



Journal of Analytic Divinity
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/jad>
E-ISSN: 2602-3792
7/2 (2023), 185-206.



Kahramanmaraş Depremleri Örneğinde Yeni Medyadaki Etik İhlaller A Ethical Violations in New Media in the Case of Kahramanmaraş Earthquakes

Mehmet Türkeri

Prof. Dr. Dokuz Eylül Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü
Prof. Dokuz Eylül University, Faculty of Divinity, Department of Philosophy and
Religious Sciences, İzmir/Türkiye
E-posta: mehmet.turkeri@deu.edu.tr
ORCID ID: 0000-0001-8203-691X

Esin Karüzümcüoğlu

Doktora, Dokuz Eylül Üniversitesi, SBE, Felsefe ve Din Bilimleri
PhD. (Cand). Dokuz Eylül University, Institute of Social Sciences, Department of
Philosophy and Religious Sciences, İzmir/Türkiye
E-Posta: esinkaruzum@hotmail.com
ORCID ID: 0009-0006-6119-3717

Makale Bilgisi | Article Information

Makale Türü / Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article
Geliş Tarihi / Date Received: 12 Nisan/April 2023
Kabul Tarihi / Date Accepted: 20 Ağustos/August 2023
Yayın Tarihi / Date Published: 15 Aralık/December 2023
Yayın Sezonu / Pub Date Season: Kış/Winter
DOI:10.46595/jad.1281991

Cite as / Atıf: Türkeri, Mehmet-Karüzümcüoğlu, Esin "Kahramanmaraş Depremleri Örneğinde Yeni Medyadaki Etik İhlaller". *Journal of Analytic Divinity*, 7/2, 2023, 185-206.

İntihal/Plagiarism: Bu makale, iThenticate yazılımınca taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir. This article has been scanned by iThenticate. No plagiarism detected.

Etik Beyan/Ethical Statement: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur/It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited (Mehmet Türkeri-Esin Karüzümcüoğlu)

Finansal Destek / Grant Support: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadıklarını beyan etmiştir. / The authors declared that this study has received no financial support.

CC BY-NC 4.0 | This paper is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial License

Yazar Katkıları / Author Contributions: Mehmet Türkeri % 55, Esin Karüzümcüoğlu % 45

Web: <http://dergipark.org.tr/jad> | **e-mail to:** editorjand@gmail.com



Öz

6 Şubat 2023'te Kahramanmaraş'ta gerçekleşen ve on bir şehri etkileyen iki büyük deprem sonrasında, gerek devlete bağlı sosyal yardım kuruluşları gerekse sivil toplum kuruluşları için Twitter'da ve diğer platformlarda paylaşılan çağrılar önemli bir veri kaynağı oluşturdu. Ancak bu olumlu olgunun yanı sıra pek çok yeni medya platformunda etik ihlallere de tanık olundu. Bu çalışma, Kahramanmaraş depremleri çerçevesinde çeşitli yeni medya platformlarında karşılaşılan gazetecilik meslek etiği ve iletişim etiği ihlallerine yoğunlaşarak bu konuda farkındalık oluşturmayı; ayrıca değer öncelikli meslek ve iletişim etiğinin yaygınlaşması ve pekişmesine katkı sağlamayı amaç edinerek hazırlanmıştır. Çalışma kapsamında 'doğruluk', 'haberle reklamın birbirinden ayrılması', 'mahremiyete saygı' ve 'nefret söyleminden kaçınma' ilkelerine odaklanılmış olup; ele alınan örnekler bu dört ilkenin ihlaliyle sınırlı tutulmuştur. Bu amaçla Google arama motorunda gerçekleştirilen arama sonucunda yeni medyada yer alan haber sitelerinden ve Twitter'dan 'amaçlı örneklem seçimi' ile ayıklanan örneklerin, doküman analizi yöntemi kullanılarak analizleri gerçekleştirilmiştir. Kahramanmaraş depremlerinin büyük acılara ve derin travmalara yol açmış olduğu bir gerçektir. Özellikle bu tür kriz dönemlerinde toplum üzerinde kritik bir etki ve son derece önemli bir işleve sahip olan yeni medya platformlarının gerek gazetecilik meslek etiği gerekse iletişim etiği açısından incelenmesine ve genel olarak etik alanında değer vurgusuna katkısından dolayı bu çalışma özel bir öneme sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Kahramanmaraş Depremleri, Yeni Medya, Etik, Gazetecilik Meslek Etiği, İletişim Etiği, Etik İhlaller.

Abstract

After the two major earthquakes that took place in Kahramanmaraş and other ten cities on February 6, calls sharered on Twitter and other social platforms formed an important data source for both state-affiliated social welfare organizations and non-governmental organizations. Unfortunately, ethical violations have been witnessed on many new media platforms beside these immediate aid calls. The aim of this study is to create awareness about violations in journalism professional ethics and communication ethics encountered in various new media platforms within the framework of the earthquakes, and also to contribute to the dissemination and consolidation of these ethics. Within the scope of the study, the ethical principles of 'accuracy', 'separation of news and advertising', 'respect for privacy', and 'avoidance of hate speech' were focused and the examples have been limited to violations of these principles. For this purpose, among the search results conducted on the Google, samples selected by the 'purposeful sampling method' and were analysed using the document analysis method. The Kahramanmaraş earthquakes have caused great suffering and deep traumas to the people. This study has special important because of its contributions to the emphasis on value in general ethics, and to the ethical principles in new media platforms which have critical impacts and functions on society during such crisis periods.

Keywords: Kahramanmaraş Earthquakes, New Media, Ethics, Professional Ethics Of Journalism, Communication Ethics, Ethical Violations.



Giriş

İletişim ve teknolojinin birleşimi şeklinde yaşamlarımıza giren yeni medya, günümüzde olduğu gibi geleceğin şekillenmesinde de kritik bir role sahip görünmektedir. Postmodern toplumun dinamikleri ve hızla gelişen iletişim teknolojileri geleneksel medyadan ve geleneksel iletişim biçimlerinden köklü bir kopuşu beraberinde getirmiştir. İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler internet kullanıcılarını Mc Luhan'ın benzetmesiyle küresel bir köy halkı kadar birbiriyle etkileşimli içerik üreticileri olarak konumlandırmıştır (Mc Luhan, 1967, 157). Yeni medya mecralarında kullanıcılar artık içerikleri ve görselleri aynı anda hem üretip hem de tüketmektedir.

Geleneksel medya olarak tanımladığımız gazete, radyo, televizyon, dergi gibi mecralarda birtakım etik standartlar getirilmiştir. Yeni medyada ise henüz yeterli etik standartlar oluşturulamamıştır. Etik kurallar ve yasalar bu ortamlar kullanıldıkça, bu alanda araştırmalar yapıldıkça ortaya çıkacak sonuçlar doğrultusunda oluşturulacaktır. Etik ilkeler yıllar süren tartışmaların sonucunda belirlenir. Yeni medyada yaşanan etik problemler için de sürecin bu şekilde ilerlemesi beklenebilir. Her yeni teknoloji gibi internet ve dijitalleşmeyle ortaya çıkan yeni medya ve bu ağ toplumu önceleri büyük bir coşkuyla karşılanmış, kullanımı hızla yaygınlaşmış; özgürlükler, katılımcı demokratik koşullar ve etkileşim için önemli bir alan açmıştır. Bununla birlikte yeni medyanın toplumsal etkileri ve dijital bölünme, dijital gözetim, nefret söylemi gibi etik problemler sorgulanmaya başlanmıştır. Bu tartışmalar yasal düzenlemeleri de yavaş yavaş beraberinde getirmektedir (Kalan, 2016, 75). Bu sorunların çözülebilmesi için öncelikle etik sorunların tespit edilmesi, mesleki etik kuralların bu yeni mecraya uygun biçimde güncellenmesi, kullanıcıların bu yeni teknolojilerin kullanımı konusunda bilinçlendirilmesi, özellikle ticari amaçlı uygulamalar konusunda yasal düzenlemelerin getirilmesi giderek artan bir zorunluluk halini almaya başlamıştır (Kalan, 2016, 86).

