

Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi

Aralık 2020

Yıl 10, Sayı 2, ss.33-50.

Journal of Individual & Society

December 2020

Year 10, Issue 2, pp.33-50.

DOI: <https://doi.org/10.20493/birtop.763238>

Makale Türü: Derleme makalesi

Article Type: Review article

Geliş Tarihi: 03.07.2020

Submitted: 03.07.2020

Kabul Tarihi: 12.12.2020

Accepted: 12.12.2020

Atıf Bilgisi / Reference Information

Terzi, A. Ö. (2020). Yeni Medyanın Olumlu ve Olumsuz Yönlerinin Farklı Kullanım Pratikleri Açısından Değerlendirilmesi: Bir Literatür İncelemesi, Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, 10 (2), 33-50.

YENİ MEDYANIN FARKLI KULLANIM PRATİKLERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: BİR LİTERATÜR TARAMASI

AN ANALYSIS OF NEW MEDIA IN TERMS OF DIFFERENT USAGE PRACTICES: A LITERATURE REVIEW

Aslı ÖZTÜRK TERZİ

Öğr. Grv., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi,

Artova MYO, asli.ozturk@gop.edu.trORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5618-6762>

Öz

Yeni medya, kullanıcılarına ve kullanıcı olan bireyleri etkilemeye çalışan etki odaklarına çeşitli imkânlar sunmaktadır. Anlık erişim ve hızlı geribildirim, kurulan ve kurulabilecek olan dijital paydaşlıkların önünü açmaktadır. Bu hususta gelişen internet teknolojisinin ve yeni medya platformlarının getirileri oldukça büyüktür. Dijital hizmetlerin günümüzde oldukça etkin olarak kullanıldığı görülmektedir. Yeni medya, bilgi üretimi ve bilgi dağıtımı, içerik üretimi ve içerik paylaşılmasının yanı sıra etkileşimsel iletişim faaliyetlerinin sergilendiği, hızlı erişim hizmetleri sunan bir alandır.

Yeni medyanın sunduğu olanaklar sayesinde olumlu özelliklerinin ön plana çıktığı görüşlerin yanı sıra yeni medyayı toplumsal ve kültürel bağlam içerisinde bir tehdit olarak algılayan görüşler de vardır. Bu durum, yeni medyanın olumlu ve olumsuz yönlerini tartışırken farklı kullanım pratikleri açısından da değerlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Hayran üretimi, nettaşlık ve etik, siber zorbalık gibi farklı kullanım pratikleri yeni medyayı sorgularken tartışılması gereken konu başlıklarıdır. Bu çalışmayla, yeni medyanın farklı kullanım pratikleri ve yeni medyanın olumlu/olumsuz yönlerine dair bir değerlendirme yapılması amaçlanmıştır.

Anahtar kelimeler: Yeni medya, olumlu-olumsuz yönler, kullanım pratikleri.

Abstract

New media offers several opportunities to its users and the influencer groups trying to influence these users. Rapid access and instant feedback open the way for any present or future digital fellowships. In this respect, the ever-developing Internet technologies and new media platforms provide great benefits. Digital services are effectively used today. As well as allowing for information generation and distribution, content production and sharing, new media is also an area where interactional communication activities are displayed, with rapid access services.

Besides the views remarking the advantages of new media thanks to the opportunities it provides, there are views that consider new media as a threat within the social and cultural contexts. This indicates the need to assess new media in terms of different usage practices while discussing its advantages and disadvantages. Different usage practices like admirer creation, cyber bullying, Internet fellowship and ethics are the issues to be discussed when questioning new media. The aim of the study is to analyze new media in terms of new usage practices and the advantages/disadvantages of it.

Keywords: New Media, advantages and disadvantages terms, usage practices.

GİRİŞ

Yeni medya, sunduğu avantajlar ve dezavantajlar çerçevesinde ele alındığında iki farklı yaklaşım göze çarpmaktadır. Yeni medyanın avantajlarına dair sunulan yaklaşımlarla, olanaklarının altını çizerken, dezavantajları noktasında daha çok yeni medya kullanımı ve kullanıcılarının toplumsal ve kültürel bağlamı üzerinde durulmaktadır. Olanaklar bağlamında ele alındığında ise yeni medya öncesi ve sonrası arasında altı temel fark üzerinde durulmaktadır (Thornham, Basset vd. 2009:791-792). Bunlar:

- İlk temel fark ölçekle ilgilidir. Yeni medya kullanıcılarını özel alan da dahil olmak üzere giderek artan bir şekilde geniş global ağlara bağlamakta, iletişim sürecinde ölçek giderek büyümektedir.
- İkinci fark yeni medyanın getirdiği bütünleşme olanaklarıdır. Bu bütünleşme birbirinden ayrı medya sistemlerini bir araya getiren ve sonuçta yer değiştiren bir küresel medya ekolojisinin gelişimi ile ilgilidir.
- Üçüncü fark yeni iletişim teknolojilerinin getirdiği açık mimari ve taşınırlıktır. Taşınırılık eşit olmayan bir şekilde dağıtılmasına ve web tarayıcı savaşları, arka plandaki uyumluluk konuları gibi belirli bir düzeyde tehdit altında olmasına rağmen dijital akışın ve/veya dijital denkliğin teknik vaatlerinden birisidir.
- Dördüncü fark dijital mimarinin sunduğu etkileşimdir. Etkileşim, izleyicilerin/kullanıcıların kullandıkları içerik ve sistem arasındaki ilişkiyi yeniden tanımlamaktadır.
- Beşinci fark dijital medya sisteminin genişleyen alanıdır. Örnek vermek gerekirse, güvenlik hizmetleri için kullanılan data izleme sistemleri (CCTV ve Google Earth), kamu yararına kullanılan geniş veri tabanları, sağlık ve idari hizmetler (sağlık ve sosyal güvenlik kayıtları) ve çeşitli taşınır konumlandırma sistemleri (GPS) gibi her çeşit medyaya eklenmiş olan yeteneklerdir.
- Altıncı ve son fark değişimin hızıdır. Yeni medya platformlarında kullanıcılar bir kullanım biçiminden diğerine hızla geçmektedir.

