# İntihar haberlerinde etiksel duruşa ihtiyaç var

**03. 06.2012**

### *Yrd. Doç. Dr. Metin Ersoy / Havadis Gazetesi*

Kitle iletişim araçlarının kamuoyu oluşturmakta ve insanların fikirlerini şekillendirmekte etkili olduğu akademik alanda yapılan birçok araştırmayla ortaya konmuştur. Ancak bu etkinin, insanları hangi oranda ve konularda daha fazla etkilediği halen daha araştırılan ve tartışılan konulardır. Medyanın etki çalışmalarıyla ilgili tartışmalar ve araştırmalar devam ederken, gazeteler, televizyon ve radyo kanalları ile birlikte, İnternet üzerinden hedef kitleye ulaşan sosyal medya sayesinde bilgiye ulaşabilmek artık daha kolay bir hal aldı.

Medya herkesi aynı etkilemiyor

İnsanlar bilgiye bu kadar kolay ulaşabiliyorken, elbette etkilenmeleri de daha hızlı ve kolay oluyor. Medyadan beynimize gelen mesajlar zannedildiği gibi herkesi aynı şekilde etkilemiyor. Birey kendine gelen mesajı kendine göre bir algı süzgecinden geçirdikten sonra anlamlandırıyor. Dolayısıyla, bireyin eğitim durumu, sosyal-kültürel yapısı, konuştuğu dil, inançları ve tutumları algı sürecini etkileyen faktörler arasında yer alıyor. Tüm bunlardan hareketle medyadan gelen mesajların herkesi aynı şekilde etkilemediği sonucuna varabiliriz. İletişimde bu şekilde bir etkiye "Limited Effects Theory" (Sınırlı Etki Teorisi) deniyor. Yapılan araştırmalarda; medyanın bireysel farklılıklardan, sosyal kategorilerden ve kişisel ilişkilerden dolayı sınırlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla bu teoriye göre medyanın sizi yüzde yüz her konuda etkilemesi mümkün görünmüyor.

Medya iğnesini batırıyor

Tabii ki bahsettiğim teorinin tam tersini söyleyen ve medyanın mesajlarının bir iğne gibi insanlara saplandığını ve direkt etkiye sahip olduğunu iddia eden, "Hypodermic Needle Theory"(Hipodermik İğne Teorisi) de vardır. Kanaatimce gelişmiş ve eğitim düzeyi yüksek olan toplumlarda medyanın etkisinin daha sınırlı bir etkiye sahip olduğudur. Çünkü, eğitimli ve kültürlü bireylerin kendilerine medya tarafından sağlanan bilgiler karşısında daha yüksek düzeyde medya okur-yazarı olması bekleniyor. Birey aslında şunu bilmesi gerekiyor ki; medya araçları kendi yayın politikaları doğrultusunda bir habercilik anlayışı gütmektedir ve size her zaman doğru, tarafız ve adil bilgiyi sağlamakta yetersiz kalabilir. Elbette insan beyninin, ekonomik çıkarların ve kurgusal metinlerin olduğu bir ortamda berrak, masum ve saf bir bilgiden söz etmek her zaman mümkün olmuyor.

İntiharlar ve medya

Yazıya medya ve etkileri üzerinden bir giriş yapma isteğimin altında; son aylarda Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde (KKTC) yaşanan intihar vakalarından dolayıdır. "Kitle iletişim araçlarının toplumda intihar oranlarının artmasında herhangi bir rolü var mı?" sorusu sıkça sorulan bir soru olmaya başladı. Bu konuda birçok araştırma ve yayınlar yapılmış olmasına rağmen halen daha medyanın intihar konularına gerekli hassasiyeti göstermediğini itiraf etmeliyiz. Bir birimizi suçlayarak veya sorunu görmezden gelerek problemi çözemeyeceğimizi hatırlayarak, gazetecilerin intihar konuları üzerinde haber yaparken daha hassas, sorumlu ve akılcı bir yaklaşımda bulunması gerektiğini savunabiliriz.

KKTC'de basın yasası yok!

KKTC'de medyada artan intihar vakalarıyla ilgili yapılan haberleri denetleyen, kontrol eden bir mekanizma, sivil toplum örgütü veya basın yasası bulunmuyor. Basın yasası olmadığı için de intihar, cinsel istismar ve cinsel saldırı konularında yapılan yayınlar kamuoyuna sorunlu yansıyor.