Yeni medya mecralarında gazetecilik etiğiyle ilgili bir paradigma belirlemenin kapsamını ve sınırlarını tartıştığı makalesinde Erdoğan, gazetecilik etiğiyle ilgili alan yazını incelendikten sonra yeni medya gazeteciliğinde sıkça karşılaşılan etik sorunları on sekiz maddede ele almaktadır. Bunlar: “editöryel bağımsızlık, editöryel kontrol eksikliği, enformasyonun yeniden dağıtılması-telif hakları, haber-reklam-ticari enformasyon ilişkisi, çevrimiçi (online) içeriğin yayımlanma hızı, ticari baskı, köprülerin (hyperlinks) kullanımı, doğruluk ve güvenilirlik, kaynaklar, mahremiyet, düzenleme, haber toplama yöntemleri, kaynak şeffaflığı, bloggerlar, yurttaş gazeteciler, profesyonel olmayan gazeteciler, dijital manipülasyon ile nefret söylemi ve saldırgan içerik”tir (Erdoğan, 2013, 254).

Sözü edilen bu etik ihlaller kuşkusuz önemli olumsuz sonuçların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Ancak toplumsal travmaların yaşandığı durumlarda bu ihlallerin sonuçları çok daha ağır olabilmektedir. Depremler, seller, terör saldırıları, savaşlar, toplu silahlı saldırılar benzeri, çok sayıda insanı etkileyen travmatik olaylar gerek bu olaylardan

birebir etkilenen bireyleri gerekse toplumun tamamını psikolojik, sosyal, fiziksel yönden uzun süre etkileyebilmektedir. Bir felaketle karşılaşıldığında, insanların en önemli gereksinimlerinden biri sevdiklerinin güvende olduğunu bilmektir. Bu tür toplumsal travmalarda iletişimin ve kitle iletişim aygıtlarının önemi artmaktadır. Günümüzde afetler de dahil ve pek çok acil durumda haberler sosyal medya platformlarından saniyeler içinde yayılabilmektedir. Yaşanan son depremde de hem yardım kuruluşları hem bireyler enkaz altından yardım isteyenlerin, bölgedeki ihtiyaçların ve gelişmelerin bilgisine gerçek zamanlı olarak sosyal medya kanallarından ulaştı. Yardımlar hızla bu mecralardan organize oldu. Tam da bu nedenlerle bu ortamlarda meydana gelen teknik ya da etik sorunların önemi bariz bir biçimde belirginleşmiş oldu. Örneğin paylaşılan gerçeklik dışı bir iletinin ("Baraj duvarı patladı" paylaşımında olduğu gibi) ne denli büyük ve gereksiz bir paniğe neden olabileceği görüldü.¹

Yaşanan son depremlerde birçok yeni medya platformunda tanık olduğumuz etik sorunlara odaklanan bu çalışmada öncelikle konuyla doğrudan ilgili kavramlara açıklık getirilecektir. Daha sonra yeni medyada etik konusu irdelenecektir. Son olarak da çeşitli yeni medya platformundan elde ettiğimiz görseller ve içerikler incelenecek ve tespit edilen etik ihlallere dikkat çekilecektir.

Araştırma boyunca etik kavramı sıklıkla kullanılacağı için öncelikle bu kavram kısaca açıklanacaktır. Bu çalışmada etik bağlamda değerlendirme kriteri olarak gazetecilik meslek etiği ve iletişim etiğinden yararlanılacaktır. İletişim etiği uygulamalı etiğin bir dalı olduğu; gazetecilik meslek etiği de meslek etikleri içerisinde ele alındığı için etik hakkındaki bu kısa açıklamalara uygulamalı etik ve meslek etiği kavramları da dâhil edilecektir.

1. Etik, Uygulamalı Etik ve Meslek Etiği Nedir?

Ahlak felsefesinin diğer adı olan etik, ahlak alanıyla ilgili düşünme, sorgulama, analiz, bilinçlenme ve temellendirme disiplindir (Türkeri, 2017, 9). Ahlak ise, tıpkı sanat ve din gibi, bir değer alanıdır. Ahlak, aynı zamanda, bir 'insan olma' sanatı ve 'erdemlerin nasıl kazanılacağını' inceleyen bir ilimdir (Türkeri, 2017, 9). Bu anlamda ahlakta üç temel unsurun bulunduğunu söyleyebiliriz. Bunlardan ilki insanın yapısıyla ilgilidir. İkincisi topyekûn bir hayat felsefesini ifade eder. Üçüncüsü ise davranışı yöneten ilkeler ve kurullarla ilişkilidir. Belli bir mesleğin dayandığı temel ilkeleri içermesi etiğin bu yönünü ortaya koymaktadır (Türkeri, 2014, 21). Dolayısıyla etiğin bir düşünceye, alana, tutuma, davranışa, mesleğe dâhil olması, o konuda ahlaksal değer üretmeyi beraberinde getirir (Türkeri, 2017, 9).

MÖ 5. yüzyılda Sokrates tarafından kurulduğu kabul edilen etik, 20. yüzyılın ikinci yarısına kadar teorik bir yapı sergilemiştir (Cevizci, 2016, 18). 1960'lı yıllardan itibaren pek

¹ "Hatay'da baraj patladı" paylaşımı sonrası hakkında soruşturma başlatılan Oğuzhan Uğur adliyeye geldi - Haberler (Erişim 30.05.2023)



çok alanda yaşanan büyük değişim ve gelişmeler uygulamalı etiği daha bâriz hale getirmiştir (Lafollette, 2003, 2). Uygulamalı etik iki ana unsurdan oluşmaktadır. Uygulamalı etiğin dalları da diyebileceğimiz bu unsurlardan biri "meslek etikleri", diğeri de "problemler etiği" dir. "Kapitalizm", "ırkçılık", "adil savaş kuramı", "insan hakları", "sivil itaatsizlik", "savaş suçları", "dünyadaki açlık", "savaş ve terörizm", "kirli eller", "cinsellik", "eşcinsellik", "pornografi", "kürtaj", "ötenazi", "klonlama" gibi konular uygulamalı etiğin müstakil alt dallarını ve alanlarını oluşturmaktadır (Cevizci, 2016, 19).

