

DİJİTAL YOĞUNLUK VE ETİK YÖNELİM: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIM ALIŞKANLIKLARI ÜZERİNDEN BİR ANALİZ

Emrah BOZKURT*



* Öğr. Grv. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi Sandıklı Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Afyonkarahisar/ Türkiye
e-posta:
emrahbozkurt@aku.edu.tr
☎: 0000-0003-1896-2059

* **Sorumlu Yazar:**
Emrah BOZKURT

Hakem Değerlendirmesi:
Dış bağımsız

Etik Kurul Onayı:
Bu çalışma için Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimleri Bilimsel Araştırma Ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 21 Ocak 2026 tarihinde 431959 numaralı etik kurul onayı alınmıştır.

Geliş tarihi:
04.12.2025
Kabul tarihi:
09.02.2026

Atf:
Bozkurt, E. (2026). Dijital Yoğunluk ve Etik Yönelim: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Üzerinden Bir Analiz. *KOSTİD*, 2(1), 17-34.

Telif Hakkı:
© Emrah BOZKURT | Creative Commons Attribution Noncommercial 4.0 (CC BY-NC) International License

Özet

Dijital iletişim teknolojilerindeki hızlı ilerleme, bireyler arasındaki etkileşimi yoğunlaştırırken sosyal medya ortamlarında etik sorunları da görünür ve tartışılır hale getirmiştir. Günümüz dünyasında sosyal medya etkisini hızla göstermiştir. Sosyal medya kullanımının her geçen günde daha da yaygınlaştığı görülmektedir. Sosyal medyada paylaşılan içeriklerin kontrolü ve denetlenebilirliği oldukça güçtür. Bu sebepten dolayı günümüz dünyasında sosyal medyanın etik duyarlılığı oldukça güçlü bir talep ve gereksinim olarak kendini göstermektedir. Dolayısıyla sosyal medya kullanıcılarının etik duyarlılık düzeyini irdelemeye yönelik çalışmalar hem akademik hem de toplumsal açıdan önemlidir. Bu çalışma sosyal medya kullanıcılarının etik duyarlılığı Afyon Kocatepe Üniversitesi öğrencileri örneğinde incelenmiştir. Ayrıca belli değişkenler arasında sosyal medya etik duyarlılığının çeşitli değişkenler arasında farklılaşp farklılaşmadığı analiz edilmiştir. Yöntem olarak saha araştırmasının kullanıldığı çalışmada 207 öğrenciye online anket uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya etik duyarlılığının iyi derecede olduğu ancak sosyal medyada geçirilen süre arttıkça duyarlılık düzeyinin düştüğü sonucuna varılmıştır.

Anahtar kelimeler: Dijital Etik, Siber Psikoloji, Sosyal Medya Bağımlılığı

DIGITAL DENSITY AND ETHICAL ORIENTATION: AN ANALYSIS OF THE SOCIAL MEDIA USAGE TRENDS OF UNIVERSITY STUDENTS

Emrah BOZKURT^{1*}



¹ Lecturer (PhD), Department of Advertising, Sandıklı Vocational School, Afyon Kocatepe University, Afyonkarahisar/ Türkiye

e-posta:
emrahbozkurt@aku.edu.tr
☎: 0000-0003-1896-2059

*** Corresponding Author:**
Emrah BOZKURT

Peer-review:
Externally peer-reviewed

Ethics Committee Permission:

Ethical approval for this study was obtained from the Afyon Kocatepe University Social and Human Sciences Scientific Research and Publication Ethics Committee on January 21, 2026, with the approval number 431959.

Received:
04.12.2025

Accepted:
09.02.2026

Citation:

Bozkurt, E. (2026). Dijital Yoğunluk ve Etik Yönelim: Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Aşışkanlıkları Üzerinden Bir Analiz. KOSTİD, 2(1), 17-34.

Copyright

© Emrah BOZKURT | Creative Commons Attribution Noncommercial 4.0 (CC BY-NC) International License

Abstract

Rapid advances in digital communication technologies have intensified interactions between individuals while also making ethical issues in social media environments visible and debatable. Social media has rapidly demonstrated its impact in today's world. The use of social media is becoming increasingly widespread with each passing day. Controlling and monitoring content shared on social media is quite difficult. For this reason, ethical sensitivity in social media is a strong demand and requirement in today's world. Therefore, studies examining the level of ethical sensitivity among social media users are important from both an academic and social perspective. This study examines the ethical sensitivity of social media users, using Afyon Kocatepe University students as an example. Furthermore, it analysed whether social media ethical sensitivity differed across various variables. Using field research as its methodology, the study administered an online survey to 207 students. According to the research findings, university students' social media ethical sensitivity was found to be at a good level, but it decreased as the time spent on social media increased.

Keywords: Digital Ethics, Cyberpsychology, Social Media Addiction

GİRİŞ

Toplumsal yaşamın tarihsel seyri incelendiğinde, insan davranışlarını yönlendiren değerler, normlar ve kuralların her dönemde farklı bağlamlarda yeniden anlam kazandığı görülmektedir. Özellikle bilimsel ve teknolojik gelişmelerin hız kazandığı modern dünyada, bireysel ve toplumsal eylemlerin hangi ilkeler çerçevesinde değerlendirileceği sorusu giderek daha merkezi bir önem taşımaktadır. Bu bağlamda ahlaki yargıların temellerini, sınırlarını ve gerekçelerini konu edinen etik düşünce hem felsefi hem de toplumsal tartışmaların temel referans noktalarından biri hâline gelmiştir. Etik, ağırlıklı olarak normatif kuralların ve bu kuralların gerekçelendirilmesinin incelendiği bir felsefi disiplin olarak, Antik Yunan'a uzanan binlerce yıllık yazılı bir geleneğe sahiptir. Aristoteles'e dayanan erdem etiği, bir eylemin ahlaki niteliğini eylemi gerçekleştiren öznenin karakteri üzerinden değerlendirirken; Kant'ın deontolojik yaklaşımı, eylemin etik değerini niyet ve görev bilinci temelinde ele almakta ve bunu "kategorik imperatif" kavramı ile temellendirmektedir. Buna karşılık teleolojik ya da sonuççu yaklaşımlar, Bentham ve Mill'in faydacılık anlayışında olduğu gibi, eylemin ahlaki değerini ortaya çıkan sonuçlar ve bu sonuçların sağladığı fayda üzerinden değerlendirmektedir (Stahl & Eke, 2024). Bu kapsamlı kuramsal arka planın yanı sıra, etik düşüncenin belirli alanlara uygulanmasıyla gelişen uygulamalı etik; tıp, iş dünyası, araştırma ve teknoloji gibi bağlamlarda somut etik sorunların analizine odaklanmaktadır (Breidbach & Maglio, 2020). Bu çerçevede teknoloji etiği, bilgisayar etiğinden beslenen ve yapay zekâ etiğinin gelişimine zemin hazırlayan bir uygulamalı etik alanı olarak öne çıkarken; dijital etik, elektronik etkileşimlerin yürütülmesini yönlendiren değerler ve ahlaki ilkeler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Buytendijk, 2019).

Etik düşüncenin tarihsel gelişimi ve uygulamalı etik alanlarının ortaya çıkışı, teknolojik ilerlemelerin toplumsal yapılar üzerindeki dönüştürücü etkileriyle birlikte ele alındığında; sanayi devrimleri, bu dönüşümün somutlaştığı ve etik tartışmaların yeni boyutlar kazandığı tarihsel kırılma noktaları olarak öne çıkmaktadır. Sanayi üretiminde yaşanan tarihsel dönüşümler, teknolojik yeniliklerin ekonomik ve toplumsal yapılar üzerindeki belirleyici etkisini açık biçimde ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, XX. yüzyılın başlarında II. Sanayi Devrimi ile buhar gücüne ek olarak elektrik ve petrolün üretim süreçlerine dâhil edilmesi, sanayinin yapısal dönüşümünde önemli bir kırılma noktası oluşturmuştur. 1970'li yıllardan sonra gelişen III. Sanayi Devrimi ise otomasyon ve sayısallaşma temelli üretim anlayışıyla verimliliği artırmış, bilginin dolaşımını hızlandırarak ekonomik faaliyetlerin küresel ölçekte yeniden şekillenmesine zemin hazırlamıştır.

