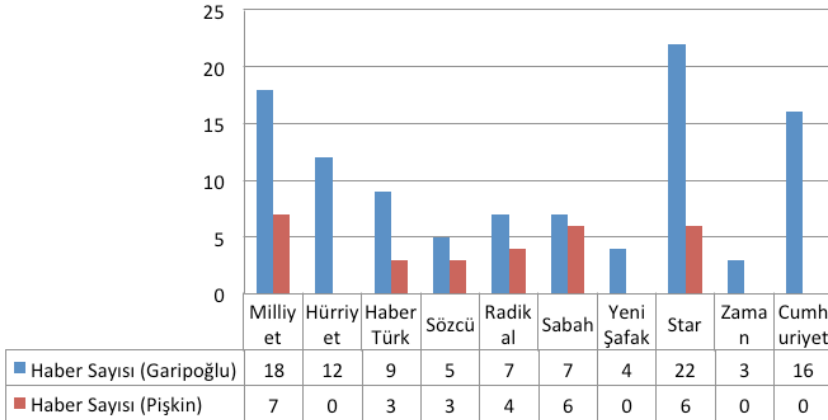
Bulgular

Haberlerin Dağılımı: İntihar haberlerinin verilmesi konusunda ideal habercilik tutumu, bu vakaların hiç duyurulmaması ya da yorumsuz, nötr bir haber diliyle sunulmasıdır. Ancak bulgular, intihar vakalarının yaygın bir şekilde haberleştirildiğini ortaya koymaktadır. Garipoğlu ve Pişkin intiharlarına ilişkin haber sayıları Şekil 1’de göstermektedir.



Şekil 1. Örneklem kapsamındaki intihar haberlerinin sayısal dağılımı

Araştırma kapsamındaki gazetelerin çevrimiçi versiyonlarında, Ekim 2014'ün farklı günlerinde meydana gelen Garipoğlu ve Pişkin intiharlarını kapsayan toplam 132 haber yayımlanmıştır. Haberlerden 103'ü Garipoğlu, 29'u Pişkin intiharına ilişkindir. Haberlerin gazetelere göre dağılımı Şekil 2'de gösterilmiştir.

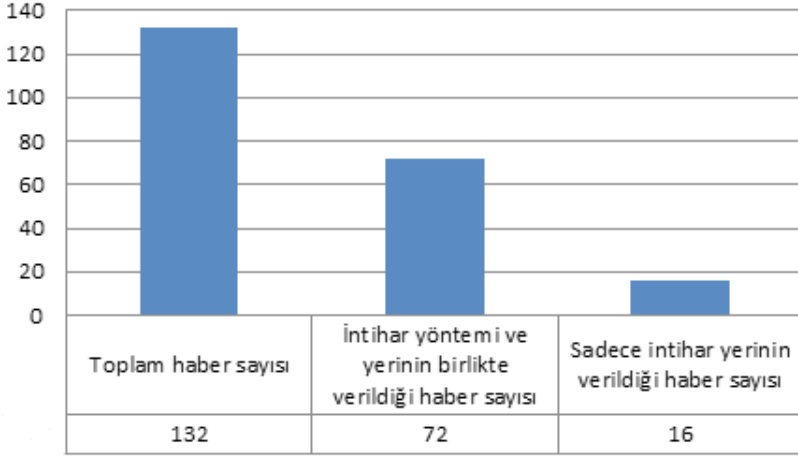


Şekil 2. Örneklem kapsamındaki intihar vakalarına ilişkin haber sayılarının gazetelere göre dağılımı

Şekil 1 ve 2 incelendiğinde; gazetelerin iki vaka arasından Garipoğlu'nun intiharını daha fazla haberleştirdiği görülmektedir. Garipoğlu intiharına ilişkin haberler tüm gazetelerde yer alırken, Pişkin intiharının *Hürriyet*, *Yeni Şafak*, *Zaman* ve *Cumhuriyet* gazetelerinde haberleştirilmediği görülmüştür. Garipoğlu intiharının daha fazla haberleştirilmesinin nedeni olarak, Garipoğlu'nun Türk kamuoyu tarafından tanınan bir kişi olması ve kamu vicdanını yaralayan bir cinayetten hüküm giymesi gibi sebepleri söylemek mümkündür. Garipoğlu intiharı, ek olarak, olayın elit kişilerle ilintili olması haber değeri kriterini de taşımaktadır. Literatürde intihara ilişkin yapılan çalışmalar da, ünlü intiharlarının daha fazla haberleştirildiğini göstermektedir. Garipoğlu intiharını bu kategoride değerlendirmek mümkündür. Dolayısıyla Garipoğlu olayı, Pişkin'in intihar haberi konusunda temkinli davranan *Hürriyet*, *Yeni Şafak*, *Zaman* ve *Cumhuriyet* gazeteleri tarafından da haberleştirilmek durumunda kalmıştır.

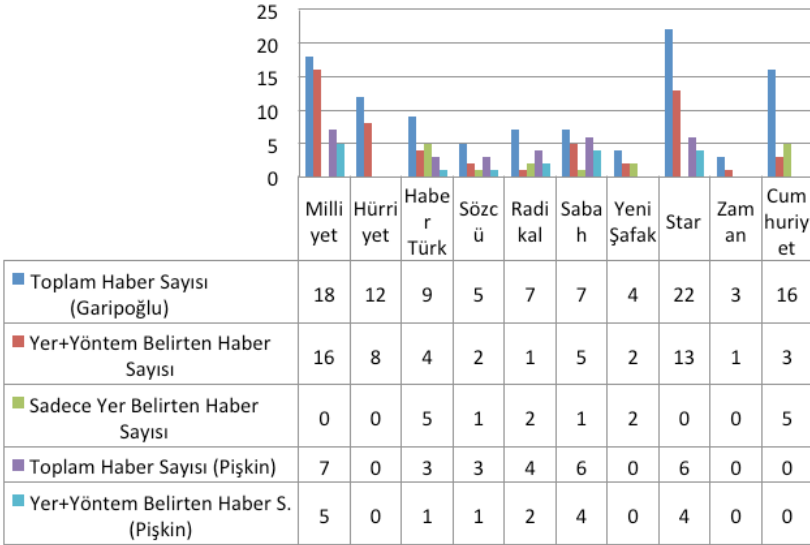
Pişkin'in intiharı ise, bırakılan intihar notu nedeniyle haber değeri bakımından sürpriz içeriğe sahip olma kriterini karşılamaktadır. *Hürriyet*, *Yeni Şafak*, *Zaman* ve *Cumhuriyet*, Pişkin intiharını hiç haberleştirmemeyi tercih ederken, *Milliyet*, *Habertürk*, *Sözcü*, *Radikal*, *Sabah* ve *Star* diğer olaya oranla sayıca daha az olmakla birlikte, Pişkin intiharını haberleştirmeyi tercih etmişlerdir. İki olayı en fazla haber yapan gazeteler; *Star*, *Milliyet* ve *Cumhuriyet*; en az haber yapanlar ise; *Zaman*, *Yeni Şafak* ve *Sözcü*'dür.

İntihar Yöntemi ve Yerinin Haberde Belirtilmesi: DSÖ, intihar haberlerinde, intihar yöntemi/yerinin yer almaması gerektiğini vurgulamaktadır. Şekil 3 ve 4'te her iki intihar edimine ilişkin olarak gazetelerin tutumu yanıtılmıştır.



Şekil 3. İntihar yöntemi ve yerinin verildiği haberlerin sayısal dağılımı

Garipoğlu ve Pişkin intiharlarına ilişkin haberlerin yüzde 54,5'inde intihar yöntemi ve yeri belirtilirken; haberlerin yüzde 12,2'sinde sadece intihar yeri vurgulanmıştır. Haberlerin yüzde 33,3'ünde ise intihar yeri veya yöntemi belirtilmemiştir. Bu haberleri çoğunlukla cenaze haberleri oluşturmaktadır.



Şekil 4. İntihar yönteminin verildiği haberlerin gazetelere göre dağılımı

Şekil 4'te gazetelerin Garipoğlu olayına ilişkin haberlerinin yüzde 68,9'unda intihar yöntemi, yeri veya her ikisini birden verdiği; Pişkin intiharına ilişkin haberlerin ise yüzde 56,6'sında hem intihar yerinin, hem yönteminin açıkça yazıldığı görülmektedir. *Yeni Şafak*, Pişkin olayını hiç haber yapmazken, Garipoğlu'nun intiharına ilişkin 4 haberinin tümünde (yüzde 100) yöntem ve yerden bahsetmiştir. Onu yüzde 87,5 oranı ile *Milliyet*, yüzde 83 ile *Habertürk* izlemektedir. İntihar yöntemi/yerini yazma konusunda etik ilkelere en uygun davranan gazeteler *Zaman*, *Radikal*, *Cumhuriyet* ve *Sözcü* olmuştur. *Zaman*, Pişkin olayını hiç haberleştirmezken, Garipoğlu olayında 3 haber yapmış ve birinde yöntemden bahsetmiştir. *Radikal*, haberlerinin yüzde 45'inde, *Cumhuriyet* ve *Sözcü* ise yüzde 50'sinde yöntem/yer bilgisi vermiştir.