Meslek etikleri ise mesleklerde karşılaşılan etik sorunları gidermek için öncelikle bir "meslek ahlakı" geliştirmeye girişmişlerdir:

"Amerika Birleşik Devletleri'nde ve kimi Avrupa ülkelerinde öncelikle basın ve tıp alanında görülen meslek etikleri, kimi zaman iş kolu kimi zamansa belirli bir firma çerçevesinde, bir meslek ahlakı kodları (ilkeleri) geliştirme çabaları olarak karşımıza çıkmıştır. O meslekte yapılması ve yapılmaması gereken davranışları saptayan normlardan oluşan bir liste ortaya konulmakta; meslek mensuplarından bu normlara ya da temel ilkelere göre değerlendirme yapılması ya da davranışta bulunulması beklenmektedir. Bu kodlar etik sorunları gidermede her zaman tek araç olarak görülmesi de temel enstrüman olarak görülmektedir" (Tepe, 2006, 48).

Meslek etiklerinin aradıkları normlar, kişilerin, sahip oldukları dünya görüşlerinden, kültürlerinden, ideolojilerinden, dinlerinden bağımsız olarak uygulanmaları beklenen normlardır (Kuçuradi, 2003, 24).

İnsanın ve insan ilişkilerinin söz konusu olduğu her alanda etik düşünce önemli bir görev üstlenir. Giderek karmaşıklaşan toplumsal yapı içinde insan ilişkileri de karmaşıklaşmıştır. Bu ise etiğin önemini bir kat daha artırmaktadır. Modern toplum yapısının en önemli unsurlarından biri olan medya, iletişim çağı olarak da değerlendirilen günümüz koşullarında yeni medya mecralarına doğru evrilmektedir ve bu mecralar etiğin kapsamı dışında tutulamaz. Çünkü geleneksel medya gibi yeni medya mecraları da insanın ve insan ilişkilerinin söz konusu olduğu alanlardır. Etik, uygulamalı etik ve meslek etiği kavramlarını bu şekilde hatırladıktan sonra, bu araştırmanın üzerinde gerçekleştirileceği alan olan "yeni medya"nın ne olduğu, neleri kapsadığı ve belirgin özelliklerinin neler olduğu konularına açıklık getirelim.

2. Yeni Medya Nedir?

Pek çok iletişim kanalını birleştiren ve bir çatı altında toplayan "yeni medya" terimini ilk olarak 2000'li yıllarda Lev Manovich kullanmıştır (Yanık, 2016, 898). Bu terim aslında "yeni" sözcüğü ile geleneksel medyadan (gazete, dergi, televizyon, sinema, radyo gibi kitle iletişim araçları) farklılaşmayı ifade etmektedir. Aydoğan ve Kırık yeni medyanın ses, görüntü ve veri içeriklerini etkileşim unsurunu da kapsayacak biçimde bir araya getirmesi bakımından geleneksel medyadan ayrıldığını belirtir. Diğer bir deyişle yeni medya

“bilgisayarların işlem gücü olmadan oluşturulmayacak ortamlar” olarak da tanımlanabilir (Aydoğan - Kırık, 59). 1980’lerin ortalarından itibaren gerçekleşen sosyal, teknolojik ve kültürel değişimlerin beraberinde gelen ve yaşamın tüm alanlarını kuşatan yeni medya; medya üretimi, dağıtımı ve kullanımı konusunda bir dizi dönüşüme işaret etmektedir. Bu dönüşümlerin sonucunda ortaya çıkan temel kavramlar; dijitallik, etkileşimlilik, hipermetinsellik, sanallık, ağ bağlantılılık ve simüle edilmişliktir (Lister, 2009, 13). Konunun biraz daha netleşebilmesi için bu kavramların her birini kısaca açıklayalım.

2.1. Dijitallik: Yeni medya ortamı söz konusu olduğunda dijitallik hakkında şunları ifade edebiliriz: dijitallik her şeyi sayısal kodlara dönüştürür. Böylece hem üretici için hem de kullanıcı için bir arayüz üstünde devasa bir depolama olanağı sağlar. Bu teknoloji ayrıca verilerin iletim hızını artırır. Bunların yanında dijital teknoloji sayesinde üreticiyle kullanıcı artık keskin bir biçimde birbirinden ayrılmaz (Binark - Löker, 2011, 9).

2.2. Etkileşimlilik: Etkileşim aslında genel bir insan özelliğidir. Geleneksel medyadaki sınırlı etkileşimlilikten farklı olarak yeni medyada kullanıcıya da içerik üretiminde alan açılarak etkileşimin boyutu büyük ölçüde değişmiştir. Bu durum esasında analog ve dijital medya arasındaki farklılıkların karakteristik özelliğidir. Dijital medya sayesinde arayüzeyde birçok kişi karşılıklı katılım sağlar ve birbirleriyle etkileşimde bulunabilir (Dewdney, 2006, 216).

2.3. Hipermetinsellik: İnsan beyninin çağrışım prensibiyle benzerlik gösteren hipermetni (Novruzov, 2022, 357), “her biri ayrı ayrı malzeme birimlerinden oluşan bir çalışma” olarak tanımlayabiliriz. Bir hipermetin diğer birimlere giden bir dizi yol içerir. Söz konusu çalışma, kullanıcının arayüz tasarımının gezinme yardımcılarını kullanarak keşfettiği bir bağlantı ağıdır. Bu ağın içindeki her ayrı düğümün bir dizi girişi, çıkışı ya da bağlantısı vardır. Dijital olarak kodlanmış bir metinde herhangi bir bölüme kolayca erişilebilir. Öyle ki metnin her bölümünün okuyucudan eşit uzaklıkta olduğunu söyleyebiliriz (Lister, 2009, 26).

2.4. Ağ bağlantılılık: Van Dijk “ağ”ı (network) “bir birimin elemanları arasındaki bağlantıların bir koleksiyonu” olarak tanımlamaktadır (Van Dijk, 2012, 28). Bu ağlar sistem içindeki birimlerin birbiriyle etkileşimini destekler. Telekomünikasyon ve bilgisayar ağları, üyelerinin iletişim ve etkileşimindeki zamansal ve mekânsal sınırlılıkları azaltır (Van Dijk, 2012, 35).

2.5. Sanallık: Sanal dünyalar, mekanlar, nesnelere, ortamlar, gerçeklikler, benlikler ve kimlikler, yeni medyaya ilişkin söylemlerde bol miktarda bulunur. Nitekim uygulamalarının birçoğunda yeni medya teknolojileri sanallıklar üretir (Lister, 2009, 35). Chalmers’a göre sanal nesnelere bir bilgisayardaki hesaplama süreçlerinden oluşan dijital nesnelere ve bunlar temellendirilmiş veri yapıları olarak kabul edilebilirler (Chalmers, 2017, 317).



2.6. Simüle edilmişlik: Simüle ve simülasyon terimleri "bir şeyi gerçekliğe en yakın şekliyle tasarlamak" anlamıyla bilişim ve teknoloji alanında sıklıkla kullanılır. Simülasyon, gerçek bir dünyanın işleyişinin taklididir. Hem mevcut hem de kavramsal sistemler simülasyon ile modellenilebilir (Banks, 1999, 7). Bir simülasyon kesinlikle yapay, sentetik ve uydurmadır; ancak bu onun "yanlış" veya "yanıltıcı" olduğu anlamına gelmez. Üretim, sentez ve yapaylık süreçleri gerçektir ve hepsi yeni gerçek nesnelere üretir. Simülasyonların içeriği elbette ki "temsillerden" türeyebilir fakat tüm simülasyonlar taklit değildir. Bir video oyunu dünyası orijinal bir alanı veya var olan yaratıkları taklit etmek zorunda değildir, ancak buna rağmen vardır; yani varlığı tartışılmazdır. (Lister, 2009, 38).