Günümüzde IV. Sanayi Devrimi olarak adlandırılan süreçte, bilgi ve iletişim teknolojileri ile otomasyon sistemlerinin bütünleşmesi sonucunda siber-fiziksel sistemler, akıllı fabrikalar ve veri odaklı üretim modelleri ön plana çıkmaktadır. Yapay zekâ, robotik teknolojiler, nesnelerin interneti, bulut bilişim ve artırılmış gerçeklik gibi yenilikçi uygulamalar, zaman ve mekân algısını dönüştüren dijital bir endüstri yapısının oluşmasına katkı sağlamaktadır (Ersöz ve Özmen, 2020). Dijitalleşme, bilgi teknolojilerindeki hızlı ilerlemenin bir sonucu olarak çağdaş dünyanın en belirleyici olgularından biri hâline gelmiştir. XX. yüzyıl boyunca sibernetik, matematiksel modelleme ve bilgi işlem teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, bu teknolojilerin toplumsal yaşamın hemen her alanına nüfuz etmesinin zeminini hazırlamıştır. Nitekim bu

gelişmeler XXI. yüzyılın dijital çağ olarak nitelendirilmesini sağlamıştır. İnternete erişimin yaygınlaşması ve bilgisayar kullanıcı sayısındaki artış ise dijital çağın şekillenmesinde temel dinamikler olarak öne çıkmaktadır (Parlak, 2017).

Yeni teknolojiler ve dijitalleşme medya alanına da etki etmiş ve yeni medya ortamlarının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Yeni medya, çevrim içi platformlar üzerinden gerçekleştirilen çok sayıda iletişim ve içerik üretim faaliyetini bünyesinde barındırmaktadır. Çevrim içi haberleşme araçlarında yaşanan dönüşümle birlikte ortaya çıkan dijital gazetecilik uygulamaları, sosyal medya platformları, dijital yayıncılık faaliyetleri (televizyon, video ve çevrim içi içerikler), dijital oyunlar ve mobil iletişim teknolojileri, çağdaş iletişim ortamının temel bileşenleri arasında yer almaktadır (Büyükbaykal İlgaz ve Cansabuncu Abay, 2020) Bireylerin mobil cihazlar aracılığıyla haberlere erişebilmesi ve bu içeriklerle etkileşimde bulunabilmesi, bankacılık işlemlerini uzaktan gerçekleştirebilmesi, çevrim içi alışveriş yapabilmesi ve görsel ya da düşüncelerini kısa sürede geniş kitlelerle paylaşabilmesi, yeni medya çağının sunduğu olanaklar arasında yer almaktadır. Bunun yanı sıra, fiziksel mekâna bağlı kalmaksızın çeşitli grup ve kurumlara katılım sağlanabilmesi ve sanal sosyal sorumluluk faaliyetlerine dâhil olunabilmesi, dijital medyanın bireysel ve toplumsal yaşamı dönüştürücü etkisini açıkça ortaya koymaktadır (Alakuş, 2019).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, iletişimin yapısını ve işleyişini köklü biçimde dönüştürmüştür. Bilgisayar ve internetin yaygınlaşmasıyla, iletişim alanı yalnızca mesajların iletiildiği bir mecra olmaktan çıkmış; etkileşimin, katılımın ve içerik üretiminin mümkün olduğu dijital bir zemine taşınmıştır. Bu dönüşüm, tek yönlü ve merkezî bir yapıya sahip geleneksel medya anlayışının yerini, kullanıcıyı sürecin aktif bir bileşeni hâline getiren yeni medya anlayışına bırakmasına neden olmuştur. Yeni medya kavramı, Türkiye’de görece yakın bir dönemde kullanılmaya başlanmış olmakla birlikte, küresel ölçekte daha uzun süredir tartışılan ve uygulama alanı bulan bir olgudur. Facebook, X (Twitter), Google+, LinkedIn, Pinterest, YouTube, Tumblr, Instagram, Vine, Flickr ve Myspace gibi platformlar, dünya genelinde en yaygın kullanılan yeni medya araçları arasında yer almaktadır (Öztürk, 2015). Günlük yaşamın merkezinde konumlanan sosyal medya platformları, çoklu katılım ve paylaşım olanakları sayesinde iletişimi sürekli ve dinamik bir süreç hâline getirmiştir. Ancak dijitalleşme ve sosyal medyanın bu yaygınlığı, sağladığı kolaylık ve fırsatların yanında, bireyleri ve toplumları etkileyen çeşitli riskleri ve sorun alanlarının doğmasına yol açmıştır (Özbe, 2022). Nitekim yeni medyanın etkileşimli ve katılımcı yapısı, bireyleri yalnızca içerik tüketicisi olmaktan çıkararak aynı zamanda üretici konumuna taşırken; bu dönüşümün en yoğun ve görünür biçimde deneyimlendiği alan sosyal medya platformlarıdır. Yeni medya, bireyleri pasif izleyiciler olmaktan çıkarıp onları düşünce, görüş ve haber üretimine aktif olarak dâhil eden katılımcı bir iletişim alanı sunmaktadır (Erdoğan, 2013) İnternet haber mecralarında kullanıcı yorumları bölümleriyle teşvik edilen bu durum, ön editoryal denetimin olmaması nedeniyle ciddi riskler taşımaktadır. Bu platformlarda, hukuki veya etik açıdan sorunlu ya da dezenformasyon içeren haber, bilgi ve düşünceler çok hızlı bir şekilde dolaşıma girerek, kullanıcıların önemli bir kesimi tarafından eleştirel bir süzgeçten geçirilmeden kabul görmektedir (Dirini, 2010). Bilginin oluşum sürecinde, etik ilkesinin iletişimin tamamlanmasındaki kritik rolü belirgindir. Yeni medya, kişisel özellikler (ruhsal durum, eğitim vb.) ile şekillenen bilginin etkisini güçlü bir şekilde ortaya koymaktadır. Günümüzde yeni medyada üretilen her bilgi, insanlık tarihinde en yüksek enformasyon yoğunluğuna,

sınırsız etik etkiye ve kesintisiz bir yayılcılığa maruz kalmaktadır. Bu bağlamda, yeni medya aracılığıyla yayılan bilgileri etik yönden ele almak ve gerekli durumlarda engellemek için atılması gereken teknik adımlar henüz kesinleşmiş çözümler değildir (Fuchs, 2016). Yeni medyanın yaygınlaşması, platformun kontrolünü sağlama zorluğuyla birleştiğinde, kullanıcıları tamamen bireysel etik anlayışlarına emanet edilmiş bir iletişim ortamında bırakmaktadır. Dolayısıyla yeni medya teknolojilerinin günümüzdeki en kritik sorunlarından biri olan dijital etik konusu, içerdiği problemlerle birlikte gelecekte de önemini sürdürecektir. Tarih boyunca etik kavramını anlamaya çalışan insanların cevap aradığı temel meseleler; neyin seçilmesi gerektiği (hangi eylem veya içeriğin tercih edilip yayımlanacağı), ne yapılması gerektiği (doğru ve sorumlu davranışın ne olduğu) ve neyin istenmesi gerektiği (hangi amaçlara ulaşmanın hedeflenip arzulanacağı) soruları etrafında şekillenmiştir. Bu sorular yeni medya teknolojileri bağlamında da karşılığını bulmaktadır (Özlem, 2015).

Bu bağlamda, mevcut problemler etik bir bakış açısıyla analiz edilebilmekte; sosyal medya içerikleri ise söz konusu sorular doğrultusunda anlamlandırılabilir. Dijital dünyanın hızla dönüşen yapısı içinde etik farkındalığın hem bireysel hem de toplumsal düzeyde giderek kritik bir öneme sahip olduğunu göstermektedir. Sosyal medya kullanım amaçları, dijital sağlık okuryazarlığı, popülerlik arzusunun ahlaki değerler üzerindeki etkileri ve kişisel veri gizliliği gibi alanlarda yapılan araştırmalar, dijital etikte sadece teknik önlemler değil, bireylerin değer temelli karar alma süreçlerinin de belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda çalışmada, Forsyth'ün (1980) Etik Durum Ölçeği (EDÖ) kullanılarak, sosyal medya kullanıcılarının karşılaştıkları etik ikilemler karşısında verdikleri kararların ahlaki olgunluk ve etik duyarlılık bağlamında sistematik olarak ölçülmesi hedeflenmektedir. EDÖ'nün kültürlerarası geçerliliği ve disiplinler arası uygulama imkânı, çalışmanın hem bireysel etik farkındalığı değerlendirmesine hem de sosyal medya kullanım pratiklerinin toplumsal sonuçlarıyla ilişkilendirilmesine olanak sağlamaktadır. Bu yönüyle çalışma, dijital etik literatürüne ölçülebilir veriler sunmayı ve etik temelli eğitim ile politika geliştirme süreçlerine ampirik bir zemin oluşturmayı hedeflemektedir.