Gazetelerin olayda kullanılan yöntemi/yeri tarif etme derecesine varan şekilde vermesi etik açısından sorunlu ve sonuçları itibariyle intihar vakalarının artmasına katkı sağlayıcı bir haberciliği ortaya çıkarmaktadır. Örneğin *Yeni Şafak*'ta "Çamaşır ipiyle kendini astı" (10.10.2014) başlıklı haberde, yer ve yöntemle ilgili şu ifadeler yer almaktadır:

Garipoğlu başına poşet geçirdikten sonra hava girişini engellemek için çamaşır ipi ile boğazını bağladı. Türkiye'de pek rastlanmayan poşetle idam yöntemi kısa sürede acı çekmeden öldürüyor.

Haberin yöntemi ve nasıl uygulandığını ayrıntılı şekilde sunması, yöntemin sonuca ulaşma konusunda işlevsel olduğunu belirtmesi, intihara meyilli kişiler açısından yol gösterici niteliktedir. Öyle ki haberde poşetle idam yönteminin kısa sürede acı çekmeden öldürdüğü vurgusu yapılarak, yöntemi kullanmaya özendirilen cümleler kullanılmıştır. İntiharların haberleştirilmesinde ideal olan, yöntemden hiç bahsedilmemesidir. Yöntem/yer konusunda etik ilkelere en uygun davranan gazetenin *Zaman* olduğu görülmüştür. *Zaman*, bir başlığı hariç haber başlık ve içeriklerinde intihar kelimesini kullanmamıştır. Onun yerine "ölü bulundu" gibi ifadeler kullanmayı tercih etmiştir.

Pişkin'in intiharında da gazeteler yüzde 56 oranında yöntem/yerden bahsetmiştir. *Milliyet*'in "Mehmet Pişkin Sosyal Medyadan Vasiyetini Paylaşır Kendini Astı" (16.10.2014) başlıklı haberinde ifadeler şöyledir:

Olay, sabah saatlerinde Nişantaşı Orhan Ersek Sokak 27 numaralı apartmanda yaşandı. Yakınları Pişkin'i doğalgaz borusuna iple asılı halde buldu.

Haberin başlığında ‘kendini astı’ ifadesinin kullanılması, haberin içeriğinde apartman numarasına kadar adresin ayrıntılı bir şekilde verilmesi ve yöntem belirtilmesi habercilik etiği bakımından sorunludur.

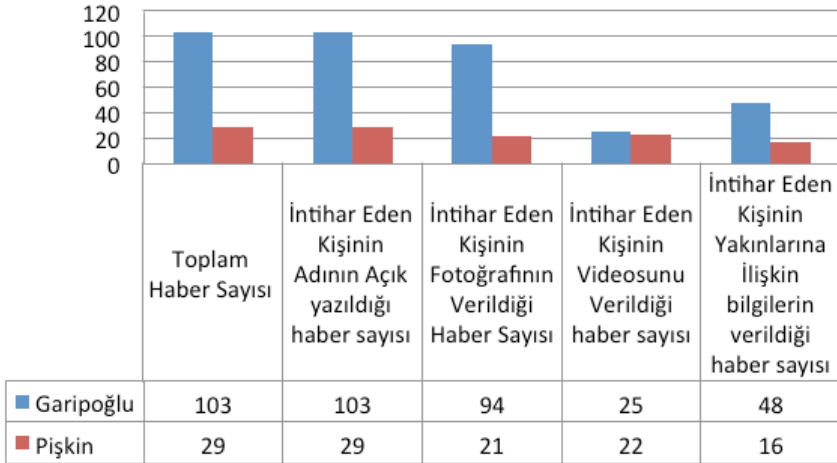


Milliyet, 16.10.2014



Yeni Şafak, 10.10.2014

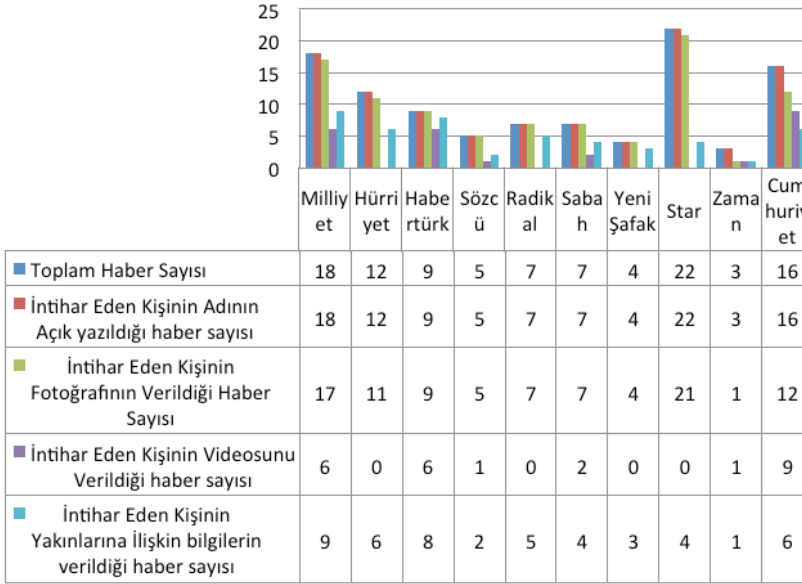
İsmi Açık Yazılması, Fotoğraf ve Video Kullanımı ile Yakınlara İlişkin Bilgilerin Paylaşımı: DSÖ önerilerine göre haberlerde intihar eden kişinin adının açık bir şekilde yazılmaması, fotoğraf/video ile yakınlarına dair görüntü/bilgilerin paylaşılması gerekmektedir. Şekil 5 ve 6 gazetelerin, bu ilkelere uymadığını göstermektedir.



Şekil 5. İntihar eden kişinin kimlik bilgilerinin haberlerde sunumu

Şekil 5'te 132 haberin tamamında (yüzde 100) intihar eden kişinin isminin kodlanmadan yayımlandığı görülmektedir. Haberlerin yüzde 87,1'inde kur-

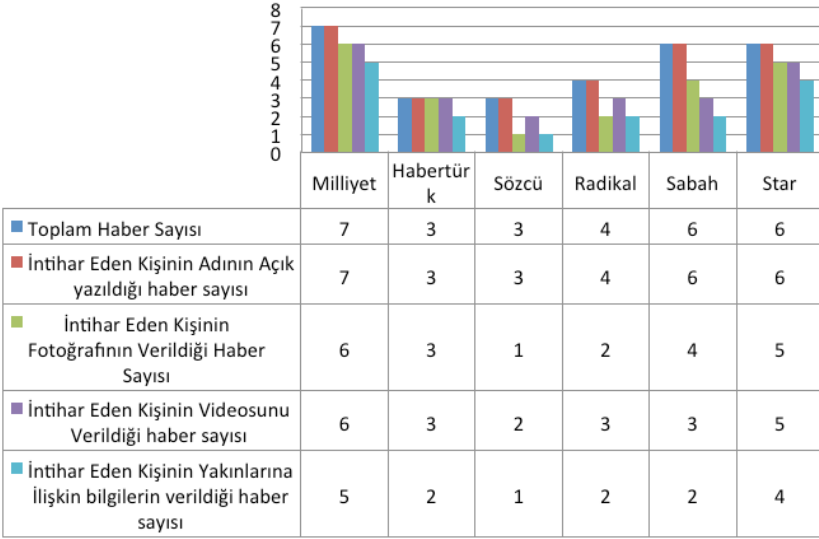
banın fotoğrafı ve yüzde 35,6'sında videosu yer almıştır. İntihar eden kişinin yakınlarına ilişkin bilgilerin kullanıldığı haberlerin oranı ise yüzde 48,4'tür.



Şekil 6. İntihar eden kişinin kimlik bilgilerinin haberlerde sunumu ve gazetelere göre dağılımı (C. Garipoğlu)

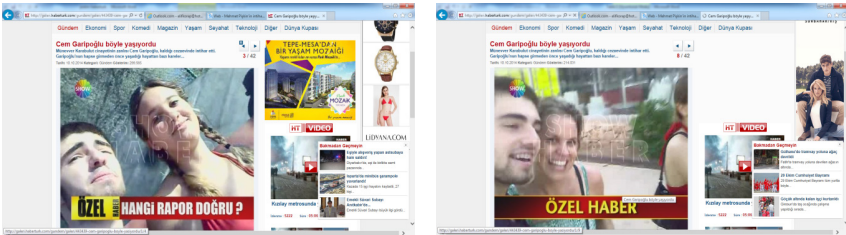
Garipoğlu'nun ismi, tüm gazeteler tarafından açık bir şekilde yayımlanmıştır. Garipoğlu haberlerinin yüzde 91,2'sinde intihar eden kişinin fotoğrafı, yüzde 24,2'sinde videosu ve yüzde 46,6'sında yakınlarına ilişkin bilgilerin kullanıldığı bulunmuştur.

Hürriyet, *Radikal*, *Yeni Şafak* ve *Star* dışındaki gazeteler Garipoğlu'nun ya da ailesinin videosunu yayınlamıştır. Garipoğlu'nun fotoğraflarıyla birlikte, ailesinin, arkadaşlarının, önceki sevgililerinin, Münevver Karabulut ve onun ailesinin fotoğrafları açık bir şekilde kullanılmıştır. *Habertürk* gazetesinin "Cem Garipoğlu Böyle Yaşıyordu" (10.10.2014) başlıklı haberinde, Garipoğlu'nun arkadaşlarının yer aldığı bir foto galeri bulunmaktadır. Garipoğlu'nun Türkiye'de infial yaratan bir cinayetin hükümlüsü olduğu göz önünde bulundurulduğunda, yakınlarının fotoğraflarının açık şekilde verilmesi, onların sonraki yaşantılarını etkileyecek sonuçlara neden olabilecektir. Etik açıdan uygun olan bu fotoğraf /videoların verilmemesidir.