Cep telefonlarıyla neredeyse vücutlarımıza eklenmiş hale gelen yeni medya yalnız bireysel yaşamlarımızı değil toplumsal yaşamı da büyük ölçüde kuşatmakta ve etkisi altına almaktadır. Artık günlük hayatın her alanında varlığını sürdüren yeni medyanın etik ilişkisi her geçen gün önemini daha da fark ettirmektedir.

3. Yeni Medyada Etik

Yeni medya terimindeki yenilikler yalnızca teknolojik ve araçsal yenilikleri değil medyaların iletişim modellerinde, felsefesinde ve tüm sisteminde teknik, hukuksal, sosyolojik, psikolojik ve daha pek çok unsurun dönüşümünü içermektedir (Yanık, 2016, 898-899). Yeni medyalar yalnız içerikleri ve kazandırdıkları uzantıları aracılığıyla değil yapısal olarak kendileri de anlamlar üretmektedir. Bu dönüşümün aynı zamanda insanı da dönüştüren bir gücü söz konusudur (Yanık, 2016, 899). Dijital çağda medya kültürü daha kişisel, şüpheli, ironik, bozulabilir, kendine özgü, işbirlikçi hale gelmiş; yerleşik endüstriler ve kurumlar kalıcı mesajlar ve takipçiler üzerindeki hakimiyetlerini sürdürmeye ve iş modellerini online olarak geliştirmeye çalışırken neredeyse akıl almaz bir şekilde çeşitlenmiştir (Lievrouw, 2013, 214). Dijital iletişim teknolojilerinin tamamını kapsayan yeni medya, geleneksel medyaya da farklı bir boyut kazandırmıştır (Serçelik - Kasımoğlu, 2022, 131).

Yeni medyada etik olgusu, yeni medyanın yapısı itibarıyla hem medya etiğini hem de iletişim etiğini bir arada ele almayı zorunlu kılmaktadır. Zira yeni medya dijital ortamda gerçekleştirilen profesyonel gazeteciliği kapsadığı gibi tamamen bireysel içerik paylaşımına dayalı sosyal medya kullanımını da kapsamaktadır. Üstelik bu iki tür yayıncılık yurttaş gazeteciliği formunda kesişmekte ve çoğu zaman aralarındaki çizgi silikleşmekte hatta tamamen yok olabilmektedir. Bu nedenle yeni medyada etik konusu ele alınırken sadece profesyonel gazetecilikle ilgili etik kodlara ve bu alandaki tartışmalara odaklanılması durumunda, yapılacak çalışmada eksik bir yaklaşım geliştirilmesi kaçınılmaz olacaktır. Dolayısıyla yeni medya etiği "hem profesyonel olarak gazetecilikle ilgili kişi ya da kuruluşların yeni medya alanına taşıdıkları haber, bilgi ve görüntülerin etik ilkeler çerçevesinde ne şekilde değerlendirilmesi gerektiğine hem de gazetecilikle ilgili

olmayan vatandaşlar tarafından sağlanan haber, bilgi ve görüntülerin internette nasıl kullanılması gerektiğine dair sorulara yanıt aramaktadır” (Erdoğan, 2013, 255).

Türkiye’de medyanın içinde bulunduğu etik çöküntü, medyayla ilgili güven yitiminin önemli nedenlerinden biridir (Alankuş, 2005, 34). Araştırmanın bu bölümünde yeni medya yayıncılığında geçerli dört temel etik ilke ele alınacaktır. Bu ilkeler: a) doğruluk, b) haber ve reklamın birbirinden ayrılması, c) mahremiyete saygı, son olarak da d) nefret söyleminden kaçınmadır. Araştırmanın bu dört ilke ile sınırlandırılmasının nedeni araştırmanın hacminin bunu zorunlu kılmasıdır. Diğer ilkelerin araştırmaya dahil edilmesi durumunda çalışma planlanandan çok daha geniş olmak zorundadır. Diğer ilkeler arasından bu dört ilkenin seçilmesinin nedeni ise öncelikle bu ilkelerle ilgili ihlallerin yaygınlığı, dolayısıyla da ortaya çıkardığı etkilerin büyüklüğü ve görünürlüğüdür. Ayrıca bu ilkelerin ihlalinin tespit edilmesi diğerlerine göre bu araştırmanın kapsamına ve araştırma yöntemine yani doküman analizine daha uygundur.

Kahramanmaraş depremleri çerçevesinde yeni medya platformlarında bu dört temel ilkenin ihlaliyle ilgili örneklerle geçmeden önce, bu ilkelerin ne anlama geldiğine ve kapsamlarına kısaca değinmekte yarar bulunmaktadır.

3.1. Doğruluk: Doğruluk ve onun sonucunda oluşan güven doğası gereği, insanların kendilerine yalan söylenmediğinden emin olmalarını sağlar. Bu nedenle etik sosyal etkileşimin temeli doğruluğun bir ürünü olan güvendir. “Güven tahrip edilir ya da yıpratılırsa, kurumlar ve ilişkiler çöker. Gazeteciler için bu güveni temin etmenin yolu, asla ayrılmaz bir biçimde rollerin, değerlerin ve içeriğin birbirine bağlı olduğu güvenilir bilgiyi düzenli bir şekilde sağlamaktır” (Hayes vd., 2002, 263). Yeni medya ortamlarında kullanıcıların da arayüzdeki metinlere kendi yorumlarını iletip bu metinleri dolaşıma sokabildiğini ya da söz konusu metinleri değiştirerek kullanabildiğini göz önünde bulundurursak, doğruluk ilkesi çevrimiçi kullanıcıları da kapsar.

Yeni medyada sıklıkla karşılaştığımız dijital manipülasyonların da doğruluk ilkesi bağlamında ele alınması gerekir. Dijital teknoloji, resim veya fotoğrafları manipüle etmek için birçok imkân ve teknik sunar. Ayrıca sanal ya da hiç gerçekleşmemiş olayların resimleri bu teknolojiler sayesinde üretilip tüm dünyaya hemen dağıtılabilir (Evers, 2001, 9).

3.2. Haber ve reklamın birbirinden ayrılması: Yeni medyada sıkça karşımıza çıkan bir diğer etik problem de web sayfalarında ve bloglarda reklamlarla haber içerikleri arasındaki ayrımın kaybolmasıdır. “Web sayfalarında haber içeriği ve reklâm için kullanılan alanların net olarak ayrılması ve haberlere linkler eklenerek ağ üzerindeki başka bir sayfaya yönlendirme yapılması şeklinde hazırlanan reklamlar güvenilirliği zedeleyen uygulamalar olarak ortaya çıkmaktadır” (Kalan, 2016, 81). Benzer bir durum sosyal medya ve bloglarda da gözlemlenebilmekte; Instagram’da ve Twitter’da fenomenler ürettikleri içerikleri reklam içerikleriyle harmanlayarak sunmaktadır. Hızla gelişen yeni



iletişim teknolojileri durmadan yeni pazarlama alanlarının ve yeni reklam biçimlerinin doğmasına yol açmaktadır.

