

BİR KAMUSAL ALAN OLARAK SOSYAL MEDYANIN HABER ETİĞİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Eren TORAMAN

İstanbul Aydın Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı Yüksek Lisans Öğrencisi

erentoraman@msn.com

<https://orcid.org/0000-0003-1531-9906>

Doç. Dr. Okan ORMANLI

İstanbul Kültür Üniversitesi, Türkiye

o.ormanli@iku.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0001-7812-7755>

ÖZ

Sosyal medya insan hayatında artık büyük bir yer kaplamaktadır. Yeni bir olgu olmasına rağmen sosyal medya, insanların çokça vakit geçirdiği bir mecraya dönüşmüştür. Bu durum kamusal alan sınırlarının da yeniden belirlenmesi gerekliliğini doğurmuştur. Geleneksel medyada haberler kamuoyuna aktarılırken belli başlı ilkeler doğrultusunda verilmektedir. Fakat aynı zamanda geleneksel medyanın yayın politikasına bağlı olarak kimi zaman haberler sansüre uğramaktadır. Sosyal medyada ise haberler, görece olarak daha özgürce ve sansürsüz olarak paylaşılmaktadır. Ancak sosyal medyada paylaşılan, bazen kamuoyunu yanıltıcı ve provoke edici de olabilmektedir. Bu durum sosyal medyada hızla yayılan haberlerin doğruluğu ve etik tartışmalarını ortaya çıkarmıştır. Bu araştırmada, sosyal medyanın bir kamusal alan olup olmadığı konusu irdelenmektedir. Bu bağlamda sosyal medyadaki bazı haberlerde yer alan fotoğrafların ve haberlerin doğru olup olmadığı, yayınlanıp yayınlanmamasın ve bunlara ait olumsuz yorumlara dair etik tartışmalar da çalışma kapsamında incelenmektedir. Araştırmanın amacı, bu tartışmalar bağlamında sosyal medyada kullanılan haber fotoğraflarının ve videolarının haber etiğine göre nasıl kullandığını ve sosyal medyanın kamusal alanın içinde yer alıp almadığını haberler ölçeğinde araştırmaktır. Türkiye'nin ve dünyanın gündemine oturmuş, sosyal medyada yer alan ve etik tartışmalarıyla gündeme gelmiş belli başlı haberler incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Kamusal Alan, İnternet, Haber Etiği

A RESEARCH ON NEWS ETHICS OF SOCIAL MEDIA AS A PUBLIC SPACE

ABSTRACT

Social media covers a big place in a person's life. Social media is a newcomer in human life, still people spend most of their time on social media. In this case, the re-determination of the boundaries of public space has become necessary. The major traditional media news is transmitted to the public in accordance with the policy. But at the same time depending on the editorial policies of traditional media and sometimes with news censorship. However, social media news is shared freely and uncensored. Social media can be misleading and provocative since it sometimes includes public opinion too. In this case, the accuracy of the quickly spread news and the ethical aspects of social media need to be discussed. Current study questions whether social media is a public space or not in addition to presenting some of the social media news and the photos of the news contained in the context of ethical discussions. The purpose of the research, in the context of this debate, is to investigate how the photos and the news used in social media with respect to news ethics and whether social media can be considered a public space or not. The work also presents some significant news published on social media that occupied the agenda of Turkey and the world with ethical discussions.

Keywords: Social Media, Public Space, İnternet, News Ethics

Research Article - Submit Date: 12.02.2019, Acceptance Date: 31.05.2019

DOI NO: 10.17932/IAU.EJNM.25480200.2019.3/3.192-199

Copyright © e-Journal of New Media

GİRİŞ

İnsanlık tarihinde bilgi ve iletişim her daim çok önemli bir unsur olmuştur. “İletişim, insanın varlık sürdürme biçiminin bir ürünü ve insanın varlık sürdürme biçimindeki gelişmelere göre değişimlere uğrayan insana özgü bir olgudur” (Oskay, 2000, s. 1). İletişim kanalları, insanların bilgiye ulaşmasındaki hayati damarlardır. İletişim araçları, insanların bilgiye ulaşmada farklı çabalar içine girmesiyle birlikte yıllar geçtikçe çoğalmıştır. Teknolojinin de sağladığı avantajlarla iletişim kanalları hızlanmış ve bilgiye ulaşmak daha kolay olmuştur. “Bilgiye hızlı ve kolay biçimde ulaşma imkânı sağlayan internet, dünya çapında ortak bir dil kullanarak birbiriyle iletişimde bulunan bilgisayar ağıdır” (Peltekoğlu, 2001, s. 276). İnternet günümüzde bilgiye ulaşma adına iletişimin vazgeçilmez unsurlarından birisi olmuştur.