Şekil 7. İntihar eden kişinin kimlik bilgilerinin haberlerde sunumu ve gazetelere göre dağılımı (M. Pişkin)

Hürriyet, Zaman, Cumhuriyet ve *Yeni Şafak*'ta Pişkin intiharı hiç haberleştirilmemiştir. Diğer taraftan habere yer veren tüm gazetelerde Pişkin'in adı açık şekilde yazılmıştır. Haberlerin yüzde 72,4'ünde Pişkin'in fotoğrafı, yüzde 75,8'inde videosu kullanılmıştır. Haberlerin yüzde 55,1'inde Pişkin'in yakınlarının bilgileri bulunmaktadır. Fotoğraf/video paylaşma konusunda en bonkör gazete, haberlerinin tamamında video ve fotoğrafa yer veren *Habertürk*'tür. İkincisi 7 haberin 6'sında fotoğraf ve video kullanan *Milliyet*, üçüncüsü ise 6 haberin 5'inde fotoğraf ve video kullanan *Star*'dır.

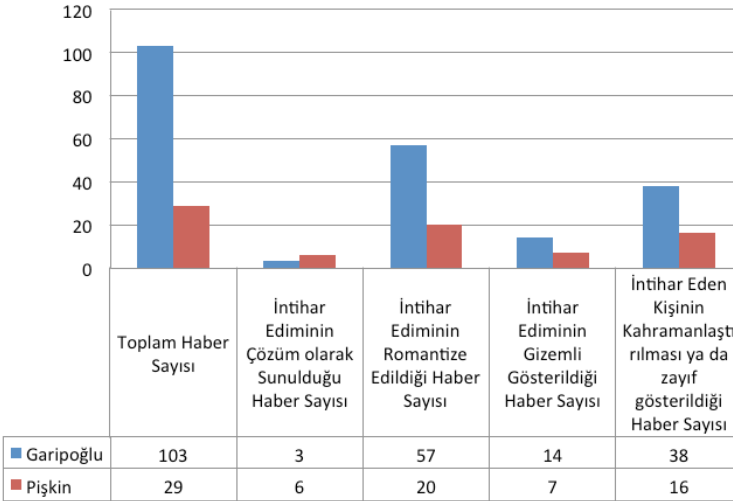


Habertürk, 10.10.2014, "Cem Garipoğlu Böyle Yaşyordu"

Diğer taraftan video içeriğinde Pişkin, hayata karşı umudunun kalmadığını, sorunlarına çözüm bulamadığını, intihar üzerine uzun süredir düşündüğünü söylemektedir ve videoyu izleyen, aynı duygular içerisinde olan kişiler için hayatına son vermek, özendirici bir çözüm gibi görünmektedir.

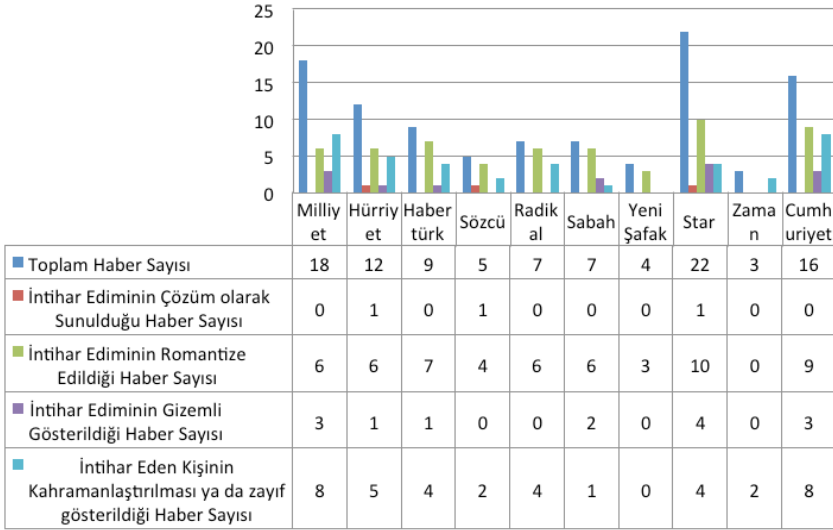
Etik dışı bir başka durum da, Pişkin haberinin yer aldığı tüm gazetelerde yakınlarına ilişkin bilgi/görüntülerin yer almasıdır. *Milliyet*'in "Türkiye'yi sarsan 'elveda' videosu" (17.10.2014) haberinde Pişkin'in annesi ve kardeşinin adı ve fotoğrafları açık olarak verilmiştir. Etik çerçevesinde habercilik için kurbanın ve yakınlarının fotoğraflarının, kimlik bilgilerinin, adreslerinin, yaptıkları işlerin açık şekilde verilmemesi gerekmektedir.

İntiharın Romantize Edilmesi, Çözüm Olarak ya da Gizemli Gösterilmesi ve Kişinin Sunumu: DSÖ gazetecilere, intiharın duygusal olarak ele alınmaması, haberin kısa tutulması, abartılı ve öyküleştireci ifadelerden kaçınılması (romantize edilmemesi), intiharın açıklanamaz bir olaymış ya da sorunlardan kurtulmak için çözümmüş gibi gösterilmemesi gerektiği yönünde uyarılarda bulunmaktadır. Bir başka husus ise intihar kurbanlarını ve davranışını öven ifadelerden kaçınılması gerektiğidir. Şekil 8'de gazetelerin söz konusu uyarılara ne kadar uyduğuna dair fotoğraf ortaya konmuştur.



Şekil 8. İntiharın çözüm olarak ya da gizemli sunulduğu, romantize edildiği, kişinin kahramanlaştırıldığı/zayıf gösterildiği haberlerin Garipoğlu ve Pişkin örneklerine dağılımı

Haberlerin yüzde 58,3'ünde intihar haberi verilirken kişinin yaşam öyküsünün ve onu intihara sürükleyen gelişmelerin anlatılarak olayın romantize edildiği görülmüştür. En çok yapılan etik ihlallerden biri intihar eden şahsı zayıf ya da kahraman gibi gösteren ifadeler kullanılmasıdır. İntihar eden kişiyi kahramanlaştıran ifadelerin yer aldığı haberlerin oranı yüzde 40,9'dur. Haberlerin yüzde 15,9'unda ise intiharın gizemli gösterildiği tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara bakılarak Türk medyasının intihar eylemini çözüm gibi göstermeme konusunda daha duyarlı davrandığını söylemek mümkündür. Haberlerden sadece yüzde 6,8'inde intiharı bir çözüm olarak gösteren ifadeler yer verilmiştir.



Şekil 9. İntiharın çözüm olarak ya da gizemli sunulduğu, romantize edildiği, kişinin kahramanlaştırıldığı/zayıf gösterildiği haberlerin gazetelerde dağılımı (C. Garipoğlu)

Garipoğlu intiharını romantize edici en fazla haberin *Star* (10), *Cumhuriyet* (9) ve *Habertürk*'te (7) yayımlandığı görülmektedir. *Zaman*'ın ise haberlerinde romantize etme yaklaşımını sergilemediği belirlenmiştir. Garipoğlu örneğinde, intihar eden kişiyi kahraman/zayıf gösterici ifadelerin en fazla kullanıldığı gazeteler *Cumhuriyet* (8) ve *Milliyet*'tir (8). Kişinin sunumuyla ilgili en az etik ihlal yapanlar *Yeni Şafak* (0) ve *Sabah* (1) olmuştur.

- Özel, Deniz, Türk Medyasının İntihar Haberlerini Sunumunda Etik Sorunlar: Cem Garipoğlu ve Mehmet Pişkin İntiharları •

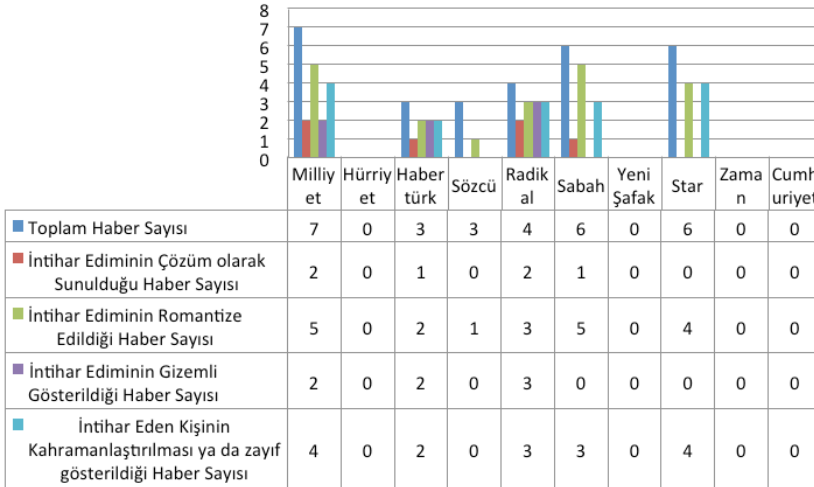


Milliyet, 16.10.2014



Habertürk, 16.10.2014

Gazetelerin diğer etik ihlallere göre intihar eylemini gizemli gösterme ve çözüm gibi sunma konusunda daha dikkatli yayın gerçekleştirdikleri belirlenmiştir. Yine de intiharın gizemli gösterilmesiyle ilgili bulgulara bakıldığında bu etik ihlalin yapıldığı en fazla haberin *Star* (4), *Cumhuriyet* (3) ve *Milliyet*'te (3) yayımlandığı söylenebilecektir. *Sözcü*, *Radikal* ve *Yeni Şafak*'ın ise intiharı gizemli gösteren türde haber yayımlamadıkları belirlenmiştir. İntiharı çözüm olarak sunan haberlerin sayısı ise çok az bulunmuştur. *Star*, *Hürriyet* ve *Sözcü* gazetelerinde bu türden ifadelerin yer aldığı birer haber yayımlandığı tespit edilmiştir.