Aslında Pazarlamanın kapsamına giren reklamcılık kendi meslek ilkelerine sahip bir alandır. Reklamlarla ilgili etik sorunların denetlenmesi ve tüketici haklarının korunması için ülkemizde ve dünyada meslek ilkeleri ve yasal düzenlemeler vardır. (Kalan, 2016, 76). Bununla birlikte pek çok yeni medya platformunda internet kullanıcıları etik dışı reklam uygulamalarına maruz kalmaktadır. Teknolojik gelişmeler sonucunda çığırından çıkan bu durumu birçok devlet ve hükümet, engellenmek şöyle dursun politik olarak kullanmaktadır (Kalan, 2016, 79).

3.3. Mahremiyete saygı: Birleşmiş Milletler'in 1948'de kabul ettiği İnsan Hakları Evrensel Bildirisi'nin 12. maddesi "Kimsenin özel yaşamı, ailesi, konutu ya da haberleşmesine keyfi olarak karışılmaz, şeref ve adına saldırılamaz. Herkesin, bu gibi karışma ve saldırılara karşı yasa tarafından korunma hakkı vardır" ifadelerine yer vermektedir. Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 20. Maddesi de mahremiyete saygı konusunda aynı vurguyu içermektedir: "Herkes, özel hayatına ve aile hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir. Özel hayatın ve aile hayatının gizliliğine dokunulamaz."

Yeni iletişim teknolojileri kişisel mahremiyetin yok olmasında önemli bir etki oluşturmaktadır; ayrıca kişisel yaşamların sistemli bir biçimde gözetlenerek analizine ve yorumlanmasına olanak sağlamaktadır (Bitirim Okmeydan, 2017, 362).

"Dijital yaşamın temelini oluşturan yeni iletişim teknolojileri, yeterli önlem alınmadığı takdirde; gizliliğin, güvenliğin ve mahremiyetin ortadan kalkmasına ve küresel ağ üzerinden gönderilen bilgilere üçüncü kişilerce erişilmesine; hatta bunların, söz konusu kişilerin amaçları doğrultusunda her an değiştirilmesine açık, tehlikeli bir yapı sergilemektedir. Özellikle yeni iletişim teknolojilerinin her türlü veri gözetimini mümkün kılan ve kolaylaştıran doğası, bu gibi sorunları ortaya çıkarıp beslemektedir" (Bitirim Okmeydan, 2017, 362).

3.4. Nefret söyleminden kaçınma: Nefret söylemi, ırk, etnik yapı, ulus, dini inanç, cinsel farklılık ve engellilikleri nedeniyle bir grup insanı aşağılamak, korkutmak, bunlara karşı şiddete başvurmayı tahrik etmek veya ön yargı oluşturmak amacıyla gerçekleştirilen söylemleri ifade eden tartışmalı bir kavramdır (Demirbaş, 2017: 2693). Bu tahammülsüzlük ve hoşnutsuzluk adaletsizliklere, başkalarının haklarının gasp edilmesine, barışı yaralamaya yol açabilme potansiyeline de sahiptir (Alğan - Şensever, 2010, 7).

"Yeni medya ortamları sahip oldukları multimedya türevi, eş zamanlılık, etkileşim gibi özellikleri ile bireylere geleneksel kitle iletişim araçlarının sağlayamadığı ifade özgürlüğü imkânı sağlamaktadır. Ancak yeni medya ortamlarının bireye sağladığı bu özgürlük, iletilerin kim tarafından üretildiğinin bilinmemesi ve bir yayının organının

denetiminden geçmemesi ekseninde; nefret söyleminin üretimi ve paylaşılması gibi dezavantajlı bir durum ortaya çıkarmaktadır. Kullanıcı türevli içerik olarak ifade edebileceğimiz yeni medya iletileri örtük veya açık olarak nitelendirebileceğimiz ayrımcı ve ötekileştirici ifadeleri İnternet üzerinde dolaşıma açık hale getirmektedir. Nefret söylemi kapsamında ele alabileceğimiz bu iletilere örnek olarak küfür, hakaret, alay gibi ifadeler örnek verilebilir” (Dondurucu - Uluçay, 1057).

Ele aldığımız bu dört ilke pek çok yeni medya platformunda sıklıkla ihlal edilmektedir. Çalışmanın “bulgular” bölümünde Kahramanmaraş depremleri çerçevesinde, yeni medyada yer alan ve bu dört yayıncılık ilkesinin ihlaline örnek teşkil eden haber ve paylaşımlara yer verilecektir.

4. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada bir nitel araştırma yöntemi olan doküman analizi tekniği kullanılmıştır. Keşfedici yönden verilerin ortaya konulmasının amaçlandığı bu çalışmanın analiz birimi Kahramanmaraş depremleriyle ilişkili olan içerik, yorum ve paylaşımlardan oluşmaktadır. “Doküman analizi, araştırılan konu ile ilgili dokümanların bilimsel esaslara uygun olarak incelenmesi anlamına gelmektedir” (Kıral, 2020, 185). “Kitaplar, mektuplar, dergiler, günlükler, haritalar, çizelgeler, istatistikler, anayasa ve yönetmelikler, yasal metinler, gazeteler, fotoğraflar, anılar, röportajlar, okul kayıtları, sağlık ve kamu kayıtları, resimler, videolar, mesajlar vb.” birer dokümandır (Kıral, 2020, 170). Doküman analizinde araştırma süreci konunun seçilmesiyle başlar. Dokümanlarla çalışma yapılmasına karar verilmişse “dokümana ulaşma, dokümanı sınırlama, dokümanın orijinalliğini teyit etme, dokümanı detaylı okuma” aşamaları gelir. Daha sonra içerik analizi yapılır, dokümanlarla ulaşılan veriler çalışmada kullanılır. Son aşama ise araştırmanın yayına dönüştürülmesidir (Kıral, 2020, 183).

4.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi: Bu araştırmanın evreni, yeni medya platformlarında Kahramanmaraş depremleri ile ilgili içerik, paylaşım ve yorumlardaki etik ihlallerden oluşmaktadır. Çalışmada kullanılan örnekler Google arama motorunda yer alan ve Kahramanmaraş depremleriyle ilişkili etiğe aykırı paylaşımları konu alan belgelerden, görsellerden, twitlerden, internet haberlerinden ya da kendisi etik ihlal içeren internet haberlerinden seçilerek belirlenmiştir. Örneklerin bu şekilde seçilmesinin nedeni, zaman ve maliyet kullanımı bakımından verimli bir yöntem oluşudur.

5. Bulgular

6 Şubat 2023 günü ve takip eden günlerde Kahramanmaraş ilinin Pazarcık ve Elbistan ilçeleri başta olmak üzere pek çok ilde meydana gelen depremler Güneydoğu Anadolu’da on bir ilimizi doğrudan etkiledi. İlk andan itibaren pek çok kullanıcı internet aracılığıyla deprem bölgesinden anlık haberlere erişim sağladı. Yardım ve destek çağruları sosyal



medya hesaplarından yayımlandı ve bilgi akışı büyük ölçüde bu mecralardan gerçekleştirildi. Dayanışma ve yardım organizasyonları aynı şekilde sosyal medya platformlarında örgütlendi.