Yeni medyanın iletişim, işbirliği, topluluk, yaratıcılık ve yakınsama şeklinde beş temel özelliği olduğunun altını çizen Friedman ve Friedman (2008) ise, bu özellikleri şu şekilde açıklamaktadır. Yeni medyada iletişim daha hızlı ve ağ bağlantılıdır. Onlara göre, yeni medya teknolojileri internet aracılığıyla işbirliği sunar ve yeni medyanın oluşturduğu topluluklar daha eşitlikçi ve kapsayıcıdır. Ayrıca kullanıcılar yaratıcı özellikler taşımakta olup bu durumun sebebi kullanıcıların üretici olmasından kaynaklanmaktadır. İçerik üretenlerin kullanıcılar olması onları yaratıcı olmaya iter. Son özellik olan yakınsama ise yeni medyanın en önemli gücüdür. Yakınsama farklı iş ve işlemlerin farklı teknolojik aygıtlara gerek kalmadan bir aygıtla yapılabilmesidir.

Yeni medyanın özelliklerinin temelinde, kullanıcıların içerik üretimi yapmaları, var olan içerikleri paylaşmaları ve yeniden üretme süreçlerine sahip olmaları vardır. Yeni medyanın, hızlı bir kitle iletişim imkanı sunması, geniş kitlelere ulaşması ve kitleleri etkileme noktasında yaratıcılığa gereksinim duyması sonucunda kullanıcılar dikkat çekici olma çabası içerisine de girebilmektedirler. Yeni medya platformlarında var olan her kullanıcı kendini ifade etme özgürlüğüne sahiptir. Ancak bu özgürlük tanımı, yeni medya içerisinde eşitlik ve kapsayıcılık olanağı sağlarken etik kullanım koşullarını benimsemeyen kişiler ve gruplar tarafından da eşitsizlikler inşa edilmesine sebep olabilmektedir. Bu çerçevede yeni medyanın özelliklerinin değerlendirilmesinde olumlu ve olumsuz kullanım pratiklerinin irdelenmesi ve yeni medyaya dair farklı bakış açılarının değerlendirilmesi önem taşımaktadır.

1. Yeni Medyanın Olumlu ve Olumsuz Yönlerine Dair

İletişim teknolojilerinin sunduğu olanakların temelinde, hız ve anıncılık, etkileşimsellik, zaman ve mekan özgürlüğü tanınması gibi özelliklere sahip olması vardır. Teknoloji ile aracılanmış iletişim eylemlerini kapsayan yeni medyayla gündelik hayat içinde özelde birey genelde de toplum yaşamı değişime uğramıştır. Sosyal ilişkileri dönüştüren yeni medya ile sosyalleşme, teknolojik araçlar aracılığıyla gerçekleşmektedir. İnsanın sosyal bir varlık olması ve sosyalleşmeye ve diğer insanlarla

iletişim ve etkileşim kurmaya ihtiyaç duyan bir varlık olması nedeniyle yeni medya ile farklılaşan sosyalleşme edimine de gereksinim oluşmaktadır. *“Bilgiye ve habere erişim medya kuruluşlarının web sayfaları, web TV’ler, haber portalları gibi internet üzerinden yayın yapan medya araçlarıyla gerçekleşirken, kişilerarası iletişimin mecrası olarak sosyalleşme aracı işlevini sosyal paylaşım siteleri üstlenmektedir. Facebook, Twitter, Instagram, Youtube gibi paylaşım siteleri, işlevlerine ve bireylerin kullanım alışkanlıklarına göre çevreleriyle iletişim kurdukları veya kendilerini ifade ettikleri alanlar haline gelmiştir”* (Torun, 2015: 11).

Yeni medya, geleneksel medyanın tüm alışkanlıklarını altüst etmekte olup, bugünün ve yarının kitle iletişim aracı olarak varlık sergilemektedir. Geleneksel kitle iletişim araçları (gazete, radyo ve televizyon) yeni medyadan kaynaklanan baskılarla birlikte ciddi sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Poulet, *“Gazetelerin Sonu ve Enformasyonun Geleceği”* adlı çalışmasında geleneksel medyanın güçlü olduğu devirlerin geride kaldığı, yeni medyanın enformasyon alanında yarattığı devrimle geleneksel medyanın ayakta kalmakta zorlandığını ifade eder (Atik, 2015: 266).

