

TRT **akademi**

Dergisi

ISSN 2149-9446 | Cilt 06 | Sayı 12 | Mayıs 2021 | Dijital Hayat ve Etik

Dijital Hayat ve Etik

TRT

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Adına
İmtiyaz Sahibi (Owner) Erkan DURDU**Genel Yayın Yönetmeni (General Publication Director) Pınar KANDEMİR****Yazı İşleri Müdürü (Chief Executive Officer) M. Fatih KIŞLA****Sayı Editörü (Editor) Doç. Dr. Hediyeullah AYDENİZ****Editör Yardımcıları (Assistant Editors) Ekrem ÖZDEMİR | İbrahim ACAR | Ümit ÇALIŞKAN****Yayın Kurulu (Editorial Board)**

Erkan DURDU | Prof. Dr. Serdar ÖZTÜRK | Prof. Dr. Füsün ALVER

Prof. Dr. E. Nilüfer PEMBEÇİOĞLU | Prof. Dr. Şükrü SİM

Danışma Kurulu (Advisory Board)

Prof. Dr. Aynur KERİMOVA | Prof. Dr. Erol Nezih ORHON | Prof. Dr. Hikmet KIRIK | Doç. Dr. Aydan ÖZSOY

Prof. Dr. Rıdvan ŞENTÜRK | Doç. Dr. Besim YILDIRIM | Doç. Dr. Ekmel GEÇER | Doç. Dr. Mehmet Emin BABACAN

Doç. Dr. Nazım ANKARALIGİL | Doç. Dr. Nebahat AKGÜN ÇOMAK | Dr. Aydın ÇAM | Dr. Can DİKER

Dr. Ersin DİKER | Dr. Hakan AYTEKİN | Dr. Mesut BOSTAN | Dr. Serkan BAYRAKÇI | Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Ziya GÖKÇEK

Hakem Kurulu (Referees Board)

Prof. Dr. Ali Murat YEL (Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. Ayşe Ceyda ILGAZ BÜYÜKBAYKAL
(İstanbul Üniversitesi)

Prof. Dr. Celalettin AKTAŞ (İstanbul Ticaret Üniversitesi)

Prof. Dr. Emel ŞERİFE BAŞTÜRK (Kocaeli Üniversitesi)

Prof. Dr. Emine UÇAR İLBUĞA (Akdeniz Üniversitesi)

Prof. Dr. Erkan YÜKSEL (Anadolu Üniversitesi)

Prof. Dr. Fatma ZEREN (İnönü Üniversitesi)

Prof. Dr. Fatime Neşe KAPLAN İLHAN (Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. Filiz AYDOĞAN BOSCHELE (Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. Günseli BAYRAKTUTAN (Giresun Üniversitesi)

Prof. Dr. Halil İbrahim GÜRCAN (Anadolu Üniversitesi)

Prof. Dr. Hakan POYRAZ

(Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi)

Prof. Dr. Kaan H. ÖKTEN

(Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi)

Prof. Dr. Kasım KÜÇÜKALP (Uludağ Üniversitesi)

Prof. Dr. Kıvanç Nazım TÜZEL URALTAŞ

(Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. Mehmet ÇINAR (Uludağ Üniversitesi)

Prof. Dr. Mehmet Sezai TÜRK

(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)

Prof. Dr. Murat İRİ (İstanbul Üniversitesi)

Prof. Dr. Mustafa ŞEKER (Akdeniz Üniversitesi)

Prof. Dr. Müjde KER DİNCER (Ege Üniversitesi)

Prof. Dr. Nüket BÜKEN (Hacettepe Üniversitesi)

Prof. Dr. Nüket ELPEZE ERGEÇ (Çukurova Üniversitesi)

Prof. Dr. Oya ŞAKI AYDIN (İstanbul Ticaret Üniversitesi)

Prof. Dr. Ömer ÖZER (Anadolu Üniversitesi)

Prof. Dr. Uğur GÜNDÜZ (İstanbul Üniversitesi)

Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL (Sakarya Üniversitesi)

Prof. Dr. Zakir AVŞAR (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)

Prof. Dr. Zeliha HEPKON (İstanbul Ticaret Üniversitesi)

Doç. Dr. Betül PAZARBAŞI (Kocaeli Üniversitesi)

Doç. Dr. Haldun NARMANLIOĞLU (Marmara Üniversitesi)

Doç. Dr. İbrahim Hakan DÖNMEZ

(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)

Doç. Dr. İhsan KARLI (Kocaeli Üniversitesi)

Doç. Dr. Kadir KARAGÖZ (Manisa Celal Bayar Üniversitesi)

Doç. Dr. Nebahat ÇOMAK (Galatasaray Üniversitesi)

Doç. Dr. Oya MORVA (İstanbul Üniversitesi)

Doç. Dr. Selma AKGÜL (Kocaeli Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÖZDİNÇ (İstanbul Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Ali ÖZCAN (Gümüşhane Üniversitesi)

Dr. Başak AĞIN (Orta Doğu Teknik Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Derya SÜMER (Atatürk Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Eray Serdar YURDAKUL

(Sağlık Bilimleri Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Habibe ÖNGÖREN (İstanbul Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Hacer DOLANBAY (Muş Alparslan Üniversitesi)

Dr. Serkan BAYRAKCI (Marmara Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Serkan BULUT (Çukurova Üniversitesi)

Dr. Süheyla Nil MUSTAFA (Marmara Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Zeynep ZELAL KIZILKAYA

(Muş Alparslan Üniversitesi)

Dr. Didem DELİCE (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)

Tasarım (Design) Feride ORTAÇ**Kapak Görseli Hasan AYCIN****Redaksiyon (Redaction) Nusret BİLEN****Yayın Türü**

Hakemli, Yılda 3 Sayı, Yerel Süreli Yayın

Mayıs 2021

Yılda üç sayı (Ocak, Mayıs, Eylül)

Yer Alınan İndeksler

TÜBİTAK ULAKBİM Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı (TR Dizin)

Yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarına aittir.

© Yayımlanan yazıların telif hakları TRT'ye aittir,

yayıncının izni alınmadan yazıların tümü, bir kısmı ya da bölümleri

çoğaltılamaz, basılamaz, yayımlanamaz.

TRT Genel Müdürlüğü Turan Güneş Bulvarı 06109 OR-AN ANKARA

www.trtakademi.net

İÇİNDEKİLER

219-225 • Editörden

MAKALELER

- 226-243 • **İbrahim Hakan DÖNMEZ** / Hilmi Ziya Ülken'in "Aşk Ahlakı" Görüşü Bağlamında Dijital Sosyallığe Eleştirel Bir Bakış - *Derleme Makale*
A Critical Overview of Digital Sociability in the Context of Hilmi Ziya Ülken's Theory of "Passion Ethics"- Review Paper
- 244-271 • **Erdal YILMAZ** / Teknoloji-Etik İlişisine ve "İyi-Yaşam" İmkânına Dair Bir Soruşturma - *Araştırma Makalesi*
An Investigation Into the Relation Between Technology and Ethics and the Possibility of a "Good-Life" - Research Paper
- 272-295 • **Eda TURANCI** / Dijital Dünyada Kişisel Veri ve Etik: Gizlilik Politikası Bağlamında "#WhatsAppSiliyoruz" Krizinde Kullanıcı Tepkilerini Anlamak - *Araştırma Makalesi*
Personal Data and Ethics in the Digital World: Understanding User Reactions in the "#WhatsAppSiliyoruz" Crisis in the Context of the Privacy Policy -Research Paper
- 296-327 • **Bahar KAYIHAN - Bilge NARİN - Demet FIRAT - Feyyaz FIRAT** / Algoritmalar, Yapay Zekâ ve Makine Öğrenimi Ekseninde Gazetecilik Etiği: Uluslararası Akademik Dergilere Yönelik Bir İnceleme - *Araştırma Makalesi*
Journalism Ethics on the Axis of Algorithms, Artificial Intelligence and Machine Learning: A Review of International Academic Journals - Research Paper
- 328-341 • **Gökhan TOPAL - Ömer ALANKA** / Dijital Bilinç ve Etik Arayüzünde Transhümanizma: Altered Carbon Örneği - *Araştırma Makalesi*
Transhumanism at the Interface of Digital Consciousness and Ethics: The Case of Altered Carbon - Research Paper
- 342-363 • **Meryem OKUMUŞ - Sait Sinan ATILGAN** / Üniversite Öğrencilerinin Dijital Okuryazarlık Becerileri ile Dijital Mahremiyet Kaygısı Arasındaki İlişki - *Araştırma Makalesi*
The Relation Between Digital Literacy Skills and Digital Privacy Concerns of University Students - Research Paper
- 364-395 • **Hakan AYAZ** / Dijital Melezlerin Dijital Yurttaşlık Düzeylerinin Haber Yayılımı Bağlamında İncelenmesi - *Araştırma Makalesi*
Examining Digital Citizenship Levels of Digital Hybrids in Terms of News Dissemination - Research Paper
- 396-425 • **Sarper BÜTEV/ "Her"** Filminde "Benlik Tabusu"nun Yıkımı ve Etik Bir İmkân Olarak Satori - *Araştırma Makalesi*
"Ego Taboo" Destruction and Satori as an Ethical Possibility in "Her" - Research Paper
- 426-449 • **Mevlüt Hürol METE** / Dijital Medyada Programatik Reklamcılık ve Etik Sorunlar - *Derleme Makale*
Programmatic Advertising and Ethical Issues in Digital Media - Review Paper
- 450-467 • **Oğuzhan GÖKTOLGA - Fatma ZEREN - Abdullah TORUN** / E-Devlet - Şeffaflık İlişkisi: Avrupa Ülkeleri için Panel Veri Analizi - *Araştırma Makalesi*
Relationship Between e-Government and Transparency: Panel Data Analysis for European Countries - Research Paper

- 468-493** • **Elif KARAKOÇ - Türkay Türkan ÜNLÜ** / Oyun mu, İş mi? YouTube Kidfluencerları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz - *Araştırma Makalesi*
Game or Business? A Comparative Analysis on YouTube Kidfluencers - Research Paper
- 494-513** • **Özkan ÖZBAY - Uğur DOĞAN - Esmâ YILDIZ - Süleyman Sadi SEFEROĞLU** / Öğretmen Adaylarının Dijital Etik Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi - *Araştırma Makalesi*
Investigation of Pre-service Teachers' Digital Ethics Levels in Terms of Some Variables - Research Paper
- 514-535** • **Sevilay GÜLER** / Üniversitelerde Dijital Etiğin İmkânı Üzerine Bir Sorgulama - *Araştırma Makalesi*
An Inquiry on the Possibility of Digital Ethics in Universities - Research Paper
- 536-563** • **Sertaç KAYA - Burhan KILIÇ** / Anomi Kavramını İnternet Ortamlarındaki Kullanım Pratikleri Üzerinden Yeniden Düşünmek: Dijitanomi - *Araştırma Makalesi*
Rethinking the Concept of Anomie Over Usage Practices in Internet Media: Digitanomie - Research Paper

RÖPORTAJ

- 564-569** • **İoanna KUÇURADI** / Dijitalleşme, İnsan Haysiyeti, Bilgi ve Etik
- 570-579** • **Yaylagül Ceran KARATAŞ** / Dijital Etik ve Dijital Çağda "İnsan Doğası"
- 580-599** • **Ali ODABAŞ** / Dijital Kütüphanecilik

ANALİZ / DEĞERLENDİRME

- 600-627** • **Ali Hasan HAMUT** / Türkiye'de Dijitalleşme Olgusuna İlişkin Bibliyografya ve Bir Değerlendirme
- 628-635** • **Mehmet ULAŞ** / Türkiye'de İletişim Alanında Düzenlenen Akademik Etkinlikler (Kongre, Konferans, Sempozyum) Üzerine Bir Değerlendirme (2018-2020)

KİTAP ELEŞTİRİSİ

- 636-643** • **Abuzer YEŞİL** / Dijitalleşme, Psikopolitika, Neoliberalizm ve İktidar Teknikleri
- 644-651** • **Gurur Öyküm GÜVEN** / Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik
- 652-659** • **Eyüp Engin KÜÇÜK** / Dijital Refahın Etiği: Multidisipliner Bir Perspektif
- 660-665** • **Mesut BOSTAN** / Sinemada Dijital Dönüşüm
- 666** • Yayın İlkeleri
- 667-669** • Yazım Kuralları

Dijital Hayat ve Etik

Hediyeullah AYDENİZ*

Dünya, medyanın ve tek yönlü iletişim sürecinin dönüşümünün ötesinde toplumsal hayatın tüm alanlarının dijitalleşmesi ile kapsamlı bir dönüşümün yaşandığı bir sürece tanıklık ediyor. Korona salgınının getirdiği bazı geçici zorunlulukların da eklenmesi ile dijitalleşmenin hızı ve derinliği, sonuçları itibariyle üzerinde çalışmayı gerektiren acil bir durumu ortaya koymaktadır. Bu sürecin doğal bir sonucu olarak da haberleşme sistemine, iletişim pratiğine ve teorisine ilişkin çaba ve çalışmalara odaklanmanın artışına şahitlik etmekteyiz. Bu çerçevede haberleşme teknolojilerinin gelişmesi ve özellikle de internetin sağladığı imkânlar ile mekânın, iletişimin önünde bir engel olmaktan çıkması, profesyonellerin tekelindeki enformasyon üretimi ve dağıtım sisteminin değişime uğraması ile medya profesyonellerinin “eşik bekçisi” rollerini azaltıp demokratik-katılımcı bir iletişim dünyasının oluşmasına katkı sağladığına ilişkin 1990’lardaki olumlu yöndeki ümit ve beklenti, 21. yüzyıldaki gelişmelerle beraber belirsizlik, risk ve öngörülemezlik kavramlarının çokça konuşulduğu iyimserlik ve karamsarlık sarkacına sıkışan bir durum ile yer değiştirmiştir.

Bu çerçevede son yirmi yıllık süreçte üzerinde en fazla durulan konulardan birisi “aralıksız/sürekli değişim” evresinde (era of perpetual change) yaşadığımız şeklindeki değerlendirmeden hareketle “etik ve hukuki” düzeydeki norm sorunu ve norm oluşturmada insanlığın karşı karşıya kaldığı ciddi bir meydan okumanın varlığıdır. Bu meydan okumanın en önemli muhatabı tabii ki bilgi üretim kurumları ve aktörleridir. Mevcut müktesebat ile değişimin sürekliliği içinde karşı karşıya kalınan meydan okumalara cevap vermede yaşanan zorluk, küre ölçeğinde olduğu gibi Türkiye’de de yaşanan sorunların çözümüne ilişkin yeni durumun imkân ve meydan okumalarını beraberinde değerlendirmeyi gerekli kılmaktadır.

Çok katmanlı yapısıyla bir “hayat alanı” hâline gelen dijitalleşme olgusu, bilgi-iletişim teknolojilerinin bireysel, toplumsal, kültürel, siyasi ve ticari hayatı şekillendirmesinin ahlaki sonuçlarını tartışmak ve keşfetmek noktasında teorik ve pratik

boyutuyla ahlak felsefesinin (etik) kapsamında ele alınmakta ve bu yönde giderek artan çalışmalara konu olmaktadır. Ciddi bir kriz olarak da değerlendirilen ve acil pratik adımlar atmaya gerektiren meydan okumalarıyla Dijital Hayat ve Etik meselesi, dijitalleşmeyle beraber karşılaşılan meydan okumalar dikkate alındığında aynı zamanda insan haysiyetini koruma açısından da hayati derecede önemlidir.

Ulusal ve uluslararası boyutları ihmal etmeden kişisel düzeyde kamu, sivil toplum ve özel sektör boyutlarını kapsayacak şekilde bütüncül bir yaklaşımla “Dijital Hayat ve Etik” temasını ele almak üzere TRT Akademi Dergisi’nin 12. sayısı için belirlediğimiz yazı çağrısı 20 alt başlıktan oluşturuldu:

Konu Başlıkları:

- Dijital hayat ve etik: felsefi ve teorik çabalar
- Kişisel veriler, mahremiyet ve etik
- Dijitalleşme, siyasal işleyiş ve etik
- Dijital vatandaşlık, e-demokrasi ve etik
- Dijital güvenlik ve etik
- Dijital suçlar ve etik
- Dijitalleşme ve enformasyon etiği
- Gözetim, denetim ve etik
- Dijitalleşme, insan haysiyeti ve etik
- Dijitalleşme, şeffaflık, hesap verilebilirlik ve etik
- Dijitalleşme, sağlık ve etik
- Dijitalleşme, eğitim ve etik
- Dijitalleşme, eğlence ve etik
- Dijitalleşme, iletişim ve etik
- Dijitalleşme, hukuk ve etik
- Dijital erişim, adalet, eşitsizlik ve etik
- Dijitalleşme, yönetim ve etik
- Dijitalleşme, mesleki pratikler ve etik
- Dijitalleşme, sivil toplum ve etik
- Dijitalleşme, ekonomik hayat ve etik

Kapsamı itibarıyla bir sayıda ele alınması çok zor olan tema ile ilgili yazı çağrımız, akademi dünyasından 54 makale başvurusu ile karşılık buldu. Ciddi bir editoryal ve hakemlik değerlendirmesinin sonunda, ikisi derleme kategorisinde olmak üzere 14 makale, 6 değerlendirme yazısı (akademik etkinlik, bibliyografa, kitap) ve 3 röportaj ile Dijital Hayat ve Etik sayısını okurla buluşturuyoruz.

Değerlendirme sürecinin hem hakemlik hem de editoryal aşamalarını kör sistemle yürüttüğümüz Dijital Hayat ve Etik temalı bu sayıda yayımlanmaya kabul alan makaleler, salgın dolayısıyla da radikalleşerek tecrübe ettiğimiz dijitalleşme olgusunu betimsel, ilişkisel, açıklayıcı ve süreç analizleriyle ele alarak literatüre mütevazı ve değerli bir katkı sunmaktadır. Ancak dijitalleşme olgusunun etik boyutunu bu sayıda değer katan makalelerde olduğu gibi nitelikli ampirik araştırmaların konusu yapmanın ötesinde kapsamlı bir bütünselliği yakalama çabası ile pratik ve teorik boyutuyla ahlak felsefesi düzeyinde bir norm sorunu olarak ele almaya da ihtiyaç

olduğu açıktır. Bunun da Türkiye'deki akademik ve entelektüel alanın önündeki görev ve sorumluluklarının büyüklüğünü hatırlatan temel bir duruma işaret ettiğini söylemek lazım. Dijitalleşme ve etik konusundaki literatüre mütevazı olduğu kadar değerli bir katkı olarak değerlendirilmesini ümit ettiğimiz bu sayıda yer alan makaleler arasında, ampirik araştırmaların yanında yazı çağrısında yer alan dijital hayatın tüm alanlarıyla ilgili felsefi-düşünsel tartışmaları içeren metinlerin daha fazla olmasını arzu ederdik. Bu süreçte gelen metinler, mevcut yapısıyla Türkiye'de epistemik cemaatin yönelimlerini/eğilimlerini de göstermektedir. Başta medya ve iletişim çalışmaları olmak üzere yazı çağrısında yer alt konular dikkate alındığında sosyal ve beşerî bilimlerin diğer disiplinlerindeki çalışmaların felsefi-düşünsel boyutunun öne çıkarılması mevcut teorik müktesebatın tartışmaya açılmasını, eleştirilmesini, yeni kavram ve kavram setleri üretme ve dolayısıyla da yeni teorik çalışmaların ortaya konulmasına katkı yapacaktır. Türkiye'deki akademik ve entelektüel hayatımızın bu yönde teşvik edici bir karaktere sahip olduğunu söylemek zor. Bilgi üretimi noktasında Türkiye'de sosyal ve beşerî bilimlerdeki hakim ve etkin gelenek, pozitivist paradigma ve nicel araştırmalardır. Başta akademi olmak üzere entelektüel hayatın diğer alanlarına da yansıyan bu baskın karakterin kendi paradigması içinde yenilenecek güçlenmesi için çalışmalar sürdürülürken diğer yandan da akademik kurumların yani epistemik cemaatin farklı paradigmalardan entelektüel gelenekler noktasında esneklik göstermesi, bilgi üretimine de entelektüel hayatın zenginleşmesine de katkı yapacaktır. Bu anlamda bilgi üretiminde akademik alanın demokratikleşmesine de katkı yapacak çoğul paradigmalardan güçlenmesini mümkün kılacak bir anlayış ve pratiğin gelişmesinin gereğine işaret edip bu sayıda yer verdiğimiz makalelere değinmiş olalım.

Yazı çağrısındaki alt başlıklarda görülebileceği gibi çok katmanlı ve kapsamlı bir konu olarak dijital hayat ve etik teması ile hakemlerden kabul alan 14 makalenin ilki İbrahim Hakan Dönmez'in kaleme aldığı ve bu sayının özgün metinlerinden birisi olan "*Hilmi Ziya Ülken'in 'Aşk Ahlakı' Görüşü Bağlamında Dijital Sosyalliğe Eleştirel Bir Bakış*" başlıklı metindir. Aşk Ahlakı kitabı başta olmak üzere Hilmi Ziya Ülken'in eserlerinde ele aldığı kişilik bilincinin oluşumuyla ilgili görüşleri temelinde sosyal medyayı analiz eden Dönmez, makalesinde dijital teknolojilerin gelişmesi sonucu ortaya çıkan ve fiziki sosyalliğin yerini almaya başlayan dijital sosyalliğin, sosyal bilincin sorumluluk esasına dayanarak organik bilinçle çatışma işlevini tam olarak yerine getiremeyeceğini savunmaktadır.

Sayının ikinci makalesi olan "*Teknoloji-Etik İlişkisine ve 'İyi-Yaşam' İmkânına Dair Bir Soruşturma*" başlıklı makalesinde Erdal Yılmaz, Heidegger'in felsefesinden hareketle teknoloji-etik ilişkisine ve "iyi-yaşam" imkânına dair soruşturma yürütmek-

te ve filozofun insana dair geliştirdiği varlığa-açık olma fikri üzerinden yeni bir etik yaklaşımı ve iyi-yaşam fikrini doğurabileceği iddiasında bulunmaktadır.

Eda Turancı ise hem etik hem de hukuki boyutları ile dijitalleşmenin yeni bir olgusu olan kişisel verilerin korunması meselesi üzerinden WhatsApp uygulamasının yeni politikasının Türkiye'deki yansımalarını içerik analizi yöntemi ile "*Dijital Dünyada Kişisel Veri ve Etik: Gizlilik Politikası Bağlamında '#WhatsAppSiliyoruz' Krizinde Kullanıcı Tepkilerini Anlamak*" başlıklı makalesinde analiz etmektedir.

Bahar Kayıhan, Bilge Narin, Demet Fırat ve Feyyaz Fırat ortak imzalı "*Algoritmalar, Yapay Zekâ ve Makine Öğrenimi Ekseninde Gazetecilik Etiği: Uluslararası Akademik Dergilere Yönelik Bir İnceleme*" başlıklı makale ise gazetecilikte kullanılan algoritmaların etiği üzerine odaklanmakta, medya ve iletişim çalışmaları alanındaki iki önemli dergide yayımlanan makaleler üzerinden dijitalleşme bağlamında gazetecilik etiğini konu edinen literatürü ele almaktadır.