Şekil 10. İntiharın çözüm olarak ya da gizemli sunulduğu, romantize edildiği, kişinin kahramanlaştırıldığı/zayıf gösterildiği haberlerin gazetelerde dağılımı (M. Pişkin)

Pişkin'in intiharının romantize edildiği en fazla sayıda haber *Milliyet* (5), *Sabah* (5) ve *Star*'da (4) yayımlanmıştır. Pişkin vakasında kurbanın sunumuyla ilgili kahramanlaştırıcı ya da zayıf gösterici ifadelerin yer aldığı en çok haber *Milliyet* (4) ve *Star*'da (4) yayımlanmıştır. Pişkin haberlerinde, kişinin sunumunda kahramanlaştırma ya da zayıf gösterme ifadeleri kullanmayan tek gazete ise *Sözcü*'dür. *Radikal* (3), *Habertürk* (2) ve *Milliyet* (2) haberlerinde intihar eylemini gizemli gösteren ifadeler yer verirken; *Radikal* (2), *Milliyet* (2), *Sabah* (1) ve *Habertürk*'te (1) intiharın bunalım sonucu gerçekleştiğine yönelik basitleştirici ifadelerin yer aldığı haberlerin yayımlandığı saptanmıştır.

İhlallerle ilgili örnekler şöyledir: *Milliyet*'in "Musalla taşında kimsesiz kaldı" (12.10.2014) haberinde cenazenin cami avlusundaki ıssız fotoğrafı yayımlanarak intihar haberinin sunumuna duygusal boyut katılmıştır. *Hürriyet*'te 10.10.2014'te yayımlanan "Cem Garipoğlu Biyografisi ve Hayat Hikâyesi" başlıklı haber ise romantize etmeye bir başka örnektir. Haber intiharı duyurmakla yetinmemiş, kurbanın bütün yaşamını okurların bilgisine sunmuştur. *Milliyet*'in "Pişkin'in intihar videosu şoke etti!" (20.10.2014) haberinde, Pişkin'in ölmeden önce arkadaşlarıyla çekilmiş neşeli videoları paylaşılmış ve intihar romantize edilmiştir.

Gazeteler, intiharın gizemli gösterilmesi konusunda da çok sayıda etik dışı yayın gerçekleştirmiştir. *Milliyet*'in, "Türkiye'yi sarsan elveda videosu" (17.10.2014) başlıklı haberinde şu ifadeler yer almaktadır:

Nişantaşı'nda konuştuğumuz dostları Pişkin'in son derece neşeli bir insan olduğunu dile getirdi. Pişkin'in yakın arkadaşı Elif Bilgin, 'Mehmet hayat dolu bir insandı' derken Deniz Oktar, 'Neşe dolu bir insandı. Çok üzgünüz' diye konuştu.

Bu haber kişinin intihar etmek için hiçbir nedeni yoktu mesajını vererek intihar eylemini gizemli göstermektedir.



Zaman, 11.10.2014



Sabah, 10.10.2014

İncelenen haberlerde kişinin sunumu konusunda da etik dışı yaklaşımlar bulunduğu belirlenmiştir. *Radikal*'de yer alan "Ahmet Hakan: İntihar konusunda fikrim değişti" (20.10.2014) başlıklı haber, intihar eden kişinin sunumuyla ilgili kahramanlaştırma ya da zayıf göstermeye önemli bir örnektir:

Gazetemizin yazarı Dr. Alper Hasanoğlu yazdı: İntihar Ahmet Hakan'ın iddia ettiği gibi yenilgi, cesaretsizlik, korkaklık değildir kesinlikle. Keşke öyle yazmasaydı Ahmet Hakan. Çünkü ölen genç adamın bir ailesi var.

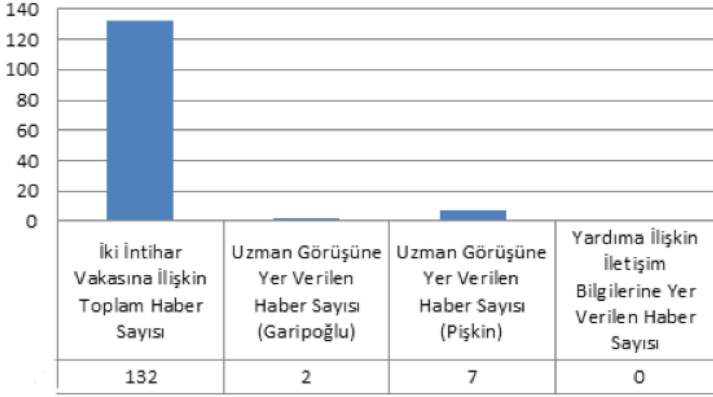
Milliyet ise "Bu videoyu çekti, intihar etti" (16.10.2014) başlıklı haberde okurların Twitter'da yazdığı yorumları haber yapmıştır:

Saygı duymadan da edemedim, en son yakın arkadaşımı aniden kaybettiğimde bu kadar uyuşmuş hissetmişim. ...Belli ki bir bildiği var. ... Gitmek bu kadar naif, aynı zamanda cesurca olmamıştı. ...Adamı tanımasam da hayran oldum.

Haberdeki okur yorumları kurbanın kahraman gibi gösterilmesine aracılık etmektedir.

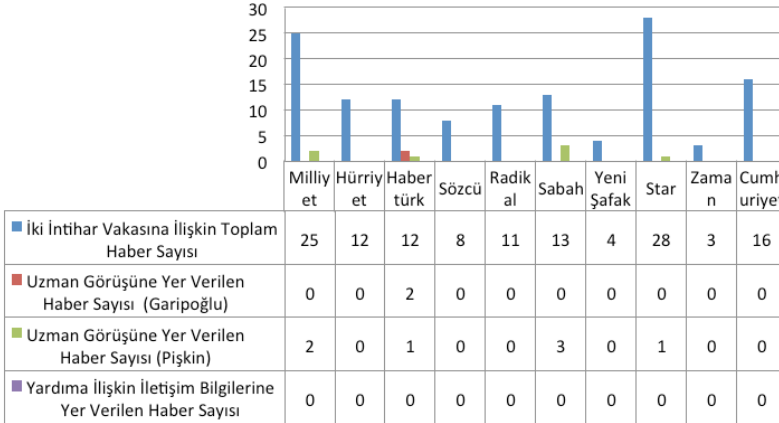
Star'da yayımlanan "Cem Garipoğlu neden intihar etti" (10.10.2014) başlıklı haber ise intiharı bir çözüm olarak gösterme yaklaşımına örnek teşkil etmektedir. "Garipoğlu'nun intihar etmesinden sonra neden kendini öldürdüğü akıllara geldi. Vicdan rahatsızlığı mı yoksa başka bir şey mi? ifadesi, intiharı bir suçun aklanması için gerçekleştirilen bir eylem olarak sunmaktadır. Haberde intihar, vicdanını temizlemek isteyen bir insanın eylemi olarak gösterilmektedir. *Sabah*'ta yer alan, "İntihar videosu ne anlama geliyor?" (17.10.2014) başlıklı haberde ise "Yaşadığı olaylar nedeniyle bunalıma girmesi, onu intihara sürükledi" ifadesi yer almaktadır. Haberde intihar, çözüm olarak gösterilmekte ve basitleştirilmektedir.

Uzman Görüşüne ve İletişim Bilgilerine Yer Verilmesi: Garipoğlu ve Pişkin intiharlarına ilişkin 10 gazetenin çevrimiçi versiyonlarında yer alan haberlerin kaçında uzman görüşü ve yardım kuruluşlarının iletişim bilgilerinin yer aldığı Şekil 11’de gösterilmektedir.



Şekil 11. İntihar vakalarına ilişkin uzman görüşünün ve yardıma ilişkin iletişim bilgilerinin yer aldığı haber sayısı

Garipoğlu ve Pişkin intiharlarına ilişkin haberlerin sadece yüzde 6,8’inde uzman görüşüne yer verilmiştir. Öte yandan haberlerin hiçbirinde yardım alınabilecek kuruluşlara ilişkin iletişim bilgilerinin verilmediği tespit edilmiştir.¹¹



Şekil 12. İntihar vakalarına ilişkin uzman görüşünün ve yardıma ilişkin iletişim bilgilerinin yer aldığı haber sayılarının gazetelere göre dağılımı

Garipoğlu haberlerinin yüzde 1,5 ve Pişkin haberlerinin yüzde 5,3'ünde bir uzmanın intiharla ilgili görüşlerine yer verildiği görülmektedir. Söz konusu haberlerde intihar eğilimli kişilerin yardım alabilecekleri kurumların isim ve iletişim bilgileri yer almamıştır.