İçinde yaşadığımız dünyadaki değişim ve dönüşümlerin oldukça hızlı olması ve bu hıza etkileşim ve iletişim teknolojilerinin eşlik etmesi sonucunda yeni medya tarafından aracılanmış bir ağ toplumu ortaya çıkmıştır. Ağ toplumu, iş, sosyalleşme, iletişim ve yönetime yönelik amaçlarla küresel ağları kullanan bir toplum olarak tanımlanmaktadır (Anderson, vd., 2006: 156).

“Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür” adlı eserinde Castells (2013: 473), enformasyon çağı olarak tanımladığı ve içinde bulunduğumuz dönemin gündelik hayat üzerindeki değişimini ve dönüşümünü net bir şekilde ifade etmektedir. *“İzleyici artık pasif bir nesne olmaktan çıkmış, interaktif bir özne haline dönüşmüştür. Yeni medya içinde kurumların, işletmelerin, derneklerin ve bireylerin kendi sitelerini yaratabildiği, erişimi olan herkesin muhtelif metinleri ve görüntüleri bir araya getirerek kendi sayfasını üretebilmesine dayanan esnek bir iletişim ortamıdır”*.

Mitra'ya (2011: 3-4) göre, iletişim olmadan gelişme mümkün değildir ve yeni medya, yeni bir iletişim biçimi olduğundan kalkınma noktasında dinamik bir rol oynamaktadır. Yönetişim sürecinin gerçekleştirilebilir olmasında yeni medya önemli bir araçtır.

Mayfield'e göre yeni medya; katılımcılık, açıklık, sohbet, toplum, bağlantılılık ve işbirliği özelliklerine sahiptir. Bu özellikler kısaca şu şekilde açıklanabilir (Gönenli & Hürmeriç, 2012: 215):

- Katılımcılık: Yeni medya, ilgilenen herkesten gelen geri bildirim ve katkıları teşvik etmektedir.
- Açıklık: Yeni medyadaki çoğu hizmet geri bildirim ve katılıma açıktır. Oy verme, yorum yapma ve bilgi paylaşımını teşvik etmektedirler. İçeriklere erişim ve bu içeriklerin kullanımı ile ilgili engeller oldukça azdır.
- Sohbet: Geleneksel medya hedef kitleye içerik iletimi ve dağıtımıyla ilgiliyken, yeni medya iki yönlü sohbete iyi bir örnek olarak verilebilmektedir.
- Toplum: Yeni medya toplumun hızlı ve etkili iletişim kurmasına imkan sağlamaktadır. Toplum içerisinde yaşayan bireyler; fotoğraf merakı, siyasal konular ya da beğenilen TV programı gibi ortak ilgi alanlarını paylaşmaktadır.
- Bağlantılılık: Yeni medya diğer web sayfalarının, kaynakların ve kişilerin bağlantılarını da kullanarak bu alandaki gücünü pekiştirmektedir.
- İşbirliği: Bireyler, sanal ortamda işbirlikçi fikirler geliştirmekte ve bunları uygulayabilmektedir.

Yeni medyanın sunduğu imkânların en önemlilerinden biri katılımcılıktır. Teknolojik altyapılara sahip olduğunda isteyen herkesin kolaylıkla dahil olabileceği yeni medyanın sunduğu olanaklar çerçevesinde en çok ifade özgürlüğü üzerindeki katkısına vurgu yapılmaktadır. Oysaki gerekli araçlara sahip olmayan kişilerin yeni medyada kendilerini ifade edebilme imkânları bulunmamaktadır. Gerekli araçlara sahip olabilen kişilerin de yeni medyada kendilerine yer bulabilmeleri, diğer

paylaşımlar içerisinde öne çıkabilmeleri ve taraftar bulabilmeleri kolay bir durum değildir. Yeni medyada paylaşılan içeriklerde enformasyon, haber ve bilgilerin insana ve topluma dair fayda-zarar değerlendirmesinin yapılabilirliği oldukça zordur. İçerikleri paylaşan kişilerin kim oldukları çoğu kez bilinmemektedir. Kullanıcılar yeni medya platformlarında kimliğini gizleme ya da farklı bir kimlikle var olma isteğiyle sahte hesap kullanabilmektedir. Paylaşım yapan kişi/kişilerin gerçekte kim olduklarının bilinmemesi de paylaşımlara dair gerçek amaçlarının anlamlandırılmaması sorunsalını doğurur. Bu durum da toplumu yanlış yönlendirecek algı operasyonları için zemin hazırlayabilmektedir.

Yeni medyanın olumsuz özellikleri değerlendirildiğinde (Aziz, 2007: 65-66);

- Kolayca değişebilir olması güveni azaltmaktadır. Bir gün önce var olan bir mesaj/haber, ertesi gün tamamen kaldırılabilen ya da bir kısmı değiştirilebilmektedir. Bu bakımdan tam güvenilir değildir.
- Güvenilirlik sorunları vardır. Web sitesi kırıcıları (hackers) tarafından site çökertilebilmekte ya da siteye istenmeyen bilgiler girilebilmektedir.
- Teknik arızalar, web sayfalarına ulaşmayı engelleyebilmektedir. Yeni bir teknoloji olmasından ötürü teknik donanımlarda, yetersiz alt yapı olanakları sık sık arızalara neden olmakta ve “İnternetin çökmesi” ile habere ulaşma zorlaşmaktadır.
- Hedef kitlenin teknik donanımı olmayabilir. İnternette yararlanabilme, belirli bir teknik alt yapı donanımını gerektirir. Bunun açık anlamı ise, bu olanağa sahip olmak için para harcamak gerekir.
- İnternet kullanımı, okuma-yazma gerektirir.
- İnternet herkesin aynı anda yararlanabileceği bir araç değildir. Kimin, ne zaman, nasıl bir ortamda iletilen mesajları alacağı bilinemez. Örneğin, televizyonda verilen bir mesajın, o anda ve o kanalda olan herkes tarafından öğrenilmesi olanaklı iken, internetten kimin ne zaman bu bilgileri alacağı, yararlanacağı bilinemez.