Dijital Etik

Dijital etiğin bir disiplin olarak ortaya çıkışı ve gelişimi, dijital teknolojilerin toplumsal hayata eklenme biçimleriyle doğrudan ilişkilidir. İlk aşamada dijital etik tartışmaları, dijitalleşme öncesi teknolojilerin yol açtığı etik sorunların devamı niteliğinde şekillenmiş; ancak zamanla dijital teknolojilerin özgün yapısı, niteliksel olarak yeni etik tartışmaların doğmasına zemin hazırlamıştır. Özellikle 1960'lı yıllarda veri işleme faaliyetlerinin sanayi ve kamu yönetiminde yaygınlaşması, etik sorgulamaların mahremiyetin korunması, veri güvenliği ve bilginin güç aracı olarak kullanımı gibi geleneksel temalar etrafında yoğunlaşmasına neden olmuştur. Günümüzde ise dijital etik, gözetim pratikleri, haber üretim süreçleri ve çevrim içi ilişki biçimleri gibi dijitalleşmeyle dönüşen klasik sorunları kapsamanın ötesine geçerek, otonom silah sistemleri, arama motorları, algoritmik karar verme süreçleri ve yapay zekânın doğurabileceği varoluşsal riskler gibi daha önce karşılığı bulunmayan yeni etik meseleleri de inceleme alanına dâhil etmektedir (Müller, 2022).

Dijital etik son yıllarda farklı sektörler tarafından incelenmiş ve tartışılmıştır. İnternetin ve akıllı hizmetlerin günlük yaşamımıza giderek daha fazla entegre edilmesi nedeniyle önem kazanmaktadır. Literatür, vatandaşlar ile kamu ve özel sektörler arasındaki etik olarak

gereçekleştirilmiş ilişkilerin faydalarını vurgulamaktadır. Çeşitli endüstrilerin temsilcileri, kurumsal ve kişisel verilerle çalışan dijital operasyonların yeni ve birleşik bir dijital etik kavramıyla uyumlu hâle getirilmesinin önemini vurgulamaktadır (Terán vd., 2021). Dijital teknolojiler ve özellikle yapay zekâ temelli sistemlerin toplumsal yaşam üzerindeki etkilerini etik bir perspektiften değerlendirildiğinde dijitalleşme sürecinde ortaya çıkan gizlilik, adalet, sorumluluk ve hesap verebilirlik gibi sorunların yalnızca teknik değil, aynı zamanda sosyo-teknik ve yönetimsel boyutlarıyla değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda dijital teknolojilerin etik kullanımına yönelik bütüncül ve sürdürülebilir bir çerçevenin geliştirilmesinin hem bireysel hem de toplumsal düzeyde kritik önem taşıdığını ortaya koymaktadır (Reyman & Sparby, 2019).

Dijital etik alanındaki araştırmaların ağırlıklı olarak yapay zekâ, sosyal ağlar ve veri kullanımı gibi teknolojik alanlarda yoğunlaştığı; bu çalışmalarda en sık tartışılan etik sorunların ise gizlilik, sorumluluk, güven, adalet ve eşitsizlik olduğu görülmektedir. Bu genel eğilim, dijitalleşmenin yalnızca teknik değil, aynı zamanda derin etik ve yönetimsel sorunlar doğurduğunu ortaya koymaktadır. Nitekim Terán ve arkadaşları, mevcut literatürde bütüncül bir dijital etik çerçevenin eksikliğine dikkat çekerek hukuki, teknik ve insani ilkeleri bir araya getiren sürdürülebilir bir 'dijital etik yığın modeli' önermektedir. Gezegenel sınırları gözetilen ve adaletin asgari yeterlilik eşiklerini dikkate alan bu model, etik dijital hizmetlerin geliştirilmesi açısından önemli bir referans çerçevesi sunmaktadır (Terán vd. 2021).

Bu bütüncül yaklaşımı uygulama düzeyinde derinleştiren çalışmalardan biri Ashok ve arkadaşları tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırma, yapay zekânın dijital teknolojilerde kullanımına ilişkin etik sorunları soyut ilke tartışmalarının ötesine taşıyarak uygulama temelli ve kapsamlı bir perspektiften ele almaktadır. PRISMA yöntemiyle yürütülen sistematik literatür taraması kapsamında 59 akademik çalışma incelenmiştir. Çalışma doğrultusunda yapay zekânın platformlar, bağlantısallık, sensör temelli veri toplama ve analitik içgörü üretimi gibi yedi farklı dijital teknoloji arketipinde ortaya çıkardığı etik etkiler, fiziksel, bilişsel, bilgiye ilişkin ve yönetimsel olmak üzere dört ontolojik alanda sınıflandırılmıştır. Bulgular, anlaşılabilirlik, hesap verebilirlik, adalet, özerklik ve gizlilik gibi etik boyutların literatürde yoğun biçimde tartışıldığını; yönetime ilişkin etik etkilerin ise neredeyse tüm dijital teknoloji türlerinde ortak bir sorun alanı olarak öne çıktığını göstermektedir. Çalışma, bu etkilerin toplumsal sonuçlar üzerinde doğrudan belirleyici olduğunu vurgulayarak ontolojik temelli bir kavramsal model ve on iki önerme sunmaktadır (Ashok vd., 2022). Yapay zekâ temelli dijital teknolojilerin etik etkilerini daha güncel bir bağlamda ele alan çalışmalar ise özellikle üretici yapay zekâ sistemlerine odaklanmaktadır. Bu doğrultuda Stahl & Eke (2024), ChatGPT gibi üretici ve sohbet tabanlı yapay zekâ sistemlerinin ortaya çıkardığı etik sorunları, literatürdeki parçalı yaklaşımların ötesine geçerek sistematik ve bütüncül bir çerçevede incelemektedir. Çalışma, öngörücü teknoloji etiği, etik etki değerlendirmesi ve ETICA gibi yerleşik yaklaşımları yapay zekâ literatürüyle bütünleştirerek, bu sistemlerin sunduğu fırsatlarla birlikte barındırdığı çok boyutlu etik riskleri ortaya koymaktadır. Bulgular, bilgiye erişim ve verimlilik gibi alanlarda sağlanan katkıların; adalet, sorumluluk, özerklik, önyargı, hesap verebilirlik ve çevresel etkiler gibi risk alanlarıyla birlikte değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Makale, üretici yapay zekâ sistemlerinin dar teknik tartışmalarla sınırlandırılmayacak ölçüde geniş bir sosyo-teknik ekosistemi etkilediğini savunmaktadır.

Dijital etiğin yalnızca teknoloji tasarımıyla sınırlı kalmadığını, ekonomik sistemler üzerinde de belirleyici etkiler yarattığını gösteren çalışmalar da literatürde önemli bir yer tutmaktadır. Bu bağlamda *Dijital Teknoloji Odaklı Ekonomik Bozulmanın Etik Perspektif* başlıklı çalışma, dijital dönüşümün ekonomik sistemler üzerindeki etkilerini etik bir çerçevede ele almaktadır (Kusuma & Wicaksono, 2024). Çalışma, dijital kültürün yeni davranış kalıpları ürettiğini, dijital anonimliğin etik dışı pratikleri kolaylaştırdığını ve veri temelli ekonomik modellerin bireysel haklar üzerinde baskı oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Dijital ekonomik bozulmanın etkili biçimde yönetilebilmesi için hukuki düzenlemelerle birlikte etik liderlik ilkelerinin yönetim süreçlerine entegre edilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Benzer biçimde dijital etik tartışmaları, sağlık alanında da adalet ve hakkaniyet ekseninde yoğunlaşmaktadır. *Adalet Perspektifinden Dijital Sağlık Etik Yönleri* başlıklı çalışma, dijital sağlık teknolojilerinin sağlık sistemlerine entegrasyonunu etik adalet ilkeleri çerçevesinde değerlendirmektedir (Brall vd., 2019). Bulgular, dijital sağlık uygulamalarının eşitsizlikleri azaltma potansiyelinin yanı sıra dijital uçurum, veri gizliliği ihlalleri ve algoritmik önyargı gibi riskler barındırdığını ortaya koymaktadır. Çalışma, etik bir dijital sağlık ekosistemi için kapsayıcı tasarım ve şeffaf yönetim mekanizmalarının gerekliliğini vurgulamaktadır. Dijital etiğin toplumsal düzeyde içselleştirilmesinde eğitimin rolünü merkeze alan çalışmalar ise dijital vatandaşlık kavramı etrafında şekillenmektedir. Wulandari ve arkadaşları (2021), Toplum 5.0 bağlamında dijital vatandaşlık eğitimi etik, sorumlu ve bilinçli bireyler yetiştirmeye yönelik bütüncül bir değerler eğitimi süreci olarak ele almaktadır. Bulgular, dijital vatandaşlık eğitiminin bireyleri pasif kullanıcılar olmaktan çıkararak etik dijital aktörlere dönüştürdüğünü göstermektedir.