Gökhan Topal ve Ömer Alanka tarafından kaleme alınan "*Dijital Bilinç ve Etik Arayışında Transhümanizma: Altered Carbon Örneği*" başlıklı makale, transhümanizm, ölüm, dijitalleşme, bilinç ve etik kavramları odağa alınarak Altered Carbon televizyon dizisi üzerinden etik sorunsalının ütopyik ve distopyik imgeler üzerinden tartışmakta ve dijitalleşerek ölümsüzlük kazanan toplum biçimlerinin tehditkâr doğasına odaklanmaktadır.

"*Üniversite Öğrencilerinin Dijital Okuryazarlık Becerileri ile Dijital Mahremiyet Kaygısı Arasındaki İlişki*" başlıklı makalede Meryem Okumuş ve Sait Sinan Atilgan, dijital hayatın yeni olgusu olan kişisel veriler üzerinden dijital okuryazarlık becerileri ile mahremiyet kaygıları arasında ilişkiyi, nicel araştırma yöntemlerinin imkânlarından yararlanarak yaptıkları araştırma ile ele almaktadır.

Hakan Ayaz tarafından kaleme alınan "*Dijital Melezlerin Dijital Yurttaşlık Düzeylerinin Haber Yayılımı Bağlamında İncelenmesi*" başlıklı makale, haber yayılımı ekseninde dijital melezlerin dijital yurttaşlık düzeylerini belirleyerek dijital yurttaşlık olgusunun haber yayılımı (haber güvenilirliği ve paylaşımı) ile ilişkilerini ortaya koymaktadır.

Yapay zekâlı bir işletim sistemi olan Samantha ile aşk yaşayan Theodore'un duygusal ve zihinsel dönüşümünü konu alan "Her" (Spike Jonze, 2013) filmi, felsefi eleştiri yöntemi ile analiz eden "Her" Filminde 'Benlik Tabusu'nun Yıkımı ve Etik Bir İmkân Olarak Satori" başlıklı makaleyi Sarper Bütev kaleme aldı.

Mevlüt Hürol Mete, "Dijital Medyada Programatik Reklamcılık ve Etik Sorunlar" başlıklı makalesinde, dijital medyanın pazarlama alanında büyük verinin kullanıl-

masını odağına alan programatik reklamcılık türünün sektörü nasıl dönüştürdüğünü inceleyerek kişisel verilerin kullanımı ve gizlilik ihlalleri ile ilgili etik sorunları değerlendirmektedir.

Oğuzhan Göktolga, Fatma Zeren ve Abdullah Torun ortak imzası ile hazırlanan “*E-Devlet - Şeffaflık İlişkisi: Avrupa Ülkeleri için Panel Veri Analizi*” başlıklı makalede, 26 Avrupa ülkesi özelinde modern kamu yönetimi anlayışının iki temel bileşeni olan şeffaflık ile e-devlet ilişkisi paralel veri analizi yönteminin kullanımı ile ortaya konulmaktadır.

Elif Karakoç ve Türkay Türkan Ünlü’nün kaleme aldığı “*Oyun mu, İş mi? YouTube Kidfluencerları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz*” başlıklı makalede, sosyal medya platformlarında ebeveynlerinin yönetiminde içerik üreticisi olarak yer alan çocukların sosyal medya hesapları üzerinden kazandıkları etki ile reklam piyasasının etkili üyeleri hâline gelmesiyle çocuk olma hakkına ilişkin birtakım sorunsalları beraberinde getiren kidfluencer olgusunun dijitalleşme ve etik ilişkisi ele alınmaktadır.

Özkan Özbay, Uğur Doğan, Esmâ Yıldız ve Süleyman Sadi Seferoğlu’nun kaleme aldığı “*Öğretmen Adaylarının Dijital Etik Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi*” başlıklı makalede, öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri nicel araştırma yöntemlerinin imkânlarından yararlanılarak incelenmiştir.

“*Üniversitelerde Dijital Etiğin İmkânı Üzerine Bir Sorgulama*” başlıkla makalesinde Sevilay Güler, nitel araştırma yöntemlerinin imkanlarından yararlanarak dijital etik konusunda üniversitelerde dijital etikle ilgili farkındalık yaratılması konusunda daha fazla çalışmaların yapılması gerektiği sonucunu ortaya koyan üniversite öğretim üyeleri üzerinden bir çalışma yürütmüştür.

Sertaç Kaya ve Burhan Kılıç tarafından kaleme alınan ve sayının son makalesi olan “*Anomi Kavramını İnternet Ortamlarındaki Kullanım Pratikleri Üzerinden Yeniden Düşünmek: Dijitanomi*” başlıklı çalışma ise Durkheim ve Merton’un “anomi” kavramı ile ilgili tanımlar ve açıklamalar ışığında, dijital-sanal alanlarda varlık gösteren bireylerin gerçekleştirdiği etkinliklerin, teknolojinin hızına ulaşamayan yasal düzenlemelerin eksikliği nedeniyle dijital bir anomi durumuna yol açıp açmadığını konu edinmektedir.

Kör hakemlik sisteminin sonucunda en az iki hakemden olumlu rapor ile kabul alıp yayımlanmaya değer görülen makalelerin yanında Dijital Hayat ve Etik temalı TRT Akademi Dergisi’nin bu sayısına değer katan diğer metin türü ise değerlendirme yazılarıdır. Bu bölümün ilk metni, Türkiye’de dijitalleşme olgusunun akade-

mik çalışmalara konu edinmesinin izini süren ve bu alanda oluşan bibliyografyanın tespitini ve değerlendirmesini içeren Ali Hasan Hamut'un "*Türkiye'de Dijitalleşme Olgusuna İlişkin Bibliyografya ve Bir Değerlendirme*" başlıklı yazısıdır. Değerlendirmeler bölümünde yer alan ikinci yazı ise dijitalleşme olgusu ile ilgili Türkiye'de son yıllarda akademinin gerçekleştirdiği kongre, konferans ve sempozyumların tespiti ve değerlendirmesini yapan Mehmet Ulaş'ın "*Türkiye'de İletişim Alanında Düzenlenen Akademik Etkinlikler (Kongre, Konferans, Sempozyum) Üzerine Bir Değerlendirme (2018-2020)*" başlıklı yazısıdır.

Akademik dergi yayıncılığı için değerli olduğu kadar önemli de olan ama zayıf kalan bir metin türü ise kitap değerlendirme yazılarıdır. Bu kapsamda 3 kitap değerlendirmesi yazısına yer veriyoruz. Birinci yazı, son yıllarda eserleri Türkçeye kazandırılan Güney Koreli filozof Byung Chul-Han'ın neoliberal kapitalizmin iktidar tekniklerine ışık tutan "*Psikopolitika Neoliberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri*" isimli kitabın Abuzer Yeşil tarafından yapılan değerlendirmesidir. Kitap değerlendirme yazılarında görece zor olan çoklu yazarların katkı sunduğu edisyon kitapların değerlendirilmesidir. Bu tür eserlerden biri olan Mutlu Binark ve Günseli Bayraktutan'ın ortak editörlüğünü yaptığı "*Ayin Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*" isimli kitabını Gurur Öyküm Güven değerlendirdi. Aynı kapsamda ikili editörle yayımlanan ve alanda önemli iki isim olan Christopher Burr ve Luciano Floridi'nin ortak editörlüğünde yayımlanan *Ethics of Digital Well-Being: A Multidisciplinary Perspective* isimli kitap ise "*Dijital Refahın Etiği: Multidisipliner Bir Perspektif*" başlığıyla Eyüp Engin Küçük'ün yazdığı değerlendirme yazısında ele alınmıştır. Kitap değerlendirmeleri kapsamındaki son yazı ise Mesut Bostan'ın, alanın önemli isimlerinden Rıdvan Şentürk'ün yazdığı ve salgın döneminde yayımlanan "*Sinemada Dijital Dönüşüm*" başlıklı kitapla hakkında yazdığı değerlendirme yazısıdır.

TRT Akademi Dergisi'nin kendine has bir özelliği olan röportajlar kısmında ise hem teori hem de uygulama alanındaki önemli isimlerle yapılan üç söyleşiye yer veriyoruz. İlk söyleşiyi, Türkiye'nin değerli filozoflarından Prof. Dr. İoanna Kuçuradi ile "*Dijitalleşme, İnsan Haysiyeti, Bilgi ve Etik*" başlığıyla gerçekleştirdik. Doç. Dr. Yaylagül Ceran Karataş ile yapılan ikinci söyleşimizi ise "*Dijital Etik ve Dijital Çağda İnsan Doğası*" başlığı ile sizlerle buluşturuyoruz. Söyleşi kısmının uygulama ayağında ise Türkiye'deki okuma kültürü, dijitalleşme ile kütüphaneciliğin yaşadığı dönüşüm, yeni nesil okuma alışkanlıkları ve KYGM'nin çalışmaları hakkında Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürü (KYGM) Ali Odabaş ile konuştuk.

Son olarak 14 makale, 6 değerlendirme yazısı ve üç söyleşiden oluşan 25 yazı ile okurla buluşturduğumuz Dijital Hayat ve Etik temalı TRT Akademi Dergisi'nin 12. sayısına katkı sunan başta yazarlar/araştırmacılar ile hakemlerimiz olmak üzere alan

editörlüğünü üstlenen yayın kuru üyelerine, dergiciliğin görünmeyen ve gösterilemeyen emekleriyle mutfaktaki tüm iş ve işlemleri üstlenen editör yardımcısına, akademik dergicilik yayıncılığına karar verip yürüten TRT yöneticilerine, tasarım ve baskı sürecinde görev üstlenenlere ve bu metinleri okuyup akademik-entelektüel tartışmalara dahil edecek olan tüm okurlara en samimi ve içten teşekkürleri sunmak bir vazifenin ifası, bir borcun da edasıdır. Teşekkürler!...

İyi okumalar!

Hilmi Ziya Ülken'in "Aşk Ahlakı" Görüşü Bağlamında Dijital Sosyalliğe Eleştirel Bir Bakış

İbrahim Hakan DÖNMEZ*

Öz

Bu çalışmada Hilmi Ziya Ülken'in pek çok eserinde değindiği ve Aşk Ahlakı kitabında ayrıntılı şekilde izah ettiği kişilik bilincinin oluşumuyla ilgili görüşleri temelinde sosyal medyaya eleştirel bir bakış denenmiştir. Ülken'e göre, doğuştan gelen doğal dürtülerden oluşan organik bilinç, insanın içine doğduğu toplum tarafından sunulan sosyal bilinç ve bu iki bilincin insanın zihninde çatışmasıyla sentezlenen ve en üst bilinç düzeyi olan kişilik bilinci olmak üzere üç tür bilinç söz konusudur. Kişilik bilincine ulaşmak için ne organik bilincin dayattığı arzuları ne de sosyal bilincin dayattığı sorumlulukları reddetmek gerekir. Kişilik bilincine ulaşan insan, tüm bunların farkında olarak kendi tercihi ile bir denge içinde sentez oluşturmayı başarmıştır. Gelişmiş, sosyal adaletin tesis edildiği bir sistem ancak aşk ahlakına dayanan kişilik bilincine ulaşmış, yani demokrasi ahlakına sahip insanlarla mümkündür. Bu çalışma dijital teknolojilerin gelişmesi sonucu ortaya çıkan ve fiziki sosyalliğin yerini almaya başlayan dijital sosyalliğin, sosyal bilincin sorumluluk esasına dayanarak organik bilinçle çatışma işlevini tam olarak yerine getiremeyeceğini savunmaktadır. Genellikle kişinin kendine benzeyen bir çevreyle şekillendirdiği sosyal medya, toplumsalı oluşturan farklılıklarla birliktelik zorunluluğunu da ortadan kaldırmakta, benzer mesajların birbirini beslemesiyle ufku daraltıp eleştirel düşünme becerisini azaltma riski taşımaktadır. Bu durumda gerçek toplumsal ilişkiler içerisinde doğması gereken, sorumluluğa dayalı sosyal bilinç tam olarak oluşamayacağından bireyde çatışma ve sentezleme işlevini yerine getirecek güce ulaşamayacak, dolayısıyla kişilik bilincinin oluşumu da zorlaşacaktır. Çalışmanın Hilmi Ziya Ülken'den mülhem iddiası, dijital teknolojiye ve onun sonucu olarak ortaya çıkan sosyal medyaya ilişkin eleştirel literatür dikkate alınarak savunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Hilmi Ziya Ülken, Sosyal Medya, Dijital Sosyallik, Yankı Odası, Aşk Ahlakı

*Doç. Dr., Hacı Bayram Veli Ün. İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, ihdonmez@gmail.com

Derleme Makale

Geliş Tarihi: 18.03.2021

Kabul Tarihi: 24.05.2021

ORCID ID: 0000-0002-7107-1020 DOI: 10.37679/trta.899131

A Critical Overview of Digital Sociability in the Context of Hilmi Ziya Ülken's Theory of "Passion Ethics"

İbrahim Hakan DÖNMEZ

Abstract

In this study, a critical approach to social media was tried on the basis of Hilmi Ziya Ülken's views on the formation of personality consciousness, which he mentioned in many of his works and explained in detail in his book "Aşk Ahlakı" (Passion Ethics). According to Ülken, there are three types of consciousness, namely the organic consciousness consisting of innate natural impulses, the social consciousness presented by the society into which the human being was born, and the personality consciousness at the highest level, which is synthesized by the conflict of these two consciousnesses in the mind of the person. In order to attain personality consciousness, one must reject neither the desires imposed by organic consciousness nor the responsibilities imposed by social consciousness. A person who has reached the consciousness of personality has managed to create a synthesis in a balance with his own preference, being aware of all these. A developed system where social justice is established is only possible with people who have reached a personality consciousness, that is, who have the morality of democracy. This study argues that social media, which emerged as a result of the development of digital technologies and started to replace real sociality, cannot fulfill the conflict function of social consciousness based on responsibility. Because, by its nature, it tends to be formed in a structure that can only feed and satisfy the desires coming from organic consciousness. Social media, framed by people who are similar to themselves, removes the necessity of being together with the differences that make up the social, and carries the risk of narrowing the horizon by feeding similar messages. Thus, since the social consciousness based on responsibility cannot be fully formed in real social relations, the individual cannot reach the power to fulfill the conflict and synthesis function that should be created, and the formation of personality consciousness becomes difficult. The claim of the study was defended in line with the approach of Hilmi Ziya Ülken, benefiting from the critical literature on digital technology and social media that emerged as a result of it.

Keywords: Hilmi Ziya Ülken, Social Media, Digital Sociability, Echo Chamber, Passion Ethics

Review Paper

Received: 18.03.2021

Accepted: 24.05.2021

1. Giriş

Hiç kuşkusuz bugün Hilmi Ziya Ülken yaşıyor olsaydı teknolojinin hızla değişmesi sonucu ortaya çıkan, birey ve toplumdaki ani dönüşüme kafa yorar, Türk ve Batı kültürünün bilgi birikiminden yola çıkarak yeni kavramsallaştırmalar dener, içinde bulunduğumuz çağı çözümlenmeye çalışırdı. Bugün ülkemizdeki sosyal bilimler alanında çalışan akademisyenlere de kendi tarihi içerisinde rol oynamış düşünürleri anlayıp onların birikimlerinden yararlanarak toplumu analiz etme sorumluluğu düşmektedir. Bu şekilde birey ve topluma ilişkin daha isabetli ve derinlikli analizlerle hem kendi ülkesine hem de dünyaya ufuk açıcı çıktılar sunma olanağı elde edecektir. Aksi takdirde sadece farklı toplumlarda yetişmiş ve o şartların getirdiği kültürel birikimle çıkarımlarda bulunmuş yazarların yapıtlarını referans alan analizler kültürel farklılık nedeniyle eksik ya da hatalı sonuçlar doğurma ihtimali taşıyacaktır. Bu düşünce ile çalışmada, yerli bir zeminde ancak yeni akademik gelişmelerin de farkında olarak günümüzü ve toplumsal yaşama ilişkin değişimleri tartışmak amaçlanmıştır. Bu çalışma, kapsamının darlığı ve bazı noktalarda deneysel çalışmalarla güçlendirilme gerekliliği nedeniyle eleştirilmeyi göze almaktadır. Ancak bu tür başlangıç denemelerinin sınırlılıklarını mazur görmeyi sağlayacak olan şey, yaratacağı sinerji ile yapılacak yeni çalışmaların, mevcut tüm boşlukları dolduracağı inancıdır.

Hilmi Ziya Ülken'i anlamaya ve anlatmaya yönelik çalışmaların büyük çoğunluğu benzer şekilde onun üretkenliği, çok yönlülüğü ve düşünce yapısındaki keskin dönüş ve kopuşları ifade etme zorunluluğu hissetmiştir (Bulut, 2012; Vural, 2011; Yücel, 2009). Belki bu özelliklerinin getirdiği bütünsel bakış zorluğu nedeniyle onun görüşlerinden yola çıkarak farklı meselelere ilişkin analizler yapmak yerine onu anlatmakla sınırlı çalışmalara daha fazla rastlanmaktadır. Emile Durkheim, Emile Boutroux, Georg Wilhelm Friedrich Hegel, Baruch Spinoza, Max Ferdinand Scheler, Martin Heidegger, Karl Marx, Platon ve Friedrich Schelling gibi, bazıları birbirine zıt fikirlere sahip pek çok düşünür, Ülken'in üretim sürecinde kısa ya da uzun dönemli etkide bulunmuş ve farklı yapıtlarının bakış açısını belirlemiştir. Bu yönü eleştirilmiş olsa da bu durum bize onun hep kemale ulaşma arayışı içerisinde olduğunu, yeni bilgilerle sürekli bir dönüşüme uğradığını, belli bir taassup içinde olmadığını düşündürmektedir (Bulut, 2012, s. 14). Ülken sadece bilimsel eser değil şiir ve roman da yazmıştır ve onun düşüncelere karşı tavrı sadece bilimsel eserlerinde değil yazdığı romanlardaki kahramanların karakterlerinde bile görülebilir. Örneğin Posta Yolu (2014) adlı romanının kahramanı Murat, herhangi bir fikrin esiri olmayan, tüm fikirlere açık ve onlara tabi olmaktan ziyade onları kendi hedefine ulaşmada araç olarak gören birisidir ve: "Fikirler beni değil, ben

onları idare etmeliyim." düsturuyla hareket etmektedir (Ülken, 2014, s. 34). Ayrıca Ülken'de sürekliliğini koruyan ve onu genel hatlarıyla tanımlayabilecek bir ifade arandığında Türkiye'nin hümanist bir rönesans gerçekleştirmeye ilişkin idealini belirtmek gerekmektedir. Hangi düşünür ve ekolden yola çıkmış olursa olsun ortaya koyduğu tezler bu idealini destekleyecek bir sonuca ulaşma çabası içerisindedir (Bulut, 2012, s. 142). Ülken'in, kişilik bilincinin oluşumuna ilişkin ortaya koyduğu yaklaşımın yer aldığı Aşk Ahlakı kitabını da Spinoza'nın etkisi altında olduğu 1930'ların başında yazmış ve kitapta çoklukta bircilik düşüncesini temellendirmeye çalışmıştır. Kitapta, Boutroux'nun plüralizmiyle Spinoza'nın natüralizmini kaynaştırmaya (Bulut, 2012, s. 138), ruh ve bedeni, birey ve toplumu uzlaştırmaya çalışmıştır (Yücel, 2009, s. 13). Hatta farklı sistemleri uzlaştırma, bireşimlere ulaşma tutkusu (Vural, 2011, s. 524), pek çok eserinde olduğu gibi, bu eserinde de kendi ifadesiyle, "İsa ile Nietzsche'yi uzlaştırmaya çalıştım." (Ülken, 2017, s. XX-VII) şeklinde kendini göstermektedir. Ülken'in, Aşk Ahlakı kitabının nihai amacını "demokrasi ahlakına yükselten eğitim yollarını aramak" şeklinde ifade ettiğini ve ancak "değerlerde eşitlik, ideal değerlerde hürlük isteyen çağdaş sistem" (Ülken, 2017, s. VII) olarak tanımladığı demokrasi sayesinde sosyal adaletin sağlanacağı inancını dile getirdiğini görmekteyiz. Yukarıdaki bilgileri dikkate aldığımızda Ülken'in felsefi ve sosyolojik literatüre ait edindiği her bilgiyi Türkiye'nin toplumsal refahının yükseltilmesi amacıyla uygun bir pratik fayda için araç olarak kullanmıştır demek çok da yanlış olmayacaktır.

Günümüzde dijital teknolojideki gelişmelerin getirdiği sosyal medyanın insan ve topluma olası etkilerini değerlendirirken, kendi yaşadığı dönemde bu tecrübeye hiç tanık olmamış bir düşünürden yararlanma düşüncesi, onun teorisinde sosyalliğe atfettiği önem dikkate alındığında tutarsız görünmeyecektir. Ülken'de kişilik bilincinin oluşması için kişinin toplumsal deneyimleri olmazsa olmazdır. Oysa bugün yeni medya aracılığıyla gerçekleşen iletişim, tamamen yüz yüze iletişimin yerine geçerken pek çok açıdan toplumsal iletişimin kalitesinin düşmesine de neden olmaktadır (Van Dijk, 2016, s. 15). Bu da fiziki (gerçek) toplumsal deneyimin zayıflaması anlamına gelebilir. Ayrıca internette grup dinamiklerinin "kalabalıkların bilgeliği" şeklinde ortaya çıktığını görmekteyiz. Akli başında kişiler üzerinde ciddiyetle durdukları fikirleri kendilerine saklarken, tartışmalarda boşboğazlar üstün gelebildiği sosyal medyanın sağlıklı bir sosyallik sunup sunmadığı tartışmalıdır (Van Dijk, 2016, s. 157). Van Dijk (2016, s. 239) Ağ Toplumu kitabında toplumsal altyapının iletişim ağlarının etkisi altında değiştiğini, internet kullanımının kamusal alanı parçalara ayırdığını ve pek çok özel alana dönüştürdüğünü belirtmektedir. Fiziki sosyalleşmeyi kaybetmenin, sanal yakınlaşma ile telafi edilmeye

çalışıldığı bu dijital çağın, sosyal bilinci de farklılıkları dışlayan, tek tip atomize parçalara ayırmasının doğurabileceği olası sonuçları, çok önceden sosyal bilinç vurgusu yapmış olan Ülken'den yararlanarak tartışmak farklı bir perspektif kazandıracaktır.

Çalışmada öncelikle Ülken'in ortaya koymuş olduğu kişilik bilincinin oluşum sürecine ilişkin teorisi ayrıntılı olarak açıklanacak, ardından yeni medya teknolojilerinin ortaya çıkardığı yeni sosyal medya mecralarının günümüzdeki durumu ve olası etkilerine ilişkin literatürden yararlanılarak durum tespiti yapılmaya çalışılacaktır. Ülken'in teorik yaklaşımı çerçevesinde, bugünkü dijitalleşmenin etkisiyle sosyal bilincin gerçek işlevini yerine getiremeyecek biçimde dönüştüğü düşüncesinden hareketle, kişilik bilincinin oluşumunun gecikmesi ya da hiç oluşmaması yönündeki iddia ortaya konmaya çalışılacaktır.