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte internet, kitle iletişiminde bir devrim yapmıştır. İnternet, günden güne gelişen ve her geçen gün dünya çapında yaygınlaşan bir iletişim mecrasıdır. “İnternet, insanların her geçen gün gittikçe artan ‘üretilen bilgiyi saklama/paylaşma ve ona kolayca ulaşma’ istekleri sonrasında ortaya çıkmış bir teknolojidir” (Tutar, Yılmaz, & Erdönmez, 2004, s. 193). İnternet, kişiler arasında iletişimi sağlamakla kalmayıp, bununla beraber kitle iletişiminde de önemli yer tutmaktadır. Kitle iletişim ve teknolojik gelişmeler, insanlığı bilgi noktasında mesafeleri ortadan kaldırmış ve küreselleşmeyi ortaya çıkarmıştır. “Küreselleşme, ürün ve hizmetlerin, paranın, insanların, fikir, haber ve bilgilerin dünya üzerinde serbestçe dolaşımıdır. Globalleşme olarak da kullanılan kavram, bir anlamda dünyada fiziki sınırların ortadan kalkmasını ifade eder” (Ertike, 2009, s. 7). Küreselleşme ile birlikte insanlar, dünyanın herhangi bir noktasındaki bir olaydan dakikalar sonra haberdar olabilmektedir. Küreselleşme, popüler kültürü ve tektipleşmeyi doğursa da, kitle iletişim konusunda ise sınırları kaldırmıştır.

Dünyanın kitle iletişimde hızlı bir gelişme göstermesi ve küreselleşme ile birlikte Marshall McLuhan’ın global köy tanımının ne kadar yerinde bir tespit olduğunu ortaya koymuştur. McLuhan, dünyayı bir köye benzetmiş ve mesafelerin ortadan kalktığını söylemiştir. İnternet, hayatımıza yeni giren ve hayatımızın her alanının içinde olan bir kavramdır. Gelişen teknolojiyle birlikte insanların haber alma kaynakları da değişime uğramıştır. İnsanlar, haberleri ilk önce yazılı kaynaklardan alırken, daha sonra radyo ve televizyon aracılığıyla alır olmuşlardır.

Bilgisayar çağıyla birlikte hayatımıza web siteleri ve sosyal medya devreye girmiştir. İnternetin kamusal alan olup olmadığı ise hep tartışma konusu olmuştur. Tabii bununla birlikte sosyal medyada yer alan haberlerin doğruluğu ve haberlerin yer alışı şekli itibariyle etik konusu hep tartışılmıştır. İnternetin kamusal alan olup olmadığı konusunda iki farklı tartışma vardır. İlk tartışma, sosyal medyanın yeni bir kamusal alan olarak incelenmesi ve kamusal alanın nasıl biçimlendiğini açıklamaya çalışmaktadır. İkinci tartışma ise sosyal medyanın mevcut olan düzeni yeniden ürettiğini ve kamusal bir nitelik taşımadığını savunur. Bu yaklaşıma göre internet, Habermas’ın idealize ettiği şekilde bir kamusal alan değildir, “Çünkü internet kamunun kullanımına tam olarak açık değildir.”

Geleneksel medyada haberler kamuoyuna aktarılırken belli başlı ilkeler doğrultusunda verilmektedir. Fakat aynı zamanda geleneksel medyanın yayın politikasına bağlı olarak kimi zaman haberler sansüre uğramaktadır. Sosyal medyada ise haberler, özgürce ve sansürsüz paylaşılmaktadır. Ancak sosyal medyada paylaşılan bazen kamuoyunu yanıltıcı ve provoke edici de olabilmektedir. Bu durum sosyal medyada hızla yayılan haberlerin doğruluğu ve etik tartışmalarını ortaya çıkarmıştır. Bu araştırmada, sosyal medyanın bir kamusal alan olup olmadığı tartışmasının incelenmesinin yanı sıra sosyal medyadaki bazı haberlerde yer alan fotoğrafların ve haberlerin etik tartışmaları bağlamında ele alınmaktadır.

