
EĞİTİM
yayınevi
medya ve etik
Nilüfer PEMBECİOĞLU

MEDYA VE ETIK

NILÜFER PEMBECIOĞLU

EĞİTİM
yayınevi

MEDYA VE ETIK
Nilüfer Pembecioğlu

Genel Yayın Yönetmeni: Yusuf Ziya Aydoğan (yza@egitimyayinevi.com)
Genel Yayın Koordinatörü: Yusuf Yavuz (yusufyavuz@egitimyayinevi.com)
Sayfa Tasarımı: Eğitim Yayınevi Grafik Birimi
Kapak Tasarımı: Eğitim Yayınevi Grafik Birimi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı
Yayıncı Sertifika No: 47830

ISBN: 978-625-6489-79-0
1. Baskı, Temmuz 2023

Baskı Cilt
Repro Bir Matbaacılık
İvedik OSB Matbaacılar Sitesi 1514 Cad. No: 23-25 Yenimahalle/Ankara
Matbaa Sertifika No: 47381

Kütüphane Kimlik Kartı

MEDYA VE ETIK
Nilüfer Pembecioğlu
208 s., 160x240 mm
Kaynakça var, dizin yok.
ISBN: 978-625-6489-79-0

Copyright © Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Eğitim Yayınevi'ne aittir. Bütün hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre kitabı yayımlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik/mekanik yolla, fotokopi yoluyla ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayımlanamaz.

EĞİTİM
yayınevi

Yayınevi Türkiye Ofis: İstanbul: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Atakent mah. Yasemen sok. No: 4/B, Ümraniye, İstanbul, Türkiye

Konya: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye
+90 332 351 92 85, +90 533 151 50 42, 0 332 502 50 42 bilgi@egitimyayinevi.com

Yayınevi Amerika Ofis: New York: Egitim Publishing Group, Inc.
P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768, United States of America
americaoffice@egitimyayinevi.com

Lojistik ve Sevkiyat Merkezi: Kitapmatik Lojistik ve Sevkiyat Merkezi, Fevzi Çakmak Mah

10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye

sevkiyat@egitimyayinevi.com

Kitabevi Şubesi: Eğitim Kitabevi, Şükran mah. Rampalı 121, Meram, Konya, Türkiye
+90 332 499 90 00 bilgi@egitimkitabevi.com

Internet Satış: www.kitapmatik.com.tr
+90 537 512 43 00 bilgi@kitapmatik.com.tr

kitapmatik

IÇINDEKILER

ÖNSÖZ V

BÖLÜM 1: YAZI - BİLGİ - METİN - ETİK KAVRAMLARI 7

ETİĞİN TANIMI VE FARKLI ETİK ANLAYIŞLARI 10
MEDYA VE ETİK 14
HABERİN ENGELLERİ 18
ESKİ ETİK – YENİ ETİK 26
YENİ MEDYA VE YENİ SORUNLAR 28
MEDYANIN BİLGİYİ SAHİPLENİŞİ VE AKTARMA GÜCÜ 29

BÖLÜM 2: KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI VE ETİK KAZANIMLAR 37