Ancak bu aşamada yeni medyada olumsuz örnekler de tanık olundu. Çalışmamız çerçevesinde dört başlık altında değerlendireceğimiz bu olumsuzluklardan ilki yukarıda değindiğimiz “doğruluk” ilkesinin ihlaliyle ilgilidir

5.1. Doğruluk ilkesinin ihlali: Deprem sonrası süreçte pek çok yanlış bilgi ya da güncelliğini yitirmiş çeşitli içerikler birçok sosyal medya hesabında doğruluğu onaylanmadan paylaşıldı ve hızla yayıldı. Bu tür gerçeklik dışı haberlerin dolaşıma girmesi yaşanan travmayı artırdı hatta depremzedelerin panikle bölgeyi terk etmeye çalışmaları, bunun sonucunda da yollarda uzun araç kuyruklarının oluşması ve yardım konvoylarının trafikten dolayı saatlerce ilerleyememesi gibi yeni olumsuzlukların meydana gelmesine neden oldu. Sadece deprem bölgesinde değil, birçok çevre ilde de ikinci depremin ardından sosyal medyada oluşturulan panik sebebiyle araç sahipleri benzin istasyonlarına akın etti. Bu yüzden pek çok ilde benzin sıkıntısı ve trafik sıkışmaları yaşandı.

Kahramanmaraş'ta meydana gelen depremlerle ilgili olarak Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından Dezenformasyon Bülteni (T.C.İ.B., 8 Şubat 2023) yayımlandı; gazeteci Nedim Şener de gerçeği yansıtmadığı ispatlanan bu haberleri köşesinde kaleme aldı (Şener, 13 Şubat 2023). Bu süreçte pek çok internet mecrasında tanık olduğumuz, ancak yalan olduğu açıklandıktan sonra kaldırılan gerçeklik dışı haberlerin bazıları şunlardır:

“AFAD, akşam 8.5 şiddetinde deprem beklendiğini açıkladı.”

“Hatay'da baraj patladı.”

“Kahramanmaraş'ta yanardağ patladı.”

“Maraş'ta fay hattı kopmuş 8.5 büyüklüğünde deprem bekleniyor.”

“Atatürk Barajı'nda çatlaklar oluştu.”

“Hatay Samandağı'na teröristler geldi, eylem yapacaklar.”

“Kahramanmaraş'taki depreme ABD'li şirketin açtığı 6 bin metrelik petrol kuyusu sebep oldu.”

Herhangi bir kontrol mekanizmasının bulunmadığı çeşitli yeni medya ortamında saydığımız bu haberler paylaşıldı ve hızla yayıldı. Bunun sonucunda zaten son derece zor durumda olan bu bölgelerde işler çok daha zor duruma girdi.

5.2. Haber ve reklamın birbirinden ayrılmaması: On bir Güneydoğu Anadolu ilinde etkili olan depremler bağlamında yeni medyada sıkça tanık olduğumuz ikinci etik problem, haber içeriğiyle reklam içeriğinin birbirinden ayrılması ilkesinin ihlaliyle ortaya çıkmıştır.

İnternet üzerinden yapacağımız arama sonucunda ulusal medyanın internet siteleri de dahil pek çok haber sitesinde bariz bir biçimde bu ihlale tanık olmak mümkündür. Örnek olarak bunlardan üçüne aşağıda yer verilmiştir.



Görsel 1: Haberle reklamın ayrılması ilkesinin ihlali (Kaynak: 7.4 büyüklüğünde deprem: 284 can kaybı - Güncel Haberler Milliyet_(Erişim 15.03.2023))



Görsel 2: Haberle reklamın ayrılması ilkesinin ihlali (Kaynak: Son dakika: Depremde can kaybı 43 bin 556'ya yükseldi - Son Dakika Haberler (sabah.com.tr)_(Erişim 15.03.2023))



Görsel 3: Haberle reklamın ayrılması ilkesinin ihlali (Kaynak: <https://www.haberturk.com/depremin-aci-bilancosu-kahramanmaraş-depreminde-olu-ve-yarali-saysi-kac-oldu-icisleri-bakani-soylu-rakamlari-acikladi-3570932> (Erişim 15.03.2023))

Bu örneklerde de görüldüğü gibi, internette yayın yapan birçok haber sitesinde, deprem sürecinde yayınlanan deprem haberlerinde de etik ilkelere aykırı olacak biçimde reklamlarla haberin net bir ayrımının yapılmadığı ve okurun tüketici olarak konumlandırıldığı gözlenmektedir. Çeşitli medya kuruluşlarının haberlerinden seçtiğimiz yukarıdaki örneklerde görüldüğü üzere yaşanan büyük felaketin ardından yeni medyadaki deprem haberleri de diğer tüm haberler gibi kâr amacıyla değerlendirilmiştir. Bu haberlerin konusu Kahramanmaraş depremindeki can kayıpları olmasına karşın, reklam içerikleri sayfada büyük bir yer kaplamaktadır. Dolayısıyla haber başlığı ve metin, reklam içeriklerinin arasında sıkışıp kalmıştır. İnternet kullanıcılarının kişilik haklarına aykırı olarak, bu şekilde yoğun reklama maruz bırakılması etik açıdan yanlıştır. Ayrıca bu travmatik süreç içinde halkın acısı ve hassasiyeti göz ardı edilerek haberlerin reklam kirliliği içinde internet kullanıcılarına servis edilmiş olması da etik bağlamda sorunlu bir uygulamadır.

5.3. Mahremiyetin ihlali: Ele alacağımız üçüncü etik problem olan bireylerin mahremiyetlerinin ihlali konusunda özellikle deprem gibi çok sayıda insanı etkileyen büyük travmalarda bilinçli ve sorumlu yayıncılığın çok defa zedelendiği gözlenmektedir. Son yaşanan depremlerde de depremedelerin mahremiyet haklarını önemsemeyen görseller ve içerikler paylaşıldı. Bu konuda en hassas ve kırılgan konumda olan çocukların dahi isimleri verilerek, yüzleri tanınacak biçimde fotoğrafları yayınlandı. Mahremiyet ihlaline örnek teşkil eden, yayıncılık etiği bakımından sorunlu pek çok görsel ve içeriğe internet üzerinden kolayca ulaşmak mümkündür.



Görsel 4: Mahremiyetin ihlali (Kaynak: 8 yaşındaki ***** 91 saat sonra enkazdan sağ çıkarıldı (ulusal.com.tr)_(Erişim 15.03.2023))



Görsel 5: Mahremiyetin ihlali (Kaynak: 81'inci saatte gelen mucize! O görüntüler ortaya çıktı... 6 yaşındaki *****: "Susamaktan, açlıktan öleceğim" - Haber ve Ötesi (haberveotesi.com.tr) (Erişim 15.03.2023))

Seçtiğimiz bu örneklerin ikisinde de enkazdan çıkarılan küçük çocuklar yer almaktadır. Farklı yayın organlarından elde ettiğimiz bu örnekler çoğaltılabilir. Her iki görselde de depremzede çocukların yüzleri gizlenmemiştir. Haber metninde çocukların adları, soyadları, adresleri ve yaşları gibi özel bilgilerine yer verilmiştir. Oysa Basın



Kanunu'nun 21. maddesine göre mağdur da olsa, fail de olsa, çocukların kimliklerinin anlaşılacağı biçimde yayın yapılamaz.