Araştırmanın amacı, bu tartışmalar bağlamında sosyal medyada kullanılan haber fotoğraflarının haber etiğine göre nasıl kullanıldığını ve sosyal medyanın kamusal alanın içinde yer alıp almadığını haberler ölçeğinde araştırmaktır. Türkiye’nin ve dünyanın gündemine oturmuş, sosyal medyada yer alan ve etik tartışmalarıyla gündeme gelmiş belli başlı haberler incelenmiştir. “Kamusal alan, modern toplum kuramlarında, toplumun ortak yararını belirlemeye ve gerçekleştirmeye yönelik düşünce, söylem ve eylemlerin üretildiği ve geliştirildiği ortak toplumsal etkinlik alanına işaret etmek için kullanılan

kavramdır” (Habermas, 2003). Habermas, bir başka deyişle kamusal alanı bütün çıkarlar arınmış, devlet baskısı ve otoritesinin olmadığı ve sermayenin egemen olduğu bir ortamdan bağımsız bir alan olarak tanımlamaktadır. Bu ifadeden yola çıkarsak, aslında sosyal medya kamusal alana bir örnektir. Fakat tabii ki bütün kamunun kullanımına açık olmadığı için tartışmalar sürmektedir. Böyle bir ortamda ise yapılan haberler, enformasyonlar, etkileşimler her zaman doğru ve gerçeklik içermez. Sosyal medyada ortaya çıkan, zaman içerisinde hızla yayılan yalan haberler buna örnektir. Bunun yanı sıra haber fotoğrafı kullanırken daha fazla kişiye ulaşması için etik dışı ve etik tartışmalarını ortaya çıkaran birçok haber ve paylaşım olmaktadır. Araştırmada, bu konular üzerinden çeşitli örneklerle ele alınmış ve haber etiği bağlamında sosyal medyanın kamusal alanla ilişkisini irdelenmiştir.

Araştırmada, sosyal medyada ve sanal ortamda paylaşılan haberler ve bu enformasyonların haber etiği konusu üzerinden yapılan araştırmalarla ilgili bir literatür taraması yapılmıştır. Bu literatür taramasında konu hakkında yapılmış çalışmalar, makaleler araştırmayla bağdaştırılıp yararlanılmıştır. Araştırmanın, “Kamusal Alan Bağlamında Sosyal Medya ve Haber Etiği” bölümünde bu kaynaklardan alıntılarla araştırma desteklenmiştir. Kaynakçada yararlanılan kaynaklar açıkça belirtilmiştir. Sosyal medyanın insan hayatında yeni yer tutmaya başlamasından dolayı araştırma ile ilişkili yeterli kaynak bulunmamaktadır. Kamusal alan konusunda ise sosyal medya ve haber etiği konularında birçok makale, tez ve dergi literatür taramasında ele alınıp incelenmiştir. Bununla birlikte araştırma ile yakından bağlantılı makaleler, tezler ve kitaplardan yararlanılmıştır.

Kaynakçada yer alan çalışmalar, literatür taramasının ardından araştırmanın kapsamını belirlemiştir. Ayrıca araştırmada, “Basın Ahlak Yasası”, “Basın Meslek İlkeleri” ve “Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluklar Bildirgesi” (Tokgöz, 2006) bağlamında da konu ele alınıp bu çerçevede bir sonuca varılmıştır. Habermas kamusal alanı, “*Bütün çıkarlar arınmış, devlet baskısı ve otoritesinin olmadığı ve sermayenin egemen olduğu bir ortamdan bağımsız bir alan*” olarak ifade etmektedir” (Habermas, 2003). Bu tanımdan yola çıkarak sosyal medyayı kamusal alan dahilinde kabul edip yapılan örnekler nezdinde bu etik ve manipüle edilmiş haberleri incelenmiştir.

YÖNTEM

Makalede nitel veri toplama tekniğine başvurulmuştur. Buna bağlı olarak belge incelemesi tekniğiyle yazılı ve görsel belgeleri araştırıp veri toplanmıştır. Belgelerin özgünlüğünü kontrol edip çözümlemesi yapılmıştır ve daha sonrasında veriyi makalede kullanma yoluna gidilmiştir. Araştırmada veri çözümleme tekniklerinde ise içerik analizi ve söylem analizi yöntemleriyle incelemelerde bulunulmuştur.