2. Hilmi Ziya Ülken'e Göre Kişilik Bilincinin Oluşumu

Sözlüğe göre bilinç, bir kişinin bir şey hakkındaki farkındalığı ya da herhangi bir durumu anlama ve gerçekleştirme hâlinin kendisidir.* Genel kabule göre bilinç farkındalık, öz farkındalık ve dil aracılığı ile düşünmeyi içeren bir kavram olsa da filozofik ya da sinirbilimci açısından daha çok his, duyu ve deneyim sahibi olmakla özdeşdir (Monzotti & Parks, 2018, s. 10). Bireyin toplumsal hayatı içinde edindiği alışkanlıkların, davranışların ve duyguların bütünü insani kimlik dediğimiz şeyi yani bilinci oluşturmaktadır. Bir bireyin davranışlarını değerlendirirken “bilinçli” olup olmadığı öncelikli bir konudur. Toplum içerisinde sadece dürtüleriyle hareket eden eğitim düzeyi düşük insanlar için bilinçli olmama şeklinde bir tanım yapılırken toplumun bilinçlenmesi, bilinçli bireylerden oluşan toplum, eğitimin temel hedefleri olarak tanımlanır. Ancak bu tanımlama soyuttur. Bilinç, toplumun ideal bir tanımı çerçevesinde farklı şekiller alabilir. Ülken, kişilik bilinci tanımını toplum idealleri ile uyumlu bir biçimde somutlaştırmış ve en gelişmiş toplum tasarımı olarak gördüğü demokratik topluma uygun olan kişilik bilincinin nasıl oluşması gerektiğini ortaya koymaya çalışmıştır. Kişilik bilincinin oluşum süreci Ülken'e göre hiç de kolay olmayan ve bireyin özgürleşmesiyle başlayan bir süreçtir.

2.1 Ülken'de Bireyin Özgürleşmesi

Ülken, birey olmayı özgürlüğe ulaşma sürecinin bir sonucu olarak görmekte ve kendi görüşünü ortaya koymadan önce de Batı dünyasında ortaya çıkmış farklı görüşleri etraflıca tartışmaktadır. Örneğin insanın özgürlüğü konusunda kayda

* Bkz. (<https://dictionary.cambridge.org>, <https://en.oxforddictionaries.com>)

değer ilk görüşlerden birisini ortaya atan Jean-Jacques Rousseau'ya göre insan hürriyet içinde doğar ve sonradan toplumun zincirlerine girerek sosyal sözleşme dediği mekanizma içerisinde bu hürriyetini kaybeder. İnsanın altın çağı; temel hürlük, iyilik ve masumiyettir. Kötü olan, suni cemiyet bağlarıdır çünkü onlar insanı asli saflığından uzaklaştırmıştır. İçsel bir sözleşme ile bu yapay hayatın baskıları gevşedikçe öze dönebiliriz. Ülken'e göre aslında Rousseau'daki asli masumluk görüşünün kökleri Kiniklere dayanmaktadır. Hristiyanlığın "asli günah" anlayışı ile esaslı surette sarsılmış olan görüşü Rousseau, modern demokrasilerin temeli olacak şekilde yeniden yorumlamıştır. Ama insan topluluk dışı bir devri hiç yaşamadığı için bu sadece teorik bir yaklaşımdan öteye gidemez. Zaten Ülken karşıt görüşe sahip Auguste Comte ve Joseph de Maistre gibi düşünürlerin, sosyal yaşamın doğal bir varlık olduğunu söyleyerek Rousseau'ya yaptıkları eleştirilere de değinmektedir. Tam tersi bir noktada duran Durkheim ve diğer sosyologlara göre ise insan, toplum içinde doğar ve gelişir. Ona kişiliğini ve hürlüğünü, kişiliğe ait bütün güçlerini veren toplumdur. Ülken, bu görüşe de katılmamaktadır. Psikolojinin kişilik ve harekete dair incelemelerinin sosyolojiyi desteklemediğini öne sürmektedir (Ülken, 2020, s. 209-210).

Ülken, bu ikilemin içinden nasıl çıkılması gerektiğine ilişkin görüşlerini aslında *Veraset ve Cemiyat* (1957)), *Umumi Ruhیات* (1928) gibi eserlerinde daha önce farklı şekillerde açıklamış olsa da *Aşk Ahlakı* adlı eserinde daha bütüncül olarak ortaya koymaktadır. Öncelikle Ülken, insan açısından biri topluma diğeri bireye ait iki alan içerisinde kabul etmekte bu nedenle insanı hem sosyolojinin hem de psikolojinin inceleme alanına dâhil etmektedir. Ülken'e göre özgürlük önceden var olan ve mücadele ederek kazanılacak, kurtarılacak bir şey değildir. İnsan, zincirler içinde uyanır. Fakat kendi çabalarıyla birer birer bu zincirleri kırarak hürriyetini inşa eder. Ona göre özgürlük birey olmakla mümkün olan bir durumdur. Özgür toplum da birey olabilmiş kişilerden oluşmuş toplumdur. Birey olmayı başaramamış kişilerden müteşekkil ise o topluma özgürlük bahşetmek çocuğun eline silah vermek gibidir ve kazaya sebep olması muhtemeldir (Ülken, 2020, s. XXXIII). Yani Ülken'in anlayışına göre nasıl ki olgunluk dediğimiz şey süreç içerisinde büyümek gibi zahmetli ve çaba gerektiren bir durum ise özgürlük de birey için zahmet gerektiren inşa edilen bir süreçtir. Bu süreci yaşayarak özgürlük safhasına ulaşan bireylerin çoğunlukta olduğu toplumlar müreffeh, özgür toplumlar olabilecektir. Bu anlayışın daha iyi kavranabilmesi için bireyin yani özgürlüğe kavuşmuş insanın ne anlama geldiğini ve bu aşamaya gelmenin hangi süreçlerden geçerek gerçekleşebileceğini, Ülken'in tanım ve izahları doğrultusunda açmak gerekmektedir.

2.2 Üç Bilinç Türü

Öncelikle Ülken, insana ait olayları irdelerken bilinç biçimlerini üç kategoride ortaya koymaktadır. İlki presosyal dediği organik bilinç, ikinci olarak, sosyal bilinç ve son olarak da hipersosyal olarak değerlendirdiği kişilik bilincidir. Henüz kurumsallaşmamış olan insanın organik hayatı birincisine girer.

Burada objektif kurumlarla organizma arasında çatışma ve intibak süreci meydana çıkar. Türlü kültür çevrelerinde ayrı manzaralar alan bu çatışma çocukluktan olgunluğa doğru her birinde süresi değişmek üzere bir ruhi dönüş süreci doğurur. İşte kültür çevrelerine göre ayrı manzaraları olan kişiliğin ve ruhi bütünlüğün kazanılmasından ibaret bu üçüncü devreye hipersosyal diyoruz. Bu fark kültür çevreleri arasında olduğu kadar tarihi çağlar arasında da görülebilir. Artık hürlük ve kişiliğin kazanılmasından ibaret olan bu üçüncü devreyi sosyolojik araştırmalara bağlayamayız. O, cemiyetin sırf kompleksleşmesi neticesi değildir. Organik ve sosyal gerçeklikler arasındaki çatışmanın mahsulü olan yeni gerçek üstün dereceden hipersosyal ruhi gerçektir. (Ülken, 2020, s. 212).

İnsan bazen birbiriyle çelişip çatışan, sosyal ve organik zorlamalarla çevrilmiş olarak dünyaya gelir ve bu ikisi arasındaki çatışma insanda içe katlanma sürecini başlatır sonuçta ise üstün ruhsal gerçekliği, kişiliği ve hürriyeti yaratır. Gerçekten de Ülken'in bu yaklaşımı dikkate alındığında, Rousseau'nun açıklamasına da sosyoloji ve psikolojinin klasik açıklamalarına da ters düştüğünü söylemek doğru olacaktır. Üstün ruhi gerçeklik, çatışmalarla, uyumsuzluklarla, tekrar tekrar uyum çabalarıyla devam eden kişiye ait bir sentezdir. Bu nedenle, Ülken, bu özgürlük kazanımının bireyin kendi çabalarıyla zincirlerini kırması şeklinde tanımlamaktadır (Ülken, 2020, s. 213).

Özgürlük birey olmakla mümkündür peki birey olmak neyle mümkündür? Ülken'e göre bu da doğruluk açısından tutku (passion) hâline gelerek sonsuz ve daimî arzulara sahip olmakla mümkündür. Eğer arzu, tutku hâlini alırsa amaçsız ve tatminsiz olmaktan kurtulur. Çünkü tek amaca ve tatmine bağlı kesintili ve süreksiz arzular onların gerçekleşmesiyle birlikte sona erer. Oysa Ülken'in bahsetmiş olduğu tutku sonsuzdur ve amaçları kendi içinde taşır, yani hem salt bireyin hem de toplumun yararlarının ötesindedir. Sadece bir tatminle sonlanmaz, ruhsal güç organizmayı ve toplumu aşarak kişilik kazanıp özgürlüğe ulaşır. Bu nedenle ruhun özgürlüğünü kazanması için tutkuları dizginlemek yerine geliştirerek daha üst hedeflere erişip sevgi hâline dönüştürmek gereklidir. Ülken'e göre bütün ahlak hareketleri, ilmi akımlar, keşif ve icatlar bu tutku ve aşkın eseridir (Ülken, 2020, s. 210). Bu ruhun yükselmesi belli aşamaları geçmesi durumu ise bireysel organizma ve sosyal organizmanın çarpışmasıyla mümkündür ve çarpışma ne kadar güçlü ve derin olursa yükseliş o denli büyük ve canlı olacaktır:

Ihtirasın temelinde kişinin eğilimleri vardır. Ama kişinin eğilimleri birden fazla olabilir, ihtiras ise başka bir ihtirasla bağdaşmaz. Tek başına bütün bilince hâkim olur. Ruhsal yaşam onun disiplini altına girer. Çocuklukta yan yana uyanan birçok eğilim arasında birlikte gelişme ve yarışma olduktan sonra biri ötekini yenebilir, hatta bütün eğilimleri gölgede bırakarak tek başına insana hâkim olabilir. İşte bu hâkim eğilim ihtiras hâlini almıştır. Ancak ihtirası sadece hâkim eğilim olarak tanımlamayız. Çünkü hâkim eğilim ötekilerle şuuru paylaştıkça henüz ihtiras olmamış, olmaya hazırlanmıştır. Bundan dolayı eğilim ve ihtiras birbirine en çok yaklaştıkları hâlde yine de ayırmak gerekir. Çocuklukta müzik yazı spor şiir güzel konuşma lider olmak gibi birçok eğilim aynı zamanda gelişebilir. Delikanlılıktan sonra bunlardan biri hâkim olunca passion yani ihtiras hâlini alır. Eğer bu paralel eğitimler ileri yaşta da devam ederse ruhi hayat bölüneceğinden derin ve yaratıcı kişiliğe özgü ihtiras kurulamaz. (Ülken, 2020, s. 217-218)

Yukarıda belirtilen özgürleşme süreci, organik bilinç, sosyal bilinç ve kişilik bilinci şeklindeki üç bilincin etkileşimi sonucu ortaya çıkmaktadır. Ülken'e göre organik bilinçteki eğilimler hedeflerine ulaştıkça sona eren fiillerdir yani eğilim süreci "ihtiyaç-arzu-iştah-tatmin" safhalarından geçerek sona ermektedir. Bu süreçte deneme ve yanımlarla, dikkat, çalışma, intibak gibi fiillere bakıldığında kişideki organik bilincin çevreyle ilişkisinin tamamen aktif bir ilişki olduğu görülmektedir. Eğilimler, organik bütünü gerçekleştirmek için harekete geçer. Örneğin açlık, susuzluk eğilimleri organizmadaki bir eksiği tamamlama, cinsiyet ve emzirme eğilimleri organizmadaki bir fazlalığı, harcanmamış bir üretimi atma arzusu ile meydana çıkmaktadır. Ülken'e göre organik bilinç tatmin edilince eğilim süreci sona ereceğine göre eğilimin yeniden harekete geçmesi için organik dengenin bozulması eksilme ve artma şeklinde bir dengesizliğin doğması gerekir. Organik bilinç zaman sezgisinden mahrum süresiz kesintili kendine özel bir çeşit hafızaya sahiptir. Yani her eğilim süreci kendi başına kapalı bir devredir. Organik egzersiz ve yatkınlıkları refleksi ve şartlı refleksler yardımıyla eski tecrübelerden faydalanma imkânı kazanır. Bu anlamda organik bilinç toplum içinde gelişen hafızalı sosyal bilinçten olduğu kadar ihtiras ve kişilik ile gelişen üstün kişilik bilincinden de farklıdır (Ülken, 2020, s. 222-224).

Çocuk kendi benliğinden habersizdir. Birkaç yaşından sonra sosyal ve tabii çevrenin baskıları ile karşılaştıkça içine katlanır. İnatçılık, huysuz şekilde çevreye karşı direnme gösterir. İlk başlardaki bu intibaksızlık tepkiler daha sonra intibak kazanır. Fakat çevreyle benliğin sınırları çizilmeye başlar. Ergenlik yaşı ikinci bir intibaksızlık dönemidir. Burada içi katlanma daha kuvvetli, benlik şuuru daha derindir. Bu ikinci buhran çağından sonra erişkin yaşı boyunca ikinci ve tam intibak safhasına girilir. Ergenlik psikolojisi dönüşünden kişiliğin tam kuruluşuna geçiş her tarihi çağda, hızlı kültür çevrelerinde ayrı manzaralar alır. Çok erken olduğu yerler olduğu gibi çok geciktin yerlerde vardır (Ülken, 2020, s. 226).

Ülken, sosyal bilinci organik bilincin bir derece üzerine konumlandırmaktadır. Sosyal bir yapı içerisinde gelişen insanın bilinci, içerik olarak henüz sosyalleşmemiş insan bilincinden ve sosyalleşmeyecek olan hayvan bilincinden farklıdır. Sosyal bilinç “değer hedefli” dir. Birey, toplum içerisinde eğitim yoluyla değerlerle kuşatılmaktadır. Bütün fiilleri bu değerler ölçüsünde geçtiğinden sosyal bilincin fiilleri değerlendirme fiilleridir. Sosyal bilinç belirli bir değerler şemasına uygun olmalıdır. Yani doğru, iyi ve meşruya yönelir, kötü ve gayrimeşrudan kaçınır. Her sosyal yapı bir değerler şemasıdır, her değerler şeması, düzen ve huzuru hedefleyen bir amaçlar ve araçlar sistemidir. Ülken burada herhangi bir toplumda sosyal bir düzenin gerçekleşmesine çalışırken insanların araç-değerleri amaç-değerlerin yerine geçebileceği tehlikesine vurgu yapmaktadır. Böyle bir durumda sosyal hayatın hedefi alçaltılmış ve değerler kısırlaştırılmış olacaktır. O zaman da faydadan kullanışlıdan başka değer tanımayan bir insan, toplumu egoist bir hayata indirmiş olacaktır. Ülken bazı toplumlarda zaman zaman düzenin dengesini kaybetmesini yukarıda bahsettiğimiz araç-değerlerle amaç-değerler arasındaki ilişkinin bozulmasına bağlamaktadır. Araç değerler elbette gereklidir, zira onun bulunmadığı bir toplumda sadece amaç değerler toplumsal düzeni sağlamada yetersiz kalacaktır. Böyle bir durum, toplumu ütopyaya veya gerçekte ilgisiz bir baskı düzenine götürebilir. Burada sosyal hafıza devreye girerek ortak hafıza yoluyla geçmiş ve gelecek, kronoloji ve takvim yardımıyla ayarlanır. Zaman süresi, bayramlar, ortak hatıralar, yıllar, aylar olarak bölümlere ayrılır, sosyal bilinç bölümlü devreli bazen kinik karakterde bir süreklilik kazanmış hafıza ve zaman bilinci şeklini alır (Ülken, 2017, s. 222-224). Son aşamada ise kişilik bilinci, organik ve sosyal bilinçten üstün bir aşama olarak ihtiras, zekâ ve iradenin ortak faaliyeti içinde ortaya çıkmaktadır. Üstün bilinç derecesi ancak sosyal bilincin gelişmesinden sonra doğabildiği için, Ülken buna sosyalden sonraki (hipersosyal) bilinç demektedir. Kişisel bilinç insanın organik bilincinden başlayan temel yapısına dayanır. Fakat sosyal bilinçte ayrılan güçlerin tekrar birleşmesi yolu ile üstün bir bileşim hâlinde ortaya çıkar. Toplum kendi organizasyonu içinde bulunan bilinçli varlıklar üzerinde bir emirler ve yasaklar sistemi olarak değerler düzeni hâlinde belirlemektedir. Organik bilincin tüm eğilimleri bu emir yasak sistemine bağlı olarak bir kısmı yasak olduğu için durdurulur, bir kısmı emredildiği için uygulanır, bir kısmına da sadece müsaade edilir. Bu noktada eğilimlerin bu şekilde parçalanması sosyal bilinçte düşüncelerle fiillerin birbirinden ayrılmasına sebep olur. Yani bir tarafta eyleme geçememiş düşünceler diğer yanda düşünce hâline dönüşemeyen eylemler ortaya çıkar. Düşüncelerle fiiller arasındaki uyumsuzluk bir çeşit ruhsal bütünlüğü kaybetmeyi (desintegration) doğurarak ya fiiller düşüncelerden ya düşünceler fiillerden daha geniş olacaktır. Ülken, bu organik bilince göre daha uyumsuz bir bilinç durumu-

na özel bir anlamda "Marazi Bilinç" demektir. Bu durumda yani marazi bilinç aşamasında, özellikle çocukluktan ergenliğe kadar gelişen ruhsal yaşamda, masal uydurma, yalan düşkünlüğü, kaçma hastalığı, korku, hayal kurma, içe-dönüş vs. şeklinde belirir. Daha sonra farklı kültürel çevrelere göre süreleri değişmek üzere bir dönüşüm (conversion) gerçekleşerek, çocuk kişiliğini kazandıkça ruhi birleşme ve kişilik şuuru meydana çıkar. Kısaca bu ruhsal bütünleşme durumu, sosyal bilincin parçaladığını organik bilincin tekrar tamir için yaptığı çabaların sonucudur (Ülken, 2017, s. 226-227).

3. Ülken'de Kişilik Bilincinin Önemi

Yukarıda belirtilenlerden anlaşılacağı üzere Durkheim gibi sosyologlar kişilik bilincinin kuruluşunu doğrudan doğruya topluma bağlayarak buna sosyal kişiliğin kuruluşu demektir, psikologlar da bunu ruhsal yaşamın kendiliğinden gelişmesi ve olgunluğu olarak görürler. Ülken'e göre ise organik bilinçle sosyal bilinç arasındaki çatışma, çözülme ve yeniden uyum süreci göz önüne alınmaksızın kişisel bilincin ve kişiliğin kuruluşunu açıklamak imkânsızdır (Ülken, 2017, s. 229). Ülken'e göre kişilik bilinci oluştuktan sonra mutlak bir varlık içerisinde eriyip yok olmayacak, Aşk Ahlakı ismine uygun şekilde sonsuz hedefleri hep bünyesinde taşımayı sürdürecektir (Ülken, 2017, s. 242). Ülken, aşk ahlakı düşüncesinde natüralist bir felsefeden hareket etse de maddeden bağımsız cevher anlamında ruhun sonsuzluğu yerine, ruhtaki düşüncenin sonsuzluğu veya devamı fikirlerini koymuştur (Ülken, 2017, s. 246).

Ülken, kişilik şuuruna dayanan aşk ahlakına ulaşmak için ahlakın geçtiği aşamaları tek tek kategorize etmektedir. İlk aşama cinsi yasaklar üzerine kurulu olan "Organizma Ahlakı"dır. Daha sonra kişisel övünmenin fayda görevi gördüğü erginlik ya da "Desinler Ahlakı" gelmektedir. Son aşama ise "Doğruluk Ahlakı"dır. Bu ahlak ise sevgi ve ihtiras üzerine gelişen kişilik bilincinden kaynaklanan bir cüret duygusuna dayanır (Ülken, 2017, s. 271). Tüm bu ayrıntılı tartışmaların ardından Ülken kendi ideal gerçek adalete dayalı devlet anlayışını aşamalar sistemine göre kurulmuş devlet olarak tanımlamaktadır. Ülken karşılıklı etkileşim sürecinde oluşacak korku ahlakına karşılık gelen halk, ümit ahlakına karşılık gelen vatandaş, gurur ahlakına karşılık gelen vatansever ve aşk ahlakına karşılık gelen insani vatansever aşaması olmak üzere dört aşama belirlemektedir. Bireyleri bu aşamalar sürecinin parçası olarak daima yükselen bir devlet elbette gerçek dünyada henüz yoktur, bu sadece teorik bir düşüncedir (Ülken, 2017, s. 289-291). Ülken, aşk ahlakının zorunlu sonucu ortaya çıkacak olan aşamalar devleti olarak tanımladığı bu devlette, aşamalar sistemine göre kurulmuş sosyalizm sayesinde ulaşılabileceğini ileri

sürmektedir. Böyle bir devlette ne Neo-liberalizmdeki gibi halkın ve yoktan servet kazananların ideal değerleri tahrip etmesine imkân kalır ne de totaliter idarelerde olduğu gibi fikrin, sanat, ahlaki eylemin baskı altına girmesine, yaratıcılığını kaybetmesine imkân verilir (Ülken, 2017, s. 312). Ülken'in, ideal aşamalar devletinin öznesi olarak ortaya koyduğu kişilik bilincinden doğan aşk ahlakına sahip bireyin ortaya çıkışına ilişkin görüşlerine bakıldığında olmazsa olmaz unsurlardan birisinin toplumsal etkileşimden doğan ve kişilik bilincine ulaşmada başat rol oynayan sosyal bilinç olduğu görülmektedir. Sosyal bilinç fiziki sosyalliğin ürünü olarak ortaya çıkmaktadır. Fiziki sosyalliğin yerini sanal ya da dijital sosyalliğe terk etmeye başladığı günümüzde en çok tartışılan konulardan birisi, dijital sosyalliğin fiziki sosyalliğin işlevlerini tam olarak yerine getirip getiremediğidir. Eğer tartışmalarda sıkça dile getirilen eleştirilere hak vermek durumunda kalırsak Ülken'in sözünü etmiş olduğu sosyal bilinç kişilik bilincine ulaşma sürecinde yerine getirdiği işlevini tam olarak yerine getiremeyecek demektir. Bu nedenle dijital sosyallik konusundaki tartışmalara bu işlev açısından bakmak gerekmektedir.