Haberlerin detayına inildiğinde ise uzman görüşünün de etik ilkeler doğrultusunda yansıtılmadığı belirlenmiştir. *Habertürk*'ün “Güle güle Mehmet” (16.10.2014) başlıklı haberinde uzman görüşü şu şekildedir:

Psikoterapistim Alper Hasanoğlu'nu aradım: ‘İntihar kararı alan bir kişi sakinleşir. Bütün problemlerine çözüm bulunduğunu düşündüğü için neşeli, dışadönük tarafları ortaya çıkabilir. Bu kararı aldıktan sonra acı çekmezler.

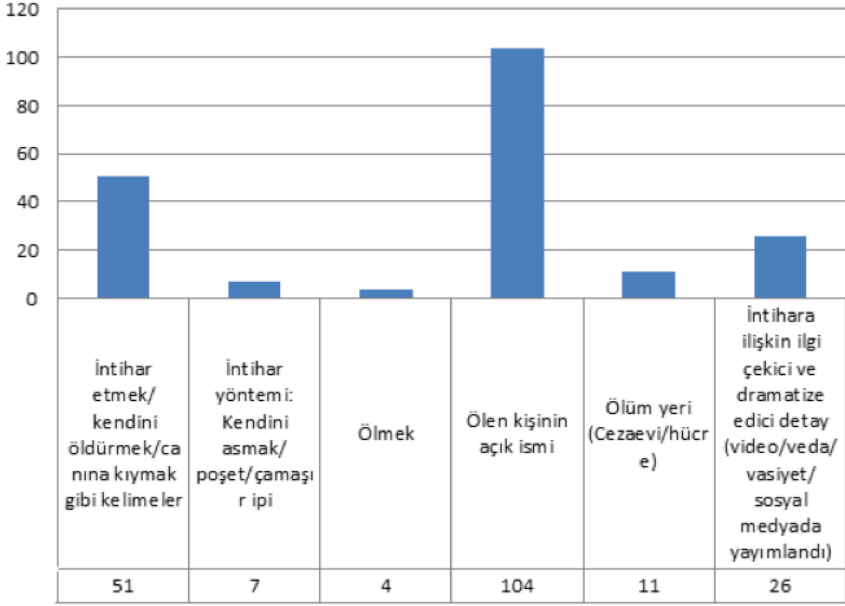
Aktarılan uzman görüşü, intihar eğilimli kişileri caydırıcı nitelik taşımadığı gibi intiharı çözüm olarak sunmaktadır.

Sabah Gazetesi'nin 17.10.2014 tarihli “Nihat Hatipoğlu²² intihar hakkında konuştu” başlıklı haberinde ise şu görüşlere yer verilmektedir:

İntihar büyük günahlardandır. İntihar eden katil olmuş olur. Kendisini öldürmüş olsa da katildir. Çünkü kendisi hakkındaki hükmü, Yüce Allah'a bırakmalıydı. Yine de intihar eden dinden çıkmaz.

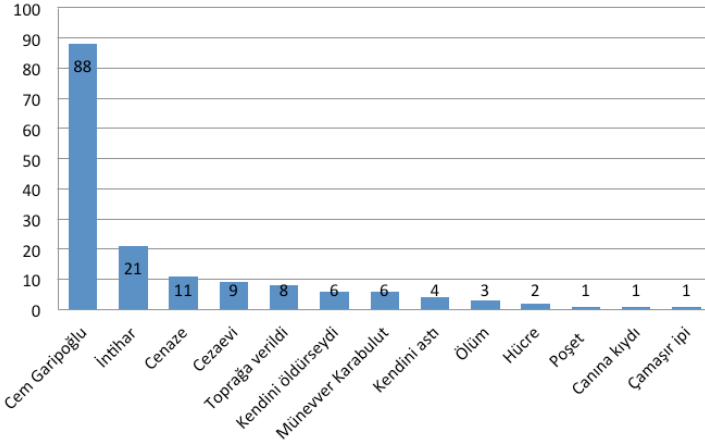
Haberde uzman bir psikiyatristin görüşü alınmamış, yine intihar eğilimli kişilerin nasıl yardım alabilecekleri ifade edilmemiştir.

Haber Başlıklarında En Fazla Tekrar Eden Kelimeler: DSÖ, intihar haberlerine ilişkin başlıklarda intihar kelimesinin, yer ve yöntemle ilişkin bilgilerin, kurbanın isminin açık yazılmaması gerektiğini belirtmektedir. Bu bağlamda Garipoğlu ve Pişkin intiharına ilişkin haber başlıkları incelenmiştir.



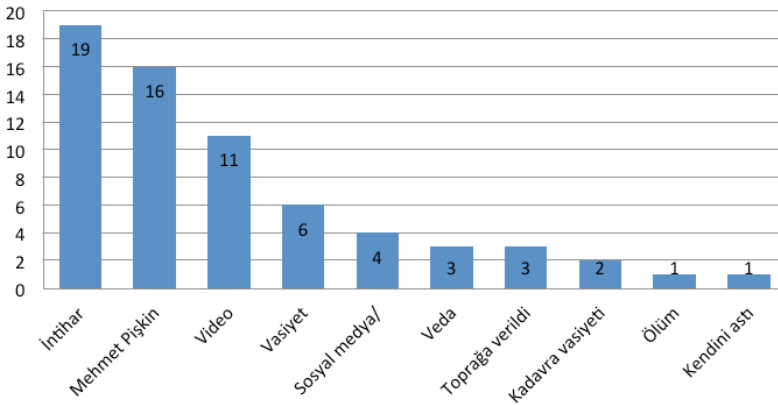
Şekil 13. Garipoğlu ve Pişkin haber başlıklarında DSÖ'nün uyarılarına ve etik ilkelere uymayan kelimelerin dağılımı

Garipoğlu ve Pişkin intiharına ilişkin toplam 132 haberin yüzde 78,7'sinde intihar eden kişinin isminin haber başlığında açıkça yazıldığı belirlenmiştir. Haberlerin yüzde 38,6'sında başlıkta “intihar etmek/canına kıymak/kendini öldürmek” gibi doğrudan intihar eylemini duyuran ifadeler kullanılmıştır. Yine haberlerin yüzde 19,6'sında intihar haberinin okunmasını artırmaya yönelik dramatize edici detayların (“veda videosunu sosyal medyada yayımladı” vb.) yer aldığı saptanmıştır. Kişinin intihar ettiği yerin başlıkta geçtiği haber oranı yüzde 8,3 iken; “Kendini astı, poşetli intihar” gibi intihar yöntemini doğrudan veren başlık oranı ise yüzde 5,3'tür. İntihara hiç vurgu yapmadan sadece kişinin hayatını kaybettiğini ifade eden başlık oranı ise yüzde 3 olarak bulunmuştur.



Şekil 14. Garipoğlu haber başlıklarında en fazla geçen kelimeler ve tekrar sayıları

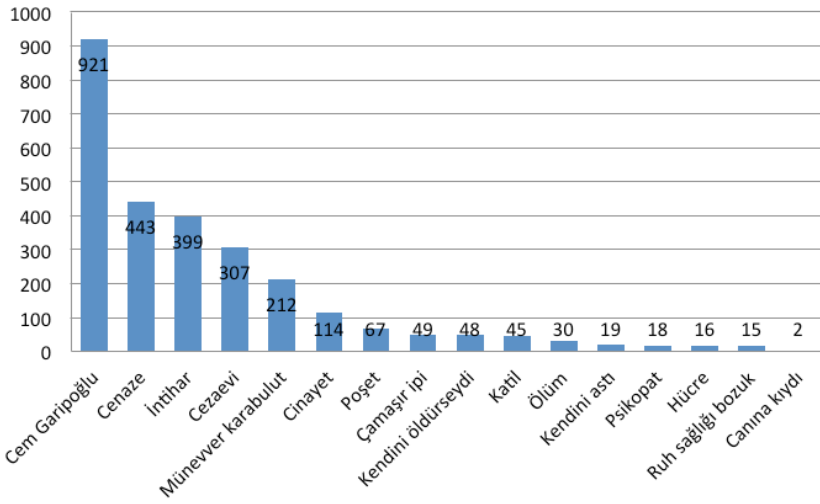
Garipoğlu intiharıyla ilgili başlıklar tarandığında en fazla tekrar eden kelimeler Cem Garipoğlu, intihar, cenaze ve cezaevi olarak bulunmuştur. Bunun nedeni haberlerin intiharı duyuran ve sonrasında da cenazesini konu alan içeriklere sahip olmasıdır. Garipoğlu'nun öldüğü yeri ifade eden cezaevi ve cinayete kurban giden sevgilisi Münevver Karabulut'un ailesiyle ilgili kelimeler de başlıklarda öne çıkanlar arasında yer almıştır.



Şekil 15. Pişkin haber başlıklarında en fazla geçen kelimeler ve tekrar sayıları

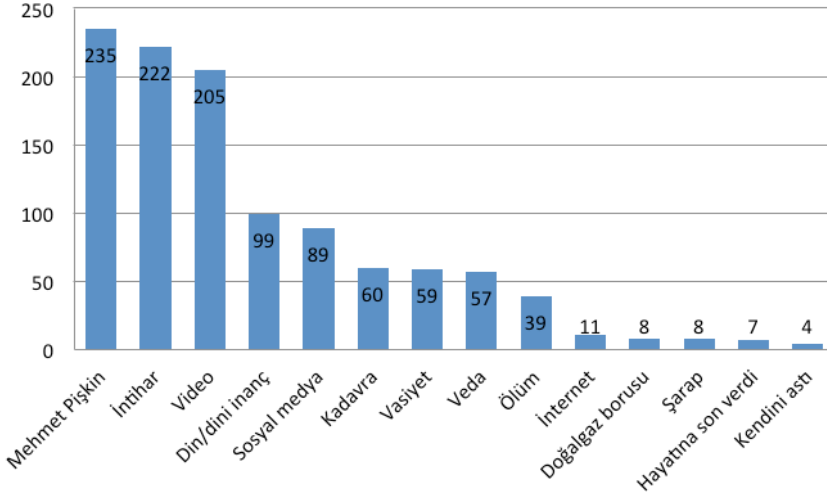
Pişkin intiharında başlıkta en fazla kullanılan kelimeler intihar, Mehmet Pişkin, video ve vasiyet olmuştur. Gazeteler için bu intiharı diğerlerinden farklılaştırarak haber olmasını sağlayan özellik Pişkin'in veda etmek için bıraktığı videodur. Bu ilginç veda da haber başlıklarına yansımıştır.