İçerik analizi, genel olarak baktığımızda metinlerin içeriğini toplama ve metinleri analiz etme tekniğidir. Söylem analizi ise yalnızca metinlere değil, sembol, gelenek, ifadeler, şekillere de bakarak kapsamlı bir analiz yöntemidir. Metnin, daha çok alt metninde ne olduğunu ve ne anlatılmak istendiğini çözümlenme çabasıdır. Bu iki analiz yöntemiyle örnek olarak alınan haberler ve sonrasında üzerine yapılan tartışmalar çerçevesinde bir sonuca ulaşmaya çalışılmıştır.

KAMUSAL ALAN BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA VE HABER ETİĞİ

Daha önce yukarıda da belirtildiği üzere Jürgen Habermas kamusal alanı, “*Özel şahısların kamusal meseleleri ve ortak çıkarı tartışmak üzere bir araya gelmeleri*” (Habermas, 2003) şeklinde tanımlamaktadır. Habermas toplantıları, kapalı toplumlarınkinden farklı olarak herkese açık olduğunda, aynı kamusal yerlerden ya da kamusal binalardan söz edilmesinde olduğu gibi “kamusal” olarak adlandırmaktadır. Kamusal alan, “*Liberal siyasal düzenin feodal düzenin yerine geçtiği dönemde bireylerin toplulukla ilgili kamusal sorunları ve konuları tartışmak üzere bir araya geldikleri alandır*” (Habermas, 2003). Kamusal alanı, insanların herhangi bir ortamda bir araya gelerek, herhangi bir konuda tartışıp olayları yorumladıkları alanlar diye tanımlayabiliriz.

İnternetin insan hayatına girmesi ile birlikte kamusal alan kavramının genişlemesi tartışmaya açılmıştır. İnternet ile birlikte sosyal medyanın da gücünü insanlar üzerinde artırması ile birlikte yeni medya kavramı ortaya çıkmıştır. Kitle iletişiminde “enformasyon toplumu” kavramının da bir uzantısı diyebileceğimiz yeni medya, insanlar arasındaki etkileşimi artırmıştır. Melody Windahl enformasyon

toplumunu, “*Karmaşık elektronik enformasyona ve iletişim ağlarına bağımlı hale gelen, kaynaklarının önemli bir bölümünü enformasyon ve iletişim faaliyetlerine ayıran*” toplum olarak tanımlar (Windahl, 2010, s. 249). Enformasyon toplumu ile birlikte kitle iletişim araçları ve insanlar iki yönlü bir etkileşime girmektedir. Bu sebepten dolayı geleneksel iletişim biçimlerine göre taraflar birbirlerine daha yakınlaşmıştır.

Yeni medya, kullanıcılarının tanıdıkları ve tanımadıkları insanlarla zamandan ve mekândan bağımsız olarak kullanıcılarına karşılıklı ve eş zamanlı iletişim kurmalarını, çok çeşitli türde veri aktarımında bulunmalarını ve kendilerine özgü sanal kimlikler edinmelerini sağlayan araçlar bütününe verilen addır. Yeni medyanın ortaya çıkmasından sonra geleneksel medyanın etkisi de azalmaya başlamıştır. Yeni medya ile birlikte medya da bir değişim geçirmiştir. Yeni medyanın etkisi ile birlikte “çevrimiçi kamusal alan” kavramı doğmuştur. Habermas çevrimiçi kamusal alanı, “*Özgürlüklerini özel alanda alan bireyler herkes tarafından erişilebilen kamusal alanda bir araya gelerek bir kamusal birlik oluşturup toplumla ve devletle ilgili herkesi ilgilendiren konularda devlete karşı, ortak iyilik adına, rasyonel eleştirel bir şekilde tartışma ortamı yaratarak karar üretmektedirler*” diye tanımlamaktadır (Özbek, 2004, s. 257).

Çevrimiçi kamusal alanın ortaya çıkması ile birlikte geleneksel medyanın merkeziyetçi bilgi akışının da etkisi azalmıştır. Çevrimiçi kamusal alan ile birlikte bilgi artık sadece geleneksel medyadaki insanların değil, herkesin ulaşabileceği bir duruma geçmiştir. Bilgi hakkında artık insanların hepsine yorum yapma ve eleştiri getirme fırsatı doğmuştur. İnsanların ifade özgürlüğüne olumlu anlamda bir katkı yapmıştır. Bu durum da kamusal alanın genişlemesini sağlamıştır. İnternetin sağladığı çevrimiçi kamusal alan ile birlikte merkeziyetçi kitle iletişim durumu kendini daha özgür bir ortama bırakmıştır. İletişimde bireylerin daha etkin rol aldığı ve herhangi bir olay karşısında aktif durumda olup geribildirim gönderebildikleri kitle iletişim ortamları doğmuştur.