Türkiye Cumhuriyeti'nde 30 Temmuz 1931 tarih ve 1881 numaralı matbuat (basın) kanunun 38. maddesi intiharlarla ilgili basının nasıl bir habercilik anlayışına sahip olması gerektiğini ortaya konmuştur. Basının kamuoyu üzerindeki etkisi o zamandan anlaşılmış ki, intihar vakalarının basında yer alabilmesi için izin alma zorunluluğu getirilmişti. Ayrıca, intihar edenin veya teşebbüste bulunan kişinin resimlerinin de yayınlanması yasaklanmıştı. Bu kanun daha sonra bazı tadilatlara uğrayarak Türkiye'de 2004 yılından beridir yürürlükte olan 5187  numaralı Basın Kanunu'na zemin oluşturmuştur. Mevcut basın kanununa göre "Cinsel saldırı, cinayet ve intihara özendirme" başlığı altında 20. maddede şu ifadeler yer alıyor: "Cinsel saldırı, cinayet ve intihar olayları hakkında, haber vermenin sınırlarını aşan ve okuyucuyu bu tür fiillereözendirebilecek nitelikte olan yazı ve resim yayımlayanlar bir milyar liradan yirmi milyar liraya kadar ağır para cezasıyla cezalandırılır. Bu ceza bölgesel süreli yayınlarda iki milyar liradan, yaygın süreli yayınlarda on milyar liradan az olamaz."

Özendirmeye dikkat çekiliyor

Türkiye'deki mevcut basın kanunu, 1931 yılındaki kanunun yasakçı zihniyetini kaldırarak, daha geniş bir tanımı yasaya koymuş oldu. İntihar vakalarıyla ilgili kanunda dikkat çekilmeye çalışılan husus; medyanın yayınlarının özendirici olmamasıdır. Bir başka değişle, gazetecilerin haberi sunuş şekli, resim kullanımı intiharı özendirecek şekilde olmaması gerekiyor.

Basında intihar vakaları üzerine çıkan haberleri ve köşe yazılarını takip ederken, tartışmada bazı gazetecilerin medyanın bu süreçte rolünün olmadığını ve tarafsız gazetecilik yaptıklarını savunuyorlar. Bazıları ise bunun tam aksini işaret ediyor. Bu konuda akademik çalışmalar da net bir şekilde konu üzerinde uzlaşmış görünmüyor. Bazı çalışmalar medyanın intihar vakalarının sunması ile intihar oranları arasında direkt bağlantı ortaya koyarken, bazıları hiç bağlantı bulamıyor. Sınırlı bir bağlantı bulan çalışmalara da rastlamak mümkün. Bu konudaki duruşum, Kıbrıs için değerlendirme yapıyorsak, medya ile intihar oranları arasında sınırlı bir bağlantı olduğunu söyleyebilirim. Elbette bu konu araştırılması ve bilimsel olarak verilerin ortaya çıkması gerekiyor.

Toplumun ruh sağlığı korunmalı

Medyanın güçlü bir ikna etme özelliğinin olduğunu hatırlarsak, insanları iyi veya kötü yönlendirebileceğini de unutmamalıyız. Dolayısıyla intihar vakalarının yansıtılırken, kullanılan haber çerçevesi, ifade ve ilişkilendirmeler hedef kitlenin üzerinde sınırlı da olsa bir etki yaratıyor. Bu etkinin kimi ne oranda etkilediği ve özendirdiği tartışma konusu olmakla birlikte, medyanın toplumun ruh sağlığını korumakta titiz olması gerektiğini vurgulamalıyız.

İntihar vakaları karşısında sadece medyayı günah keçisi ilan etmek sorunu çözmemize yardımcı olmayacaktır. Bu konuda toplum olarak herkesin üzerine düşen görevler vardır. Shneidman ve Farborrow'un 1984 yılında yaptıkları "Some facts about suicide" (İntiharla ilgili bazı gerçekler) isimli araştırma sonucunda; intihar edenlerle ilgili halk arasında yaygın olarak bazı yanlış inanışların olduğu ortaya koyuldu. Bunlardan en dikkat çekenleri: "Biri intihar etme eğilimindeyse, bu sonsuza kadar devam eder" (Doğru: Bu kişilerde intihar etme arzusu kısıtlı bir süre için olur. Kurtarılabilirlerse, hayatlarının geri kalan kısmını mutlu olarak yaşayabilirler), "bütün intihar edenler bireyler kafaca hastadır" (Doğru: Yüzlerce intihar olayında intihar edenler çok mutsuzdurlar; fakat bu, onların kafaca hasta olmalarını gerektirmez).