Haber İçeriklerinde En Fazla Tekrar Eden Kelimeler: Garipoğlu intiharına ilişkin haber metinlerinde en sık kullanılan kelimeler incelendiğinde; gazetelerin intihar haberlerinin verilmesinde DSÖ'nün önerilerine uymadığı hipotezi bir kez daha doğrulanmaktadır.



Şekil 16. Garipoğlu haberlerinde en çok tekrarlanan kelimelerin dağılımı

Garipoğlu olayında, Cem Garipoğlu ve cenaze kelimelerinden sonra en sık kullanılan kelime intihar olmuştur. Bunun yanında, poşet, çamaşır ipi, kendini astı kelimeleri de sıkça kullanılmıştır. Kelimelerin tümü, intihar yöntemini ayrıntılı bir şekilde açıklamaya yöneliktir. Cezaevi, Münevver Karabulut, cinayet, katil, psikopat, ruh sağlığı bozuk kelimeleri ise, Garipoğlu'nu ve hüküm giydiği olayı tanımlamak için sıkça kullanılmıştır ve olayı romantize etmektedir.



Şekil 17. Pişkin haberlerinde en çok tekrarlanan kelimelerin dağılımı

Pişkin haberlerinde en sık kullanılan kelimeler; Mehmet Pişkin, intihar, video, dini inanç olmuştur. Pişkin olayına ilişkin sık kullanılan kelimelerde dikkat çeken hususlar; gazetelerin olayı ‘intihar’ kelimesini kullanarak haberleştirmeleri, Pişkin’in herhangi bir dine mensup olmadığına ilişkin sözlerinin ve veda videosunun sıkça vurgulanması, böylece habere dramatik bir boyut katılmasıdır.

Türk medyasının, Garipoğlu ve Pişkin intiharlarını haberleştirirken, başlıkta ve içerikte kurbanın ismini açıkça yazma, intihar eylemini doğrudan başlıkta verme ve intihar yeri/yöntemini belirtme konusunda etik dışı davrandıkları sonucuna ulaşmıştıdır.

Sonuç ve Tartışma

İntihar vakaları farklılıklar göstermekle birlikte, negatif unsurlar içermesi, insanla ilgili ve sürpriz içeriğe sahip olması gibi haber değeri kriterlerini (Harcup ve Deirdre 2001) barındırması bakımından basın kuruluşlarınınca haberleştirilmektedir. Bir insanın kendi yaşamına son vermesini kamuoyuna duyurmak başlı başına intihara meyilli kişiler için özendirici bir durumken, bir de medyanın bunu yaparken kullandığı dile özen göstermemesi, teşvik edici bir haber söylemi oluşturması, yönetime ilişkin bilgileri ayrıntılı bir şekilde vermesi gibi etik ihlaller, kopya intiharların artmasına neden olabil-

mektedir. İntihar haberlerinin verilmesiyle ilgili ideal habercilik tutumu, bu vakaların ünlü kişiler dışında hiç duyurulmaması ya da yorumuz, nötr bir haber diliyle sunulmasıdır.

Bu araştırmada, *Milliyet*, *Hürriyet*, *Habertürk*, *Sözcü*, *Radikal*, *Sabah*, *Yeni Şafak*, *Star*, *Zaman*, *Cumhuriyet* gazetelerinin çevrimiçi versiyonlarında Ekim 2014'te yayımlanan Cem Garipoğlu ve Mehmet Pişkin intiharlarına ilişkin haberlerin, DSÖ'nün önerileri ile meslek etik ilkelerine uyup uymadığı saptanmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulgular diğer araştırma sonuçlarıyla karşılaştırılarak tartışılmış ve Türk medyasına yönelik öneriler paylaşılmıştır.

Araştırma kapsamına alınan gazetelerin çevrimiçi versiyonlarında, farklı zamanlarda meydana gelen iki intihar vakasından, kız arkadaşı Münevver Karabulut'u öldürdüğü için 24 yıl hapse mahkum olan Garipoğlu ve Facebook'ta 13 dakikalık bir veda videosu yayımladıktan sonra hayatına son veren Pişkin intiharlarıyla ilgili, toplam 132 haber bulunmuştur. Haberlerden 103'ü Garipoğlu, 29'u ise Pişkin intiharını konu almaktadır. Garipoğlu intiharı, 10 gazetenin tamamında yer alırken; Hürriyet, Yeni Şafak, Zaman ve Cumhuriyet gazetelerinin sorumlu bir editoryal politika izleyerek Pişkin intiharı konusunda yayın yapmadığı tespit edilmiştir. DSÖ önerileri ve meslek etik ilkeleri bağlamında diğer etik ihlallere ilişkin bulgular şöyledir:

Yer ve yöntemin belirtilmesi: Garipoğlu ve Pişkin intiharlarına ilişkin haberlerin yüzde 54,5'inde intihar yöntemi ve yeri belirtilirken, yüzde 12,2'sinde sadece intihar yeri vurgulanmıştır. İntihar yeri ve yöntemine ilişkin bilgi vermeyen haberlerin oranı ise yüzde 33,3'tür.

İsmin açık yazılması, fotoğraf ve video kullanılması, yakınlarına ilişkin bilgilere yer verilmesi: İncelenen gazetelerin tümünde hem Pişkin, hem Garipoğlu intiharına ilişkin haberlerin tamamında (yüzde 100) kişinin adının açık şekilde yazıldığı görülmüştür. Haberlerin yüzde 87,1'inde intihar eden kişinin fotoğrafı ve yüzde 35,6'sında videosu yer almıştır. Kurbanın yakınlarına ilişkin bilgilerin kullanıldığı haberlerin oranı ise yüzde 48,4'tür.

Romantize etme, gizemli ya da çözüm gibi gösterme, kişiyi kahramanlaştırma ya da zayıf sunma: Haberlerin yüzde 58,3'ü intihar haberini duygusal bir tonda ele almış ve romantize etme yaklaşımını sergilemiştir. İntihar eden kişinin kahramanlaştırıldığı ya da zayıf gösterildiği haberlerin oranı

yüzde 40,9 bulunmuştur. Haberlerin yüzde 15,9’unda intihar eyleminin gizemli gösterildiği tespit edilmiştir. Haberlerin yüzde 6,8’inde ise intihar bir çözüm olarak gösterilmiştir.

Uzman görüşü: Garipoğlu ve Pişkin intiharlarına ilişkin haberlerin yüzde 6,8’inde uzman görüşü yer alırken, haberlerin hiçbirinde yardım alınabilecek kuruluşların isimleri ve iletişim bilgileri verilmemiştir.

Başlıkta en çok geçen kelimeler: Garipoğlu ve Pişkin intiharına ilişkin haberlerin yüzde 78.7’sinde kurbanın ismi başlıkta kodlanmadan kullanılmıştır. Başlıkların yüzde 38,6’sında olay, “intihar etmek/canına kıymak/kendini öldürmek” gibi kelimelerle duyurulmuştur. Haberlerin yüzde 19,6’sında intihar haberinin okunmasını artırmaya yönelik detaylara (“veda videosunu sosyal medyada yayımladı” vb.) yer verilmiştir. Kişinin intihar ettiği yerin başlıkta geçtiği haber oranı yüzde 8,3’tür. İntihar yöntemini (kendini astı, poşetli intihar vb.) başlıkta veren haber oranı yüzde 5,3 iken, intihara vurgu yapmadan sadece kişinin hayatını kaybettiğini ifade eden başlık oranı ise yüzde 3 olarak tespit edilmiştir.

Haber içeriğinde en çok geçen kelimeler: Haberlerin içeriğinde en fazla geçen kelimeler sırasıyla “Cem Garipoğlu, intihar, cenaze, cezaevi, Mehmet Pişkin, Münevver Karabulut, video, cinayet ve dini inanç” olarak bulunmuştur. “Poşet, çamaşır ipi” gibi intiharın yöntemi ve kullanılan araçla ilgili kelimelerin haberde en sık tekrar eden kelimeler arasında yer alması etik ilkelere uyulmadığını göstermektedir.

Bulgular bir arada değerlendirildiğinde Garipoğlu intiharının Pişkin intiharından daha fazla haber yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Garipoğlu intiharının daha fazla haberleştirilmesinin nedeni kanımızca, Garipoğlu’nun Türk kamuoyu tarafından tanınan bir kişi olması ve kamu vicdanını yaralayan bir cinayetten hüküm giymesidir. Garipoğlu, ünlü ve zengin bir ailenin bireyi olarak haber değeri bağlamında elit kişi kriterini de karşılamaktadır.