Çevrimiçi kamusal alan ile birlikte iletişimde özgür bir ortamın sağlanmasının yanı sıra denetim mekanizmasının etkisi de büyük ölçüde azalmıştır. Bilgi, bir denetim mekanizmasına tutulmadan paylaşılabilen ve bu durum da bazen bilginin doğruluğunun ve etik olup olmamasının tartışılmasını da beraberinde getirmiştir. Etik, “*Ahlaki açıdan kabul edilebilir bireysel, kurumsal ve toplumsal değerlerin tanımlanması ve bu değerlerin insan davranışını değerlendirmenin temel kıstası olarak kullanılmasıdır*” (Demir, 2006, s. 25). Manipülasyon ise “bireyleri ve toplumu yönlendirmek için haber yerine propaganda yapmak, kamu çıkarı yerine özel çıkarı savunmak ve bu uğurda yanlış haber ve bilgi (dezenfermasyon, mizenfermasyon yaymak) vermektir (Korkmaz, 2014, s. 28).

Sosyal medya ve internetin sağladığı kamusal alan ortamında yayılan doğruluktan uzak ya da manipüle edilmiş bilgileri içerdiği durumlar ortaya çıkmıştır. Ayrıca herhangi bir denetim mekanizmasından da geçmediği için belirli ilkeler üzerinden bilgilerin yayılmadığı durumları doğurmuştur.



Resim 1. Manipülasyon ve Etik (<http://money.com/money/4511709/marketing-politicians-manipulation-psychology/> 2018) Erişim tarihi: 04.04.2019

Sosyal medya ve internetin ülkemizde de etkisini göstermesi ve çevrimiçi kamusal alanın gücü ortaya çıkması ile birlikte insanların olaylara bakışı ve haber alma yöntemleri de değişime uğramıştır. Kamusal alanın çevrimiçi ortama taşınması ile birlikte doğal afet ya da yardım gereken durumlarda da çevrimiçi kamusal alanın olumlu etkileri hissedilmeye başlanmıştır.

Fransa'da son dönemde gerçekleşen ve "Sarı Yelekliler" olarak da adlandırılan eylemler, sosyal medya aracılığı ile kısa sürede pek çok kişiyi haberdar etmiştir. Önce sosyal medyada ülkenin vatandaşlarının haberdar olması ve destek verenlerin eylemlere katılmasını sağlayan sosyal medya, daha sonrasında eylemlerin büyümesiyle birlikte dünya çapında yankı uyandırmıştır. Fransa'da günlerce devam eden eylemler ve sosyal medyanın yarattığı etki, kamusal alanın sosyal medyaya taşındığının açık bir kanıtı niteliğindedir.



Resim 2. Christchurch Cami Saldırısı

<https://iasbh.tmgrup.com.tr/6fb2ae/0/0/0/0/0/0?u=https://isbh.tmgrup.com.tr/sb/album/2019/03/15/yeni-zelandada-iki-camiye-silahlisaldiri-cok-sayida-olu-ve-yarali-var-1552627026272.jpg&mw=752&mh=700> Erişim tarihi: 20.05.2019

Yeni Zelanda'da 15 Mart 2019'da iki camide 49 kişinin hayatını kaybettiği katliamın canlı yayını Facebook üzerinden yapıldı. Sosyal medya şirketleri bu şiddet ve terör görüntülerini fark edip içeriği kaldırana kadar, söz konusu görüntüler Twitter ve YouTube üzerinden milyonlarca kişiye ulaştı. Konuyla ilgili makalelerde saldırganın katliamdan önce Müslümanlara şiddeti öven yazılı ve görsel içeriği Facebook'tan paylaştığının şirket yerine, Yeni Zelanda polisi tarafından saptandığına vurgu yapılmaktadır. Böylece sosyal medya şirketlerinin terör-şiddet içeriklerini tespit etme ve engelleme anlamında zaafı olduğu ortaya çıkmıştır. Hem insani açıdan hem ruh sağlığı açısından sakıncalı görüntüler içeren bu fotoğraf ve videolar, yapılan saldırıdaki dehşeti de göz önüne sermektedir (Yeni Zelanda1, 2019). Aynı makalede farklı görüşlere de yer verilmektedir. The Economist dergisinden bir yetkili sosyal medyanın giderek aşırı-uç fikirlerin paylaşıldığı platforma dönüşebileceği uyarısını yapmaktadır (Yeni Zelanda2, 2019).