Sadece toplumun en hassas üyeleri olan, bu yüzden korunmaları gereken çocuklarla ilgili içeriklerde değil, erişkin bireylerle ilgili görsel ve metinlerde de kişilerin mahremiyetlerini bu şekilde ihlal etmek yayıncılık etiğine aykırıdır. Kişilerin mahremiyetlerine saygılı olmak ve bu mahremiyeti ihlal etmemek hukuken de zorunludur. Aşağıdaki iki örnekte yetişkin bireylerin mahremiyet sınırları çiğnenmektedir.



Görsel 6: Mahremiyetin ihlali (Kaynak: İtfaiye erinin botlarını verdiği 23 yaşındaki ***** sağ çıkarıldı (ulusal.com.tr)_(Erişim 15.03.2023))



Görsel 7: Mahremiyetin ihlali (Kaynak: Elbistan'da Bir Kişi Daha Enkaz Altından Kurtarıldı (olay53.com)_(Erişim 15.03.2023))

Bu haberlerde daha çok tıklanma hırsıyla depremzedelerin bu çok zor anları görüntülenmiş ve hiçbir perdeleme yapılmadan kamuya açık hale getirilmiştir. Haberde kadın depremzedenin birkaç farklı açıdan çekilen üç fotoğrafının kullanılmış olması ayrıca dikkat çekicidir. Erkek depremzedenin ise isim, soy isim ve yaş gibi kimlik bilgilerine de açıkça yer verildiği görülmektedir. Böylece bu depremzedelerin acıları ve zor durumları kendi rızaları dışında herkesin görebileceği bir hale getirilmiştir. Etik bağlamda sorumlu bir yayıncılığın hayata geçirilebilmesi için bu tür paylaşımların gerek afetzedelerin gerekse onları bu halde gören yakınlarının üzerinde ikinci bir travma etkisi yaratabileceği hesaba katılmalıdır ve paylaşılan içerikler ve görseller bu sorumluluk bilinci ile düzenlenmelidir.

5.4. Nefret söylemi: Bu araştırma çerçevesinde ele alacağımız dördüncü ve son etik problem ise nefret söylemidir. Kahramanmaraş depremleri bağlamında pek çoğumuzun sosyal medyada duyduğumuz; gerçeği yansıtmayan haberler yayarak nefret ve ayrımcı ifadeleri dolaşımda tutmaya çalışan bazı örnekleri ele alacağız. Bu örneklerde yalan haber dolayısıyla yabancı düşmanı duygu, düşünce ve ideolojiler yayılmaya çalışılmaktadır. Bu haberlerin tamamı Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi tarafından yalanlanmıştır.

“Suriyeliler itfaiye erinin telefonunu çaldı.”



Görsel 8: Ayrımcılık ve nefret söylemi içeren yalan haber (Kaynak: Ümit Özdağ'ın “Suriyeli canlı yayında itfaiyecinin telefonunu çaldı” iddiası fos çıktı (gazeteilksayfa.com) (Erişim 15.03.2023)



“Bir Afgan, çıkan cesetlerin elini kesip altınlarını çalıyor.”



Görsel 9: Ayrımcılık ve nefret söylemi içeren yalan haber (Kaynak: Afganlar deprem bölgesinde kol kesip altınları çalıyor diyen Masterchef'in eski yarışmacısı Uğur Kardeş tutuklandı (ahaber.com.tr),(Erişim 15.03.2023))

“Suriyeliler Fenerbahçe tırını yağmaladı.”



Görsel 10: Ayrımcılık ve nefret söylemi içeren yalan haber (Kaynak: Ortadoğu Haber Twitter'da: " Ümit Özdağ'ın 'Suriyeliler #Fenerbahçe tırını yağmaladı' haberine kulüp yöneticisi yalanladı. #depremsondakika https://t.co/6uslLuK05R https://t.co/IYtDJiToKF" / Twitter_(Erişim 15.03.2023))

“Arap ülkelerinden deprem yardımı gelmedi.”



Görsel 11: Ayrımcılık ve nefret söylemi içeren yalan haber (Kaynak: (3) Dezenformasyonla Mücadele Merkezi on Twitter: ““Arap Ülkelerinden Deprem Yardımı Gelmedi” İddiası <https://t.co/Y6Dqf5KUDk>" / Twitter_(Erişim 15.03.2023))

“Mersin KYK'da kız öğrenciler Suriyeli erkekler tarafından taciz ediliyor.”



Görsel 12: Ayrımcılık ve nefret söylemi içeren yalan haber (Kaynak: Dezenformasyonla Mücadele Merkezi Twitter'da: "Mersin'deki KYK Yurdu ile İlgili İddialar <https://t.co/7EFEDPwx9p>" / Twitter_(Erişim 15.03.2023))

Tamamı sosyal medyada yayınlanan bu yalan haberlerin birçoğu belli bir halkı suçla ilişkilendirmekte ve suçu onların asli bir unsuru olarak sunmaktadır. Bu haberlerde sözü geçen suçlar hırsızlık, kapkaççılık, yağmacılık, yankesicilik ve tacizdir. Bu suçlarla ilişkilendirilenler Suriyeli ve Afganlardır. Görsel 11'de ele alınan iddia ise diğerlerinden farklıdır. Burada "Arap ülkelerinden deprem yardımı gelmedi." iddiasıyla ima edilen Arap ülkelerinin zor zamanlarında Türklere destek vermediğidir. Bu yalan haberlerle yayılmaya çalışılan belli milletlere yönelik yabancı düşmanlığıdır (zenofobi). Görünen boyutun arkasında bu tutum tahammülsüzlük ve hoşgörüsüzlükten beslenmektedir.

Nefret söylemi, içinde aşırılıklar barındıran önyargılarla ilişkilidir ve adaletsizliği, başkalarının haklarının gasp edilmesini, barışın yaralanmasını meşrulaştırma eğilimi gösterir. Bu nedenle nefret söylemi çoğu kez nefret suçlarının önünü açmakta, bu suçları teşvik etmektedir (Alğan - Şensever, 2010, 16). Ayrıca bu tür pratiklerin çoğaldığı toplumlarda karşılıklı saygı ve hoşgörü kültürü zedelenir ve farklı görüşler hakkaniyetli bir düzlemde değerlendirilemez.

Sonuç

Demokratik bir toplumda yasama, yürütme ve yargı gücü, dördüncü güç medya ile desteklenmek durumundadır. Bu nedenle günümüzde geleneksel ve yeni medya olarak iki biçimde varlığını sürdüren kitle iletişimi araçları sosyal yaşamın ayrılmaz bir parçasıdır.

Yaşadığımız son deprem yeni medya teknolojilerinin, özellikle de sosyal medya mecralarının hashtag, video ve anlık mikroblog paylaşımı gibi imkânlar sayesinde, haberi çok hızlı bir şekilde çok büyük topluluklara ulaştırabildiğini ve büyük felaketlerde afetzedelerin ihtiyaçlarının giderilmesi noktasında çok önemli bir vasıta olduğunu hepimize açık bir biçimde göstermiştir. Fakat gerçek dışı ya da zararlı içerikler de ne yazık ki bu büyük hızla çok büyük kitleleri etkisi altına alabilmektedir. Dolayısıyla yeni medya kitlesel travmalarda vereceğimiz tepkileri şekillendirmede yadsınamaz bir işleve sahiptir.