Yapay zekâ, dijital sağlık, dijital vatandaşlık eğitimi ve üretici sistemler gibi alanlarda yürütülen bu çalışmalar, dijital etiğin yönetim, adalet ve sorumluluk boyutlarını büyük ölçüde kurumsal ve yapısal düzeyde ele almaktadır. Ancak dijital etik tartışmalarının toplumsal yaşamda en görünür ve gündelik karşılığını bulduğu alan, bireylerin sürekli etkileşim hâlinde olduğu sosyal medya platformlarıdır. Bu nedenle literatürün bir diğer önemli kolu, dijital etik ilkelerinin sosyal medya pratiklerinde nasıl ihlal edildiğini, yeniden üretildiğini ya da dönüştürüldüğünü inceleyen çalışmalardır. Dijital etik literatürü, kültürel ve dini perspektifleri de içerecek biçimde genişlemektedir. Bu doğrultuda Shodiqoh (2024), sosyal medya kullanımını İslam ahlakı çerçevesinde ele alarak dijital alanın ahlaki değerlerden bağımsız değerlendirilemeyeceğini ortaya koymaktadır. Çalışma, doğruluk, mahremiyet ve sorumluluk ilkelerinin dijital iletişimde merkezi bir konumda olduğunu vurgulamaktadır. Özellikle sosyal medya bağlamında etik ihlaller, bilgi manipülasyonu ve siber güvenlik literatürde öne çıkan bir diğer tartışma alanıdır. Tekke ve Lale (2021), etik ilkelerden uzaklaşıldıkça bilginin manipülatif niteliğinin arttığını ve bunun bireysel ve kamusal güvenliği tehdit ettiğini ortaya koymaktadır. Bu bulgular, dijital etik ile siber güvenliğin birbirinden ayrı düşünülemeyeceğini göstermektedir. Sosyal medya etiğini ilişkisel bir perspektiften ele alan çalışmalar ise bakım etiği yaklaşımını öne çıkarmaktadır. O'Reilly ve arkadaşları (2021), ergenlerin çevrim içi davranışlarını empati ve ilişkisel sorumluluk ekseninde inceleyerek, dijital etiğin insani boyutuna dikkat çekmektedir. Yeni medya bağlamında etik sorunları bütüncül biçimde ele alan Soydan (2023) ise, hız odaklı içerik üretiminin doğruluk ve sorumluluk ilkelerini zayıflattığını vurgulamaktadır. Bu durum, dijital okuryazarlığın etik farkındalıkla birlikte ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Sağlık alanında sosyal

medya ve dijital etik ilişkisini inceleyen Rivera-Romero ve arkadaşları (2022), dijital sağlık okuryazarlığının düşük olduğu grupların etik risklere daha açık olduğunu göstermektedir. Bireysel düzeyde etik erozyonu ele alan çalışmalar ise popülerlik kültürüne odaklanmaktadır. Korkunç ve Aydemir (2025), TikTok örneği üzerinden popüler olma arzusunun ahlaki değerlerde aşınmaya yol açtığını ortaya koymaktadır. Bu bulgular, Memiş ve Demiralay'ın (2025) nicel çalışmasıyla da desteklenmekte; sosyal medya kullanım amacı ile ahlaki olgunluk arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmektedir. Son olarak Sönmezer (2025), sosyal medyada kişisel veri gizliliği ve güvenlik tehditlerini ele alarak dijital güvenliğin etik bilinç, eğitim ve hukuki düzenlemelerin birlikte işlemeyle sağlanabileceğini vurgulamaktadır.

Dijital etik alanında yürütülen bu çalışmalar, bireylerin dijital ortamlardaki davranışlarının yalnızca teknolojik altyapı ve düzenleyici çerçevelerle değil, aynı zamanda kişisel değerler, ahlaki muhakeme süreçleri ve etik duyarlılık düzeyleriyle de yakından ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte mevcut literatürde, sosyal medya kullanıcılarının karşılaştıkları etik ikilemleri bireysel ahlaki yönelimler temelinde ölçen nicel çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu durum, dijital etik tartışmalarının daha bütüncül biçimde anlaşılabilmesi için bireysel etik karar verme süreçlerini sistematik olarak ele alan ampirik araştırmalara duyulan ihtiyacı açıkça ortaya koymaktadır.

AMAÇ VE YÖNTEM

Bu çalışma Afyon Kocatepe Üniversitesi Sandıklı Yunus Emre Yerleşkesi'nde okuyan öğrencilerin sosyal medya kullanırken etik duyarlılık düzeylerini belirlemek ve çeşitli değişkenlerle arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla tasarlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda betimleyici araştırma yöntemi benimsenmiş, anket tekniğine dayalı bir alan araştırması Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 431959 sayılı kararı ile alınan etik kurul izni ile gerçekleştirilmiş ve üç bölümden oluşan anket formu elektronik ortamda katılımcılara uygulanmıştır.

Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem

Afyon Kocatepe Üniversitesi Yunus Emre Yerleşkesi'nde okuyan öğrencilerin sosyal medya kullanırken etik duyarlılık düzeylerini ve tutumlarını belirlemek üzere bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla çalışmanın evrenini Afyon Kocatepe Üniversitesi Sandıklı Yunus Emre Yerleşkesi'nde okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sandıklı Yunus Emre Yerleşkesi bünyesinde bir adet uygulamalı bilimler yüksekokulu ve bir adet meslek yüksekokulu barındırmakta ve üniversite bilgi sistemine göre toplam 1154 öğrenci eğitim görmektedir (<https://bys.aku.edu.tr/aktifbirimogrenci.php>).

Örneklemenin belirlenmesinde, katılımcıların kolay ulaşılabilir olması ve gönüllü katılım esasına dayanılması nedeniyle uygun (convenience) örnekleme yöntemi tercih edilmiş ve öğrencilere elektronik ortam aracılığıyla ulaşılmıştır. Yapılan incelemeler sonucunda 207 anket formu analiz için geçerli kabul edilmiştir. Alan yazında, örneklem büyüklüğünün, faktör analizi uygulanacak madde sayısının en az beş, hatta mümkünse on katı olması gerektiği vurgulanmaktadır (Tavşancıl, 2002). Bu kapsamda araştırmanın örnekleminin istatistiksel açıdan yeterli düzeyde olduğu ifade edilebilir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmanın veri toplama sürecinde, toplam 31 sorudan oluşan ve üç bölüm hâlinde yapılandırılan bir anket formu kullanılmıştır. Bu formun ilk bölümünde katılımcıların sosyo-