BÖLÜM 3: METİN ALGILAMA BİÇİMLERİ VE ETİK KAVRAMINA BAKIŞ 47

BÖLÜM 4: İLETİŞİM ETİK VE TOPLUMSAL TEMSİL 55

BÖLÜM 5: ETİĞİN SORGULANIŞI 69

BÖLÜM 6: ÖZGÜR BASIN - DİJİTAL MEDYA VE ETİK SORUNLARI 93

BÖLÜM 7: GENİŞLETİLMİŞ GERÇEKLİK VE ETİK 113

BÖLÜM 8: BÜYÜK VERİ VE ETİK 125

BÖLÜM 9: BİLGİ KİRLİLİĞİ, YALAN HABER, YÖNLENDİRME, ALGI OLUŞTURMA 141

HABER YAZMA ETİĞİ 148

BÖLÜM 10: ETİĞİN TOPLUMA KONUMLANDIRILIŞI – ETİK NEREDE 167

SPOR VE ETİK 168
SİNEMA VE ETİK 172

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ 177

KAYNAKÇA 191

ÖNSÖZ

Bu kitap, bilginin dolaşımı ile etik kavramları üzerine bölümler, yeni ve farklı bakış açıları içeren kitaplardan biridir. Ne ilk kitaptır, ne de son olacaktır. Çünkü, günümüzdeki bilgi oranı katlanarak artmakta ve çok çeşitli nedenlerle etik kavramı ile çeşitli açılar ortaya koymaktadır. Bilgi, iletişim ve kitlelerin hareketlendirilmesi milenyumdaki temel kavramlar haline gelmiştir. Bir yandan bilginin kaynağı, içeriği, niteliği ile bilginin herkes tarafından erişilebilir bir noktada olup olmadığı ya da gerçeklik ve şeffaflık niteliklerini taşıyıp taşımadığı sorgulanırken, bir diğer yandan da bilgi ile karşılaşan bireylerin ve toplumların bilgiye erişme ve bilgiyi kullanma beceri ve yetkinlikleri sorgulanmaktadır.

Etik ise, toplumdan topluma ve hatta aynı toplum yapısı içinde farklı zaman dilimlerine göre değişen bir değerler sistemi önermektedir. Dolayısı ile kitle iletişim araçlarının etik ile ölçülüp değerlendirilmesi, çözümlenip araştırılması günümüzde çoğunlukla etik adına olumsuz bulgular sunan bir araştırma alanı olagelmiştir. Gerek yerel, gerek ulusal gerekse uluslararası basında, etik sorunlarını çözebilmiş hiçbir kitle iletişim aracı bulunmadığı düşünülebilir. Bireyler ise, kitle iletişim araçlarının ötesinde, bilgiye olan açlıkları, sürekli bilgilenme ve bu bilgileri bir yerlere ya da birilerine aktarma hevesleri ve şimdilerde kendilerini medya aracılığı ile sergileyebilme tutkuları nedeniyle durumu çok daha fazla karmaşıklaştıran bir noktada durmaktadırlar.

İletişimin yaşamın merkezinde yer aldığı, kitle iletişim araçları ile sosyal medyanın ise kitleleri çok kolay bir şekilde biçimlendirip hareketlendirebildiği dijital çağda etiğin temellerinin yerinde kalabilmesi ve üretilen her medya ürününün aynı etik çizgisinde durabilmesi gitgide zorlaşmaktadır. Medya okuryazarlığı çerçevesinde edinilmesi öngörülen beceriler her ne kadar bireylerin kitle iletişim araçları karşısında savunmasız ve kırılgan olmamaları için onları güçlendirmeye çalışsa da, bireylerin çoğu gitgide dijitalleşen ve teknolojik kapasitesi ile birlikte bilgi yükü artan bir toplumsal yaşam içinde hiçbir şey bilmeden de üretip tüketebileceklerini düşünmektedirler. İşte bu noktada önemli olan, bireylerin farkındalık düzeyini arttırabilmek, onları iletişim ve etik konusunda bilgilendirerek toplumların değerler dizgesinin dengesini koruyabilmektir.

Bu çalışma, günümüzde etiği yeniden tanımlamak ya da eski tanımları yinelemek yerine, günümüzde sıklıkla karşılaşılabilecek etikle ilgili sorunları nasıl çözeceğimiz ya da hangi etikten söz edebileceğimiz noktasına odaklanmaktadır. 21. yüzyılda medya ve iletişim etiğinin ele alındığı bu eser çerçevesinde, iletişim fakültelerimizde okuyan geleceğin iletişimcilerine ve konu ile ilgili okuyup düşünmek isteyenlere yol gösterici bir rehber olabilmesini diliyorum.

Nilüfer Pembecioğlu - Ağustos 2023