Yeni Zelanda katliamından kısa bir süre sonra Aylin Yardımcı imzalı bir yazıda Avustralya'da şiddet görüntüleri yayınlayan sosyal medya platformlarının cezalandırılacağı ifade edilmektedir. Söz konusu platformların sahibi olan şirketlere, yasada belirtilen terör saldırıları, cinayet, tecavüz, işkence ve insan kaçırma gibi görselleri derhal yayından kaldırmamaları durumunda 10 milyon 500 bin Avustralya doları (7.5 milyon dolar) ya da yıllık cirolarının yüzde 10'u oranında para cezası verilebileceği,

yöneticilerin ise 3 yıla kadar hapis cezasına çarptırılabilceği aynı yazıda belirtilmektedir. Yazıda ayrıca Avustralya Adalet Bakanı Christian Porter'ın, yasanın “muhtemelen dünyada bir ilk” olduğunu vurguladığı ifade edilmektedir. Porter, saldırı ve şiddet görüntülerinin tıpkı televizyon kanallarında yayınlanmadığı gibi, Facebook ve Twitter üzerinde de yayınlanmaması gerektiğini kaydederken, “YouTube, Twitter ve Facebook gibi bazı platformların, nefret uyandırıcı ve vahşiyane görüntüleri yayınlamama sorumluluklarını ciddiye almadığını” da sözlerine eklemektedir (Yardımcı, 2019).



Resim 3. Mina Başaran uçak kazası <https://i.sozcu.com.tr/wp-content/uploads/2018/03/kaza-2-1.jpg>,
2018) Erişim tarihi: 04.04.2019

11 Mart 2018 tarihinde Başaran Holding'e ait ve içinde 3'ü mürettebat olmak üzere toplam 11 kişinin bulunduğu özel jet İran üzerindeyken yere çakıldı ve uçaktaki herkes hayatını kaybetti. Kazayla ilgili haberlerde uçaktaki yolcuların Başaran Holding sahibini kızı olan Mina Başaran'ın bekârlığa veda partisi için Dubai'ye gittikleri ve olayın İstanbul'a dönüş sırasında meydana geldiği belirtilmektedir (Bekârlığa Veda, 2018).

Kazanın ardından geleneksel medyada ve sosyal medyada çok sayıda olumlu ya da olumsuz yorumlar çıkmıştır. Bazı kişiler tarafından sosyal medya hesapları üzerinden kin ve nefret dolu çirkin yorumlar yapılmıştır. Başta sanatçılar ve çeşitli kanaat önderleri bu yorumlara tepki göstermiştir. Bu konuda hakemli bir elektronik dergide “Sosyal Medyada Siber Zorbalık Örneği: Mina Başaran” başlıklı yayınlanan makalede bilhassa Twitter üzerinde nefret söylemi ele alınmıştır. Kazada ölenlerin hepsinin zengin genç kızlar olması ve bekârlığa veda partisi için özel jetle yurtdışına gidip gelmeleri bazı kesimlerce neredeyse ilahi adalet ya da hak edilmiş ölüm gibi tuhaf yaklaşımlarla karşılık görmüştür (Yaşa ve Pınarbaşı, 2018)

Hürriyet gazetesi yazarı Ertuğrul Özkök köşe yazısında kazanın ardından sosyal medyada göze çarpan yorumları değerlendirmiştir. Özkök yazısında, “Ölen gençler kına gecesinden dönseydi daha farklı yorumlar mı çıkacaktı” konusuna vurgu yapmaktadır. Nefret söyleminin daha çok muhafazakar kesimden geldiğini belirten Özkök, toplumun her kesiminden empati beklediğini ifade etmektedir. Yazar, “Yoksa o sosyal medya barbarları korosuna katılıp siz de, ‘Oh olsun, hep başı açık kadınlar mı ölecek; hep bu ülkenin fakara çocukları mı ölecek’ diye mi düşünüyorsunuz” diyerek görüşlerini belirtmektedir. (Özkök, 2018).