4. Dijitalleşme ve Toplum-Birey İlişisine Ülken'in Teorisyle Bakmak

Yazının icadından sonraki en önemli yapısal iletişim devrimi insanların hem uzam hem de zamanın kısıtlamalarını aşmalarına olanak tanıyan dijital devrimdir. "Bu devrim uzam ve zamanda sabitlenmiş iletişim araçları ve bu boyutlar arasında köprü kuran iletişim araçları arasındaki ayrımın sonuna geldiğini işaret etmektedir" (Van Dijk, 2016, s. 17). İletişim teknolojilerindeki yoğunlaşma artık, insanları içine çekmekte ve iletişimi zamandan ve mekândan kopartarak hayatın merkezine yerleşmektedir (Bauman & Lyon, 2018). İletişim teknolojilerinin zaman ve mekân sınırlarına meydan okuduğu günümüzde teknolojiyi kutsayan yaklaşımlarla atbaşı giden çok sayıda eleştirel görüşü de beraberinde görmekteyiz. Örneğin adil olmayan erişim ve internet kullanımı becerileri veya özel hayata müdahale gibi internetin negatif özellikleri ya da otoriter hükümetlerin interneti "gözetim için nasıl becerikli bir biçimde kullanacakları" bunlardan ilk akla gelenlerdir (Van Dijk, 2016, s. 157). Ayrıca teknoloji ile tahakkümü ilişkilendiren iletişim akademisyenleri, dijital kapitalizm, dijital tekeller, dijital eşitsizlikler, gizlilik ihlalleri, çevrim içi ortamda ırkçılık ve yeni sınıf mücadeleleri gibi konuları vurgulamaktadırlar (Kayıhan, 2018, s. 633). Zygmunt Bauman da dijital ekran karşısındaki modern bireyi (nehirdeki yansımasının aklını başından aldığı Narcissus gibi) olanca bencilliği ile kendini sevip düşünen, doymak bilmeyen, tüketen açgözlüler olarak tanımlamaktadır (Baumana & Mazzeo, 2019, s.95). Akademide, sanatta ve siyasette bu karamsarlık ve eleştirinin merkezinde yer alan diğer bir konu da bu çalışmanın ana temasıyla örtüşmektedir. Yalnızlık ve yabancılaşma sorunuyla gelen bireyin

negatif dönüşümü sorununu Selimi şöyle özetlemektedir:

Ayrılma, tecrit, yalnızlık ve bağlantısızlık sizi hayatınızın her alanında takip eder. Her gün işe gelip giderken keza havaalanlarında ya da restoranlarda, mutsuz bir bağlantı, bir iletişim kurma ve duyulma çabasıyla cep telefonlarına, tabletlerine, bilgisayarlarına ya da laptoplarına mihlanmış insanlar görürsünüz. Gelgelelim etrafımızı şöyle bir kolaçan ederseniz hemen yanı başında duran diğer insanların varlığını görmezden gelen, onlarla kişisel bir bağlantı yaratmaktan aciz, basit bir sohbetten bile imtina eden çok sayıda insan göreceksiniz. (Selimi'den Akt. Bauman, 2017).

Oysa internetin erişebildiği bütün mekânlara kadar uzanması, fiziksel mesafe bağlamında tanımlanan komşuluk fikrinin sonunu getirmiş, herkesi potansiyel komşu konumuna sokmuştur (Bauman, 2017, s. 101). Peki, bu sanal dünya komşuluğu, gerçek komşuluğun yerini tutabilmekte midir? Maalesef yakınmış hissi uyandıran bu teknolojik olanakların, gerçek ilişkilerin yerini tutmak bir yana, sadece o ilişkilerin sağlayabileceği yararları da elimizden aldığı görüşleri azımsanmayacak kadar çoktur. Bu eleştirilerden birisini dile getiren Bauman, içinde bulunduğumuz çağın, eski usul sosyalleşme becerilerini günlük hayatın dışına itmesi nedeniyle artık unutulup köreldiğinden yakınır. "Kişisel seçimlerimizin ürünü olan kimliklerimizin toplumca tanınıp onaylanması ve özsaygının toplumca desteklenmesi için müzakere yürütme sanatları aynı hızla harap olmaktadır, günümüzde yürümenin, yüzmenin, akrobatik atlamanın ve tüplü dalışın yerini alan internette sörf sağ olsun" (Bauman, 2017, s. 135) ifadesiyle ironik bir biçimde durumu izah etmeye çalışmaktadır. Ayrıca dijital teknoloji dünyamızı daraltmak değil genişletme umuduyla doğup gelişmişse de bu alanda çalışma yapan bazı akademisyenlere göre durum tam tersi yönde ilerlemiş ve daha hızlı, daha tam bir şekilde aynı kafaya sahip olduğumuz insanlarla birlikte olduğumuz adacıklara çekilmemize yol açmıştır (Bauman, 2017, s. 150). Diğer bir ifadeyle dijital iletişim ortamlarındaki etkileşim pratikleri filtre görevi gören faktörlerin etkisiyle şekillenerek daha çok benzeşen yapıları bir araya toplamaktadır (Yurdakul, 2020, s. 168). Yukarıdaki tespit bu çalışmanın teziyle doğrudan ilgilidir ve doğası gereği çok sesli, farklılık içeren fiziki sosyalliğin yerini almakta olan sanal sosyalliğin, kişilik oluşumundaki etkisini tartışmayı haklı kılmaktadır. Bir üst başlıkta ayrıntılı şekilde ele alındığı üzere Ülken'e göre sosyal bilinç, toplum içerisinde yaşayan bireye ilişkiler yoluyla verilir. Bu bilinç bireyden bazı sorumluluklar talep etmektedir. Ancak dijital sosyalleşmenin ortaya çıkardığı bilinç, ahlaki ve toplumsal sorumluluğun en aza indiği biçime bürünme tehlikesi taşımaktadır. Bu açıdan iletişimdeki yaratıcı teknolojik yeniliklerin insan hayatını çok yönlü bir şekilde geliştirmesi beklenirken aynı zamanda bireysel ve toplumsal bilincin işleyişini bozma tehlikesini de beraberinde

getirmiştir (Gazzley & Rosen, 2019, s. 23). Bu durum teknolojik gelişmelerin ikili doğasını yansıtmaktadır.

Aslında şunu hemen belirtmek gerekir ki internet çağında bireyler sanal gerçeklik içerisinde bir inziva ortamına çekilmemektedirler. Aksine ellerindeki iletişim ağları zenginliğini kullanarak sosyalleşmelerini genişletirler. Ancak sorun, bu genişletmenin seçici olarak yapılıyor olmasıdır. Bireyler tercihleri ve projeleri ile kendi kültürel dünyalarını inşa ederlerken aslında kişisel çıkarları ile değerlerinin evrimine göre o dünyayı şekillendirmektedirler (Castells, 2016, s. 157-158). Bu durumda bireyi kuşatacak yeni dünyanın şekillenmesinin özellikle doğuştan gelen organik bilinçle paralel gelişeceğini söyleyebiliriz. İnsan eylemleri, his, duygu ve akıl yürütme bileşenlerini içeren bir karar oluşturma süreci ile gerçekleşmektedir. Yani hisler karar oluşturmayı etkilemede önemli rol oynamaktadır. Castells, kişinin yargısını dışlamasa da insanların almaya meylettikleri kararı destekleyen enformasyonu seçme eğiliminde olduğunu söylemektedir (Castells, 2016, s. 182-183). Bu durumda insanlar enformasyon ararken o an sahip oldukları değerlerini doğrulayacak enformasyona yönelecektir. Bireyler mevcut inançları ve alışkanlıklarını doğrulayan enformasyon aradığına göre özellikle kişilik bilincinin oluşma evresi olan ergenlik döneminde internete yönelen gençler en az zihinsel çabayla, kestirmeden ağırlıklı olarak doğuştan gelen organik bilincin güdümüyle hareket edecektir. İnsanlar fiziki sosyalliklerinin aksine, sosyal ağlarda kafa dengi tavırlarla karşılaştıklarında aktiflikleri arttığı için daha tek biçimli bir yapıya evrilebileceklerdir.

Bireylerin eylemlerinin ve olayların artık ortak bir mekânın paylaşımı ile bağlantılı olmayan türden kamusalılığının sonucu olarak ortaya çıkan yeni bir toplumsal ilişki türüdür. Bu dolayimli etkileşim, göz hareketleri, jestler, kaş çatmalar ve gülümsemeler gibi sembolik işaretlerin azalması, iletişimin dil kadar önemli olan beden dilinin zayıflamasını beraberinde getirmektedir (Bauman, 2017, s. 35-36). Sosyal ağlara yönelen insanların gerçek yaşamlarında onların bilinç düzeylerine olumlu yönde etki edebilecek kitap okumak, uyumak ya da görsel dikkat gerektiren faaliyetlere bazı eylemlerine daha az zaman ayırdıkları eleştirilerini de bedensel becerilerin geriye gitmesini destekleyen bir husus olarak görmek gerekmektedir (Castells, 2016, s. 171).

Ayrıca çocuk ve gençlerin beyinlerinin işleyişlerindeki daha ciddi sorunlar pek çok araştırmacının dikkatini çekmektedir. Bella Habip (2019, s. 161), çocukların uzun süre dijital ortamlarda vakit geçirerek kişilerarası ilişkiden uzak ve pasif bir şekilde imgelerle ilişki hâlinde olmalarının psikozlara yol açtığını, hiperaktiviteyi ve genel anlamda ruhsal gelişimi zedelediğini iddia etmektedir. Habip, “gecesi gün-

düzü birbirine karışmış rüya görme zamanlarını başkalarının rüyalarını gerçekleştirmekle harcayan" makinelere benzeyen, kendi çıkarları için bizleri düşünen makinelere teslim edilmiş sürekli çevrim içi bir nesilden bahsetmekte ve zaman-sallıkla ilgili bir soruna daha işaret etmektedir:

İnsan belleği farklı olarak çift zamanlı bir işleyişe sahiptir. "Sonradan" mefhumu insan belleğini belirler, şöyle ki, insan için bir yaşama zamanı bir de yaşantıları hatırlama zamanı vardır. Bu çifte zamanla süreç içinde anılarımız yeniden biçimlenir. Tıpkı çocukluk anılarımızın yeniden biçimlenmesi gibi, bu sonradanlık içeren insan belleği, insana mahsus anlatı yaratma becerisinin de temelidir. Bebeğinin haykırışlarını hakiki bir anlamda bir yaya Hayal ile hayale dönüştüren anne modelindeki iki aşamalı düşürme modeline yeniden dönüyoruz. Akıllı cihazlardaki bu kesintisiz bir şimdiki zaman içinde yaşama durumu ise, doğrudan insana mahsus bu oluşturucu ve yaratıcı düşünme sürecini yassılaştırıyor, tek boyutta indirgeyip yok ediyor. (Habip, 2019, s. 161)

Habip'in, kıyamet olarak tanımladığı çağ "engellenme, yoksun kalma, düşünmek için bir ara alan yaratma gibi mefhumlara yabancı" dev bencil bir dijital annenin sonucu doğmaktadır. Sadece tüketmek ve anında doyurulmakla teskin edilen bu çağ insanı düşünme yetisine yeterince bağlanmamış, çığırından çıkmış bir dürtüsellikle tarif edilebilir. Habip'e göre artık dürtülerini kontrol edebilen bilinçli ve düşünme yeteneğini geliştirebilen bir özne yerine, kendi içinde yabancı tuhaf bir nesneyle asalak bir yaşam sürdüren tuhaf bir özneyi düşünmeliyiz. Ülken'in teorisinde bahsettiği organik bilincini sosyal bilinç yoluyla kontrol ederek yapıcı ve yaratıcı bir düzeye taşınması gereken birey artık bu şartlar altında Habip'in de iddia ettiği gibi, kendi içindeki yıkıcılığı denetleme şansını daha önceki çağlara göre gittikçe kaybetme tehlikesi ile karşı karşıyadır (Habip, 2019, s. 162).

Yukarıda değinilen endişe ve eleştirilerden bu çalışmanın teziyle yakından ilgili olanı şüphesiz çevrim içi platformların işleyiş mantıkları gereği, benzer düşünen bireylerin bir araya gelerek karşıt görüşlerden insanları yalıtıma yatkın olmalarıdır. Kişilik bilincine ulaşma sürecinde önemli bir işleve sahip olan sosyal bilinç, fiziki sosyallik yoluyla bireyde meydana gelmekteydi. Sanal olmayan fiziki sosyallik, toplumsal normları hafıza yardımıyla ve birtakım ritüeller yoluyla bireye aktarmaktaydı. Bireyin doğuştan gelen ihtiraslarıyla farklılık gösteren bazı sorumluluklar gayri ihtiyari biçimde de olsa sosyal yaşam içerisinde aktarılmaktaydı. Farklılıklarla temas zorunluluğu ve bu zorunluluğu düzenleyen ilişki biçimleri, selamlaşmadan, temel insani jestlere kadar belli kurallar çerçevesinde şemalar hâlinde bireyde oluşmaktaydı. Birey, çocukluktan itibaren zorunlulukla başlayan ve benimsemeye dönüşen bu ilişki biçimleri ile organik bilinçten gelen ihtirasları mütemadiyen dengeleme oyunuyla yeni bir bilincin inşasına doğru seyir hâlin-

deydi. Ülken burada hiçbir şekilde organik bilincin tamamen ortadan kaldırılarak sosyal bilincin güdümüyle bir bilincin oluşmasını kastetmemektedir. Tek başına sosyal bilincin yönlendirmesi ile oluşacak bilinçten doğacak ahlak ancak desinler ahlaki olacaktır ve bu insani vatanseverlik hedefinde ortaya çıkacak aşk ahlakından daha düşük düzeyde bir bilinçtir. Asıl olan, birbirine denk farklı bilinç türlerinin yaratacağı gerilimden doğacak sentezdir. Ancak bireyin dengeleme mücadelesini zayıflatacak şey tam da bu fiziki sosyalliğin yerini almaya başlayan dijital sosyalliğin yukarıda belirtmiş olduğumuz tek boyutlu, toplumsal şemalardan uzak durmaya olanak sağlayan ve daha çok doğuştan gelen organik bilincin arzularıyla şekillendirilmeye müsait yapısıdır. Dijital sosyalliğin varlığını sürdürdüğü sanal platformların bu yapısını tanımlamak için genellikle “yankı odası” ve “filtre balonu” kavramları kullanılmaktadır.

Gündelik sosyal yaşamımızdaki iletişimimizde almış olduğumuz enformasyonun büyük kısmı bizimle benzerlik gösteren kaynaklardan değil, bizden sosyal ve kültürel olarak farklı arka planlardan gelen insanlardan gelmektedir (Taşkent, 2017, s. 201). Oysa dijital sosyallikte ilki kendimizden ikincisi de dijital platformların sahip olduğu algoritmik işleyişinden kaynaklanan nedenlerle bu söz konusu olmamaktadır. İşleyişi ve sonuçları bakımından birbiriyle iç içe olsa da birincisini yankı odası diğerini de filtre balonu kavramları ile ilişkilendirerek açıklayabiliriz. “Yankı Odası”, belirli bilgilerin, değer ve inançların kullanıcıların dijital medya kanallarında seçtikleri mesajlar sonucunda güçlendirilip tekrar kendisine dönmesi durumunu anlatmak için kullanılmaktadır. Yani her türlü sosyal medya platformları ve internet siteleri kullanıcıların istemedikleri mesajları filtrelemelerine ve kendi yankı odalarını kurmalarına imkân tanımaktadır. “Öz-seçimli enformasyon hapisanesi” (Van Dijk, 2016, s. 321) olarak da adlandırılan bu yapı, kullanıcıların kendi sahip olduklarının dışındaki alternatif düşünce ve bakış açılarından yalıtılmış atomize grupların oluşması anlamına gelmektedir. Twitter veya Facebook ile ilgili yapılmış araştırmalar düşünsel ya da politik kutuplaşmalara özellikle dikkat çekmektedirler (Taş & Taş, 2018, s. 193). Demokrasi kültürü açısından çok önemli olan özdeşünüm ya da eleştirel düşünme yetisini azaltacak bir kutuplaşma en büyük risklerden birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Hatta yankı odalarının, kullanıcıların yalanlara daha kolay şekilde inanmalarına yol açabildiğine, hatta benzer görüşlü insanların birbirlerinin öfkelerini yükseltmesiyle oluşan yankılanmanın, şiddet içeren aşırılıklara bile dönüşebileceği öngörülmektedir (Taş & Taş, 2018, s. 193). Sonuç olarak internetin “partizan” bir “yankı odası”na dönüşmesi sağlıklı bir demokrasinin gerektirdiği, bireylerin yeni konulara ve karşıt fikirlerle yüzleşmesi ve onlara saygı göstermesi ihtimalini de ortadan kaldırılabılır. Bireylerin karşıt gö-

rüşlere sağırlaşıp, homojen gruplar oluşturarak yalnızca kendi görüşlerine uygun internet kaynaklarını ve hesaplarını takip eden "sanal kabile üyeleri" olmalarını dikkate aldığımızda, yeni medyanın kamusal alanın farklı bir boyutu ya da taşıyıcısı olduğuna dair iyimser görüşleri şüpheyle karşılamamız gerekmektedir. Bu durumda kişiye özgü tasarım ve katılımcının da içerik ürettiği sınırsız güce atfedilen olumlu nitelemeler birer ütopya olarak görünmektedir (Narin, 2018, s. 240).

Kullanıcıların "kendilerini siyasi eğilimleri ile uyumlu kişiselleştirilmiş geribildirim döngülerine kitleme eğiliminde olmalarını" (Akt. Narin, 2018, s. 241) anlatmak için kullanılan filtre balonu da algoritmalar yoluyla kullanıcının arzu etmeyeceğini varsaydığı (belki önemli olma potansiyeli taşıyan içerikleri) görünmez engeller oluşturmaktadır (Akt. Narin, 2018, s. 241). Bu baloncuklar içinde yaşayan ve farklı fikirlerden yalıtılan bireylerin yaratıcılığı, öğrenmeyi ve bağlantı kurmayı azaltacak ve bakış açısını daraltabilecektir. Toplumsal söylemin çeşitliliği önünde bir engel olarak kabul edilen internet ve sosyal medyanın daha az birlikteliğe olanak sağlarken daha fazla grup karşıtlığına neden olduğu tezleri artık daha sık dile getirilmektedir. Tüm bu tartışmalar dikkate alındığında bireyin kendi varlıkları ve değer yargılarını göz önüne alarak benzer olanı takip etme üzerine oluşan bu sosyal ağ ortamı aynı zamanda ötekini dışarıda bırakan ve benzeri yücelten bir sonucu da beraberinde getirmektedir (Saklı, 2020: 4). Kişiliğin oluşmasında ortaya çıkabilecek dengesizliğin nedeni de işte bu farklılıktan yoksun bırakılmış dijital sosyalliktir. Ülken'in vurguladığı üzere kontrol edilmiş ve insanlık yararına yönelmiş bir etikle var olan ihtirasların insanlığın ilerlemesinde önemli katkısı vardır ancak yukarıda değinilen dengesizlik durumu ihtirasın yıkıcı bir yöne kayması tehlikesini doğuracaktır. Bu nedenle dijital sosyalleşmenin etkileri üzerinde daha yoğun ve hassasiyetle eğilen çalışmalar yapılarak çözüm arayışının sürdürülmesi gerekmektedir.

5. Sonuç

"Okyanusun ortasında susuzluk çekmek" tabirini en az su kadar ihtiyaç olan sosyallik için dijital alana uyarlayarak, "kalabalık bir sanal âlemde yalnızlık çekmek" şeklinde ifade etmek, bütün yukarıdaki bilgiler dikkate alındığında çok yanlış olmayacaktır. Ülken'in pek çok eserinde değindiği ve Aşk Ahlakı kitabında ayrıntılı şekilde izah ettiği kişilik bilincinin oluşumuyla ilgili görüşlerine bakıldığında da fiziki anlamdaki sosyalleşmenin hayati önemi açıkça görülmektedir. Sanal sosyallik, fiziki iletişimin sunduğu pek çok unsuru içermezken, zaman ve mekân kısıtlamasını kaldırarak, olması gerekenden ve bireyin kaldırayabileceğinden fazla bazı özellikler içermesi nedeniyle (deniz suyundaki tuzun miktarında olduğu gibi) bireydeki

dengeyi bozma tehlikesi taşımaktadır. Oysa sağlıklı bir toplumsal yapıyı oluşturacak kişilik bilincine sahip bireyler için toplumsal ilişkiler içerisinde meydana gelen sosyal bilinç merdivenin bir basamağını oluşturmaktadır ve o basamak eksik olduğu sürece kişilik bilincine yükselmek zorlaşacaktır.

Ülken'e göre kişilik bilincine ulaşmak için hem doğuştan gelen organik bilincin dayattığı arzular hem de sosyal ilişkiler içerisinde oluşan sosyal bilincin dayattığı sorumluluklar gereklidir. Çalışmada dijital teknolojilerin gelişmesi sonucu ortaya çıkan ve fiziki sosyalliğin yerini almaya başlayan dijital sosyalliğin, sosyal bilincin sorumluluk esasına dayanan organik bilinçle çatışma işlevini tam olarak yerine getiremediği savunulmuştur. Dijitalleşmeye ilişkin eleştirel çalışmalara göre sosyal medya, "yankı odası" ve "filtre balonu" olarak adlandırılan ve sadece organik bilinçten gelen arzuları besleyecek ve tatmin edecek şekilde oluşmaya eğilimli, sosyalliği ayırma, kırılma ve yıkıcı gruplaşma biçimine dönüştürerek tek bir bakış açısının hâkimiyeti yol açmaktadır. Bu durumda gerçek toplumsal ilişkiler içerisinde doğması gereken, sorumluluğa dayalı sosyal bilinç tam olarak oluşamayacağından bireyde çatışma ve sentezleme işlevini yerine getirecek güce ulaşamayacak, dolayısıyla kişilik bilincinin oluşumu da zorlaşacaktır. Fiziki sosyallik toplumsal normları hafıza yardımıyla ve birtakım ritüeller yoluyla bireye aktarmaktadır. Bireyin doğuştan gelen ihtiraslarıyla farklılık gösteren bazı sorumluluklar gayri ihtiyari biçimde de olsa sosyal yaşam içerisinde aktarılmaktadır. Farklılıklarla temas zorunluluğu ve bu zorunluluğu düzenleyen ilişki biçimleri, selamlaşmadan, temel insani jestlere kadar belli kurallar çerçevesinde şemalar hâlinde bireyde oluşmaktadır. Birey, çocukluktan itibaren zorunlulukla başlayan ve benimsemeye dönüşen bu ilişki biçimleri ile organik bilinçten gelen ihtirasları mütemadiyen dengeleyerek yeni bir bilincin inşasına doğru ilerlemektedir. Ancak bireyin dengeleme mücadelesini zayıflatacak şey tam da bu fiziki sosyalliğin yerini almaya başlayan dijital sosyalliğin bu çalışmada belirtmiş olduğumuz tek boyutlu, toplumsal şemalardan uzak durmaya olanak sağlayan ve daha çok doğuştan gelen organik bilincin arzularıyla şekillendirilmeye müsait yapısıdır.