Yeni medya kapsamında oluşturulan “kamusal bilgi sistemlerinde çok fazla kişisel veri toplanması ve işlenmesi bu verilerin güvenliğini zorlaştırmaktadır. Güvenlik teknolojilerinin devamlı olarak geliştirilmesine rağmen, dışarıdan izinsiz saldırılarla kişisel bilgilerin kopyalanması veya değiştirilmesine dair örnek vakalar” oldukça fazladır (Tataroğlu, 2013: 273).

Yeni medya ve bunun içinde oluşan sosyal medya platformları var olan kontrolsüzlüğünde, gündelik hayatı şekillendiren bir yapıya bürünmektedir ve aynı zamanda kimlik ideolojilerinin genel geçer yapılarını meşrulaştırmaya yönelik bir tavır oluşturmaktadır. Keza, bu duruma muhalif olan, yanlı olan, eşitlikçi yapıyı barındıran kişilerin oluşmasını sağlamaktadır (Altan, 2011: 225-227). Bu meşru hali, “ bireyin özgün, kamusal bir gruba ait olan mevcudiyetindeki parçalanmışlık; bazılarının deyimiyile duygularını kamera önünde göstermeye ve yeniden canlandırmaya istekli duygu-ötesi mağdurlar yaratmıştır” ifadesini belirgin kılmaktadır (Köse, 2011: 11). Bu duygu-ötesi mağdurlar, sosyal medya ortamında var olan yapay getirilerin bireyin mahrem alanının açıkça sergilenebilirliği düzeyini abartmakta, bireyin mahrem olana ve mahremiyete dair yaklaşımını zedeleyebilmektedir.

2. Yeni Medyanın Farklı Kullanım Pratikleri

Yeni medyanın oluşumunu destekleyen ve teknolojik altyapılar çerçevesinde oluşturulan ağlarda çeşitli kullanım pratikleri ortaya çıkmaktadır. Çalışma kapsamında hayran üretimi, nettaşlık ve etik, siber zorbalık olarak adlandırılan kullanım pratikleri ele alınmakta ve bu kullanım pratiklerine dair değerlendirmeler yapılmaktadır.

Hayran Üretimi

Endüstriyel toplumlarda popüler kültürün ortak bir özelliği olarak ortaya çıkan hayran kavramı, kitlesel olarak üretilen ve dağıtılan eğlence içeriklerini belirli sanatçılardan ve anlatılardan seçmektedir. Hayranlar, seçilen içerikleri kendi belirledikleri kesimin kültürüne taşıyarak onları bir popüler kültür ürününe dönüştürmektedir. Genellikle de; pop müzik, çizgisel ve romantik romanlar gibi baskın değer sisteminin inkâr

ettiği kültürel biçimlerle ilişkilendirilirler. Bu sebeple insanların yaş, cinsiyet, ırk yapılarından ziyade kültürel zevkleri üzerine yoğunlaşırlar (Fiske, 1992: 30).

Her dönemin sunduğu imkânlar ve iletişim teknolojilerinin gelişimiyle özellikle dijital teknolojilerin gelişimi ve internetin yaygınlaşması ile birlikte hayranların içerik üretimleri yeni bir aşamaya gelmiştir. Dijitalleşme ile birlikte geleneksel üretim sürecinde gerekli olan altyapı ve donanım ihtiyacı ortadan kalkmış ve üretilen içerikler geleneksele göre daha geniş kitlelerle paylaşılabilir hale gelmiştir. Sosyal ağların sunduğu bu imkânlar yeni hayranların üretilmesine imkân sağlamaktadır (Sezen, 2016: 170).

İnternetin yaygın kullanımını yeni medya platformlarının araçsallaştırılarak daha aktif iletişim ve etkileşim deneyimleri sunmasını sağlamıştır. Bu platformların içerisinde hayranlık eylemi gerçekleşmekte ve yeni kitleler oluşabilmektedir. Tüm dünyayı etkisi altına alan dijitalleşme sadece bireyi değil toplum ve kültürü de etkileyen mecralarıyla hayran olunan ve hayran olan ekseninde yeni bir performans alanı yaratmaktadır.

Hayranlar, kültürel anlamda bir karmaşıklık içerisinde var olurlar. Bir yandan genellikle resmi kültüre karşı dururken, diğer taraftan bu kültürün belirli değerlerini ve özelliklerini ele alarak popülerleştirilmektedirler (Fiske, 1992: 34). Bu durum, hayranların topluma bakış açısında “biz ve diğerlerini (onlara göre kendileriyle aynı duygu ve aidiyeti hissetmeyenleri)” hayranlık gözlüğü çerçevesinde değerlendirmeleri ve kendilerine dijital platformlarda bir sosyal alan yaratma çabası şeklinde yorumlanabilmektedir.