Bu çalışmada 2023 Kahramanmaraş depremleri sürecinde yeni medya platformlarında yer alan, depremle ilişkili yayınlar dört temel yayıncılık ilkesi bağlamında incelenmiştir. Bunlar: doğruluk, haberle reklamın birbirinden ayrılması, mahremiyete saygı ve nefret söyleminden kaçınmadır. İncelemelerimiz sonucunda yeni medyada deprem bağlamında gerçek dışı, abartılı, manipülatif, mahremiyeti ihlal eden ve nefret söylemi içeren pek çok yayın tespit edilmiştir. Ayrıca yeni medyadaki haber sitelerinde depremle ilişkili haberlerin de diğer haberler gibi, herhangi bir ayırım uygulanmadan reklamlarla sarmalanmış bir biçimde sunulduğu görülmüştür. Bu denli büyük bir yayıncılığa sahip olan yeni medyada ortaya çıkan bu tür ahlaki/etik uygunsuzluklar,

toplumsal travmaların yaşandığı bu gibi durumlarda bir kat daha tehlikeli hale gelebilmektedir.

Sonuç olarak yeni medyanın ahlaki kalitesinin artması ve daha köklü bir dayanışma pratiği geliştirebilmek için bu alana yönelik farkındalıklarımızın gelişmesi gerekmektedir. Yeni medyada karşımıza çıkan etik problemlerin çözümünde en önemli husus yeni medya kullanıcılarının bilinçlenmesi ve ahlaki duyarlılığın artmasıdır. Bu noktada yeni medyayı daha iyi anlamak, bu mecrada ortaya çıkan etik sorunları tespit etmek ve duyurmak oldukça önemlidir. Dolayısıyla bu alanda yapılan bilimsel çalışmaların nitel ve nicel olarak artırılması gerekmektedir. Reklamlarla ilgili sorunlar gibi kimi etik problemler için devletin ve ticari firmaların getireceği etkin çözümler zorunludur. Ancak internet kullanıcılarının, sivil toplum örgütlerinin ve bu alanda araştırmalar yapan akademisyenlerin de diyalog ve tartışma ortamları geliştirerek bu konuda kamuoyu gücü oluşturmaları önem arz etmektedir.

Kaynakça

- Alankuş, Sevda. Medya Etik ve Hukuk. İstanbul: Ips İletişim Vakfı Yayınları, 2005.
- Alğan, T. Cengiz - Şensever, F. Levent. Ulusal Basında Nefret Suçları: 10 Yıl, 10 Örnek. İstanbul: Sosyal Değişim Derneği, 2010.
- Aydoğan, Filiz - Kırık, Ali Murat. "Alternatif Medya Olarak Yeni Medya". Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi 18 (2012), 58-69.
- Banks, Jerry. "Introduction to Simulation". Proceedings of the 31st Conference on Winter Simulation: Simulation---a Bridge to the Future. 1/7-13. Arizona: Association for Computing Machinery, 1999. <https://doi.org/10.1145/324138.324142>
- Binark, Mutlu - Löker, Koray. Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi. Ankara: Uzerler Matbaası, 2011.
- Bitirim Okmeydan, Selin. "Yeni İletişim Teknolojilerini Sorgulamak: Etik, Güvenlik ve Mahremiyetin Kesiştiği Nokta". E-Gifder 5/1 (Mart 2017), 347-372.
- Chalmers, David J. "The Virtual and The Real". Disputatio 9/46 (2017), 309-352. <https://doi.org/10.1515/disp-2017-0009>
- Cevizci, Ahmet. Uygulamalı Etik. İstanbul: Say Yayınları, 2. Basım, 2016.
- Demirbaş, Timur. "Nefret Söylemi ve Nefret Suçları". Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi. 19/3, (2017), 2693-2701.
- Dewdney, Andrew. The New Media Handbook. New York: Routledge, 2006.
- Dondurucu, Zeynep Benan - Uluçay, Ayşe Pınar. "The hate speech in new media environments: The analysis of videos which include hate speech for gay people",



International Journal of Social Sciences and Education Research 1/3 (2015), 875-902.
<https://doi.org/10.24289/ijsser.279166>

- Erdoğan, İlker. "Yeni Medya Gazeteciliğinde Etik Bir Paradigma Belirlemenin Kapsamı ve Sınırları". İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi 36 (Bahar 2013), 254-272. E-ISSN: 2147-4524.
- Evers, Huub. "New Moral Dilemmas in Online Journalism?". Forum medienethik Kopaed 1, (2001), 37-47.
- Hayes, Arthur vd. "Shifting Roles, Enduring Values: The Credible Journalist in a Digital Age". Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality, ed. R. D. Barney - J. Black. 262-279. New York: Routledge, 2002.
- Kalan, Özlem. "Yeni Medyada Reklam ve Etik Sorunlar". Atatürk İletişim Dergisi 10 (Ocak 2016), 71-90.
- Kıral, Bilgen. "Nitel Bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Doküman Analizi". Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 15, (2020), 170-189. ISSN: 2147-8406
- Kuçuradi, İoanna. "Etik ve Etikler". Felsefe Söyleşileri 1-2. ed. Betül Çotuksöken. 23-27. İstanbul: Maltepe Üniversitesi Yayınları, 2003.
- Lafollette, Hugh. The Oxford Handbook Of Practical Ethics. New York: Oxford University Press, 2003.
- Lievrouw, Leah A. Alternative and Activist New Media. Cambridge: Polity Press, 2013.
- Lister, Martin. New Media: A Critical Introduction. New York: Routledge, 2. Basım, 2009.
- McLuhan, Marshall. The Medium is the Massage: An Inventory of Effects. London: Penguin Press, 1967.
- Novruzov, Nurida Samed Kızı. "Farklı Ekollerde Metin, Söylem ve Hipermetin Kavramları". İdil Sanat ve Dil Dergisi 1/5 (2012), 350-360. DOI: 10.7816/idil-01-05-23
- Serçelik, Hande - Kasımoğlu, E. Sinem. "Yeni Medyada Etik İhlaller: İzmir Depremi Örneği". International Journal of Social Sciences and Art Studies 1/1 (Ocak 2022), 128-141. ISSN: 2792-0968
- Şener, Nedim. "50 deprem yalanı: Ne bu acı, ne bu yalanlar unutulur". Hürriyet (13 Şubat 2023), <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/nedim-sener/50-deprem-yalani-ne-bu-aci-ne-bu-yalanlar-unutulur-42218954> (Erişim 15.03.2023)
- T.C.C.İ.B., T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi, Dezenformasyon Bülteni. (8 Şubat 2023). <https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/8-subat-bulteni.pdf> (Erişim 15.03.2023)

- Tepe, Harun. "Meslek Etikleri: Temelleri ve Sorunları". Felsefe Söyleşileri 3-4, ed. Betül Çotuksöken. 45-51. İstanbul: Maltepe Üniversitesi Yayınları, 2006.
- Türkeri, Mehmet. Etik Bilinç. Antalya: Lotus Yayıncılık, 2. Basım, 2014.
- Türkeri, Mehmet. Etik Değer. Antalya: Lotus Yayıncılık, 2. Basım, 2017.
- Van Dijk, Jan. The Network Society. London: Sage Publications, 2012.
- Yanık, Akan. "Yeni Medya Nedir Ne Değildir?", The Journal of International Social Research 9/45 (2016), 898-910. DOI: 10.17719/jisr.20164520666