Hilmi Ziya Ülken'in görüşleri çerçevesinde ve dijitalleşmeye ilişkin kuramsal araştırmaların yardımıyla çalışmada ortaya konan bu varsayımın, her ne kadar tutarlı görünse de yapılacak farklı uygulamaya dönük çalışmalarla test edilmeye ihtiyaç vardır.

Kaynakça

- Bauman, Z. (2017). *Retropya* (A. Karatay, Çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Bauman, Z., & Lyon, D. (2018). *Akışkan Gözetim* (3.Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baumana, Z., & Mazzeo, R. (2019). *Edebiyata Övgü* (A. E. Pilgir, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bulut, Y. (2012). Aşk Ahlakı'ndan Türkiye'de Çağdaş Düşünce Tarihi'ne: Türk Sosyolojisi'nde Hilmi Ziya Ülken. 46, 119-151.
- Castells, M. (2016). *İletişim Gücü* (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi.
- Gazzley, A., & Rosen, L. (2019). *Dağınık Zihin Yüksek Teknoloji Dünyasında Kadim Beyinler* (A. Babacan, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Habip, B. (2019). *Kültür ve Psikanaliz (Sinema, Edebiyat ve Güncelin Psikanalizi)*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kayıhan, B. (2018). An Analysis of Marx's Legacy in the Field of Communication Studies. *tripleC*, 12(2), 628-238.
- Monzotti, R., & Parks, T. (2018). *Zihnin Ucu Bucağı* (Ö. D. Gürkan, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Narin, B. (2018). Kişiselleştirilmiş Çevrim içi Haber Akışının Yankı Odası Etkisi, Filtre Balonu ve Siberbalkanizasyon Kavramları Çerçevesinde İncelenmesi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 11(2), 232-251.
- Saklı, E. (2020). Murat Uluk ve Hakikat Sonrası Çağda Yeni Medya & Yalan Haber Kitabı Üzerine Bir Değerlendirme. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 1-11.
- Taş, O., & Taş, T. (2018). Post-Hakikat Çağında Sosyal Medyada Yalan Haber ve Suriyeli Mülteciler Sorunu. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (29), 184-207.
- Taşkent, E. (2017). Herkese Söyle: Sosyal Medya'da Neden Paylaşımında Bulunuruz. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (27), 199-205.
- Ülken, H. Z. (1928). *Umumi Ruhیات*. İstanbul: Taş Baskı.
- Ülken, H. Z. (1957). *Veraset ve Cemiyet*. İstanbul: Kurtulmuş Matbaası.
- Ülken, H. Z. (2014). *Posta Yolu*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Ülken, H. Z. (2017). *Aşk Ahlakı*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Ülken, H. Z. (2020). *Aşk Ahlakı*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Van Dijk, J. (2016). *Ağ Toplumu* (Ö. Sakin, Çev.). İstanbul: Kafka Yayınları.
- Vural, M. (2011). Hilmi Ziya Ülken ve Türkiye'de Felsefe Çalışmalarına Katkıları. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 9(17), 521-538.
- Yurdakul, H. (2020). Gündelik Hayatın Ritmi: Dijital İletişim Çağında Müziğin Toplumsal Kodlarını Frankfurt Okulu ve Bourdieu İle Anlamak. İçinde B. Kayıhan (Ed.), *Dijital Çağda Kitle Kültürü, Eğlence ve Sanat* (s. 147-193). Ankara: Ütopya Yayınları.
- Yücel, Y. (2009). Hilmi Ziya Ülken'in Materyalizm ve Spirütualizme Eleştirel Yaklaşımı (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Teknoloji-Etik İlişisine ve “İyi-Yaşam” İmkânına Dair Bir Soruşturma

Erdal YILMAZ*

Öz

Teknolojik alandaki gelişmelerin yaşamımızı köklü bir şekilde değiştirmesi ve kontrol altında tutmasıyla ilgili endişeleri günümüzde kesif bir şekilde hissetsek de bu, şüphesiz yeni bir durum değildir. Söz konusu endişeler, Martin Heidegger’in teknolojiye dair analizlerinde yaklaşık yarım asır evvel ele aldığı meseleler arasındadır. Heidegger’in teknoloji hakkındaki düşüncelerinin türlü disiplinler ve alanlarda epeyce ilgiyle karşılandığı ancak bunların etik ile olan ilgisinin çok sınırlı bir şekilde tartışıldığı görülür. Bunun nedeni olarak onun teknolojiye dair düşüncelerini çalışmalarında doğrudan etik ile ilişkilendirmemiş olması gösterilebilir. Heidegger’in teknolojiye dair soruşturması her ne kadar etiği doğrudan ilgilendiren bir içeriğe sahip olmasa da etik ve teknoloji arasındaki ilişkinin nasıl bir zeminde ilerlediği hakkında bize ipuçları sunmaktadır. Bu makalede, Heidegger’in felsefesinden hareketle teknoloji-etik ilişkisine ve “iyi-yaşam” imkânına dair bir soruşturma yapılmaktadır. Bu kapsamda, etiğin teknolojik düşünme tarzının bir ürünü olduğu ve cari etik yaklaşımların böyle bir zeminde vücut buldukları sonucuna ulaşılmaktadır. Ayrıca Heidegger’in teknolojik düşünmenin karşısında konumlandığı sükûnetle derin düşünme fikrinin, insana dair geliştirdiği varlığa-açık olma fikri üzerinden yeni bir etik yaklaşımı ve iyi-yaşam fikrini doğurabileceği iddia edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Etik, Ethos, Teknoloji, Teknolojik Düşünme, Çerçeveleme, Köklü Düşünme, Sükûnetle Derin Düşünme, İyi-Yaşam

*Dr. Öğr. Üyesi, Marmara Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Felsefe Bölümü, erdalylimaz34@gmail.com

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 29.03.2021

Revizyon Tarihi: 01.05.2021

Kabul Tarihi: 24.05.2021

An Investigation Into the Relation Between Technology and Ethics and the Possibility of a “Good-Life”

Erdal YILMAZ

Abstract

Although we are concerned about the recent developments in the field of technology radically changing and taking control of our lives, this is undoubtedly not a new concern. These concerns are among the issues that Martin Heidegger addressed in his analysis of technology nearly half a century ago. While Heidegger’s ideas on technology received a lot of attention in various disciplines and fields, their relevance to ethics has rarely been addressed. This is probably because he did not directly associate his thoughts on technology with ethics. Nevertheless, although Heidegger’s investigation of technology is not directly related to ethics, it does provide us with clues about the basis of the relation between ethics and technology. In this article, based on Heidegger’s philosophy, the relation between technology and ethics and the possibility of a “good-life” are examined. In this regard, it is concluded that ethics is a product of the technological way of thinking and that current ethical approaches exist on such a ground. In addition, it is claimed that Heidegger’s meditative thinking in opposition to technological thinking can provide the basis for a new ethical approach and an idea of a good-life, per the idea of being-there (Da-sein) that he has developed for human beings.

Keywords: Ethics, Ethos, Technology, Technological Thinking, Enframing, Original Thinking, Meditative Thinking, Good-Life

Research Paper

Received: 29.03.2021

Revised: 01.05.2021

Accepted: 24.05.2021

1.Giriş

Günümüzde teknolojik gelişmeye paralel olarak yaşanan dijital dönüşüm, hayalin sınırlarını zorlayarak insan ilişkilerini, kurumsal yapılanmaları, günlük alışkanlıkları önemli oranda etkilemektedir. Yaşam dünyamızı değiştirip dönüştüren bu etkiler, bizi dünyada var olma tarzlarımıza dair yeniden düşünmeye sevk etmektedir. Dijital çağ, insan olmanın ne anlama geldiğini tekrar tekrar sorgulama gereksinimi doğurmaktadır. Teknolojik alandaki gelişmelerin yaşamımızı köklü bir şekilde değiştirmesi ve kontrol altında tutmasıyla ilgili endişeleri günümüzde daha kesif bir şekilde hissetsek de bu, şüphesiz yeni bir durum değildir. Söz konusu endişeleri, Martin Heidegger teknolojiye dair analizlerinde yıllar önce dile getirmiştir. Daha 1955'te Heidegger, Alman Besteci Conradin Kreutzer'in ölümünün 175. yılı münasebetiyle yaptığı konuşmadaki ifadeleriyle adeta bugünleri öngörmekteydi:

Atom enerjisinin dizginlenmesi başarılı olursa -ki başarılı olacaktır- o zaman teknik dünyanın yepyeni bir gelişimi başlar. Bugün film ve televizyon tekniği/teknolojisi, ulaşım ve özellikle hava taşımacılığı tekniği/teknolojisi, haberleşme, tıp ve beslenme tekniği/teknolojisi olarak bildiğimiz şey, muhtemelen sadece kaba bir başlangıç evresini gösterir. Gelecek olan köklü değişimleri, kimse bilemez. Tekniğin/teknolojinin gelişimi bu arada gittikçe daha hızlı cereyan edecek ve asla durdurulamayacak. Hayatın bütün alanlarında insan, teknik/teknolojik aygıtların ve otomatların güçleri tarafından hep daha sıkı bir biçimde kuşatılacaktır. Bu güçler, teknik/teknolojik icat ve benzeri formların görüntüsü altında, her yerde ve her anda hak iddia etmiş, insanı zincirlemiş, sürüklemiş, ona baskı yapmış ve dayatmada bulunmuştur. (1960: 21; 2013a: 14-15) (1)

Teknolojik gelişmenin, insan muhayyilesini aşan bir boyutta ilerlemeyi sürdüreceği tespitinde bulunan Heidegger, teknolojiye körü körüne karşı koymanın budalalık ve onu şeytan işi olarak mahkûm etmenin dar görüşlülük olduğunu da belirtir çünkü "Teknik/teknolojik nesnelere bağlıyız; hatta daha büyük ilerlemeler için bizi zorluyorlar. Fakat ansızın ve farkında olmadan kendimizi bu teknik nesnelere o kadar sıkı bir şekilde bağlanmış buluyoruz ki esaretlerine maruz kalıyoruz" (1960: 24; 2013a: 17).

Yaşadığımız devirde, teknik/teknolojik nesnelere bağımlılığımız, Heidegger'i haklı çıkaracak şekilde günden güne artmaktadır. Böylece teknoloji, bizi belirli bir şekilde düşünmeye ve yaşamaya zorlamaktadır. Şayet tekniği nötr bir şey olarak görürsek "mümkün olan en kötü tarzda tekniğe teslim oluruz" (2000: 7; 1998: 44). Çünkü teknik alandaki gelişmeler sadece daha sofistike teknolojik ürünlerini dolaşıma sokmakla kalmamakta, aynı zamanda yaşamın tüm alanlarını da etkisi altına almaktadır. Heidegger'in veciz ifadesiyle,

Almanlar [insanlar] [...] her saat ve her gün, radyo ve televizyon istasyonlarınca büyümüşler. Her hafta gösterime giren, dünya olmayan bir dünya uyduran filmler, onları

alışılmamış, çoğu kez sıradan tasavvur mahallerine götürür. Her yerde, “resimli gazete” bulunur. Modern teknik haberleşme araçlarının insanı her saat onlarla cezbediği, saldırdığı ve sürüklediği her şey, işte tüm bunlar bugün insana, çiftlik çevresindeki hususi tarladan, vatanın üstündeki gökten, gece ile gündüzün akışından, köydeki örf ve adetten, vatan dünyasının geleneğinden çok daha yakındır. (1960: 17; 2013a: 12)

Teknik alandaki gelişmelerin yaşamla kurduğu bu belirleyici ilişkiyi türlü açılardan incelemek mümkün olmakla birlikte bu çalışmada soruşturmamızı etik (2) alanla sınırlı tutacağız. Diğer bir ifadeyle bu makale, teknoloji ve etik arasındaki ilişkiye odaklanacaktır. Bu ilişki ortaya çıkarıldığı takdirde cari etik tartışmaların nasıl bir zeminde yürüdüğünü görebileceğiz. Ayrıca “iyi-yaşam” hakkındaki mevcut yaklaşımlardan farklı bir yaklaşımın geliştirilip geliştirilemeyeceği imkânı da yoklanacaktır. Etik düşünce ile teknik arasındaki ilişkinin tespiti için, Heidegger’in tekniğe ilişkin soruşturmalarını merkeze alacağız.

Heidegger’in teknoloji bağlamındaki soruşturmalarından, etiğin özelleşmiş bir disiplin olarak teknolojik düşünmenin bir ürünü olduğu sonucuna ulaşabileceğiz. Bu iddianın anlamının aşikâr kılınması için şüphesiz Heidegger’in teknik/teknoloji ile neyi kastettiğini sormak icap edecektir. Detayları makalenin ilerideki analizlerinde görüleceği üzere teknik kavramı, münferit teknolojik araçların bütününe gönderme yapmaktadır. Teknik ile kastedilen, her bir münferit teknolojik araçta hükmünü sürdüren çerçevelemedir (Ge-stell) (Heidegger, 2000: 20; 1998: 62). Heidegger’e göre etik böyle bir çerçevelenmenin ürünüdür. Etik ile teknoloji arasındaki ilişkiye dair daha detaylı tespitler için Heidegger’in teknolojinin özüne dair belirlemelerine başvuracağız. Teknik, Heidegger’e göre varlığın bir gizini-açma tarzı olduğundan (2000: 14-17; 1998: 53-55) öncelikle varlık ile teknoloji arasındaki ilişkiye odaklanmamız gerekir. Böylece bu soruşturma bize etiğin hangi varlık zemininde vuku bulduğuna dair bir açıklama sunabilecektir. Bu açıklamanın sağlayacağı ufuk içinde teknoloji-etik ilişkisine ve cari etik tartışmalarına daha yakından bakma imkânı bulabileceğiz. Nihayetinde bu etik soruşturmanın amacı olan “iyi-yaşam” imkânına dair fikir yürütebileceğiz.

2. Varlık ve Teknoloji İlişkisi

Heidegger’e göre teknik/teknoloji, varlığın gizini-açmasının bir tarzıdır (2000: 14-17; 1998: 53-55). Bundan dolayı teknoloji ile etik arasındaki ilişkiyi incelemeyen önce varlık ile teknoloji ilişkisini ele almak gerekir. Böylelikle etiğin, varlığın hangi tarzdaki gizini-açma zemininde ortaya çıktığı görülecektir. Varlık ve teknoloji ilişkisinin analizi için Heidegger’in Tekniğe İlişkin Soruşturma (Die Frage nach der Technik) başlıklı metni bize yol gösterecektir.

Heidegger'in bu metin dâhil olmak üzere tekniğe dair soruşturmalarında amacı, iyi teknolojileri kötü olanlardan ayırmak gibi bir kaygıdan neşet etmez. Heidegger'in tekniğe dair soruşturması, teknolojinin münferit örneklerini incelemekle değil teknolojinin özü dediği şeyle ilgilidir (2000: 7; 1998: 44). Heidegger, bu soruşturmasında tekniğin özüne ve varlıkla ilişkisine dair bir tespitle bulunmaya çalışmıştır. Mesele teknolojinin kullanım biçimi yahut bunun iyi veya kötü olma-
lığının çok ötesindedir.

Teknik üzerine soruşturması Heidegger'in Batı felsefesi ile hesaplaşmasının bir devamıdır. Bu yüzden birçok metninde olduğu gibi Tekniğe İlişkin Soruşturma'da da Antik Yunan'daki düşünme tarzına göndermelerde bulunur. Bunun sebebi, Batı felsefesine hâkim olan düşünme biçiminin temellerinin Antik Yunan felsefesinde atılması ve oradaki ana çerçevenin kendini muhafaza ederek günümüze kadar ulaşmasıdır (Heidegger, 1976: 314; 2013b: 6). Batı felsefesine tarih boyunca hâkim olan yaklaşımın Antik Yunan'daki mimarları Platon ve özellikle Aristoteles'tir (Heidegger, 1976: 314; 2013b: 6). Pre-Sokratik filozoflarla bu iki sistem filozofu arasında, varolanlar ile karşılaşma bahsinde ayrılan yaklaşımları sebebiyle temel bir fark bulunur. Batı felsefe tarihinde teknolojik düşünmenin başlangıcını oluşturan da Heidegger'e göre, bu yaklaşım farkıdır. O hâlde tekniğin/teknolojinin zemininde bulunan teknolojik düşünmenin ne olduğunu görmek için mevzubahis farkı aşikâr kılmak gerekir.

Pre-Sokratik dönem ve öncesinde Yunanlılar Heidegger'e göre, çevrelerindeki varolanlar ile dolayimsız bir ilişki içinde bulunurlardı (Özlem, 1998: 17). Diğer bir ifadeyle o dönemde insanlar karşılaştıkları varolanlar ile onları belli bir teorik çerçeveye tabi tutmaksızın ilişki geliştirirlerdi. Varolanları kendilerini varlıkları içinde gösterdikleri şekillerde yakalamaya çalışırlardı. Modern terminolojiyle ifade edecek olursak özne-nesne ilişkisine tabi olmayan bir ilişki söz konusu idi. Onlar için karşılaşılan her şey "mevcut-olan"dır. Mevcut-olan ise mevcut-olmayandan öne-çıkılmış varolandır. Mevcut-olmayandan mevcut-olana çıkma ise, poiesis'tir (Heidegger, 2000: 12; 1998: 50). (3) Heidegger tekhne kavramını işte bu öne çıkmanın bir formu olarak belirler. Bir şeyin öne çıkmasına insan, sanat ve el becerileri sayesinde katkıda bulunur. Bahsedilen, varlığın insan eliyle kendisini bu şekilde açmasıdır.

Varlık deyince Heidegger'in merkezî kavramına gelmiş oluruz. Elbette konumuz Heidegger'in varlık analizi olmadığı için şu kadarını belirtmekle yetinmemiz icap eder. Heidegger'e göre varlık statik, zaman-üstü, ezeli ve ebedi değildir. Varlık her zaman bir varolanın varlığıdır ama varolan değildir. Varolanı öne çıkarırken kendini gizleyendir. Sürekli kendisini açmakta ve açarken geri çekmektedir. O sebeptendir ki Heidegger "zamanı her türlü varlık anlayışının ufku olarak yorumlamaktadır" (2006: 1; 2018: 1). Yani varlık zamanüstülük, ezellilik ve ebedilik belir-

ten genel mantıksal kavramlarla analiz edilemez. Aslında bunlar insanın yapısını da ifade eden niteliklerdir. Heidegger’e göre insan da zamansaldır, dolayısıyla tarihseldir (2006: 231-439; 2018: 347-639). Özünün varlığını hakikatine ait olması (1976: 342; 2013b: 34) hasebiyle insan, varlığın kendini açıklamasında varlığa el vermektedir. Bu suretle insan ister poiesis ister praxis veya teoria düzeyinde olsun, bir şeyin öne çıkmasına katkıda bulunmaktadır. Dolayısıyla “insan, varolanın efendisi değildir; insan, varlığın çobanıdır” (1976: 342; 2013b: 34).

Heidegger’e göre Antik Yunanlılar varolanlar ile dolayimsız bir ilişkiyi sürdürmek yerine varlığın açığa çıkmasına hükmetme eğilimine kendilerini kaptırmışlardır (Özlem, 1998: 17). Böylece varolanların gerçekliklerinin ne olduğunu, daimî olanın ve olmayanın ne olduğunu keşfetmeye odaklandılar. Varlığa değil varolana yani kendini varolanlarda gösteren varlıktan ziyade zuhur edene odaklandılar (Heidegger, 1976: 315; 2013b: 7). Heidegger’e göre Batı felsefesinin varlıktan kopup mevcut-olanı kavrama ve denetleme süreci de böylece başlamış olur (2006: 170-171; 2018: 263). Modern teknik çağın asli kökeni de bu kontrol altına alma ve denetleme girişimi ile başlamıştır. Tekniğin/teknolojinin alametifarikası olan her şeyi denetlemek ve kendini güvence altına almak isteyen bu tavır, Batı felsefe geleneğindeki metafizik düşünme (4) vasıtasıyla modern zamanlara doğru taşınmıştır. Heidegger’e göre Hristiyan teolojisi de böyle bir metafizik düşüncenin tahakkümü altında kalmıştır (Özlem, 1998: 17).

Bu metafizik anlayışın temel karakteristiğine baktığımızda insanın kendisini güvenceye alma çabasını görürüz. İster antik dönem tanrıları ile ister tanrıların/tanrının insan hayatında etkisini yitirdiği devirlerde doğa ile ilişkilerde, ister insan-insan, insan-toplum ilişkilerinde olsun, insanın temel eğilimi kendisini bu ilişkilerde güvence altına alma ve bu ilişkileri kontrol altında tutma çabasıdır. Yine insanın kendini güvenceye alma eğiliminin bir devamı olarak, Hristiyanlığın hüküm sürdüğü Orta Çağ’da da tanrı ile doğru ilişki kurma yollarının arandığı görülmektedir. Erken dönem modern çağda her ne kadar teolojik açıklama modeli meşruiyetini yitirse de insanın kendini güven içinde hissetme arayışı baki kalmıştır. Bu da insanın, yaşadığı dünyadaki olaylarla güven içerisinde bir ilişki kurmasının yeni tarzlarına imkân tanımıştır. İşte bu dönemin önemli ismi Descartes, bu temel eğilimi yani kendinden ve çevresinde varolanlardan emin olma eğilimini kendi felsefi açıklamalarıyla yeniden biçimlendirdi. Heidegger’e göre Descartes’ın bu müdahalesi, Batı geleneğinde baskın olan teknolojik düşünme biçimini sonraki adıma taşımıştır.

Descartes, varlığının kesinliğini kendi düşüncesinde bulur (1904: 21; 2020: 37). Diğer bir ifadeyle güvenlik arayışı, kendinin dışında değil bizatihi insanın kendi düşüncesinde kaynağını bulur. Heidegger’e göre bu, Batı felsefesindeki metafizik düşünme geleneğine

hâkim olan teknolojik düşünme biçimini daha ileriye götüren bir adım idi çünkü insan kendisinde gerçekliği tasarımıyla hakkını görmeye başlıyordu. Artık kendi ile dış dünya ayrımını kesin hatlarla belirleme ve karşısına koyduğu şeyleri düşünme nesnesi kılama hak ve yetkisini kendisine vermiş oluyordu (Descartes, 1904: 26; 2020: 47). Böylelikle insan hem kendisini hem de etrafındaki varolanları kontrol altına aldığını hisseder. Heidegger açısından bu aşama modern çağın da başlangıç noktasını oluşturur.