Garipoğlu, kız arkadaşını vahşi bir yöntemle öldürmüş, cesedi ise çöpe atmıştır. Bu cinayet, kamu vicdanını yaralamış ve toplumda dikkatle takip edilen bir davaya dönüşmüştür. Böyle bir davanın sonucunda cinayet işleyen kişinin adil bir şekilde yargılanıp yargılanmadığı, cezasını çekip çekmediği konusunda medyanın takipçi olarak kamuoyunu bilgilendirmesi beklenen bir süreçtir. Böylesi bir cinayetten hükümlü bir kişinin cezaevindeki ölümü

haber değeri taşımaktadır ve kanımızca böyle bir bilginin kamuoyundan saklanması mümkün değildir. Sıralanan gerekçelerle, medyanın Garipoğlu'nun ölümünü haber yapması mesleki bir zorunluluktur. Ancak, bu zorunluluk medyanın intihar haberini “sunma biçimi”ne ilişkin etik ilkeleri ihlal ettiği gerçeğini yok saymaya yetmemektedir.

Pişkin intiharının ise kanımızca hiç haberleştirilmemesi gerekmektedir. Dört gazete (*Hürriyet, Yeni Şafak, Zaman ve Cumhuriyet*) bu konuda duyarlı bir yayın politikası izlemiş ve konuyu haber yapmamıştır. Ancak diğer gazetelerin tamamının çevrimiçi versiyonlarında Pişkin intiharının veda videosuyla birlikte ve hiçbir etik ilkeye uymadan kullanıldığı tespit edilmiştir.

Araştırmamızın sonuçları, diğer çalışmalarla kıyaslandığında, elde ettiğimiz bulgular dünyada yapılan çalışmalardan farklı bulunmuştur. Örneğin Pirkis vd. (2009) 2000 ile 2006 yılları arasında Avustralya'da yayımlanan intihar haberleri üzerine yaptıkları araştırmada, uygulamaya konulan etik ilkelerin haber kalitesini iyileştirdiği sonucunu elde etmiştir. Niederkrötenhaler vd. (2007) ise Avusturya'da gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda intihar haberlerine ilişkin medya rehberlerinin tanıtımının ardından metroda gerçekleşen intihar ve intihar girişimi sayılarının ilk altı ayda yüzde 80 düştüğünü bulmuştur. Bohanna ve Wang ise (2012) sorumlu intihar haberciliği için hazırlanan kuralların, gazetecilerin farkındalığını artırdığını, daha sorumlu haber yapılmasını sağladığını ve kopya intiharların azalmasına etki ettiğini söylemektedir. Oysa elde ettiğimiz bulgular, DSÖ'nün 2004 yılında intihar haberlerinin sunumuna ilişkin Türkçe olarak yayımladığı ilkeler, yasal düzenlemeler ve meslek ilkelerinin Türk medyasında uygulama bazında yeterli karşılığı bulamadığına işaret etmektedir.

İntihar haberlerine ilişkin medya rehberleri farklı ülkelerde haber kalitesinin iyileşmesine etki ederken, söz konusu rehberlerin Türk medyasının haber kalitesinde yeterli bir iyileşmeye yol açmamasının nedeni kanımızca, DSÖ kriterlerinin basın kurumlarında yeterince duyurulamaması ve konunun gazetecilerce içselleştirilmemesidir.

Sonuç olarak gazetecilerin intihar vakalarının etik ilkeler doğrultusunda haberleştirilmesine yönelik önerilerimizi 8 maddede özetlemek mümkündür:

- Başlıkta/ içerikte intihar yeri/yöntemi belirtilmemeli,
- İntihar haberi öyküleştirerek sunulmamalı,

- Fotoğraf /video kullanılmamalı,
- Ünlü bir kişi olmadığı takdirde kurbanın ismi kodlanmalı,
- Yakınlarına ilişkin fotoğraf, bilgi, görüşlere haberde yer verilmemeli,
- Okuduđu okul/çalıştığı kurumun ismi yazılmamalı,
- İntihar eylemi gizemli ya da çözüm olarak sunulmamalı,
- Haberlerde uzman görüşü ile yardım alınabilecek kurumların iletişim bilgilerine yer verilmelidir.

Diğer taraftan intihar haberlerinin etik olmayan biçimde sunulmasının yarattığı sonuçların ciddiyeti değerlendirildiğinde, kanımızca konuyla ilgili daha ciddi çalışmaların yapılması önem arz etmektedir. Buna göre önerilerimiz şu şekildedir:

1. **Yeni bir etik çerçeve çizilmesi:** Medya etiği alanında çalışan bilim insanları ve aktif gazetecilerin katılımı ile arama toplantıları yapılmalıdır. DSÖ'nün standartlarını kısıtlayıcı bulan ve işin uygulama kısmında yer alan gazeteciler ile araştırmacılar, ortak akıl arayışları sonucu en uygulanabilir etik ilkeleri yeniden belirlemede birlikte hareket etmelidir.
2. **Pilot eğitim:** Ortaya konan yeni etik çerçeve konusunda, gazetecilere yönelik eğitim ve workshopları kapsayan pilot uygulama gerçekleştirilmeli ve uygulama öncesi ve sonrası davranış değişiklikleri ile haber ürünleri incelenerek çalışmanın etkinliği ortaya konmalıdır.
3. **Eđitimin yaygınlaştırılması:** Pilot uygulamanın etkinliğine göre gazetecilere yönelik eğitim yaygınlaştırılmalıdır.
4. **Ortak bildiri yayımlanması:** Ulusal gazetelerin ortak bildiri yayımlayarak belirlenen etik çerçeveyi uygulamaya koyacaklarını kamuoyu ve okurlarına taahhüt etmeleri hedeflenmelidir.
5. **Müfredatta yenilik:** İletişim fakülteleri müfredatlarında medya etiği dersleri kapsamında ya da ayrı olarak intihar haberlerine ilişkin uygulamalı haber yazım çalışmalarına yer verilmelidir.

Bu çalışma, Türk medyasında intihar haberlerinin etik değerlere ne derece uyduğunu ortaya koymayı ve uygulamaya yönelik öneriler getirmeyi amaçlamıştır. Bundan sonra, gazetecilerin etik değerler konusundaki farkındalıklarını tespit etmeye yönelik yeni araştırmalar yapılabileceği düşünülmektedir.

Açıklamalar

- 1 Türkiye Psikiyatri Derneği, Tel: (0312) 468 74 97, <http://www.psikiyatri.org.tr>; Türk Psikologlar Derneği, Tel: (312) 425 67 65, <http://www.psikolog.org.tr/>
- 2 Dicle Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Hadis ABD Öğretim Üyesi Prof. Dr. Nihat Hatipoğlu, özel TV kanallarında gerçekleştirdiği “Ramazan Sohbetleri” ile kamuoyunda tanınan bir ilahiyat uzmanı haline gelmiştir.

Kaynaklar

- Ashton, John R. and Stuart Donnan (1981). “Suicide by burning as an epidemic phenomenon: An analysis of 82 deaths and inquests in England and Wales in 1978–9”. *Psychological Medicine* 11: 735-739.
- Aydoğan, Derya (2013). “Türkiye’de Dijital Gazetecilik: Habertürk ve Hürriyet Gazeteleri Örneği”. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC* 3(3): 26-40.
- Binark, Mutlu ve Günseli Bayraktutan (2013). *Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*. İstanbul: Kalkedon Yay.
- Bohanna India ve Xiangdong Wang (2012). “Media Guidelines for the Responsible Reporting of Suicide”. *Crisis* 33 (4): 190-198.
- Cengiz, Serpil Aygün (2009). “Basında Yer Alan İntihar Ya da İntihar Girişimi Konulu Haberlerde Etik Sorunlar”. *Kriz Dergisi* 17 (2) : 21-38.
- Corbo, Angela M. and Kristen L. Zweifel (2013). “Sensationalism or sensitivity: Reporting suicide cases in the news media”. *Studies in Communication Sciences* 13(1): 67–74.
- Çaplı, Bülent (2002). *Medya ve Etik*. Ankara: İmge Yay.
- Çoban, Mustafa (2004). *Medya ve İntihar: İntihar Haberlerinin Medyada Yer Alış Biçimi*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Dare, Andrew J. vd. (2011). “Media awards for responsible reporting of suicide: Experiences from Australia, Belgium and Denmark”. *International Journal of Mental Health Systems* 5(15): 1-6.