"Ben sadece olanları haberleştiririm"

Birçok yanlış inanış arasından seçtiğim bu iki önyargı ve kalıp düşünce ne yazık ki halk arasında olduğu gibi medyada da hâkimdir. Dolayısıyla medya kendini bu iki kalıp düşünceden hareketle çok kolay soyutlayabilir ve "ben sadece olanları haberleştiririm" savunmasını yapabilir. Biliyoruz ki gazeteciler için "kötü haber, iyi haberdir". Yani, intihar, cinayet, kaza, deprem, cinsel istismar ve hırsızlık gibi haber konuları okuyucun ilgisini çeken, merak uyandıran haber konularıdır. Elbette, gazetecilere "intihar vakalarını haberleştirmeyin" demiyoruz. Burada anlatılmak istenen gazetecinin haberi sunarken yaşanan sıkıntılardır. Özetle bunlara değinecek olursa; örneğin intihar haberini halka duyururken intiharın sebebini direkt olarak ekonomik nedenlerle ilişkilendirmek. Doğal olarak, her ekonomik sıkıntısı olanın çözüm adresi olarak intiharı seçmesi sonucunu doğurabilir. Bir diğer önemli husus ise haber içerisinde bahsedilen "bunalım" kavramıdır. "Bunalıma girdi intihar etti" şeklinde atılan bir manşet yine her bunalıma girenin aynı yöntemi seçmesine yol gösterebilir, özendirebilir.

Taklit etme, özenme

Medyanın intihar vakalarında benimsediği habercilik anlayışı; öyküleştiren, detaylarıyla olayı anlatan bir üslup ise özellikle gençleri özendirdiğini söylemeliyiz. Bu tür olayları cesur bir hareketmiş gibi haberleştirmek yerine, yalın ve düz bir anlatımla sadece topluma bilgi verilmesi gerekiyor. Birbirini çok seven iki insanın intiharından sonra, "onları ölüm bile ayıramadı" şeklinde atılan manşet; intihar etseler dahi bu dünyada olmazsa, öbür dünyada kavuşacaklarını vurguladığından tehlikeli bir haber çerçevesidir. Tehlikeli olduğu kadar da özendirici bir yanı bulunuyor.

Sağlığımız için sorumlu gazetecilik

Yalın ve düz bir anlatımın yanı sıra bir diğer öneri ise; haberin sonunda bazı kurum ve kuruluşların isimlerini ve irtibatlarını vermek olacaktır. Psikolojik olarak yardıma ihtiyacı olan veya intihara meyilli kişiler için; profesyonel destek olabilecek kişilerin/kurumların irtibat bilgilerini haberde kullanmalıyız. Ayrıca intiharların asıl nedenlerini anlamak, diyalog zemininde tartışmak için haberler uzman görüşleriyle desteklenmelidir. “İlerisi için neler yapabiliriz?” sorusunu sorarak, toplum sağlığı için sorumlu gazetecilik geliştirmenin o kadar da güç olmadığı kanısındayım.

Empati kurulmalı

Medyaya yansıyan intihar haberleri, cinayet, kadına yönelik şiddet, kanlı kaza görüntüleri, tecavüz ve cinsel istismar konuları etiksel duruş gerektiren haber konularıdır. Yasakçı zihniyetlerle bu konudaki yayınları engellemek mümkün değildir. Birçok ülke bu konuları basın yasalarıyla çözmeye çalışmış olsa da etik dışı haberlerin tam olarak önüne geçilmesi mümkün olmamıştır. Önemli olan intihar ve benzeri konulardaki etiksel duruşu medya mensuplarının içten bir şekilde benimsemesi ve uygulamasıdır. Baskıcı bir yolla basına yapılacak olan her türlü düzenleme kabul görmeyeceği gibi, sorunlara da sorun ekleyecektir.

Gazetecilere tüm etiksel duruşlarda olduğu gibi "empati kurmayı" önerebiliriz. Gazeteci olarak nasıl ki herhangi bir olayda ailenizden bir fert yer alıyorsa bunu yayınlamak istemiyorsunuz, bu diğer insanlar için de geçerli olmalı. Örnek verecek olursak, bir haber editörü olarak ailenizden birisi intihar ettiyse bunu yayınlarken on defa düşünürsünüz.

"Mesleğin cilvesi" diyerek geçemezsiniz. Çünkü ortada duygusal bir bağ bulunuyor.

İntihar eden kişinin de geride bıraktığı aile fertleri vardır. Bu insanlara daha fazla acı yaşatmaya kimsenin hakkı bulunmuyor. Oysa basında sıkça karşımıza çıkan intihar eden bireyin, özel hayatıyla ilgili detaylar, dramatik bilgiler, eşinden ayrı oluşu, ekonomik çıkmazı, işini kaybetmesiyle ilgili direkt bağlantılar kurulması etik dışı habercilik göstergeleridir.

*Vincent Van Gogh, 1890 yılında yaşamına son vermeden önce yaptığı son resim.*