Akademik çalışmalar, hayranları üretim sürecinin bir parçası olarak tanımlamakta daha doğrusu onları üreten tüketici olarak adlandırmaktadır. Özellikle dijital teknolojiler ile birlikte benzer ilgi alanlarına sahip fakat dil ve zaman farklılıkları olan hayran gruplarıyla etkileşimde bulunma olanağına sahip olan hayranlar, aynı mekân içerisinde yer almadan ve yüz yüze gelmeden etkileşimde bulunabilmektedirler. Dijitalleşme, hayran topluluklarına iletişim için kendi kodlarını ve

normlarını oluşturma şansı sunmaktadır. Özetle internet etkileşim sürecini değiştirmiş ve yeni olanaklar sunmuştur (Trzcińska & Nożewski, 2016: 16-18).

Dijital ortamda hayranlar, basit bir tıklamayla başka hayranlarla iletişim kurma imkânına ulaşmaktadır. Bunun yanı sıra dijital ortam, hayranların içerik üretimlerinde geleneksel yapılara göre “profesyonel ve amatör” farkını eriterek, kendi içeriklerini üretmelerine olanak sağlamakta ve hayran üretimlerinin etkileşimlerini arttırmaktadır. Yeni medya, hayran üretimlerinin yanı sıra eş zamansızlık özelliğiyle özgürce fikirlerini açıklamalarına, başkaları ile iletişim kurmalarına ve etkileşim içerisinde olmalarına da olanak sağlamaktadır. Hayranlar, dijital ortamları eş zamanlı bir tartışma, paylaşma ve izleme ortamı olarak kullanmaktadır (Sezen, 2016: 170-172).

Nettaşlık ve Etik

Nettaşlık, yeni medya olarak adlandırılan sosyal ağlar içerisinde gerçekleştirilen sosyalleşme pratikleridir. Nettaşlar “*bilgisayar ağları sayesinde yerel zamandan ve mekândan bağımsız, farklı kimliklerin kaynaştığı sosyal birliktelikler inşa edebilmektedir*” (Narmanlıoğlu, 2016: 73).

Yeni medyanın nettaşlık kullanım pratiklerine bakıldığında nettaşlığın, aidiyet bağının sunduğu özelliklerle ortaklıklara sahip olduğu söylenebilir. Küresel dünyada yeni medyanın etkisi ile belirli bir iletişim ağına sahip kullanıcılar bazı aidiyet duyguları benimsemektedir. Yeni medya platformlarında varlığını hissettirme ve sergileme ihtiyacına sahip bireylerden (kullanıcılardan) oluşan nettaşlar ortaya çıkmaktadır.

Yeni medya sunduğu iletişim ve etkileşim olanaklarıyla bireyleri, görüş ve düşüncelerini paylaşmaya teşvik eden bir ortamdır. Yeni medyayı oluşturan ağlar aracılığıyla oldukça pratik ve hızlı bir şekilde bilgi, haber ve görüntü içeren mesaj alışverişi mümkün hale gelmektedir. Oldukça hızlı bir şekilde gerçekleşen bu mesaj alışverişinde kaynağı belirsiz ve doğruluğu kanıtlanmamış bilgi ve içeriklerin de dolaşıma sokulabilmesi etik ihlallerin oluşmasına sebebiyet vermektedir. “Hızı kadar etkisi ve yaratabileceği sonuçlar açısından önemi de büyük olan yeni medya, *etik ilkelerin genel çerçevesinin nasıl oluşturulabileceği*

ya da oluşturmanın hangi sorunsalları gündeme getirebileceği, kim ya da kimlerin sorumluluk paydasında yer alabileceği gibi sorulara” neden olmaktadır (Erdoğan, 2013: 256).

Nettaşların yeni medya platformları üzerinden sosyalleşmeleri, dünya ile bu platformlar üzerinden iletişim kurmaları ve etkileşime girmeleri çeşitli sosyal eylemler gerektirmektedir. Bu doğrultuda sosyal normların gerekliliği bireylerin sosyalleşme alanlarında ve anlarında birbirinin özgürlük alanlarını ihlal etmeme amacı taşır. Bu kapsamda her sosyal alanın ve her sosyal davranışın etik ilkelere duyduğu ihtiyaç sanal ortamda da büyük bir gereksinimdir. Net tabanlı platformlarda ortak bir alanı kullanan kişilerin (nettaşların) diğer bireylerin haklarını ihlal etmemeleri konusunda farkındalık ve bilinç sahibi olmaları gerekir. Kişisel verilerin korunması, zorbalık içeren eylemlerde ve ifadelerde bulunmaması ve yeni medya kullanan kişi ve kişilerin doğru bilgiye ulaşma haklarının ihlal edilmemesi hususunda etik bir çerçeve çizilmesi önemlidir. Ayrıca yeni medya ortamlarındaki kullanıcıların, eylemlerinde diğer kullanıcılara dair engel ve tehdit teşkil etmemeleri gerekmektedir.

Walter Benjamin, Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilebildiği Çağda Sanat Yapıtı adlı eserinde, *“Uzun tarihsel dönemler boyunca, insanın varoluş biçiminin tamamıyla birlikte duyularıyla algılama biçimi de değişime uğrar. İnsanın duyu algısının nasıl şekilleneceğini, hangi iletişim ortamında gerçekleşeceğini belirleyen yalnız doğa değil, aynı zamanda tarihsel koşullardır”* der (akt. Colomina, 2011: 17).