Dünyaya bakışın radikal devrimi, yeniçağın felsefesinde [modern felsefede] gerçekleşir. Bundan insanın dünyaya ilişkin ve dünya içindeki yeni konumu ortaya çıkar. Şimdi dünya, hesaplayan düşünmenin [teknolojik düşünmenin] artık hiçbir şeyin direnemeyeceğine inanılan müdahalelerine açık bir nesne [Gegenstand] gibi görünür. Doğa, modern teknik ve endüstri için biricik, devasa bir yakıt istasyonuna, enerji kaynağına dönüşür. (1960: 19-20; 2013a: 13)

Antik Yunan klasik dönemden itibaren mevcudiyetini sürdüren metafizik düşünce, bu evrede kendini kâmilene gerçekleştirmeye başlar çünkü gelinen noktada artık gerçekliği keşfetme değil tasarılma aşamasına geçilmiştir. Bu da “özne” fenomeninin kendisini en açık şekilde gösterdiği dönemdir. Böylece “özne”, “önüne koyduğu her şeyin kendinin-bilincine sahip şekillendiricisi ve varlığının garantörü hâline gelmiştir” (Özlem, 1998: 19).

Heidegger modern bilimin böyle bir öznenin eseri olduğunu belirtir. Diğer bir ifadeyle modern bilim, modern öznenin doğa ile ilişkisini güvence altına almasının bir ürünüdür. Standardize olmuş yöntem ile yani gözlem ve deney ile doğayı olabildiğince tanıma ve kontrol altına alma çabasının ürünü. Bu vasıtalar sayesinde modern özne, çevresindeki varolanlara dair, tanımama ve bilmemenin getirebileceği tehlikeye karşı kendisini güvenceye almış olur. Standardize olmuş bu yöntem, insan ile doğa arasındaki dolayımli ilişkinin daha rafine bir hâlini doğurmuş olur. Öznenin doğa ile olan ilişkisi dolayimsız değil standardize olmuş belli vasıta ve yöntemlerle dolayımlanmış olarak gerçekleşmektedir. Böylece Antik Yunan klasik dönemde başlayan, kendilerini gösterdikleri hâllerleriyle doğa ve varolanları kabul etmeme yaklaşımı, yerini “işkençe” etmek suretiyle onlara aslında ne olduklarını söyletme yaklaşımına bırakmıştır (Bacon, 2000: 81). (5) Böylece bilim, Antik Yunan’da kazanmış olduğu “derinliğine düşünüp taşınmak” anlamından uzaklaşarak herhangi bir disiplin hâlini almıştır. Bu da bilimi varlığa dair derinlikli “düşünme” çabasından, “düşünmeyen” fakat yalnızca “hesaplayan” bir bilme çabasına indirgemıştır (Heidegger, 1960: 13-20; 2013a: 9-16). Bilim artık, doğal veya tarihsel olayları “nedensel ardışıklıklar olarak tasarımılayan” öznenin bir disiplini olmuştur (Özlem, 1998: 20). “Modern teknik/teknoloji” denilen kavram da aynı alana aittir. Kökeninde bulunan antik tekhne gibi modern teknik de varlığın açığa-çıkma tarzıdır.

Genel kabulün aksine Heidegger modern tekniği, bilimin ardından ortaya çıkan ve onu takip eden bir alan olarak görmez. Aksine modern bilim ve makine tekniği karşılıklı olarak birbirine bağımlı olmakla birlikte, teknik özü bakımından bilimden önce gelir ve dolayısıyla daha temeldir (Heidegger, 2000: 23; 1998: 65). İnsanın kendini özne konumuna yerleştirmesi, doğayı, yaşamı ve tarihi incelenecek bilimsel nesnelere ele almasını ve bilimsel yöntemle incelenebilecek her şeyi makine tekniği aracılığıyla hesaplama, kataloglama ve tanzim etmesini sağlamıştır. Tüm bunlar, “Varlık’ın gizini-açmasının özünün ifadeleridir” (Özlem, 1998: 22). O hâlde teknik, temelde Heidegger’in de ifade ettiği gibi insanın yapıp etmesinin bir aracı, insan kontrolünde olan bir araç değildir; teknik, varlığın gizini-açmasının bir tarzıdır (2000: 13-14; 1998: 52-53). Varlığın kendini açması için insan ona el verdi, fakat insan özne olarak ona el vermeye başlayınca varlık da kendini buna göre açar oldu. Aşkın ve mutlak bir şey olarak düşünülmeyen varlık, insanın tasarımıyla yaklaşımı nedeniyle kendini bu tasarıma göre açar oldu.

Modern teknik, özü bakımından Heidegger’in ifadesiyle meydan okuyucu “gizini açma”dır (2000: 15; 1998: 55). Modern tekniğe hâkim olan gizini-açma, “poiesis anlamında bir öne-çıkma doğru bir açılım kazanmaz. Modern teknikte hâkim olan gizini-açma, doğaya, onun söküp alınabilecek ve depolanabilecek enerjiyi tedarik etmesi şeklinde makul olmayan bir talebi dayatan bir meydan okumadır (Herausfordern)” (Heidegger, 2000: 15; 1998: 55). Yani modern teknik her şeye saldırır ve her şeye kullanım amacıyla el koyan bir talebi dayatır. Peki, böyle bir gizini-açma tarzının hâkimiyeti ne zaman görülür? İnsan özne hâline geldiği yani kendi bilincinden hareketle kendi dışındaki her şey üzerinde tahakküm kurma hakkını kendinde görmeye başladığı zaman. Bu meydan okuyucu gizini-açma tarzının tahakkümü altında hiçbir şey kendi varlığında olduğu gibi görünmez. Varolanlar ile böyle bir ilişki geliştirildiğinde her şey el-altında-duran (Bestand) olarak düzenlenir. “El-altında-durma [Bestand] anlamında yardımda bulunan her şey, artık nesne [Gegenstand] olarak karşımızda durmaz” (Heidegger, 2000: 17; 1998: 59). Bestand yani el-altında-duran artık Gegenstand yani karşıda-duran/nesne değildir. Modern teknikte nesne, karşıda-duran olmaktan çıkmış yani nesne olma karakterini yitirerek el-altında-duran hâline gelmiştir. El-altında-duran hâline gelmekle birlikte nesne, düzenlenebilen, ikame edilebilen ve stoklanabilen bir hâl almıştır. Heidegger bu düzenlemede kimin rolü olduğunu şu şekilde sorar ve cevabını verir: “Sayesinde real-olan [das Wirkliche] diye adlandırılan şeyi el-altında-duran olarak gizinin-açıldığı meydan okuyucu saldırıyı kim gerçekleştirmektedir? Apaçık ki insan” (2000: 18; 1998: 60).

O hâlde bu düzenleme insanın dışında ve ona rağmen olup biten bir düzenleme değildir. İnsanın yardımıyla varolanlara bu var olma tarzını dayatan kader,

insanda da aynı hükmü sürer. “İnsanı, kendi gizini-açanı el-altında-duran olarak düzenlemek için oraya toplayan meydan okuyucu talebi” Heidegger, “çerçeveleme (Ge-stell)” diye adlandırır (2000: 20; 1998: 62). Çerçevelemenin hâkimiyeti altındaki hiçbir şey, ne ise o olarak kendini gösteremez. Dolayısıyla her şeyin varlığının hakikati gizli kalmış olur. Modern tekniğin özü yani çerçeveleme her şeyi el-altında-duran kıldığı için hiçbir varolan “kendinde-anlam” a sahip olamaz çünkü kullanılabilir olmak için hazırda bulunur hâle sokulmuştur. Bu “çerçeveleme” talebi, insanları olduğu gibi tüm varolanları kullanım için düzenlemek suretiyle kendine belirli bir yer tayin eder. Böylece varolanlar sanki insanın yapıp etmesine bağlıymış gibi görünür olurlar. İnsan da buna dâhildir.

Gizinden-çıkışmış-olan şey, insanı nesne olarak değil de fakat daha çok münhasıran el-altında-duran olarak ilgilendirir ilgilendirmez ve insan nesnesizliğin ortasında yalnızca el-altında-duranın düzenleyicisi olur olmaz, aynı insan düşüşün en uç noktasına iner; yani insan kendisinin el-altında-duran olarak ele alınacağı noktaya iner. Bu arada tam da böyle tehdit edilen biri olarak insan, kendisini yeryüzünün efendisi konumuna yükseltir. Böylece insanın karşı karşıya kaldığı her şeyin yalnızca insanın ürünü olduğu ölçüde mevcut olduğuna ilişkin yanıtıcı izlenim yaygınlık kazanır. Bu yanıtıcı izlenim, sırası geldiğinde nihai bir aldanmayı doğurur: İnsan her yerde ve daima yalnızca kendisiyle karşılaşmış gibi görünür. (Heidegger, 2000: 27-28; 1998: 71)

İfade edildiği gibi çerçevelemenin düzenleyici karakteristiği insanı da bir el-altında-duran olarak konumlandırır. Artık insan “varlığa-açıklık” (Da-sein) (6) olarak var olmaz. Yalnızca kullanıma hazır, salt bir kendinin-bilincinde olan varolan olarak mevcut-olmaya başlar. Böylece insan dâhil her bir varolan, kendilerini asli olarak var oldukları tarzı sergilemeyen bir yapı içerisinde görünür kılarlar. Bunun sebebi, insan dâhil tüm varolanlarda hüküm süren tekniğin özüdür. Modern çağda gittikçe daha nüfuz edici bir seviyede bu durum hüküm sürmektedir.

Heidegger; yalnızca modern yaşamı belirleyen makine teknolojisini ve bilimi değil sanatı, dini, etiği ve kültürü de kendinin-bilincinde olan, tasarımıyan özne olarak insanın tahakkümünde görür. Sanki, “İnsan her yerde ve daima yalnızca kendisiyle karşılaşmış gibi görünür.” ifadesi ile kastedilen de budur. Bunun sebebi de Heidegger’e göre “köklü düşünmenin” sona ermesidir: “Mantık”, “etik”, “fizik” gibi adlar da köklü düşünme [ursprüngliche Denken] sona erer ermez ortaya çıkıyorlar” (1976: 316; 2013b: 8).

Köklü düşünmenin sona ermesi, varlığın gizini tekniğin/teknolojinin özü olan çerçeveleme şeklinde açması ile başlamaktadır. Heidegger’e göre mantığa karşı düşünmek, mantıksal olmayı savunmak anlamına gelmemektedir. Mantığa karşı konu-

şulduğunda bu, düşünmenin tamlığından vazgeçmek suretiyle güdülerin keyfiyeti ile duyguların hâkim olduğu irrasyonel alanına savrulmak anlamına da gelmektedir. Mantığa karşı konuşmak yalnızca, “Logos hakkında ve onun, düşünmenin başlangıç döneminde görünen özü hakkında düşünmek yani her şeyden önce ve bunun hazırlanması için çaba göstermek” (Heidegger, 1976: 348; 2013b: 40) anlamına gelir. Benzer şekilde etik de “köklü düşünme” sona erer ermez ortaya çıkıyor. Köklü düşünmenin sona ermesiyle, “düşünme, bu boşluğun yerini tekne hâline gelerek doldurur” (Heidegger, 1976: 316; 2013b: 8). Eğer etik, köklü düşünmenin sona ermesiyle ortaya çıkıyorsa ve köklü düşünmenin sona ermesiyle de düşünme, tekne hâline yani teknolojik düşünme hâline geliyorsa o hâlde etiğin teknolojik düşünmenin bir ürünü olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Nasıl ki Heidegger’e göre mantığa karşı düşünmek mantıksal olmayı savunmak anlamına gelmiyorsa etiğe karşı düşünmek de ahlaksızlığı savunmak anlamına gelmez (1976: 354; 2013b: 46). Etiğe karşı düşünmenin ahlaksızlığı savunmak olmadığını 4. bölümde detaylı olarak inceleyeceğiz. Varlık ile teknoloji arasındaki ilişkiye dair sorgulamamızın bu noktasında artık etik ile teknoloji arasındaki ilişkiyi daha detaylı olarak ele alabiliriz.

3. Teknoloji ve Etik İlişkisi

Varlık ve teknoloji ilişkisine dair yapılan analizin sonucunda Heidegger’e göre etiğin teknolojik düşünmenin bir ürünü olduğu tespitine ulaşmış olduk. Bu iddianın detaylarına vâkıf olabilmek açısından Heidegger’in özellikle Hümanizm Üzerine (7) ve Gelassenheit başlıklı metinlerine yoğunlaşacağız. Bu metinler münhasıran etiğe dair bir analiz içermemekle beraber Heidegger’in etikle ilgili düşüncesine dair önemli veriler barındırmaktadırlar. Hümanizm Üzerine başlıklı metninden yukarıda yaptığımız alıntıda (“Mantık”, “etik” ve “fizik” gibi adlar köklü düşünme sona erer ermez ortaya çıkıyorlar”), Heidegger köklü düşünme ile neyi kastetmektedir? Bu sorunun cevabı, düşünce tarihinde etik alandaki tartışmalara dair tespitler yapmamıza imkân sağlayacaktır.

Heidegger, etiğin köklü düşünmenin sona ermesi ile ortaya çıktığını ifade ettiği açıklamalarının devamında şunu da belirtir: “[...] Düşünme-basit olarak söylenirse-varlığın düşünmesidir” (1976: 316; 2013b: 8). Buradaki iyelik ekinin de iki anlama geldiğini belirtir: “Düşünme varlıktan olagelerek varlığa ait olduğu için varlığın düşünmesidir. Aynı zamanda düşünme varlığa ait olurken varlığı dinleyerek varlığın düşünmesidir” (1976: 316; 2013b: 8). Kanaatimizce “varlığın düşünmesi”ndeki iyelik ekinin birinci anlamı “köklü düşünme”yi kastetmektedir. Heidegger ikinci anlam ile varlığı dinleyerek düşünmenin, kendi öz kökenine göre düşünme olduğunu ifade eder. Böyle düşünme de bir “nesneyi” veya “kişiyi” özünde korur ve gözetir (Heideg-

ger, 1976: 316; 2013b: 8). Bu düşünme tarzının, Gelassenheit metninde “sükûnetle derin düşünme” olarak adlandırdığı düşünme tarzına karşılık geldiği kanaatindeyiz.

Gelassenheit başlıklı metninde Heidegger, iki düşünme türünden bahseder: “Hesaplayan düşünme” (das rechnende Denken) ve “sükûnetle derin düşünme” (das besinnliche Nachdenken). “Sükûnetle derin düşünme”yi “hesaplayan düşünme”nin karşısına yerleştirir.

Hesaplayan düşünme, hiç durmaz, sükûnetle düşünmeye varmaz. Hesaplayan düşünme, bir sükûnetle derin düşünme değildir, var olan her şeyde işleyen anlam üzerine tefekkür etmez. (1960: 15; 2013a: 10)

Sükûnetle düşünme, bir tasavvura tek taraflı asılıp kalmamayı, tasavvur yönelmesinde tek bir hatta koşmaya devam etmememizi bizden talep eder. Sükûnetle düşünme, ilk görünüşe göre kendi içinde katıyen birlik olmayan böyle bir şeye kendimizi bırakarak yaşmamızı talep eder. (1960: 24; 2013a: 17)

Heidegger’in “varlığın düşünmesi” ibaresini çözümlerken oradaki iyelik ekinin ikinci anlamının “varlığı dinleyerek düşünme ve bunun da ‘nesneyi’ veya ‘kişiyi’ özünde koruma” anlamına geldiğini ifade ettik. Bu açıklama, Heidegger’in “sükûnetle düşünme [...] bir şeye kendimizi bırakarak yaşmamızı talep eder” açıklaması ile örtüşmektedir. Nesneyi veya kişiyi özünde korumak, onun ne olduğuna dair özne tarafından belirlenmiş bir çerçeveyi dayatmak değil, ona kendimizi bırakarak yaşmak anlamına gelir. Böylece sükûnetle derin düşünme, varlığa kulak kesilmek suretiyle varolanlarla dolaylı bir ilişki kurar. Onları kendilerinde kendilerini nasıl sunduklarından hareketle yani kendi varlıkları içerisinde yakalamaya çalışır. Köklü düşünce tam da böyle bir dolaylı ilişkinin yani sükûnetle derin düşünmenin ortadan kalkması ve dolaylı bir ilişkinin geliştirilmesi yani hesaplayan düşünmenin ortaya çıkmasıyla sona erer. Sükûnetle derin düşünme ortadan kalkınca düşünmenin, köklü düşünme yani “varlıktan olagelerek varlığa ait olduğu için varlığın düşünmesi” ile bağı kopar. Böylece varolanlar hesaplayan düşünmenin zihinsel süreçlerinin ürettiği kavramsal çerçevelere göre konuşturulmaya, yakalanmaya çalışılır. Bunun, tekniğin özü olan çerçevelemenin karakteristiği olduğunu ifade etmiştik. İşte varlık bu çerçeveleme tarzına göre gizini-açmaya başladığı anda sükûnetle derin düşünme yerini teknolojik/hesaplayan düşünmeye bırakır. Etik de bir disiplin olarak böyle bir teknolojik düşünmenin yani hesaplayan düşünmenin alanına ait olur.

Heidegger, Julie Kuhlken’in da ifade ettiği gibi (2014: 372), etik kavramıyla ilintili tehlikelerden bahseder. Birinci tehlike, etiğin bilimsel-teknolojik bir düşünme tarzına dönüşmesi, bir “disiplin” olmasıdır. Bir disiplin olarak etik, eylemden ayrılır

(Heidegger, 1976: 354; 2013b: 45-46). Artık belli etik ilkeler ve onlara göre gerçekleştirilen eylemler vardır. Heidegger, bu tarzda düşünmenin başlangıcının Platon ve Aristoteles’e kadar uzandığını belirtir. Düşünme bu filozoflarda bile yapıp etmenin hizmetinde olan bir çeşit kafa yorma yöntemi, bir tekhné olarak kendini gösterir (Heidegger, 1976: 316; 2013b: 8). O nedenledir ki düşünme kendi başına ele alındığında “pratik” olmamış olur. Düşünmenin teorik bir etkinlik olarak belirlenmesi aslında düşünmenin “teknik” yorumu içinde gerçekleşmektedir. Bu, yapıp etme yani eylem karşısında düşünmeye bağımsızlık kazandırmaya çalışan bir çabadır. Bundan dolayı Heidegger, “düşünmenin teknik yorumlanmasından kendimizi kurtarmamız gerektiğini” belirtir (1976: 314; 2013b: 6).

Etğin, bilimsel-teknik bir düşünme tarzına dönüştüğünde eylemden ayrıldığını ifade ettik. Burası oldukça önemli bir husus olduğu için üzerinde biraz daha durmak icap eder çünkü etik, eylem ile ilintili olarak düşünülen bir alana gönderme yapmaktadır. Oysa etğin bilimsel-teknik bir düşünme tarzına dönüştüğünde eylemden ayrıldığını ifade etmekle, etğin varlık sebebinin ortadan kalktığına işaret edilmiş olunur. Bunlarla neyin kastedildiğini görebilmek için bazı etik yaklaşımlara kısaca değinmek yerinde olacaktır. Bu minvalde etik yaklaşımlarda genel olarak iki ana eğilimi temsil etmesi bakımından deontolojik ve faydacı (utilitarian) etik anlayışlarına bakmak kâfidir. Daha sonra incelenmek üzere üç büyük normatif etik yaklaşımın sonuncusu olan erdem etğini (8) şimdilik bir kenarda tutacağız.

Bu etik yaklaşımlardan deontolojik yaklaşım -ki başlıca savunucusu Immanuel Kant’tır- eylemin kendisinden ziyade eylemin maksimine yani eyleyenin niyetine odaklanır. Deontolojik yaklaşıma göre, eylem sonucu bireysel ve toplumsal faydayı artırsa bile eğer eylemin maksimi bir evrensel yasa olacak durumda değilse, eylemin kendisi ahlaki bir eylem değildir. Ödev ahlaki olarak da adlandırılan Kant’ın deontolojik etik yaklaşımının temel ilkesi “sadece, aynı zamanda evrensel bir yasa olmasını isteyebileceğin maksime göre hareket et”tir (Kant, 2011: 70-71). (9) Bu ödev ahlaki, “nesnel olarak, eylemin yasaya uygunluğunu isterken; öznel olarak, yani maksimleri bakımından da iradenin yasayla belirlenmesinin tek yolu olarak yasaya saygı ister” (Kant, 1985: 116-117). Böylece deontolojik etik yaklaşımda ahlaki olup olmama durumu, eylemin etkisiyle değil de eyleyenin niyetiyle ilgili olduğundan niyet de eyleyenin eyleminin maksimi olduğundan, eyleyenin öncelikle maksimi üretmesi gerekir. “Yani onun, ne yapmak istediğini, hangi amaç için yapacağını doğru şekilde betimleyen öznel ilkeyi formüle etmesi gerekir. Daha sonra kategorik emir ile failin/[eyleyenin] maksimi arasındaki ilişki ahlaki açıdan değerlendirilebilir” (Yılmaz, 2012: 123).

Faydacı etik yaklaşımda -ki başlıca savunucuları Jeremy Bentham ve John Stu-

art Mill’dir- eylemin kendisinden ziyade onun sonucuna odaklanılır. Bu yaklaşımda temel amaç, bireyin ve toplumun faydasına olacak eylemleri ahlaki olarak doğru, zararına olacakları ise ahlaki olarak yanlış eylemler olarak konumlandırmaktır. Temel ilke, “en büyük topluluk için en büyük iyilik” (the greatest goodness for the greatest number) ilkesidir (Pojman ve Fieser, 2012: 102). Jeremy Bentham’a göre uygulanacak yalnızca bir temel ilke vardır o da, “Hazzı artır, acıyı azalt.” (Maximize pleasure and minimize suffering) ilkesidir (Pojman ve Fieser, 2012: 104). Bu iki ilke de aynı yaklaşımın farklı ifadeleridir. Bir eylemin bireyin ve toplumun yararına olup olmadığının tespiti veya bireyin ve toplumun hazzını arttırıp acısını azalttığının tespiti eylemin sonucuyla ilintilidir. Dolayısıyla deontolojik yaklaşıma karşıt olarak eylemin sonucuna odaklanılmaktadır. Heidegger bu ve benzeri etik yaklaşımların, teknolojik düşünmenin veya hesaplayan düşünmenin ürünü olduğunu ve düşünmeyi eylemden ayırdığını ifade eder. Deontolojik yaklaşım, yasaya saygıya ve maksimin yasa olup olamayacağına dikkat kesilirken eylemin kendisini gözden geçirir; faydacı etik yaklaşım da eylemin sonucuna odaklanmak suretiyle deontolojik yaklaşım gibi eylemin kendisine dikkat kesilmez. Böylece bu ve benzeri etik yaklaşımlar hesaplayan düşünmenin, bilimsel-teknolojik düşünmenin gereği olarak eylemi, ondan ayrı olarak belirlenen bir düşünceye, ilkeye göre değerlendirirler. Oysa eylemin kendisi önemli olduğu kadar Heidegger’e göre düşünceden de ayrılamaz.