demografik özelliklerini belirlemeye yönelik ifadelere yer verilmiştir. Soru formunun ikinci kısmında katılımcılara sosyal medya kullanım alışkanlıklarını belirlemek amacıyla sorular yönetilirken, formun son kısmında Forsyth (1980) tarafından geliştirilen Etik Durum Ölçeği (EDÖ) kullanılmıştır. EDÖ, kültürlerarası bağlamda uygulanabilirliği kanıtlanmış ve farklı disiplinlerde sıklıkla tercih edilen bir ölçüm aracıdır. Ölçek, beşli Likert tipi derecelendirme esasına göre geliştirilmiş olup, idealist etik ve görelilik (rölativizm) olmak üzere iki temel boyuttan oluşmaktadır. Ayrıca söz konusu ölçek, her biri 10 maddeden oluşan bu iki ana boyut kapsamında toplam 20 maddeden meydana gelmektedir. Ana boyutların her biri, kuramsal temellere dayalı olarak belirlenen iki alt boyutu içermekte; böylece ölçek toplamda dört alt boyutlu bir yapı sergilemektedir. Bu bağlamda, mutlakçılık ve istisnacılık idealist etik yaklaşımı içerisinde yer alırken; durumculuk ve öznelcilik ise görelilik temelli etik yaklaşımlar kapsamında değerlendirilmektedir (Yazıcı ve Yazıcı, 2010). İdealist etik yaklaşımı, bireylerin eylemlerinin başkalarına zarar vermemesi gerektiği yönündeki evrensel ahlaki ilkeleri esas alırken; görelilik boyutu ise etik yargıların duruma, bağlama ve kişisel değerlendirmelere göre değişebileceğini savunmaktadır (Forsyth, 1980). Yazıcı ve Yazıcı (2010) tarafından Türkçeye uyarlanan ve geçerlilik ile güvenilirlik çalışmaları tamamlanan EDÖ, Türkiye bağlamında yürütülen sosyal medya ve etik duyarlılık araştırmalarında güvenle kullanılabilir. Bu doğrultuda EDÖ, sosyal medya kullanıcılarının etik duyarlılık düzeylerini belirlemek, etik yönelimlerini sınıflandırmak ve dijital ortamlardaki etik davranışları açıklamak açısından kuramsal ve metodolojik olarak uygun bir ölçme aracı niteliği taşımaktadır.

Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Alan araştırması ile elde edilen veriler, istatistiksel analiz programı kullanılarak dijital ortamda işlenmiştir. Büyüköztürk'e (2007) göre, yapılacak analizlerde temel alınan puanların normal dağılımdan aşırı sapma göstermemesi gerekmektedir. Çarpıklık katsayısının (ÇK) +1 ve -1 sınırları arasında yer alması, puanların normal dağılımdan anlamlı bir şekilde sapmadığını göstermektedir. Bu doğrultuda, verilerin analizinde öncelikle katılımcıların demografik özelliklerini ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarını belirlemek amacıyla frekans analizi uygulanmıştır. Etik duyarlılık düzeyleri ile çeşitli değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesi ve bu düzeylerin söz konusu değişkenlere göre farklılaşp farklılaşmadığının belirlenmesi amacıyla ise Bağımsız Örneklem T-Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) kullanılmıştır.

Araştırma Soruları ve Hipotezler

S1: Katılımcıların etik duyarlılık düzeyleri nedir?

H1: Katılımcıların etik duyarlılık düzeyleri anlamlı bir düzeydedir.

S2: Katılımcıların etik duyarlılık düzeyleri sosyal medya kullanım alışkanlıklarına göre farklılaşmakta mıdır?

H2: Katılımcıların etik duyarlılık düzeyleri, sosyal medya kullanım alışkanlıklarına göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır.

S3: Katılımcıların etik duyarlılık düzeyleri demografik özelliklere göre nasıl farklılaşmaktadır?

H3: Katılımcıların etik duyarlılık düzeyleri, demografik özelliklerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır.

H4: Sosyal medya kullanım süresi arttıkça etik duyarlılık azalmaktadır.

BULGULAR

Bu bölüm kapsamında, katılımcıların sosyo-demografik nitelikleri ve etik duyarlılık düzeyleri ile çok sayıda değişken arasındaki ilişkiyi ortaya koyan istatistiksel analizlere yer verilmektedir.

Katılımcıların Bazı Özellikleri**Tablo 1.** Araştırmaya Katılanlara Ait Demografik Bulgular

	N	%
Cinsiyet		
Kadın	142	68,6
Erkek	65	31,4
Yaş		
20 ve altı	76	36,7
21-23	77	37,2
24-26	38	18,4
27-29	9	4,3
30 ve üzeri	7	3,4
Yerleşim Yeri		
Köy	40	19,3
Kasaba	22	10,6
İlçe	43	20,8
Şehir	29	14,0
Büyük şehir	73	35,3
Baba Eğitim Durumu		
Okuryazar değil	5	2,4
İlkokul	111	53,6
Ortaokul	71	34,3
Lise	5	2,4
Ön lisans	12	5,8
Lisans	3	1,4
Anne Eğitim Durumu		
Okuryazar değil	19	9,2
İlkokul	146	70,5
Ortaokul	30	14,5
Lise	5	2,4
Ön lisans	5	2,4
Lisans	2	1,0

Tablo 1’de görüldüğü üzere katılımcı profiline ilişkin bulgular incelendiğinde, örneklemin ağırlıklı olarak kadınlardan oluştuğu görülmektedir. Yaş dağılımı açısından ise katılımcıların büyük bölümünün erken yetişkinlik döneminde, özellikle 21–23 yaş aralığında yoğunlaştığı dikkat çekmektedir. Bu durum, araştırmanın genç kullanıcıların yeni medya deneyimlerine ilişkin güçlü bir temsil sunduğunu göstermektedir. Yerleşim yeri değişkenine bakıldığında, katılımcıların önemli bir kısmının büyükşehirlerde ikamet ettiği anlaşılmaktadır. Bu bulgu, dijital teknolojilere erişim ve yeni medya kullanım pratiklerinin daha yaygın olduğu kentsel bağlamın araştırma sonuçları üzerinde etkili olabileceğine işaret etmektedir. Ebeveyn eğitim düzeylerine ilişkin veriler değerlendirildiğinde hem anne hem de baba eğitim düzeyinin genel olarak ilkök ve ortaokul seviyesinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durum, katılımcıların çoğunlukla okuryazar olmakla birlikte görece düşük eğitim düzeyine sahip ailelerden geldiklerini düşündürmektedir. Söz konusu bulgu, bireylerin etik duyarlılık ve medya kullanım pratiklerinin sosyo-kültürel arka planla birlikte ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Üyeliğinin Olduğu Sosyal Medya Araçları

Mecralar	Cevaplar		Katılımcıların Yüzdesi
	N	%	
Facebook	102	18,0%	49,3%
Instagram	206	36,3%	99,5%
Twitter(X)	117	20,6%	56,5%
Youtube	123	21,7%	59,4%
LinkedIn	19	3,4%	9,2%

Araştırmaya katılan katılımcıların sosyal medya platformlarına üyelik durumları incelendiğinde, Instagram'ın neredeyse tüm katılımcılar tarafından kullanıldığı; YouTube, X (Twitter) ve Facebook'un ise görece yüksek kullanım oranlarına sahip olduğu görülmektedir. Buna karşılık LinkedIn üyeliğinin sınırlı düzeyde kaldığı anlaşılmaktadır (Tablo 2).

Tablo 3. Katılımcılara Ait Bazı Özelliklere İlişkin Bulgular

	(N)	(%)
En Sık Takip Edilen Sosyal Medya		
Facebook	3	1,4
Instagram	151	72,9
X (Twitter),	25	12,1
YouTube	28	13,5
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı		
Hiç kullanmam	9	4,3
Haftada 1-2 gün	7	3,4
Haftada 3-4 gün	32	15,5
Haftada 5-6 gün	9	4,3
Her gün düzenli	150	72,5
İnternette Geçirilen Süre		
1 saatten az	28	13,5
1-2 saat	85	41,1
3-4 saat	42	20,3
5-6 saat	22	10,6
7 saat ve üzeri	30	14,5
Sosyal Medyada Geçirilen Süre		
1 saatten az	47	22,7
1-2 saat	65	31,4
3-4 saat	57	27,5
5-6 saat	19	9,2
7 saat ve üzeri	19	9,2

Katılımcıların en sık takip ettikleri sosyal medya platformu incelendiğinde, Tablo 3'te dikkati çektiği üzere Instagram'ın açık ara öne çıktığı görülmektedir. Bu bulgu, Instagram'ın katılımcılar açısından temel sosyal medya mecrası hâline geldiğini ve gündelik dijital etkileşimlerin büyük ölçüde bu platform üzerinden yürütüldüğünü göstermektedir. Diğer platformların ise Instagram'a kıyasla daha sınırlı düzeyde takip edildiği anlaşılmaktadır. Sosyal medya kullanım sıklığına ilişkin bulgular, katılımcıların büyük çoğunluğunun sosyal medyayı günlük yaşamlarının düzenli bir parçası olarak kullandığını ortaya koymaktadır. Sosyal medyayı hiç kullanmayan ya da haftanın belirli günleriyle sınırlı kullanan katılımcıların oranı oldukça düşüktür. Bu durum, araştırma grubunun yüksek düzeyde dijital medya maruziyetine sahip olduğunu göstermektedir. İnternette ve sosyal medyada geçirilen süreler birlikte değerlendirildiğinde, katılımcıların önemli bir bölümünün günde birkaç saatini çevrimiçi ortamlarda geçirdiği görülmektedir. İnternette geçirilen sürenin, sosyal medyada geçirilen süreden görece daha yüksek olduğu; ancak sosyal medyanın çevrimiçi zaman kullanımında merkezi bir yer tuttuğu anlaşılmaktadır. Bu bulgu, sosyal medya platformlarının katılımcıların gündelik zaman pratikleri üzerindeki belirleyici rolüne işaret etmektedir.