Walter Benjamin’in tespiti, tarihsel dönemlerde insanların farklı algılara sahip olması ve aynı zamanda dönemsel olarak gelişen ve değişen kitle iletişim araçlarının belirli bir döngü içinde yaşam şeklini belirlemesi ve toplumsal ilişkilerin bu çerçevede belirlenmesi üzerindeki etkisine işaret etmektedir. Bu ilişkilerin özel alana da teşkil etmesi muhtemeldir ve etik değerler bu çerçevede büyük önem taşımaktadır.

Birey ve toplumu ilgilendiren her toplumsal süreçte olduğu gibi nettaşlık kavramını da etik çerçevesinde ele alma zorunluluğu bulunmaktadır. Nettaşlık etiği, iletişim etiği ile benzerlikler ve kesişmeler taşıyan bir kavramdır. *“Günümüzde kullanımı ihtiyaç haline gelen internet ve*

internet aracılığıyla oluşturulan ortamlarda yaşanan etik sorunlar Türkçe karşılığı net-etik olarak kullanılan “Netiquette” kavramı, ağlar ve görgü kurallarını içeren iki sözcük birleştirilerek oluşturulmuştur”. Aynı zamanda bu kavram internete ve görgü kurallarına vurgu yapmaktadır. Net-etik, “elektronik görgü kuralları veya dijital iletişim etiği olarak nitelendirilen bilgisayar ağları veya sanal ortamlar vasıtasıyla iletişim kurarken uygun davranışsal görgü kuralları anlamına gelmektedir”. Net-etik, nettaşlık çerçevesinde iletişim kurarken yapılması ve yapılmaması gerekenlere dair neyin doğru neyin yanlış olduğunu belirleme amacı taşır. Ayrıca farklı tanımlamalarda çevrimiçi iletişimi artırmak için izlenecek kurallar olarak da görülmektedir (Kurt & Teker, 2017: 750).

Siber Zorbalık

Siber zorbalık yeni medyanın olumsuz kullanım pratiklerinden biridir. “Siber zorbalık (Cyber Mobbing, Cyber Bullying, E-Mobbing), sanal ortamda modern iletişim araçları kullanılarak başkalarına kasıtlı olarak hakaret edilmesi, aşağılanması, dışlanması, onların tehdit, teşhir ya da rahatsız edilmesidir”. Bir başka şekilde ise, siber zorba davranışlar, interneti ve mobil telefon kullanımını içeren bir tür zorbalık olarak, e-posta, cep telefonu ve yazılı mesaj gönderme gibi bilgi ve iletişim teknolojilerini içeren, kişisel web sitesi çökertme ve bilgilere zarar verme gibi eğilimleri olan, zorba bir davranış türü olarak tanımlanmaktadır. “Siber zorbalık geniş bir bakış açısıyla bir saldırgan ya da zorba tarafından internet yoluyla ya da kablosuz iletişim araçlarıyla, başlayan uygunsuz, istenmeyen sosyal davranışlardır” (Aktan & Çakmak, 2015: 163).

Siber zorbalık, olumsuzluk içeren söylem ve davranışların yeni medya platformlarında hedef alınan gruba yönelik zorbalık şeklinde gerçekleşmesidir. Bu hedef grupları örneklendirmek gerekirse; “siyasal, kadınlara yönelik, yabancılara ve göçmenlere yönelik, cinsel kimlik temelli, inanç ve mezhep temelli, engellilere ve çeşitli hastalıklara” yönelik şeklinde başlıklandırılabilir (Çomu & Binark, 2013: 209).

Siber zorbalıkla ilgili yapılan çeşitli çalışmalar olmasına rağmen siber zorbalık ve özellikleri hakkında hala herkes tarafından kabul edilmiş tek bir tanım bulunmamaktadır. Değişen sınıflandırmalar ve davranışlar

yelpazesi, tanımlamayı zorlaştırmakta çapraz karşılaştırmaları engellerek evrensel olarak kabul edilen bir ölçüm aracının oluşturulamamasına neden olmaktadır. Bu alanda yapılan çalışmalar çerçevesinde oluşturulan terminoloji ve tanımları çerçeveselendirmek gerekirse aşağıdaki gibi bir tablo ortaya çıkmaktadır (Hanewald, 2013: 4-6).

Tablo 1: Siber Zorbalıkla İlgili Terminoloji ve Tanımlar

Terminoloji	Tanım
Siber istismar (cyber abuse)	Kişisel saldırı, hakaret.
Siber taciz (scyber harassment)	Rahatsız edici iletilerle kişilik haklarına saldırı ve kötüye kullanım.
Siber takip (scyber stalking)	Bir kişinin ya da kişilerin mahremiyetini hiçe saymak ve üzerlerinde kontrol uygulamak için istenmeyen takip ve gözetim oluşturmak.
Kötüleme / İftira (denigration)	Metin veya resimler yoluyla yanlış anlaşılabilir kişi ya da kişileri kötüleyen bilgilerin yayılması.
Küçültücü / onur kırıcı (degrading)	Metin veya resimler yoluyla ırksal, dini, cinsel ve politik hakaretler edilmesi.
Dışlama (exclusion)	Özellikle sosyal ağ sitelerinde başkalarını kabul etmeyi kasten reddetme.
Öfke içeren (flaming)	İki veya daha fazla kişi arasındaki öfke içeren iletişim.
Kimliğini gizleme / Farklı bir kimliğe bürünme (impersonation)	Gerçek olmayan hesaplarla kötü amaçlı bilgi göndermek için başka bir kişi olarak çevrimiçi olma.
Hile (trickery)	Kişisel bilgilerin ele geçirilmesi, paylaşılması ve dolandırıcılık.