Heidegger Hümanizm Üzerine’nin başında, özellikle “eylem” (Handeln) üzerinde durmaktadır. Eylemin özü hakkında yeterince kafa yormadığımızı belirttiikten sonra “eylemenin” sadece bir etkinin “etkilemesi” (Wirken) olarak biline geldiğini ifade eder (1976: 313; 2013b: 5). Bu etkilemenin gerçekliğinin de sağladığı “fayda” ile ölçüldüğünü belirtir. Oysaki Heidegger’e göre, “Eylemenin özü, yerine getirmektir. Yerine getirmek [Vollbringen], bir şeyi kendi özünün dolgunluğuna erdirmek, tamamlamak, producere anlamına gelir” (1976: 313; 2013b: 5). Heidegger’e göre düşünme uygulamaya konulmak suretiyle bir etkide bulunduğu eylem hâline gelmez. Çünkü düşünme, hesaplayan düşünmenin yaptığı gibi öncelikle kavramsal bir analiz yapmak ve onu pratiğe geçirmek değildir. Düşünme yani köklü düşünme, “Varlığın hakikatini söylemek için kendini varlığa kullanır” (Heidegger, 1976: 313; 2013b: 5). Varlık soyut, mutlak, zaman-üstü bir varolan olmadığı ve kendisini varolanın varlığında açılmadığı için, düşünme “varlığın hakikatini söylemek için kendini varlığa kullandığı” zaman aslında pratik bir iş yapmaktadır. Yani eylem ile düşünme iç içe geçmektedir. Eylem bir düşünme, düşünme de bir eylem olmaktadır (Heidegger, 1976: 361; 2013b: 55).

Heidegger’in etik kavramıyla ilintili olarak dile getirdiği ikinci tehlike ise kendi düşüncesinin cari terminoloji ile karıştırılmasıdır. Cari terminolojinin arka planında

bir tarafta belirli ahlaki buyruklar, diğer tarafta olduğu-gibi-duran-cahil-bir-insan-doğası görüşü vardır (MacIntyre, 2001: 90). Aslında bu yaklaşım, Aristoteles’in çizmiş olduğu şemanın önemli bir eksikle yeniden ifadesidir. Aristoteles’in şemasında şu üçlü yapı vardır: “Cahil-insan-doğası, kendi-telos’unun-bilincine-vardığında-olabilecek-insan ve bir durumdan diğerine geçişi sağlayacak ahlaksal buyruklar” (MacIntyre, 2001: 90). Fakat MacIntyre’in da ifade ettiği gibi, Katolik ve Protestan ilahiyata yöneltilen laisist karşı çıkışlar ve Aristotelesçiliğin bilimsel ve felsefi açıdan reddi, “kendi-telos’unun-bilincine-vardığında-olabilecek-insan” unsurunun dışlanması yol açmıştır (2001: 90). Böylece etiğin bütün amacı, insanın o an içinde bulunduğu durumdan asıl hedefe geçişini mümkün kılmak olacaktır. İnsanın asıl doğasının ve ona bağlı telos ögesinin dışlanması, geriye aralarında hayli muğlak bir ilişki bulunan iki ögeden oluşan bir ahlak şeması bırakmıştır (MacIntyre, 2001: 90). Yukarıda deontolojik etik ve faydacı etik yaklaşımlarına dair yaptığımız analizde tam da böyle bir durum söz konusudur. Diğer bir ifade ile etik, öznenin hesaplayan düşüncesinin belirlediği ahlaksal ilkelere göre eylemek olarak belirlenir ve bir disiplin hâlini alır. Böylece etik, Heidegger’e göre, özne olarak insana zeminlenmiş olur.

Heidegger’in konuyla ilintili düşüncelerini merkeze alarak teknoloji ve etik ilişkisine dair yürüttüğümüz bu soruşturmada, kökeni Antik Yunan’a uzanan etiğin, teknolojik düşünmenin çerçevelediği, özelleşmiş ve özneye zeminlenmiş bir disiplin olduğunu tespit ettik. Şüphesiz etik; temelde iyi-yaşama dair, yaşamın nasıl olması gerektiğine dair bir soruşturmadır. Peki, teknolojik düşünmenin çerçevelediği etiğin temel iki eğilimi olan deontolojik ve faydacı etik, “iyi-yaşam” imkânına dair bize ne söylemektedir? Söz konusu etik yaklaşımların iyi-yaşam kavramından uzaklaştıklarını (Kuhlken, 2014: 374) söyleyebiliriz çünkü bu tarz etik yaklaşımlar, Aristoteles’in ifadesiyle “insani varoluşun özü olan eylemin” (Creel, 2001: 130) kendisi dışında bir ilkedan hareketle ahlaki değerlendirmelerde bulunmaktadır. Diğer bir ifadeyle belli bir ilkeye göre eylemenin, doğru davranışı doğuracağı varsayılmaktadır. Oysa iyi-yaşam ne ilke ile ne de eylemin sonucu ile ilgilidir. Bilakis iyi-yaşamın, insanın her an bir eylem içerisinde bulunması sebebiyle eylemin bizatihi kendisi ile ilgili olduğunu iddia edebiliriz. Fakat bu etik yaklaşımlar, eylemin bizatihi kendisini gözden kaçırmaktadırlar.

Giriş kısmında da ifade ettiğimiz gibi bu makale sadece teknoloji ve etik ilişkisine odaklanmış bir çalışma olmaktan ziyade iyi-yaşamın imkânına dair soruşturmayı da hedeflemektedir. Bunun sebebi, teknolojik düşünmenin çerçevelediği etik yaklaşımın ufku içinde iyi-yaşam fikrinin problemlili hâle gelmesidir. Burada böyle bir soruşturmanın eksik bırakılması, deontolojik ve faydacı etik gibi cari etik yakla-

şımların yaşamı düşünce ve eylem olarak parçalayan zeminini gösterdikten sonra konuyu bir sonraki adıma taşıyıp alternatifin ne olabileceğine dair fikir yormamak olacaktır. Bu ise çalışmamızın başlangıçtaki hedefine muarız bir durum oluşturur. Burada altı çizilmesi gereken husus, “iyi-yaşam” a dair soruşturmamızın hedefinin bu kavramın tüm veçhelerini ele alıp incelemek değil, onun imkânına dair bir analiz yapmak olmasıdır. Bununla da eylem ve düşünce birlikteliğini problemlili hâle getiren cari etik yaklaşımlardan farklılaşan, eylem-düşünce birlikteliğine zemin oluşturan yeni bir etik ilişkinin imkânına dair bir soruşturma kastedilmektedir. Dolayısıyla iyi-yaşama dair soruşturma, doğrudan yaşamın karakteristiğine değil eylem-düşünce birlikteliğinin imkânına dair olacaktır.

4. “İyi-Yaşam” İmkânına Dair

İyi-yaşam imkânına dair bir soruşturmanın ifade ettiğimiz gibi, iyi-yaşam imkânını problemlili hâle getiren teknolojik düşünmenin ürünü olan etik yaklaşımdan farklı bir etik yaklaşıma doğru ilerlemesi gerekir. Diğer bir ifadeyle eylem ve düşünce ikiliğini doğurarak eylemi tali kılan teknolojik düşüncenin temellendirdiği etik yaklaşımdan farklılaşan ve eylem-düşünce birlikteliğine zemin hazırlayan bir etik yaklaşım arayışını sürdürmek icap eder. İyi-yaşam kavramı etrafında yapılan bir soruşturma, bu kavramın farklı veçhelerine odaklanabilir fakat biz burada bu kavramın temelini teşkil eden eylem ve düşünce ilişkisine odaklanacağız. O hâlde sormamız gereken şu: Bizi teknolojinin ürünü olan etik yaklaşımlardan uzaklaştıran, düşünceyi eylemden ayırmayarak “iyi-yaşam” imkânını da ortadan kaldırmayan bir etik yaklaşım mümkün müdür? Teknoloji ve etik ilişkisine dair önemli tespitlerde bulunmamızı sağlayan Heidegger düşüncesinin etik içeriğinin böyle bir ufku bize sunduğu kanaatindeyiz. Bu içeriğin ne olduğuna şimdi biraz daha yakından bakalım.

Heidegger, Varlık ve Zaman’ı yayımlamasından hemen sonra genç bir arkadaşının ona şu soruyu yönelttiğini yazar: “Ne zaman bir etik yazacaksınız?” (1976: 353; 2013b: 45). Bu soruyu soran arkadaşının Heidegger’den böyle bir beklenti içinde olmasının gerekçesi neydi? İsmi vermediği genç arkadaşına göre Heidegger, Varlık ve Zaman’da insanın özüne dair oldukça derinlikli bir analiz yapmıştı. Bu analizde insan, özne merkezli düşüncenin yaptığı gibi, varolanın merkezi hâline getirilmez; yalnızca varlığın hakikati sorusundan hareketle ona bir yer tayin edilir. İşte insana böyle bir yer biçilince Heidegger’in genç arkadaşına göre, “Herkes için geçerli bir yönerge arzusu, Ek-sistenz’den (10) hareketle varlık tecrübesi edinmiş insanın kaderine uygun olarak nasıl yaşaması [iyi-yaşamı] gerektiğini söyleyen kuralları ortaya koyma isteği uyan[dır]ır” (Heidegger, 1976: 353; 2013b: 45). He-

idegger’in, genç arkadaşının yorum ve beklentisine dair cevabı etik düşünceye karşı yaklaşımını da göstermektedir:

İnsanın açık çaresizliği olduğu kadar gizli çaresizliği de ölçülemez bir hâle geldiğinde, bu etik arzusu kendini daha da çok hissettirir. Tüm çabalar etik aracılığıyla insanları bağlamaya hasredilmelidir; böylece kitle toplumuna terk edilmiş olan tekniğin insanı bütünüyle kendi planlarının ve eylemlerinin yalnızca tekniğe uygun bir şekilde toplanması ve düzenlenmesi sayesinde daha güvenilir bir dayanıklılığa kavuşturulabilecektir. (1976: 353; 2013b: 45)

Görüldüğü üzere Heidegger, evvelce ifade edildiği ve bu alıntının bir kez daha dile getirdiği gibi etiğin, insanın çaresizlik durumundan çıkma çabasının ve güven arayışının bir ürünü olduğunu düşünüyor. Bu güven arayışının da tekniğin özünün yani çerçevelemenin genel karakteristiği olduğunu görmüştük. İşte bu sebeplerden dolayı Heidegger’in, bizzat kendisinin yaptığı şey için etik adını kullanmaya her zaman direndiğine işaret etmemiz gerekir. Nitekim yukarıda kendisinin etik hakkında dile getirdiği tehlikeleri analiz ederken de bunu görmüştük. Ancak bu, Fredrik Svenaeus’un (2012: 13) ve Joanna Hodge’in da (2001: 1-3) ifade ettiği gibi, Heidegger’in düşüncesinin etiğin ilgili olduğu alan ile ilintili bir boyutunun olmadığı anlamına gelmez. Heidegger’in düşüncesinin etikçi etiketine direnmesinin nedeni, yukarıda ifade ettiklerimize ilaveten etiğin kendilerini etik filozoflar olarak adlandıran uzmanlar için kurumsallaşmış bir alan hâline gelmesidir. Etik çok kolay bir şekilde salt kurallar bütünü hâline gelebiliyor. Ahlaki rehberliğin istendiği veya en azından isteniyormuş gibi görüldüğü durumlara önceden hazırlanmış ilkeleri uygulama oyununa dönüşebiliyor. Heidegger’in bir disiplin olan etiğe karşı oluşu, önceden teorik olarak hazırlanmış ilkelerin yaşama uygulanmasına karşı bir tutum olarak yorumlanabilir. Ama bu tutumu, Heidegger’in kendi düşüncesinin etiğin ilgi alanı olan iyi-yaşama dair bir şey söylemediği anlamına gelmez. Heidegger’in Hümanizm Üzerine’deki şu ifadeleri, etiğin ilgili olduğu alan ve değerlere dair kendi tutumunu bize göstermektedir:

Değerlere karşı olan düşünme, “değerler” diye kabul edilen “kültür”, “sanat”, “bilim”, “insan onuru”, “dünya”, “tanrı”nın değersiz olduğunu iddia etmez. Tam tersi, artık nihayet kabullenme zamanı gelmiştir ki, bir şeyin “değer” diye adlandırılmasıyla, öyle değerlendirilenin aslında onuru yok edilmektedir. Şöyle ki: Bir şeyin değer olarak görülmesiyle birlikte o, değerlendirilene, onun sadece insanın değer biçmesinin nesnesi olmasına izin veriliyor demektir. Oysa bir şeyin kendi varlığı içinde olması, onun nesnelliliğiyle tüketilmez, hele hele nesnellik, değer karakterini almışsa hiç tüketilemez. Olumlu değerlendiriyor olsa da her türlü değerlendirme bir özneleştirmedir [Subjektivierung]. Değerlendirme varolanın olmasını sağlamaz, onu sadece kendi yapıp etmelerinin nes-

nesi olarak geçerli kılar. Değerlerin nesnellliğini kanıtlamaya çalışan bu tuhaf çaba ne yaptığını bilmemektedir. Ve nihayet “tanrı” “en yüksek değer” olarak ilan edildiğinde bu, tanrının özünün aşağılanmasıdır. Değerlendirerek düşünmek, burada ve her yerde, kendini varlığa karşı düşündüren en büyük haksızlıktır. Bu nedenle değerlere karşı düşünme, değersizlik için ve varolanın hiçliği için davul zurna çalmak yerine, şu anlama gelir: Varolanın özneleştirilerek sırf bir nesne yapılmasına karşı varlığın hakikatinin ışınmasını düşünenin önüne getirmek. (1976: 349; 2013b: 41)

Heidegger’in de ifade ettiği gibi asıl problem, kendisini her şeye değer biçme konumunda gören bir insan anlayışında yatmaktadır. Diğer bir ifadeyle asıl sorun neyin doğru neyin yanlış, neyin iyi neyin kötü, neyin değerli neyin değersiz olduğuna kendini merkeze alarak karar veren insan anlayışından kaynaklanmaktadır. Bu yaklaşım her şeye kendi değerini verme iddiasında iken, o şeyin kendisinde bizzatıhi mevcut değeri yakalamaktan ziyade kendi kurgusu ve güvenlik endişesinin bir sonucu olarak ona değer biçmektedir. Böylece her bir varolanın değeri öznenin verdiği yargılara göre belirlenmiş olmaktadır. Acaba varolanlarla böyle bir ilişki kurmaya insan mahkûm mudur? Acaba insanın bir şeye değerini vermekten ziyade o şeyin kendinde ne ise o olarak kendini göstermesine vasıta olması, yaşama dair farklı bir bakış açısı ve yaklaşım imkânı doğurabilir mi? Bu sorunun cevabını, Heidegger’in düşüncesinin etik alanla ilgili içeriğini ve insanın özüne dair düşüncelerini açıklamaya devam etmek suretiyle vereceğiz.

İnsanın, Aristoteles’ten itibaren “akıl sahibi canlı” (animal rationale) olarak tanımlanmasına ve böyle düşünülen insanın Descartes’ın müdahalesiyle nihai olarak “özne” konumuna yerleştirilmesine Heidegger’in itirazı vardır (1988: 24-29; 2006: 48; 2018: 87). Bizi diğer canlılardan ayıran şeyin akıl olmasına yapılan bu vurgunun problemliliğini düşünen Heidegger, insanın “özünü” (Wesen) (11) “dünya-içinde-varolma” (In-der-Welt-sein) olarak tanımlamaktadır. Varlık ve Zaman’da analiz edilen temalar arasında önemli bir yer kapsayan bu tespitiyle Heidegger’in kastının ne olduğunu özlü bir şekilde ifade eden Hümanizm Üzerine metnine başvurarak görmeye çalışalım.

İnsan özünü dünya-içinde-varolmakta sürdürür ifadesi, teolojik-metafizik anlamda insanın bu dünyaya mı yoksa öteki dünyaya mı ait bir varlık olduğuna dair kararı içermez. (1976: 350; 2013b: 42)

Dünya-içinde-varolmak ifadesinin, homo humanus’un humanitas’ının temel özelliği olması, insanın Hristiyanlıkta anlaşıldığı şekliyle sadece dünyevi bir varlık olarak tanıya yüz çevirmiş, hatta “aşkınlık”tan kopmuş olduğunu iddia etmez. [...] “Dünya-içinde-varolmak”taki “Dünya” kesinlikle ilahi olandan farklı biçimde fani varolan anlamına gelmediği gibi, “tinsel” olandan farklı olarak “dünyevi” olan anlamına da gelmez. Bu

belirlemede “Dünya” hiçbir şekilde varolan ve varolanın alanı anlamına gelmez, varlığın açıklığı anlamına gelir. (1976: 349-50; 2013b: 42)

Böyle bir öze yani dünya-içinde-varolma yapısına sahip olan insan varoluşsal bir yapıya sahip olur. Yani zamanın şimdiki anına hapsolan öznenin aksine, şimdide var olurken diğer anları ile de ilişki içinde olan bir varolandır. Şimdiki zamanda varken geleceğe sarkan, geçmişle ilişkisi olan bir varolan. Hatta tam da geleceğe sarkması ve geçmişle ilişkisi onun şimdideki mevcudiyetini belirler. Ek-sistenz kavramı da, Heidegger’e göre, bu anlamlara gelmektedir.

İnsanın özünü, sadece akla sahip canlı olması veya düşünmesinden ibaret görmeyen fakat dünya-içinde-varolma olarak belirleyen bu yaklaşım, insanı her şeye değerini veren bir özne konumuna yerleştirmez. Öznenin, kendini merkeze koyarak belirlediği değer ölçütlerine karşı düşünmeğe de bir zemin hazırlar. Ancak sondan bir önceki alıntıda ifade edildiği gibi, öznenin belirlediği değerlere karşı düşünmek varolanı değersizleştirmek anlamına gelmemektedir. Bilakis varolanın öznenin belirlediği standartlara göre var olmasına karşı direnmektir. Her şeyi bir el-altında-olana dönüştürme yaklaşımına karşı durmaktır. İnsanın varolana dayattığı kavramsal çerçeveyi paranteze alıp varlığın hakikatinin ışımalarının, düşünmenin önüne gelmesine imkân sağlamaktır. İnsanın varoluşsal yapısını dikkate alan bir yaklaşımda “dünya” kullanıma amade bir stok olarak görülmez. Böylece “dünya” hiçbir şekilde varolan ve varolanın alanı anlamına gelmez, varlığın açıklığı anlamına gelir” (Heidegger, 1976: 350; 2013b: 42).

İnsanın özünü dünya-içinde-varolma olarak belirleyen bu yaklaşımın, insanı özne olarak konumlandıran Kantçı (12) (deontolojik) ve faydacı etik gibi eylemi düşünceden ayıran anlayışlardan farklı bir etik anlayışa kapı araladığını söyleyebiliriz. Bu yönü itibariyle, diğerlerinden ziyade Heidegger’in yaklaşımının Aristoteles’in yaklaşımına yani erdem etiğine daha yakın durduğunu ifade edebiliriz. Etik yaklaşımları kısaca açıklarken (Aristoteles’in) erdem etiğini sonra açıklamak üzere bir kenarda tutmuştuk. Şimdi Aristoteles’in erdem etiğinin özelliklerine kısaca baktıktan sonra Heidegger’in etiğin ilgili olduğu alana dair yaklaşımının neden deontolojik veya faydacı etikten ziyade Aristoteles’in erdem etiğine yakın durduğunu görebileceğiz. Yapılacak olan bu inceleme, Heidegger’in düşüncesinin etiğin ilintili olduğu alana dair içeriğini daha görünür kılacak ve bu içeriğin iyi-yaşama imkânına dair sunduğu ufku belirleyecektir.

İfade ettiğimiz gibi Aristoteles’in etiği, erdem etiği olarak bilinir. Erdemli bir insanın “gerektiği zaman, gereken şeylere, gereken kişilere karşı, gerektiği için, gerektiği gibi” davranacağını belirtir (Aristoteles, 2009: 1106b20; 2018: 1106b20). Burada

Aristoteles'e göre erdemlerin nasıl kazanıldığını tespit etmek önem arz ediyor. Erdemleri Aristoteles, düşünce erdemleri (tas dianoêtikos) ve karakter erdemleri (tas êthikas) diye ikiye ayırır. Bilgelik, doğru yargılama ve akli başındalık (phronêsis) gibi erdemleri düşünce erdemleri olarak adlandırırken; cömertlik, ölçülülük gibi erdemleri ise karakter/ahlak erdemleri olarak belirliyor (Aristoteles, 2009: 1103a5-10; 2018: 1103a5-10). Düşünce erdemleri, eğitimle edinilirken karakter erdemleri alışkanlıklardan (ethos) edinilir (Aristoteles, 2009: 1103a15-20; 2018: 1103a15-20). Bu sebeptendir ki karakter erdemlerinin hiçbiri bizde doğa vergisi olarak bulunmaz. Aristoteles, doğal olarak verili olan bir şey başka türlü alışkanlık kazanamadığı için erdemlerin ne doğal olarak ne de doğaya aykırı olarak edinildiğini, ama onları edinebilecek bir doğal yapımızın olduğunu ve alışkanlıkla da onları geliştirebileceğimizi belirtir (2009: 1103a25; 2018: 1103a25). Karakter erdemleri edinilirken Aristoteles'e göre bilmek çok az önemlidir. Örneğin adil olma erdemine, adil olmanın bilgisine sahip olmaktan ziyade adil davranma davranma yani adil yaşama pratiğiyle sahip olunabilir. Diğer erdemler de hakeza. O sebeptendir ki etkinlikleri (Energeia) gençlikten itibaren belli bir şekilde gerçekleştirmek gerekir. Diğer bir ifadeyle bir erdem ancak tatbik edilmek suretiyle öğrenildiği için erdemli yaşama arzusunda olanın gençlikten itibaren erdemli yaşamaya (ç)alışması gerekir. Aksi takdirde Aristoteles'e göre doktorunu iyi dinlemekle beraber dediklerini yapmayan hastanın şifa beklemesi gibi bir durum ortaya çıkar.

O hâlde, "Adil işler yaparak kişi adil, ölçülü işler yaparak kişi ölçülü olur." sözü yerindedir. Bunları yapmayınca da hiç kimsenin hiçbir zaman iyi olması söz konusu olamaz. Ne var ki insanların çoğu bunu yapmıyor, söze sığınıp felsefe yaptıklarını, böylece de erdemli olacaklarını sanıyorlar; doktorları dikkatle dinleyen ama onların yap dediklerinden hiçbirini yapmayan hastalara benzer bir şey yapıyorlar. Böyle tedavi görmekle nasıl bunların bedeni iyileşmeyecekse, onların ruhları da böyle felsefe yapmakla iyi olmayacaktır. (2009: 1105b8-18; 2018: 1105b8-18)

Erdemlerin yapıla edile kazanıldığını belirten Aristoteles, erdem bir huy (heksis/character) olduğunu da ifade eder (2009: 1106a-10-11; 2018: 1106a10-11). Her erdem neyin erdemi ise, onun iyi durumda olmasını ve kendi işini iyi gerçekleştirmesini sağlar. İnsanın erdemi de insanın iyi olmasını ve kendi işini iyi gerçekleştirmesini sağlayan huydur (Aristoteles, 2009: 1106a23-24; 2018: 1106a23-24). O hâlde erdem özelliği iyilik yapmaktır, güzel şeyler yapmaktır (Aristoteles, 2009: 1120a12-14; 2018: 1120a12-14). Gerektiği zaman, gereken şeylere veya kişilere karşı, gerektiği için gerekeni yapmak, erdeme özgü bir durumdur. Aristoteles'in bu yaklaşımı bir şeyi işlevine göre düşünme üzerine temellenir.