Etik Duyarlılık Düzeyi ile Çeşitli Değişkenler Arasındaki İlişki

Tablo 4. Katılımcıların Etik Duyarlılık Düzeylerinin Merkezi Eğilim İstatistikleri

Etik Duyarlılık	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
	207	1,10	5,00	3,89	,646

Araştırmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medyada etik duyarlılık düzeylerini belirlemek amacıyla öncelikle betimleyici istatistiklerden yararlanılmıştır. 207 katılımcıdan elde edilen ve 1 ile 5 arasında puanlanan ölçek sonuçlarının ortalaması ($\bar{x} = 3,89$) temel alındığında, etik duyarlılık düzeyinin genel olarak kabul edilebilir bir düzeyde olduğu söylenebilir.

Tablo 5. Cinsiyete Göre Etik Duyarlılık Düzeyindeki Farklılık

	Cinsiyet	N	\bar{X}	SD	t-value	Sig.
Etik Duyarlılık	Kadın	142	3,84	,649	-1,46	,145
	Erkek	65	3,98	,633		

Tablo 5'te sunulan bulgular, araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin etik duyarlılık düzeylerinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediğini ortaya koymaktadır ($t = -1,46$; $sd = ,145$; $p > ,05$). Betimleyici istatistik sonuçları da kadın ve erkek öğrencilerin etik duyarlılık düzeylerinin birbirine oldukça yakın olduğunu göstermektedir.

Tablo 6. Yaşa Göre Etik Duyarlılık Düzeyindeki Farklılık

	Yaş	N	\bar{X}	SD	F	P
Etik Duyarlılık	20 ve altı	76	3,80	,527	,521	,720
	21-23	77	3,92	,462		
	24-26	38	3,94	1,119		
	27-29	9	4,01	,456		
	30 ve üzeri	7	3,86	,069		

Öğrencilerin yaşlarına göre etik duyarlılık düzeyi anlamlı farklılık göstermemektedir ($F = ,521$; $sd = ,720$; $p > ,05$). Betimleyici istatistik sonuçları, sosyal medyada etik duyarlılık düzeyi bakımından yaş ortalamalarının birbirlerine yakın değerlere sahip olduklarını ortaya koymaktadır (Tablo 6).

Tablo 7. Anne Eğitim Durumuna Göre Etik Duyarlılık Düzeyindeki Farklılık

	Anne Eğitim	N	\bar{X}	SD	F	P
Etik Duyarlılık	Okuryazar değil	19	3,94	,299	4,28	,001
	İlkokul	146	3,98	,535		
	Ortaokul	30	3,45	1,060		
	Lise	5	3,91	,645		
	Önlisans	5	3,42	,275		
	Lisans	2	3,95	,000		

Katılımcıların anne eğitim durumuna göre etik duyarlılık düzeyleri arasında anlamlı farklılığa rastlanmaktadır ($F = 4,28$; $sd = ,001$; $p < ,05$). Ortalama değerler incelendiğinde, annesi ilkokul mezunu olan katılımcıların etik duyarlılık düzeylerinin ($\bar{x} = 3,98$), annesi ortaokul mezunu olan katılımcılara ($\bar{x} = 3,45$) kıyasla daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulgu, anne eğitim düzeyinin katılımcıların sosyal medya etik duyarlılığı üzerinde etkili bir değişken olabileceğine işaret etmektedir (Tablo 7).

Tablo 8. Baba Eğitim Durumuna Göre Etik Duyarlılık Düzeyindeki Farklılık

	Baba Eğitim	N	\bar{X}	SD	F	P
Etik Duyarlılık	Okuryazar değil	5	3,93	,430	1,90	,095
	İlkokul	111	4,01	,467		
	Ortaokul	71	3,71	,875		
	Lise	5	3,87	,575		
	Önlisans	12	3,82	,426		
	Lisans	3	3,73	,375		

Öğrencilerin baba eğitim durumlarına göre etik duyarlılık düzeyi Tablo 8'de ifade edildiği gibi anlamlı farklılık göstermemektedir ($F = 1,90$; $sd = ,095$; $p > ,05$).

Tablo 9. Sosyal Medya Kullanım Sıklığına Göre Etik Duyarlılık Düzeyindeki Farklılık

	Kullanım Sıklığı	N	\bar{X}	SD	F	P
Etik Duyarlılık	Hiç kullanmam	9	2,69	1,73	11,601	,000
	Haftada 1-2 gün	7	3,70	1,18		
	Haftada 3-4 gün	32	4,19	,493		
	Haftada 5-6 gün	9	3,96	,512		
	Her gün düzenli	150	3,90	,431		

Araştırmaya katılanların sosyal medya kullanım sıklığı durumuna göre etik duyarlılık düzeyleri anlamlı bir farklılık taşımaktadır. ($F= 11,60$; $sd.= ,000$; $p< ,05$). Aritmetik ortalama değeri itibariyle sosyal medyayı hiç kullanmayanlar ($\bar{x} = 2,69$) ile haftada 1-2 gün kullananlar, haftada 3-4 gün kullananlar, haftada 5-6 gün kullananlar ve her gün düzenli kullananlar ($x = 3,90$) arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir. Sosyal medya kullanıcılarının, sosyal medyaya üyeliği bulunmasına rağmen hiç kullanmayanlara göre daha fazla etik duyarlılık düzeyine sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 10. Etik Duyarlılık Düzeyleri ile Sosyal Medyada Harcanan Zaman Arasındaki İlişki

	Etik Duyarlılık	Harcanan Zaman
Etik Duyarlılık	1	-,158*
Harcanan Zaman	-,158*	1

Tablo 10'da görüldüğü üzere yapılan Pearson korelasyon analizi sonucunda, sosyal medyada harcanan zaman ile etik duyarlılık arasında negatif yönlü ve düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir ($r = -158$, $p < ,05$).

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ile etik duyarlılık düzeyleri arasındaki ilişkiyi Forsyth'ın (1980) Etik Durum Teorisi çerçevesinde inceleyerek dijital etik literatürüne ampirik katkı sunmayı amaçlamaktadır. Araştırmadan elde edilen bulgular, sosyal medya kullanımının nicel boyutları (kullanım sıklığı ve harcanan süre) ile etik duyarlılık arasındaki ilişkinin doğrusal ve tek yönlü olmadığını, aksine bağlama duyarlı ve çok katmanlı bir yapı sergilediğini ortaya koymaktadır.

Araştırma sonuçları, katılımcıların genel etik duyarlılık düzeylerinin kabul edilebilir bir seviyede olduğunu göstermektedir. Sosyal medya kullanıcılarının etik ilkelere tamamen kayıtsız olmadığını, aksine dijital ortamlarda karşılaştıkları etik ikilemler karşısında belirli bir ahlaki muhakeme kapasitesine sahip olduklarını düşündürmektedir. Bu sonuç, dijital etik literatüründe bireysel etik farkındalığın tamamen ortadan kalkmadığını savunan çalışmalarla örtüşmektedir (Soydan, 2023; Tekke ve Lale, 2021).

Demografik değişkenler açısından bakıldığında, cinsiyet ve yaş değişkenlerinin etik duyarlılık üzerinde anlamlı bir farklılık yaratmaması, etik yönelimin biyolojik ya da yaşa bağlı özelliklerden ziyade öğrenilmiş değerler ve sosyal deneyimler yoluyla şekillendiğine işaret

etmektedir. Buna karşılık anne eğitim düzeyine bağlı olarak ortaya çıkan anlamlı farklılık, etik sosyalleşme sürecinde aile içi değer aktarımının önemini destekler niteliktedir. Etik yönelimlerin erken dönem sosyalizasyon süreçleriyle ilişkili olduğunu vurgulayan literatürle uyumludur (Forsyth, 1980).