“Siber zorbalık, bir birey veya grubun bilgi ve iletişim teknolojilerini diğer bireylere zarar vermek amacıyla kötü niyetle ve tekrarlayan biçimde kullanması olarak tanımlanmaktadır. Dijital teknolojinin diğer bireylere rahatsız edici mesajlar göndermek veya sosyal saldırganlık yapmak amacıyla kullanılmasıdır. Siber zorbalık elektronik iletişim araçlarıyla yapılan bir zorbalık olarak görülmekte ve sosyal saldırganlığın bir biçimi şeklinde nitelendirilmektedir”. Bu sorun, elektronik araçlarla aracılanmış bilgi ve iletişim teknolojilerinin bir kişi ya da grup tarafından başkalarına zarar vermek niyetiyle, kasten, tekrarlanabilir şekilde, düşmanca davranışlar göstermek” şeklinde gerçekleşen antisosyal davranışlar olarak ortaya çıkmasına neden olur (akt. Ekşi & Ümmet, 2013: 98).

Yeni medya aracılığıyla bir kişiye ya da bir gruba yönelik olarak gerçekleştirilen, kişiyi/kişileri kötüleme, onun/onların hakkında olumsuz bir algı yaratılmasına neden olacak söylemler ve içerikler üretme, tehdit içeren ifadeler oluşturarak korkutma, kişinin haklarını savunmasını engelleme, kişilik haklarına hakaret, özel yaşamın gizliliğini ihlal eden ifşalar siber zorbalıktır. Bu şekilde eylem haline dönüşen bilinçli olumsuz davranışlar siber zorbalık kavramı çerçevesinde değerlendirilir.

Siber zorbalık, zorbalığın ve şiddetin siber ortamdaki uzantısı gibi görülse de zorbalıkla arasında farklılıklar vardır. Siber zorbalıkta suçu işleyen kişi ile mağdurun mekânsal olarak bir arada olmaması sonucunda hukuk çerçevesinde siber zorbalığın net bir tanımının yapılmaması yeni iletişim araçlarının kullanılabilir olduğu her platformda bu istismanın gerçekleştirilebilmesinin önünü açmaktadır.

SONUÇ YERİNE

Çalışma kapsamında yeni medyanın sunduğu olumlu ve olumsuz yönler farklı kullanım pratikleri çerçevesinde ele alınmıştır. İçinde bulunduğumuz çağda hemen hemen her eylemi konu edinen yeni medya platformları, birey ve toplum hayatı temelinde önemli bir alana sahiptir.

Değişen medya platformları olarak adlandırılabilir olan yeni medya kavramı, gelenekselin varlığını dönüşüme zorlamıştır. Bu dönüşümün doğurduğu değişimlere uyum sağlamak mı, sağlamamak mı,

yoksa durum değerlendirmesi yaparak olumlu yönleri pratiğe dönüştürüp olumsuz yönlerin etkilerini azaltacak düzenlemeler konusunda bilinçlenmek mi gerekir şeklindeki soruları sorabilmek, yeni medya konusunda farkındalık sahibi olabilmek için en temel adımlardır.

Yeni medya olumsuzdur, zararlıdır demek yaşanan gelişmeleri gözlemeleme, hızlı ve anında haber ve bilgi akışına ulaşma, hızlı ve anında haber ve bilgi oluşturma ve paylaşma gibi etkin eylemleri gerçekleştirilememek ve uyum sağlayamamak anlamı taşır. Değişen ve gelişen dünyanın en önemli becerilerinden biri teknoloji ve teknolojinin sunduğu imkânlardır. Özelde bireylerin genelde ise toplumun ve tüm dünyanın kullanımına sunulan yeni medya platformları, yaşanan gelişmelere uyum sağlamak, çağın sunduklarına ayak uydurmak ve bireysel ve toplumsal gelişim için büyük öneme sahiptir.

Bu önemin yanı sıra farklı kullanım pratiklerinin uygulanması aşamasında dürüstlük, insan haklarına ve özel hayata saygı gibi evrensel değerler göz ardı edilmemeli, etik kapsam gözetilmeli ve denetim mekanizmaları öncelikle özdenetim çerçevesinde varlık göstermelidir. Yeni medya, sosyal hayatın akışı içerisinde zaman ve uzam kavramlarının toplumsal normlardan sıyrılarak zamansızlık ve uzamsızlık içerisinde iletişimi mümkün hale getirmektedir. Ancak yeni medya kullanıcıları içerisinde dürüstlükten uzak, dezavantajlı gruplara (engelli, mülteci, sığınmacı gibi) yönelik olumsuz yaklaşımlar, hakaret, zorbalık, tehdit, şiddet içeren mesajlar üretebilen kişi ya da kişiler de vardır. Bu kişiler için yeni medyanın sunduğu imkânlardan biri olan aynı ortamda bulunmama durumu, bu tür olumsuz durumlar için cesaretlendirici bir etki olarak ortaya çıkabilmektedir. Bu sürecin yönetilmesinde etik değerlerin gözetilmesinin önemi büyüktür. Etik uygulamalar ve hukuksal düzenlemelerle birey ve toplumsal hayat üzerinde önemli bir alana ve etkiye sahip olan bu platformların denetlenebilmesi gereklidir. Yeni medya kullanım pratiklerinde, kişisel etik yükümlülükler konusunda bireyin ve toplumun bilgilendirilmesi için aktif bir yaygın eğitim modeli geliştirilmesi, olumlu gelişmelerin artması ve olumsuzlukların azalmasını destekleyecektir.