SONUÇ

Kamusal alanın kapsamı ve insanlara etkisi araştırmacılar ve yazarlar tarafından her zaman araştırma konusu olmuştur. Bu konuda pek çok tartışma olmuştur. Habermas, kamusal alanı şöyle tarif etmektedir: “*Kamusal alan, modern toplum kuramlarında, toplumun ortak yararını belirlemeye ve gerçekleştirilmeye yönelik düşünce, söylem ve eylemlerin üretildiği ve geliştirildiği ortak toplumsal etkinlik alanına işaret etmek için kullanılan kavramdır*” (Habermas, 2003). Günümüze gelindiğinde ise Habermas’ın bu tanımına ek olarak internet ve sosyal medya da eklenmiştir. Günümüzde internet ve sosyal medyanın kamusal alan kabul edilip edilmediği hâlâ tartışılırken, bunun yanı sıra internet ve sosyal medya aracılığı ile verilen haberlerin geleneksel haber etiğine bağlı olup olmadığı tartışma konusu olmaktadır. Bazı araştırmacılar geleneksel medyanın yerini asla alamayacağını savunsa da, pek çok araştırmacı da yeni medyanın var olan geleneksel medyanın kalıplarını yıktığını ve yeni bir kamusal alanı yarattığını söylemektedir. Ayrıca bu yeni kamusal alanda haberlerin her zaman gerçeğe dayanmasa da sansürlü ve kanaat önderlerinin yönlendirmesi dışında verilerek özgür bir ortam ortaya çıktığı savunulmaktadır. Bu durum her ne kadar özgürlük doğursa da, internet ve sosyal medyada haber etiği tartışmalarını da tekrar gündeme getirmiştir.

İkinci Dünya Savaşı’ndan itibaren süre gelen süreçte her zaman insanları etkilemiştir. Bilgisayar ve sosyal medyanın hayatımızın iyice içine girmesiyle birlikte fotoğraf, kitleleri etkileyen bir propaganda ve manipüle aracı olmuştur. Çevrimiçi kamusal alan ile birlikte bu durum kendini daha da fazlasıyla göstermiştir. Bunun için fotoğraflar kamuoyuyla paylaşılırken, gazeteciler tarafından fotoğraflarda etik ilkelere uyulmalıdır. Haber fotoğrafı, olayı doğru ve kapsamlı yansıtmalıdır. Gazeteciler, kitlelere daha kaliteli görüntü verebilmek için teknik imkânlardan faydalanmalı, ancak fotoğraf üzerinde manipülasyon amaçlı değişiklikler yapılmamalıdır. Fotoğraflar propaganda amaçlı yayınlanmamalıdır. “Basın Ahlak Yasası ve Basın Meslek İlkeleri’ne” (Tokgöz, 2006) uygun şekilde davranıp fotoğraflar servis edilmelidir.

Sosyal medya, çoğunluğu gençler tarafından kullanılan ve enformasyon akışı en üst düzeyde olan mecradır. İnternette doğru yanlış bilgi demeden her bilgi paylaşılmaktadır. Durum bu şekildeyken paylaşılan fotoğraflar, yapılan yorumlar sosyal medya kullanıcıları tarafından ilk önce sorgulayıcı davranılmalıdır. Fotoğrafın etik, ahlaki ve insani değerlere uyup uymadığını ön planda tutup daha sonrasında paylaşması veya yorum getirilmesi gerekmektedir.

Çalışma kapsamında yakın zamanda sosyal medyada önemli yer tutmuş iki örnek olay seçilmiştir. İlk örnekte Yeni Zelanda’da iki ayrı camide yapılan katliama ait görüntülerin sosyal medya sansürlü ve canlı yayınlanmasına dair etik ve hukuki sorunlar tartışılmıştır. İkinci ve son örnekte ise bir uçak kazasının ardından kazada ölenlere dair sosyal medyada ortaya çıkan nefret söylemi etik açıdan ele alınmıştır. Üç olayda da, sosyal medyada fotoğraf-görüntü veya yazılı içerik paylaşımının denetimi, yaptırımı ve etkileri üzerine ait değerli geri dönüşler olduğu ortaya çıkmaktadır. İnternet ortamında en mahrem bilgiler bile paylaşılmaktadır. Kullanıcıların sosyal medyayı kullanırken kişilerin bireysel haklarını da göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Terör olayları, manipüle haberler, insan cesetleri veya kişilerin kişilik haklarına saldırıda bulunan fotoğraf veya videolar hakkında sorumluluk bilinci içinde davranılmalıdır. Kendini ve olayı sorgulayıp daha sonrasında olay hakkında görüş belirtilmelidir.