Araştırmanın dikkat çekici bulgularından biri, sosyal medya kullanım sıklığı ile etik duyarlılık arasındaki ilişkidir. Bulgular, sosyal medyayı düzenli kullanan bireylerin, sosyal medyayı hiç kullanmayan ancak üyeliği bulunan bireylere kıyasla daha yüksek etik duyarlılık düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Sosyal medya ortamlarına düzenli biçimde maruz kalan bireylerin farklı görüşler, etik tartışmalar ve sosyal normlarla daha sık karşılaşarak etik muhakeme kapasitelerini dolaylı olarak geliştirebildiklerini düşündürmektedir. Sonuçlar, dijital ortamlarda etik öğrenmenin deneyim yoluyla gerçekleşebileceğini savunan yaklaşımlarla örtüşmektedir (O'Reilly vd., 2021; Wulandari vd., 2021). Öte yandan sosyal medyada harcanan süre ile etik duyarlılık arasında negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanım sıklığı ile kullanım süresinin etik sonuçlar bakımından birbirinden ayrıştırılması gerektiğini göstermektedir. Sosyal medyada daha uzun süre vakit geçirmek, bireylerin etik açıdan sorunlu içeriklere daha fazla maruz kalmasına, normalleşme etkisine ve duyarsızlaşmaya yol açabilmektedir. Literatürde "etik aşınma" ya da "ahlaki duyarsızlaşma" olarak tartışılan süreçlerle örtüşmektedir (Korkunç ve Aydemir, 2025; Memiş ve Demiralay, 2025). Özellikle algoritmik içerik akışları ve popülerlik odaklı platform tasarımları, kullanıcıları daha uzun süre çevrim içi tutarken etik değerlendirme süreçlerini zayıflatabilmektedir. Forsyth'ın (1980)

Etik Durum Teorisi açısından değerlendirildiğinde, dijital bağlamda idealist etik yönelimin zamanla görelilik eksenine kayabileceğine işaret etmektedir. Başka bir ifadeyle, sosyal medya kullanım süresi arttıkça bireylerin evrensel etik ilkelere ziyade durumsal ve bağlamsal gerekçelere dayalı kararlar verme eğilimi güçlenebilmektedir. Bu durum, dijital anonimliğin ve sürekli maruz kalmanın etik yargıları esnettiğini savunan "sanal anonimlik" ve "bağlamsal ahlak" yaklaşımlarıyla da örtüşmektedir (Fuchs, 2016; Shodiqoh, 2024). Çalışma, Forsyth'ın etik ideolojiler kuramını dijital sosyal medya bağlamında yeniden yorumlayarak literatüre teorik katkı sunmaktadır. Bulgular, etik yönelimin yalnızca bireysel değer sistemlerine değil, aynı zamanda dijital ortamın yapısal özelliklerine ve kullanım yoğunluğuna bağlı olarak dönüşebileceğini göstermektedir. Böylece çalışma, dijital etik literatüründe sıklıkla kuramsal düzeyde ele alınan etik aşınma tartışmalarını nicel verilerle desteklemektedir.

Uygulama açısından değerlendirildiğinde, bu bulgular yalnızca bireylere yönelik farkındalık çağrılarıyla sınırlı kalmaması gereken sonuçlar doğurmaktadır. Eğitim kurumları açısından, dijital okuryazarlık programlarının teknik becerilerin ötesine geçerek etik muhakeme, algoritmik farkındalık ve dijital sorumluluk boyutlarını içerecek şekilde yapılandırılması önem arz etmektedir. Politika yapıcılar açısından, gençlerin dijital ortamlarda geçirdikleri süreyi bilinçli şekilde yönetmelerini destekleyecek düzenleyici ve eğitsel politikaların geliştirilmesi gerekmektedir. Platform tasarımcıları açısından ise, kullanıcıları daha uzun süre çevrim içi tutmayı amaçlayan teşvik mekanizmalarının etik sonuçlarının dikkate alınması; etik farkındalığı destekleyen uyarı sistemleri, şeffaf algoritmalar ve kullanım süresi geri bildirimleri gibi tasarım ilkelerinin benimsenmesi önerilmektedir.

Sonuç olarak bu çalışma, sosyal medya kullanımının etik sonuçlarının yalnızca “kullanıp kullanmama” ikiliğiyle açıklanamayacağını; kullanım biçimi, yoğunluğu ve süresi gibi değişkenlerin etik duyarlılığı farklı yönlerde etkileyebildiğini ortaya koymaktadır. Bu bulgular, dijital etik tartışmalarının bireysel sorumluluk söyleminin ötesine taşınarak eğitim, politika ve platform tasarımı düzeylerinde bütüncül biçimde ele alınması gerektiğini göstermektedir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sandıklı Yunus Emre Yerleşkesi’nde öğrenim gören ve aktif olarak sosyal medya kullanan öğrenciler ile sınırlıdır. Dolayısıyla elde edilen bulgular, farklı üniversiteler, bölümler ya da yaş grupları için genellenirken dikkatli olunmalıdır.

Araştırmanın bir diğer sınırlılığı, örneklem büyüklüğü ile ilgilidir. Veri toplama sürecinde 1154 kişilik evrenden, katılımcıların isteksiz ve çekingen tutumları nedeniyle 207 geçerli anket elde edilebilmiştir. Her ne kadar bu örneklem büyüklüğünün istatistiksel analizler için yeterli olduğu kabul edilse de daha geniş bir örnekleme yürütülecek çalışmaların sonuçları güçlendireceği açıktır.

Bunun yanı sıra araştırmada kolay ulaşılabilir (convenience) yöntemi kullanılmıştır. Bu örnekleme yaklaşımı, uygulama kolaylığı sağlamasına karşın, örneklemin evreni temsil etme gücünü sınırlayabilmekte ve örnekleme yanlılığı (sampling bias) riskini beraberinde getirebilmektedir. Bu durum, elde edilen bulguların genellenebilirliğini kısıtlayan bir diğer metodolojik sınırlılık olarak değerlendirilmelidir. Bu bağlamda, gelecekte yapılacak araştırmalarda farklı örnekleme yöntemlerinin tercih edilmesi, daha geniş ve farklı örneklemeler üzerinde benzer çalışmaların yürütülmesi, bulguların karşılaştırılabilirliğini ve genellenebilirliğini artıracaktır.

Yazar Katkıları / Author Contribution Statement

Katkı oranları şu şekilde belirlenmiştir: İlk yazar için %100. / The contribution rates have been specified as follows: 100% for the first author.

Çıkar Çatışması / Conflict of Interest

Yazar(lar) tarafından herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir. / No potential conflict of interest was reported by the author(s).

Finansal Destek / Funding

Bu çalışma herhangi bir kurum, kuruluş veya fon kuruluşundan finansal destek almamıştır. / This study received no financial support from any institution, organization, or funding agency.