KAYNAKÇA

- Aktan, E. ve Çakmak, V. (2015). Halkla ilişkiler öğrencilerinin sosyal medyadaki siber zorbalık duyarlılıklarını ölçmeye ilişkin bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(2).
- Altan, H. Z. (2011). Yeni medyada eşcinsel mahremiyet ve toplumsal okunuşları: Türk sineması örneği. (Ed. Hüseyin Köse). *Medya Mahrem*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Anderson, S. vd. (2006). *Dictionary of Media Studies*. London: A&C Black.
- Atik, A. (2015). Alternatif Bir Haber Ortamı Olarak Sosyal Medyanın Manipülatif Yapısı. *İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar* Twitter, (Der.) SE Karakulakoğlu ve Ö. Uğurlu,(259-281), Heretik Yayınları: Ankara.
- Aziz, A. (2007). *Siyasal iletişim*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Castells, Manuel (2013). Ağ toplumunun yükselişi - Enformasyon çağı: ekonomi, toplum ve kültür: birinci cilt, ağ toplumunun yükselişi (3.b., Cilt 1). (Çev. Ebru Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Colomina, Beatriz (2011). *Mahremiyet ve kamusalılık*. (Çev. A. U. Kılıç). İstanbul: Metis Yayınları.
- Çaycı, B. (2016). *Medyada Gerçekliğin İnşası ve Toplumsal Denetim*. Akdeniz *İletişim*, (25).
- Binark, M., & Çomu, T. (2013). Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi. M. Çınar içinde. *Medya ve Nefret Söylemi*. Kavramlar, Mecralar, Tartışmalar, 199-216.
- Ekşi, F., & Ümmet, D. (2013). Bir kişilerarası iletişim problemi olarak internet bağımlılığı ve siber zorbalık: Psikolojik danışma açısından değerlendirilmesi. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 11(25), 91-115.
- Fiske, John (1992). *The Cultural Economy Of Fandom. The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. (Ed. Lisa A. Lewis). London, Routledge.

- Friedman, L. W. & Friedman, H. H. (2008). The new media technologies: Overview and research framework.. SSRN Electronic Journal. 10.2139/ssrn.1116771.
- Gönenli, G. ve Hürmeriç, P. (2012). Sosyal medya: Bir alan çalışması olarak facebook'un kullanımı. (Ed.Tolga Kara ve Ebru Özgen), Sosyal medya akademi içinde, Beta Yayıncılık: İstanbul.
- Hanewald, R. (2013). From cyber bullying to cyber safety: issues and approaches in educational contexts. Hauppauge, New York: Nova Science Publishers, Inc.
- Erdoğan, İ. (2013). Yeni medya gazeteciliğinde etik bir paradigma belirlemenin kapsamı ve sınırları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 36, 254-272.
- Karahasan, H. (2018). Anti-kapitalist hareketler, küreselleşme ve sosyal medya üzerine kuramsal bir deneme. *Uluslararası Sanat Kültür ve İletişim Dergisi*, 1(1), 32-52.
- Köse, H. (2011). Synoptikon Evresindeki İletişim ya da Küresel Gözetim Toplumunda İktidar Görünmezliğinin Sonu. Hüseyin Köse (ed.) *Medya Mahrem* içinde. İstanbul: Ayrıntı, 199-222.
- Kurt, M. Ve Teker, N. (2017). Öğretmen adaylarının net-etik davranışlarının belirlenmesi. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(2), 749.
- Mitra, A. (2011), New media and convergence: a development communication perspective. *Glob. Media J-Indian Ed*, 2(2), 1-8.
- Narmanlıoğlu, H. (2016). Yurttaşan nettaşa. Dijital: kavramlar, olanaklar, deneyimler, (Ed. Nilüfer Timisi). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Sezen, D. (2016). Dijital sonrası hayran kültürünün dönüşümü üzerine. *Dijital: Kavramlar, Olanaklar, Deneyimler*, (Ed. Nilüfer Timisi). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Tataroğlu, M. (2013). Mahremiyet sorunlarının önlenmesinde mahremiyet etki değerlendirmesi (MED)". *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1).

- Thornham, S. vd. (2009), *New technologies, new media. Media studies: a reader*, Newyork: Newyork University Press.
- Torun, A. (2015). “Öteki” ile “Biz” İlişkisinde Yeni Medya. SSHIF2015 Sosyal ve Beşeri Bilimlere ve Küresel Yaklaşımlar: Kuram ve Uygulamalar Uluslararası Sempozyumu. Varşova Polonya.
- Nożewski, J. & Trzcńska, J. (2016). Social media at the service of fandoms - the process of users involvement in the prosumption culture. 06/06/2020 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/318209515_Social_Media_at_the_Service_of_Fandoms_-_the_process_of_users_involvement_in_the_prosumption_culture adresinden alınmıştır.