- Duran, Ragıp (2005). “Dünyada ve Türkiye’de Medya Etiği”. *Medya, Etik ve Hukuk*. Der. Sevda Alankuş. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yay. 109- 130.
- Durkheim, Emilie (1992). İntihar: Toplumbilimsel İnceleme. Çev. Özer Ozankaya. Ankara: İmge Yay.
- Erdoğan, İrfan (2006). “Medya ve Etik: Eleştirel Bir Giriş”. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi 23: 1-26.
- Geray, Haluk ve Aylin Aydoğan (2010). “Yeni İletişim Teknolojileri ve Etik”. *Televizyon Haberciliğinde Etik*. Ed. Bülent Çaplı and Hakan Tuncel. Ankara: Fersa Matbaacılık. 305- 321.
- Jamieson, Patrick, Kathleen Hall Jamieson and Romer Daniel (2003). “The responsible reporting of suicide in print journalism”. *American Behavioral Scientist* 46(12): 1643–1660.
- Harcup, Tony and O’Neill Deirdre (2001). “What Is News? Galtung and Ruge revisited”. *Journalism Studies* 2(2): 261-280.
- Hassan, Riaz (1995). “Effects of newspaper stories on the incidence of suicide in Australia: A research note”. *Aust. NZ J. Psychiatry* 29: 480 - 483.
- Ishii, Ken’ichi (1991). “Measuring mutual causation: Effects of suicide news on suicides in Japan”. *Social Science Research* 20: 188-195.
- İnal, Ayşe (2010). “Tarihsel Gelişimi İçinden Gazetecilik Etiğini Yeniden Düşünmek”. *Televizyon Haberciliğinde Etik*. Ed. Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel. Ankara: Fersa Matbaacılık. 27-44.
- İrvan, Süleyman (2005). “Medya ve Etik”. *Medya, Etik ve Hukuk*. Der. Sevda Alankuş. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yay. 61 -90.
- Motto, Jerome A. (1967). “Suicide and suggestibility: The role of the Press”. *American J. Psychiatry* 124: 252 - 256.
- Maloney J. vd. (2014). “How to Adjust Media Recommendations on Reporting Suicidal Behavior to New Media Developments”. *Archives of Suicide Research* 18: 156-169.
- Niederkröthaler, Thomas, Arno Herberth and Gernot Sonneck (2007). “The Werther Effect: Legend or Reality”. *Neuropsychiatr* 21 (4): 284- 290.

- Palabıyıkoglu, Rıza vd. (1994). "Gazetelerdeki İntihar Haberlerinin Okuyucuya Nasıl Yansıtıldığına İlişkin Bir Çalışma". *Kriz Dergisi* 2 (2): 285-292.
- Phillips, David P. (1974). "The influence of suggestion on suicide: Substantive and theoretical implications of the Werther effect". *American Sociological Review* 39: 340-354.
- Pirkis, Jane vd. (2009). "Changes in media reporting of suicide in Australia between 2000/01 and 2006/07". *Crisis: The Journal of Crisis Intervention and Suicide Prevention* 30(1): 25-33.
- Ruder, Thomas D. vd. (2011). "Suicide announcement on Facebook". *Crisis: The Journal of Crisis Intervention and Suicide Prevention* 32(5): 280-282.
- Sonneck, Gernot, Elmar Eترزdorfer and Sibylle Nagel-Kuess (1994). "Imitative suicide on the Viennese subway". *Soc. Sci. Med.* 38: 453-457.
- Stack, Steven (1983). "The effect of the Jonestown suicides on American suicide rates". *The Journal of Social Psychology* 119: 145-146.
- Tatlıoğlu, Kasım (2012). "Sosyal Bir Gerçeklik Olarak İntihar Olgusu: Sosyal Psikolojik Bir Değerlendirme". *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 12(2): 133-155.
- Wasserman, Ira M. (1984). "Imitation and suicide: A reexamination of the Werther effect". *American Sociological Review* 49: 427-436.
- Wimmer, Roger D. and Joseph R. Dominick (2000). *Mass Media Research: An Introduction*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Yang Albert C. vd. (2013). "Suicide and media reporting: a longitudinal and spatial analysis". *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology* 48(3): 427-435.
- Chen, Ying-Yeh et al. (2012). "The impact of media reporting of the suicide of a singer on suicide rates in Taiwan". *Social Psychiatry Psychiatric Epidemiology* 47(2): 215-221.
- Yip Paul S.F. et al. (2006). "The effects of a celebrity suicide on suicide rates in Hong Kong". *Journal of Affective Disorders* 93: 245-252.

İnternet Kaynakları

Basın Kanunu. <http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5187.html> Erişim: 30.10.2014.

Hürriyet. “Cem Garipoğlu İntihar Etti” <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/27360766.asp> Erişim: 15.10.2014.

“Doğan Yayın Grubu Yayın İlkeleri”. http://kurumsal.dogangazetecilik.com.tr/kurumsal_yonetim_menu_1_2.asp Erişim: 30.10.2014.

Dünya Sağlık Örgütü. “İntiharın Önlenmesi: Medya Çalışanları İçin Kaynak” http://whqlibdoc.who.int/hq/2000/WHO_MNH_MBD_00.2_tur.pdf?ua=1 Erişim: 29.10.2014.

Evers, Hubb (2010). “İnternet Haberciliği: Yeni Etik Sorunlar mı?” <http://ilefarsiv.com/etik/wp-content/uploads/internet-gazeteciligi-yeni-etik-sorunlar-mi.pdf> Erişim: 17.03.2015.

“Haber Siteleri Ziyaret Edilme Oranları”. <http://www.alexa.com/topsites/countries;2/TR> Erişim: 21.10.2014.

Hermida, Alfred et al. (2011). “The Active Recipient: Participatory Journalism through the Lens of the Dewey–Lippmann Debate.” *The Official Research Journal of the International Symposium on Online Journalism 1* (2):1-21. <https://online.journalism.utexas.edu/2011/papers/Hermida2011.pdf>, Erişim: 05.11.2014.

Habertürk. “Hücrede Poşetli İntihar”. <http://www.haberturk.com/gundem/haber/998302-hucrede-posetli-intihar> Erişim: 27.10.2014.

Habertürk. “Mehmet Pişkin’in İntihar Notu”. <http://www.haberturk.com/gundem/haber/1000220-mehmet-piskinin-intihar-notu> Erişim: 16.10.2014.

Şavur, Eylen, Serpil Aygün Cengiz ve Nalan Karakuş (2010). “2008 Yılında Ulusal Basında Yer Alan İntihar ya da İntihar Girişimi Konulu Haberlerde Etik Sorunlar”. 46. Ulusal Psikiyatri Kongresi. “İntihar Haberlerinde Etik Sorunlar” Erişim Adresi: http://acikarsiv.ankara.edu.tr/browse/24815/2012-intihar_haberlerinde_etik_sorunlar.pdf?show, Erişim Tarihi: 18.03.2014.

Türk Dil Kurumu. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=%C4%B0NT%C4%B0HAR, Erişim Tarihi: 01.11.2014.

“Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi”. <http://www.tgc.org.tr/bildirge.asp> (Erişim: 30.10.2014).

Araştırma Kapsamına Alınan Gazete Web Siteleri

www.milliyet.com.tr

www.hurriyet.com.tr

www.haberturk.com

www.sozcu.com.tr

www.radikal.com.tr

www.sabah.com.tr

www.yenisafak.com.tr

www.star.com.tr

www.zaman.com.tr

www.cumhuriyet.com.tr

Ethical Issues in the Turkish Media Reporting of Suicides: Cem Garipoğlu and Mehmet Pişkin Suicides

Elif Korap Özel*

Şadiye Deniz**

Abstract

Research has shown that suicide reports in the media can lead to copy cat suicides. In October 2014, the intense interest of the Turkish media in the case of two suicides made it essential to handle this issue in terms of journalistic and ethical values. This article attempts to assess the presentation of the suicides of Cem Garipoğlu, who was convicted of murdering his girlfriend, and of Mehmet Pişkin, who committed suicide after publishing a farewell video on his Facebook page. In the study, the content analysis method was applied to 132 news items about the Garipoğlu and Pişkin suicides which were reported on the web sites of the newspapers Milliyet, Hürriyet, Habertürk, Sözcü, Radikal, Sabah, Yeni Şafak, Star, Zaman and Cumhuriyet. The results indicate that four newspapers showed a sensitive editorial policy and did not report Pişkin's suicide or his farewell video. However, it was found that in reporting the Garipoğlu suicide, the web sites of Turkish newspapers did not comply with World Health Organization recommendations on ethical principles and reporting on suicide.

Keywords

Suicide, news, journalism, ethic, websites of newspapers, Werther Effect

* Assist. Prof. Dr., İzmir Katip Celebi University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of Media and Communication - İzmir/Turkey
elifkorap@hotmail.com

** Assoc. Prof.Dr., Ege University, Faculty of Communication, Department of Journalism - İzmir/Turkey
sadiye.deniz@ege.edu.tr

Этические проблемы в новостях о суициде в турецких СМИ: самоубийство Жема Гапироглу и Мехмета Пишкина

Элиф Корап Озел*

Шадие Дениз**

Аннотация

Литературные исследования показывают, что новости о суицидах в СМИ может привести к подражанию суицида. Два суицида, происходившие в октябре 2014 года, и ставшим важным вопросам в турецких СМИ, требовались решения проблемы с точки зрения журналистики и этики. В данной статье выдвинуты этические проблемы в сообщениях суицида, виновного Жем Гапироглу в убийстве подруги, и Мехмета Пишкина, покончивший жизнь самоубийством после того, как разместил прощальное видео на Фэйсбук. В исследовании анализируется 132 новостей об этих суицидах находившихся в газетах, и в интернет-версиях газеты Milliyet, Hürriyet, Haber Türk, Sözcü, Radikal, Sabah, Yeni Şafak, Star, Zaman и Cumhuriyet. Полученные результаты показывают, что на четырех газетах о самоубийстве Пишкина придерживали объявительную политику и не опубликовали его видео. Помимо этого, выявлен, что в новостях суицида Гапироглу, Турецкие газеты не следовали принципам Всемирной организации здравоохранения по публикации самоубийства.

Ключевые слова

суицид, новости, журналистика, этика, веб-страницы газет, влияние Вертера

* и.о.доц.док., Измирский Университет Кагип Челеби, Факультет социальных и гуманитарных наук, кафедра СМИ и связи- Измир/Турция
elifkorap@hotmail.com

** доц. док., Университет Эге, факультет коммуникации, кафедра журналистики - Измир/Турция
sadiye.deniz@ege.edu.tr