Günümüzde birçok etik dışı, insanın ahlaki değerlerine ters düşen olay ve haberle karşılaşmaktadır. İnsanların bunlara karşı tepkisini ortaya koyması ve bilinçli bir sosyal medya kullanıcısı olması gerekmektedir. Sosyal medya ve internet her ne kadar sanal bir ortam olsa da hayatın gerçekliğini de içinde barındıran bir mecradır. Bunun için sosyal medya kullanıcıları paylaşım yaparken, gerçek hayata da etki ettiğini unutmamalıdır. Sosyal medya tarafından bu konuya daha fazla duyarlılık gösterilmeli ve daha dikkatli davranılmalıdır. Sosyal medya kullanıcıları, gazeteciler ve kamunun geri kalan kısmı insani ve ahlaki değerleri her daim birinci planda tutması gerekmektedir. İnternetin etkisinin artmasıyla çevrimiçi kamusal alanın gücünün artacağını söylemek de yanlış olmaz.

KAYNAKÇA

- Demir, V. (2006). *Medya Etiği*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Ertike, A. S. (2009). *Reklam [Temel Kavramlar, Teknik Bilgiler, Örnekler]*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Habermas, J. (2003). *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*. (M. Sancar, & T. Bora, Trans.) İletişim Yayıncılık.
- Korkmaz, A. (2014). *Etik Bağlamda Haber Fotoğrafçılığının Manipülasyon ve Propaganda Aracı Olarak Kullanılmasının Değerlendirilmesi*. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 2 (4), 26-52.
- Oskay, Ü. (2000). *Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*. İstanbul: Der Yayınları.
- Özbek, M. (2004). *Kamusal Alan*. İstanbul: Hil Yayınları.
- Pelteköğlü, F. B. (2001). *Halkla İlişkiler Nedir?* Beta Yayınları.
- Tokgöz, O. (2006). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Tutar, H., Yılmaz, M. K., & Erdönmez, C. (2004). *Genel ve Teknik İletişim*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Windahl, D. M. (2010). *Kitle İletişim Çalışmalarında İletişim Modelleri*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Url1> <http://money.com/money/4511709/marketing-politicians-manipulation-psychology/>
- Url2> <https://iasbh.tmgrup.com.tr/6fb2ae/0/0/0/0/0/0?u=https://isbh.tmgrup.com.tr/sb/album/2019/03/15/yeni-zelandada-iki-camiye-silahlisaldiri-cok-sayida-olu-ve-yarali-var-1552627026272.jpg&mw=752&mh=700>
- Url3> <https://i.sozcu.com.tr/wp-content/uploads/2018/03/kaza-2-1.jpg>,
- Bekarlığa Veda Partisinden Dönüyorlardu (2018)
<https://www.sozcu.com.tr/2018/dunya/bekarliga-veda-partisinden-donuyordu-2280844/>
- Özkök ,E. (2018). “Eğer kına gecesinden dönüyor olsalardı”.
<http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/ertugrul-ozkok/eger-kina-gecesinden-donuyor-olsalardi-40771230> Yayın Tarihi: 14.03.2018. Erişim Tarihi: 16.05.2019
- Yardımcı, A. (2019). <https://medyascope.tv/2019/04/04/avustralyada-siddet-goruntuleri-yayinlayan-sosyal-medya-platformlari-cezalandirilacak/> Yayın Tarihi: 04.04.2019. Erişim Tarihi: 13.05.2019
- Yaşa, H ve Tuğçe Pınarbaşı. (2018) “Sosyal Medyada Siber Zorbalık Örneği:Mina Başaran”
http://www.jasstudies.com/Makaleler/703462545_34-H%C3%BCseyin%20Ya%C5%9Fa.pdf
- Yeni Zelanda 1, 2019
<https://tr.sputniknews.com/dunya/201903161038238268-yeni-zelanda-cami-katliami-sonrasi-sosyal-medya-sirketleri-hedefte/>
- Yeni Zelanda 2, 2019 <https://tr.sputniknews.com/dunya/201903161038238268-yeni-zelanda-cami-katliami-sonrasi-sosyal-medya-sirketleri-hedefte/>