KAYNAKÇA

- Afyon Kocatepe Üniversitesi (2026). *Aktif birim öğrenci*. Erişim tarihi: 11 Ocak 2026, <https://bys.aku.edu.tr/aktifbirimogrenci.php>
- Ashok, M., Madan, R., Joha, A., & Sivarajah, U. (2022). Ethical framework for artificial intelligence and digital technologies. *International Journal of Information Management*, 62, 102433. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102433>
- Brall, C., Schröder-Bäck, P., & Maeckelberghe, E. (2019). Ethical aspects of digital health from a justice point of view. *European Journal of Public Health*, 29(3), 18–22. <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckz167>
- Breidbach, C. F., & Maglio, P. (2020). Accountable algorithms? The ethical implications of data-driven business models. *Journal of Service Management*, 31(2), 163–185. <https://doi.org/10.1108/JOSM-03-2019-0073>
- Buytendijk, F. (2019). Digital Ethics, or How to Not Mess Up With Technology, 2017. *Gartner Report*, ID: G00338664.
- Büyükbaykal Ilgaz, C., ve Cansabuncu Abay, İ. (2020). Türkiye’de yeni medya ortamı ve dijital oyun olgusu. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(1), 1–9.
- Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Pegem Akademi.
- Dirini, İ. (2010). *Okur yorumlarıyla yeniden üretilen nefret söylemi*. İçinde T. Çomu (Der.), *Yeni medyada nefret söylemi* (ss. 55–93). Kalkedon Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2013). Yeni medya gazeteciliğinde etik bir paradigma belirlemenin kapsamı ve sınırları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 36, 254–272.
- Ersöz, B., ve Özmen, M. (2020). Dijitalleşme ve bilişim teknolojilerinin çalışanlar üzerindeki etkileri. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 11(42), 170–179. <https://doi.org/10.5824/ajite.2020.03.007.x>
- Forsyth, D. R. (1980). A taxonomy of ethical ideologies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(1), 175–184. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.39.1.175>
- Fuchs, C. (2016). *Sosyal medya: Eleştirel bir giriş*. NotaBene Yayınları.
- Korkunç, E., ve Aydemir, A. (2025). Sosyal medyada popüler olma arzusu ve ahlaki değerler arasındaki ilişki: TikTok örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 69, 21–44. <https://doi.org/10.47998/ikad.1543987>
- Kusuma, E. A., & Wicaksono, W. W. (2024). The ethical perspective of digital-technology-driven economic disruption. In *Proceedings of the International Conference of Business and Social Sciences*.
- Memiş, M., ve Demiralay, A. İ. (2025). Sosyal medya kullanım amaçları ile ahlaki olgunluk arasındaki ilişki üzerine nicel bir araştırma. *Türk Din Psikolojisi Dergisi*, 11, 11–38. <https://doi.org/10.59379/tdpd.1612051>
- O’Reilly, M., Levine, D., & Law, E. (2021). Applying a digital ethics of care philosophy to understand adolescents’ sense of responsibility on social media. *Pastoral Care in Education*, 39(2), 91–107. <https://doi.org/10.1080/02643944.2020.1835499>
- Özbey, İ. B. (2022). Dijitalleşme, sosyal medya ve risk toplumu. *İmgelem*, 6(10), 141–158.
- Özlem, D. (2015). *Etik: Ahlak felsefesi*. Notos Kitap.
- Öztürk, Ş. (2015). Sosyal medyada etik sorunlar. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(1), 287–311.

- Parlak, B. (2017). Dijital çağda eğitim: Olanaklar ve uygulamalar üzerine bir analiz. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(Kayfor 15 Özel Sayısı), 1741–1759.
- Reyman, J., & Sparby, E. M. (2019). *Digital ethics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351052016>
- Rivera-Romero, O., Gabarron, E., Miron-Shatz, T., Petersen, C., & Denecke, K. (2022). Social media, digital health literacy, and digital ethics in the light of health equity. *Yearbook of Medical Informatics*, 31(1), 82–87. <https://doi.org/10.1055/s-0042-1742530>
- Shodiqoh, R. (2024). Digital ethics: Social media ethics in a contemporary Islamic perspective. *Solo International Collaboration and Publication of Social Sciences and Humanities*, 2(3), 215–226. <https://doi.org/10.61455/sicopus.v2i03.153>
- Soydan, B. (2023). Yeni medya ve sosyal medya: Etik sorunlar ve çözüm yaklaşımları. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 7(3), 198–215.
- Sönmezer, Z. (2025). Sosyal medyada etik, kişisel veri gizliliği ve güvenlik tehditleri. *Güvenlik Bilimleri Dergisi (Kolluk Uygulamaları ve Güvenlik Teknolojileri Özel Sayısı)*, 159–183.
- Stahl, B. C., & Eke, D. (2024). The ethics of ChatGPT: Exploring the ethical issues of an emerging technology. *International Journal of Information Management*, 74, 102700. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102700>
- Tekke, A., ve Lale, A. (2021). Sosyal medyada etik, bilgi manipülasyonu ve siber güvenlik. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 16(2), 44–62. <https://doi.org/10.17550/akademikincelemeler.958167>
- Terán, L., Pincay, J., Wallimann-Helmer, I., & Portmann, E. (2021). A literature review on digital ethics from a humanistic and sustainable perspective. In Loukis, E. and Macadar M.A. (Eds.) *Proceedings of the 14th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance* (pp. 57–64). <https://doi.org/10.1145/3494193.3494295>
- Wulandari, E., Winarno, W., & Triyanto, T. (2021). Digital citizenship education: Shaping digital ethics in society 5.0. *Universal Journal of Educational Research*, 9(5), 948–956.
- Yazıcı, A. ve Yazıcı, S. (2010). Etik durum ölçeğinin geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 8(4), 1001–1017.

EXTENDED ABSTRACT (GENİŞLETİLMİŞ ÖZET)

The rapid advancement of digital communication technologies has significantly reshaped contemporary social interaction, positioning social media platforms as central spaces for communication, self-expression, and information sharing. While these platforms offer considerable opportunities for participation and connectivity, they simultaneously give rise to complex ethical challenges such as privacy violations, misinformation, manipulation, digital harassment, and moral disengagement. In this digitally mediated environment, ethical decision-making processes are increasingly influenced not only by individual moral values but also by the intensity, duration, and structural characteristics of social media use.

In this context, the present study aims to examine the ethical sensitivity of university students in relation to their social media usage habits. Grounded in Forsyth's (1980) Ethical Position Theory, the study adopts an individual-level ethical orientation perspective to explore how ethical sensitivity varies according to social media usage frequency, time spent on social media, and selected socio-demographic variables. Unlike studies that address digital ethics predominantly from institutional, technological, or regulatory viewpoints, this research contributes to the literature by empirically investigating ethical orientations within everyday social media practices.

The study employs a quantitative research design based on a field survey. The sample consists of 207 undergraduate students enrolled at Afyon Kocatepe University (Yunus Emre Campus). Data were collected through an online questionnaire comprising three sections: socio-demographic characteristics, social media usage habits, and ethical sensitivity. Ethical sensitivity was measured using the Ethical Position Questionnaire (EPQ) developed by Forsyth (1980) and adapted into Turkish by Yazıcı and Yazıcı (2010). The EPQ assesses ethical orientation across two core dimensions—idealism and relativism—allowing for a nuanced understanding of individuals' moral reasoning processes. Descriptive statistics were used to determine general ethical sensitivity levels, while independent samples t-tests, one-way ANOVA, and Pearson correlation analyses were conducted to examine differences and relationships among variables.

The findings indicate that university students exhibit an above-average level of ethical sensitivity in their social media use, suggesting a general awareness of ethical issues in digital environments. Ethical sensitivity does not significantly differ by gender or age; however, a statistically significant difference is observed with respect to maternal education level. More importantly, the results reveal a multidimensional relationship between social media use and ethical sensitivity. Social media usage frequency is positively associated with ethical sensitivity, whereas time spent on social media shows a significant negative correlation with ethical sensitivity.

This seemingly contradictory finding highlights the importance of distinguishing between usage frequency and duration of exposure as conceptually distinct dimensions of social media engagement. Regular but limited use of social media may increase exposure to diverse perspectives, ethical discussions, and social norms, thereby enhancing ethical awareness. In contrast, prolonged exposure appears to contribute to ethical erosion, normalization of unethical behaviors, and desensitization. Extended time spent on social media may weaken idealistic ethical orientations and strengthen relativistic moral judgments, particularly in environments characterized by anonymity, algorithm-driven content flows, and continuous information overload.

From a theoretical perspective, the study extends Forsyth's Ethical Position Theory into the digital context by demonstrating that ethical orientations are not fixed personality traits but dynamic constructs shaped by digital intensity and prolonged exposure. The findings provide empirical support for debates on digital anonymity, moral disengagement, and ethical fatigue, emphasizing the need to reconsider traditional ethical decision-making models within socio-technical ecosystems such as social media platforms.

In practical terms, the findings offer several implications. From an institutional and policy-oriented perspective, increasing ethical awareness and promoting responsible social media use among young users emerge as key priorities. Developing ethical guidelines, awareness programs, and digital well-being strategies may help mitigate ethical erosion in digitally intensive environments. From a platform-design perspective, incorporating design features that discourage excessive use—such as time-awareness tools, ethical nudges, and transparency mechanisms—may contribute to fostering more ethically reflective digital practices.

In conclusion, this study demonstrates that social media is not an ethically neutral space. While moderate and conscious use may enhance ethical sensitivity, excessive and prolonged engagement tends to undermine moral awareness. Addressing ethical challenges in social media therefore requires a multidimensional approach that combines individual ethical education, institutional regulation, and ethically responsible platform design. Future research may benefit from larger and more diverse samples, longitudinal designs, and cross-cultural comparisons to further deepen our understanding of ethical decision-making in digitally intensive environments.