İnsan işlevsel bir kavram olarak kullanıldığında tıpkı "saat" in "iyi saat", "çiftçi" nin

“iyi çiftçi” ile bir olması gibi “insan” demek de “iyi insan” anlamına geliyor. Aristoteles’te, “insan” ile “iyi-yaşam” arasındaki ilişki de buradan hareketle sorgulanıyor. İnsanı işlevsel bir kavram olarak düşündüğümüzde, onu “her biri kendine özgü anlam ve amaca sahip bir roller bütününe yerine getiren” biri olarak düşünürüz (MacIntyre, 2001: 96). Örneğin ben bir insan olarak bir oğul, bir erkek kardeş, bir akademisyen gibi rolleri yerine getirmekteyim. Fakat bir insan olarak bu rollerden ayrı ve onlardan önce gelen bir birey olarak düşünülür isem o zaman bir “insan” olarak işlevsel bir kavram olmaktan çıkarım (MacIntyre, 2001: 95-96). O hâlde, “Kişiler ve eylemler dahil iyi ya da kötü denmeye uygun her çeşit şey, aslında, birtakım verili, kendine özgü amaç ve işleve sahiptir” (MacIntyre, 2001: 97). Böyle bir yaklaşım bir şeye iyi derken olgusal bir önerme kurmaktadır. Bununla kastedilen ise belirli bir eylemin doğru ya da haklı olduğunu belirttiğimizde böyle bir durumda iyi bir insanın yapacağı eylemin o olduğunu dile getirmektir. Bu tür önermeler de olgusal önermelerdir. Yani klasik gelenekte, ahlaki ve değerlendirci önermeler, olgusal önermelerle aynı şekilde ve aynı yolla doğru ya da yanlış kabul edilir. (13)

Bütün bu analizlerin nihayetinde her ne kadar temel bazı farklar olsa da Heidegger’in düşüncesinin etiğin ilgili olduğu alana dair içeriğinin, diğer etik yaklaşımlardan ziyade Aristotelesçi erdem etiğine yakın durduğunu ifade edebiliriz. Bu hususa biraz daha yakından bakacak olursak şunu görürüz: Felsefenin diğer branşlarıyla olduğu kadar etiğin ilgili olduğu anlan ile ilgili olarak da Heidegger, felsefenin alışlagelmiş fikir yürütmesinden farklı olarak pre-Sokratiklere (ve şairlere) doğru bir geri adım atmaktadır. Heidegger’in Aristoteles etiğinin öncesine geri dönme çabası, ethosa ulaşmanın bir yoludur.

“Etik” ilk kez “mantık” ve “fizik” ile birlikte Platon’un okulunda ortaya çıkar. [...] Bu çağdan önceki düşünürler ne bir “mantık” ne bir “etik” ne de bir “fizik”ten haberdardılar. Fakat buna rağmen onların düşünceleri ne mantıksızdır ne de ahlaksız. [...] Sofokles’in tragediyaları [...] söylemlerinde ethos’u, Aristoteles’in “etik” derslerinden daha köklü olarak saklar. (Heidegger, 1976: 354; 2013b: 46)

Ethos ile etik arasındaki ayrımın esasen tarihsel karakteri Heidegger tarafından tam da burada yakalanmaktadır. Heidegger etik ile ethos arasında bir ayrım yaparak ethos lehinde bir tutum benimser. “Ethos, bir yerde bulunmak, ikamet edilen yer anlamına gelir. Bu söz, insanın ikamet ettiği açık alanı kasteder. Onun bulunduğu yerin açıklığı, insanın özüne ait olanı ve böylece de oraya gelişinde onun yakınlığında bulunanın görünmesine izin verir. İnsanın eğleşmesi, insanın özünde ait olduğu şeyin gelişini içerir ve korur” (Heidegger, 1976: 354; 2013b: 46). Bu ifadeler ile Heidegger, Herakleitos’un “ethos anthropo daimon” (ethos insanın daimon’udur) ifadesini açıklamaktadır (1976: 354; 2013b: 46). Bu yaklaşımda in-

san, her şeye anlamını veren bir özne olarak değil, diğer varolanların kendilerini oldukları gibi gösterebildiği bir açıklık olarak sunulmaktadır. Burada belli ilkeleri insanın davranışlarına uygulayan etik değil ethos söz konusu. Ethos sadece karakter değil, aynı zamanda bir kimsenin hayatını geçirdiği yer, yaşadığı bu yerde geliştirdiği “doğru” davranışlar anlamlarını da içerir. O hâlde bir tarafta, düşüncenin ikamet ettiği ve eylediği bir mesken olarak ethosumuz var diğer tarafta teknolojik düşüncenin/hesaplayan düşüncenin ürünü bir disiplin olarak etik var.

Heidegger’in diğer etik yaklaşımlardan ziyade Aristoteles’in erdem etiğine daha yakın durduğunu ifade etmemiz, onun Aristoteles’in etik yaklaşımını bütün yönleriyle onayladığı anlamına gelmemektedir. Kabul etmediği yönlerden ilki, Aristoteles’te var olan teleolojik yaklaşım yani her varolanın gerçekleştirmek için çabaladığı bir telos’unun olduğu fikridir. İkinci itirazı, Heidegger’e göre modern etik teorilerin ana çerçevesi Platon ve Aristoteles tarafından atıldığı için etiğin teknik bir disiplin sayılmasının yolunu açanın da yine bu filozoflar olmasınadır. Diğer taraftan modern dönemde gördüğümüz özne, bağımlı etik anlayışları tamamen Aristoteles’in etik yaklaşımına bağlamak da aşırı bir yorum olmuş olur. Çünkü Aristoteles’te hâlâ etik ethos ile bağlantısını devam ettirmektedir: “Ahlaki erdem/ karakter erdemi (êthikê/ moral virtue) ise alışkanlıkla edinilir, adı da bu nedenle küçük bir değişiklikle alışkanlıktan (ethos/ habit) gelir (Aristoteles, 2009: 1103a17-18; 2018: 1103a17-18). Özellikle Descartes’ın özneyi diğer varolanları tasarımıyan konuma yerleştirmesi ile beraber bu bağlantının tamamen ortadan kalktığını söyleyebiliriz.

Heidegger’in Aristoteles’in erdem etiğine yakın duruşu, bu bağlantının belli oranda korunmuş olmasından, özellikle pre-Sokratik döneme doğru gitmesinin sebebi de yine ethos fikrinin yaşanmış olmasındandır. Çünkü ethos fikri düşünen ve eyleyen ayrımı yapmanın ve düşünmeyi merkeze alıp eylemi ikincil kılan modern yaklaşımın karşısında durmaktadır. Bu ayrımı yapmamakla birlikte, pratiğin önceliğini vurgulayan bir tavır da söz konusudur. Heidegger’in düşüncesinin etik alan ile ilgili içeriği de ethos ile bağlantısını koparmayan böyle bir etik ilişkiye işaret etmektedir. Yukarıdaki analizlerde de belirtildiği gibi etiğin ethos ile ilişkisini tamamen koparanın insanının “düşünen şey” olan özne olarak belirlenmesidir. Heidegger’in özne kavramı yerine Dasein kavramını kullanması, onun düşüncesinin ethos ile bağlantısının başka bir göstergesidir. Dasein kavramını da zaman zaman Da-sein şeklinde yazmasının ardındaki temel mesele de ikamet edilen mekâna, dünyaya göndermede bulunan “Da” ile olmak anlamına gelen “Sein” arasındaki ilişkiye dayanır. Yani insan atılmış olduğu bu dünyada, ilişki açısından ayrı, izole bir özne olarak düşünülemez. Çünkü o, orada/şurada (Da) olmaktadır ve oranın/şuranın onun olmasındaki etkisi vazgeçilmezdir. Dolayısıyla oradan/şuradan ayırıştırarak insanı düşünmek, onun özünü yanlış yorumlamak olur.

İnsanı Dasein olarak konumlandıran Heidegger, Dasein’ın da ontolojik olarak Mit-sein (birlikte-olma) yapısına sahip olduğunu belirtir (2006: 114; 2018: 182). Birlikte-olma yapımız, izole bir öznenin (Kartezyen öznenin) diğer varolanlar ile ilintisini öznenin değerlendirmesine bırakan yaklaşımını dışlamaktadır. İnsan ontolojik olarak diğer varolanlar ile birlikte var olmaktadır. Bu, insanın tercihine bırakılmış bir durum değildir. Ayrıca Heidegger’e göre Dasein’ın yapısı ihtimam-göstermede (Sorge) zeminlenmiştir (2006: 180-184; 2018: 277-282). Bu ihtimam-gösterme yapısından dolaydır ki insan başkalarına itina-göstermekte (Fürsorge) ve çevresindeki diğer varolanlarla ilgilenmektedir (Besorgen) (Yılmaz, 2020: 174). İnsanın, birlikte-olma ve ihtimam-gösterme yapısı, kaçınılmaz olarak varolanlar ile ilgilenme ve başka insanlara itina-göstermenin bizim ontolojik yönümüzün bir gereği olduğunu kanıtlar. Bu ise etiğin varlık sebebi ile ilintilidir. Buradan özne merkezli bir etiğin imkânı çıkmaz ama ethos ile ilişkisini koruyan bir etik düşünce ortaya çıkar.

Ethos ile ilişkisini koruyan bir etik düşüncenin doğmasını engelleyen de teknolojik/hesaplayan düşünmedir. Teknolojik çağda hesaplayan düşüncenin esiri olan “İnsan, çerçevelemenin [teknolojinin özünün] meydan okumasına öyle kesin bir şekilde eşlik eder ki, o çerçevelemeyi bir iddia olarak kavramaz, kendisini kendisine söz yöneltilen biri olarak göremez ve bu yüzden de kendi özünden [dünya-içinde-varolmadan] hareketle bir tembihleme veya hitap etme alanı içerisinde hangi bakımdan var olduğunu [...] hiçbir şekilde işitmez ve böylelikle asla yalnızca kendisiyle karşılaşma imkânı bulamaz” (Heidegger, 2000: 27-28; 1998: 71). Böylece çerçevelemenin meydan okumasına eşlik eden insan, yaşamı eylem ve düşünce olarak parçalayan, ya eyleme dair niyeti (deontolojik etik) ya da eylemin doğurduğu sonucu (faydacı etik) dikkate alan ama insani varoluşun özü olan eylemin bizatihi kendisini gözden kaçıran teknolojik bir ürün olan etik yaklaşıma kendini mahkûm etmiş olur.

Böyle bir etik yaklaşımın zemininde bulunan teknolojik düşüncenin, yaşamı eylem ve düşünce olarak ayıran gücünden, onu reddederek değil, arz ettiği tehlikenin farkına vararak kurtulabiliriz. O sebepledir ki yeni bir etik düşüncenin imkânı ve iyi-yaşamın yolu insanın teknolojik/hesaplayan düşünmenin sebep olduğu tehlikenin farkına varacak sükûnetle derin düşünmeye kendini bırakmasından geçiyor. Heidegger’in ifadesi ile, “Bugünün insanı, sırf hesaplayan düşünme karşısında sükûnetle düşünmeyi ortaya koymaktan vazgeçerse atom çağının [teknolojik çağın] insanı olur. Ama sükûnetle düşünme uyanırsa o zaman tefekkür sürekli en görünmez fırsata faal olmalıdır, [...]” (1960: 23; 2013a: 16).

Ethos ile bağlantısını koparmayan bir etik ve iyi-yaşam imkânı için sükûnetle derin düşünmeyi uyandırmak gerekir. Sükûnetle derin düşünme, teknolojik düşünmenin dayattığı yapının farkına vararak varolanlarla onları kontrol eden değil, her

birinin kendini olduğu gibi sunmasına imkân tanıyan tarzda ethos içeriğine sahip bir etik ilişkiyi mümkün kılabilir. Böyle bir etik ilişkide insan, her şeyin değerini tayin eden bir özne olarak değil, diğer varolanların kendilerini oldukları gibi gösterebildiği bir varlığa-açıklık (Da-sein) olarak bulunur. Diğer varolanlarla ilişkisi insanın tercihi gereği değil, ontolojik yapısının gereği olarak vuku bulur. Böylece varolanları kendisini merkeze alarak değerlendiren, belirlediği ahlaksal ilkeleri (deontolojik etik ve faydacı etikte olduğu gibi) insan davranışlarına uygulayan bir etik ilişki yerine, her bir varolanın kendinde taşıdığı anlama açık, düşünce-eylem birlikteliğini sunan bir etik ilişki geliştirilmiş olur. Diğer bir ifadeyle izole bir öznenin belirlediği standartlara karşı, her şeyi bir el-altında-olana dönüştürme (hesaplayan düşünme) yaklaşımına karşı, varolanların kendi anlamlılıklarını kendilerinde taşıyarak düşünmenin önüne gelmesine zemin hazırlayan ve bu minvalde bir yaşamı mümkün kılan sükûnetle derin düşünme ile birlikte bir etik ilişki doğar.

5. Sonuç

Teknoloji-etik ilişkisine ve “iyi-yaşam” imkânına dair soruşturmamıza Heidegger’in konuyla ilgili düşünceleri eşlik etti. Teknoloji, Heidegger’e göre, varlığın gizini açmasının bir tarzıdır. Varlığın bu tarzda açığa çıkması, varolanlar ile dolaylı ilişki kurma yerine onları denetleme eğilimini doğurur. Kökeni Antik Yunan klasik felsefesine uzanan ve karşımıza teknolojik/hesaplayan düşünme olarak çıkan bu eğilim, Descartes’ın “özne” kavramı ile Batı modern felsefe geleneğine hâkim olur. Modern bilim ve özü bakımından “meydan okuyucu gizini-açma” (Ge-stell/çerçeveleme) eğilimi taşıyan modern teknoloji de böyle bir anlayışın ürünü olarak ortaya çıkar. Bu meydan okuyucu gizini-açmanın tahakkümü altında hiçbir şey kendi varlığında olduğu gibi görünmediğinden, varolanlar el-altında-duran olarak kullanıma hazır ve stoklanabilir bir hâl alır. Yalnızca makine teknolojisi ve bilim değil, sanat, din, etik ve kültür de teknolojinin özü olan bu çerçevelemenin ürünü olarak ortaya çıkar. Bu durum, Heidegger’e göre, Antik Yunan klasik felsefesine kadar uzanan ve köklü düşünme ile bağını koparan bir düşünme tarzının sonucudur.

“Varlıktan olagelerek varlığı düşünmek” olan köklü düşünme ile ilintili sükûnetle derin düşünme, varlığa kulak kesilmek suretiyle varolanlarla dolaylı bir ilişki kurarak, onları kendilerinde kendilerini nasıl sunduklarından hareketle yani kendi varlıkları içinde yakalamaya çalışır. Düşünme, köklü düşünmeyle bağını kopardığında artık sükûnetle derin düşünme olmaktan çıkıp varolanlar ile dolaylı bir ilişki kuran ve onları belli bir amaç için çerçeveleyen hesaplayan/teknolojik düşünme hâlini alır. Etik de Heidegger’e göre, bir disiplin olarak böyle bir teknolojik düşünmenin yani hesaplayan düşünmenin alanına ait olur. Etiğin bir disiplin hâline

gelmesiyle düşünme eylemden ayrılır, öznenin belirlediği belli ahlaksal ilkeler ve onlara göre gerçekleştirilen eylemler fikri ortaya çıkar. Özelleşmiş bir disiplin ve özneye zeminlenmiş etik yaklaşım, eylemin bizatihi kendisini gözden kaçırdığı için iyi-yaşam imkânını da problemlili hâle getirir.

Etiğin özelleşmiş bir disiplin hâline gelmesinin ve iyi-yaşam imkânını problemlili hâle getirmesinin temel nedeni insana dair anlayışta bulunmaktadır. Bu insan anlayışı, insanın özünü, Antik Yunan klasik felsefesinden itibaren “akıl sahibi canlı” (animal rationale) olarak belirler ve nihayetinde onu Descartes’ın “düşünen şey” (res cogitans) olan “özne” kavramı ile açıklar. Böylece insan, her şeye değerini tayin etme hakkını kendinde görerek kendisi de dâhil tüm varolanları yine kendisinin belirleyeceği amaçlar doğrultusunda düzenlenebilen ve kullanılabilen bir el-altında-duran konumuna yerleştirir. İnsanın bu belirleyiciliğinden kurtulabilmek için insanı her şeyin merkezine yerleştiren özne anlayışından uzaklaşılması ve insana dair farklı bir yaklaşımın benimsenmesi gerekir. Böylece, etik ile ilgili alan dâhil her alanı öznenin değer biçme hâkimiyetinden kurtarma imkânı oluşabilir.

İnsanın özü, Heidegger’in ifade ettiği gibi, dünya-içinde-varolma şeklinde belirlendiğinde özne ve nesne, düşünce ve eylem ikiliğinden kurtulmak mümkün olur. Böylece etik de öznenin belirlediği ahlaksal ilkelere göre eylemek olmaktan çıkarak düşünceyi eylemden ayırmayan bir ilişki zeminine oturur. Böylelikle düşünme, bir eyleme olur. Böyle bir etik yaklaşımın temellendireceği iyi-yaşamın yolu öncelikle hesaplayan/teknolojik düşünmenin her alandaki kontrol edici gücünün oluşturduğu tehlikenin farkına varmaktan, sonrasında ise kendimizi köklü düşünme ile bağlantısı hasebiyle her şeyi kendi varlığı içinde ele alan sükûnetle derin düşünmeye bırakmaktan geçer. Böylece varolanlarla onları kontrol eden değil, her birinin kendini olduğu gibi sunmasına imkân tanıyan tarzda ethos içeriğine sahip bir etik ilişki mümkün olur.

Notlar

1. Gelassenheit’in Mesut Keskin tarafından Olmaya Bırakılmışlık adıyla çevrilen metninden yapılan alıntılarda uygun gördüğümüz bazı düzeltmeler yaptık. Bu sebeple söz konusu alıntılar bire bir çeviri metinde bulunmayabilir.
2. Bu makale boyunca “etik” (ethical/ethics) ve “ahlak” (moral) kavramları birbirinin yerine geçecek şekilde kullanılmaktadır. “Moral” kelimesi Latince “mores”-ten, “ethical” kelimesi de Yunanca “ethos”tan gelir (Pojman ve Fieser, 2012: 2).

3. Heidegger, Tekniğe İlişkin Soruşturma metninde Platon'un Şölen diyaloguna referans vermek suretiyle poiesis'in anlamını şöyle açıklar: "Mevcut-olmayan şeyden mevcut-olmaya geçen ve giden her şey için her vesile poiesis'tir, öne-çı-karmadır (her-vor-bringen)" (Heidegger, 2000: 12; 1998: 50).

4. Heidegger'e göre, "Metafizik, varolanı varolan olarak düşünür. Varolanın ne olduğu sorulduğu her yerde, varolan olarak varolan görülür" (Heidegger, 1955: 7; 2009: 7). "Metafizik, varolanı varolan olarak sorguladığı için varolanda takılıp kalır ve varlık olarak varlığa yönelmez" (Heidegger, 1955: 8; 2009: 8). Varlığı varlık olarak düşünmediği için varolan ile varlık arasındaki ayrımı göremez. Böylece metafizik varlığın kendisinin hakikati hakkında soru sormaz (Heidegger, 1976: 322; 2013b: 14). Varlığın kendisinin hakikati hakkında soru sormadığı için de, "Varlığı kendi hakikatinde, hakikati açıklık olarak ve açıklığı da kendi özünde düşünmez" (Heidegger, 1955: 10-11; 2009: 11). Böylece, varolanların kendi hakikatleri içinde bu açıklıkta görünmelerine müsaade etmeden onları töz, özne, nesne gibi belirli çerçevelere yerleştirerek açıklar (1976: 314; 2013b: 6)

5. Bacon'ın kendi ifadesi ile, "Doğa, insanın eziyeti altında iken sırlarını, kendi başına bırakıldığından daha fazla dışa vurur" (2000: 81).

6. Dasein sözcüğü sözcüğüne "orada/şurada olan" (Da-sein) anlamına gelmektedir. Fakat Dasein, Heidegger tarafından, modern felsefenin "özne" kavramının yerine kullanılmıştır. İnsanın izole bir bilinç varlığı olarak düşünülmesi yerine, varlık ile ilişkisinden hareketle ele alınması gerektiğini dikkate sunmak için tercih edilen bir terimdir. O sebeptendir ki Doğan Özlem'in Tekniğe İlişkin Soruşturma çevirisinin 1. dipnotunda ifade ettiği gibi, Dasein teriminin "orada/şurada-olan", "İnsani-varoluş" ve özellikle "varlık"a açıklık" anlamları ile birlikte düşünülmesi gerekir (1998: 43).

7. Hümanizm Üzerine Mektup (Brief über den "Humanismus") metni, Yusuf Örnek tarafından Türkçeye Hümanizm Üzerine ismiyle çevrilmiştir. Bu metinden yaptığımız alıntılarda bağlama göre küçük oynamalar yapsak da çeviriye sadık kalmak amacıyla, kitabın ismini çevirmenin tercih ettiği şekliyle muhafaza ettik.

8. Erdem etik biçimleri, erdemın merkezî ve pratik bilgeliğın de gerekli olduğu konusunda hemfikir olsalar da çağdaş dönemde Aristotelesçi erdem etiğinden farklılaşan yönler e sahip, eudaimonist erdem etiğı, fail-temelli (agent-based) erdem etiğı, hedef-merkezli (target-centered) erdem etiğı, Platoncu erdem etiğı gibi erdem etiğı yorumları söz konusudur. Bu yaklaşımlar, belirli bağlamlarda ne yapmamız gerektiğine, hayatımızı bir bütün olarak nasıl yaşamamız gerektiğine dair bazı hususlarda ayrışan birtakım tezlere sahiptirler. Ayrıntılı bilgi için bkz.

(Hursthouse, Rosalind ve Pettigrove, 2018). Makalede, “erdem etiği” ibaresi ile Aristotelesçi erdem etiği kastedilmektedir.

9. Kant, bu temel ahlak yasasının farklı formülasyonlarından da bahsetmektedir. Ayrıntılı bilgi için bkz. (Yılmaz, 2012).

10. Çevirisi kolay olmayan Ek-sistenz kelimesi ile neyin kastedildiğini Heidegger’in kendi ifadelerine bırakalım: “Varlığın ışınması içinde durmaya ben, insanın Ek-sistenz’i adını veriyorum. Bu tip bir varlık (olmak) biçimi sadece insana özgüdür. Böyle anlaşılan Ek-sistenz sadece aklın, ratio’nun imkânının temeli olmakla kalmaz, aynı zamanda insanın özünün, kendi belirlemesinin kökenini de korur” (1976: 323-324; 2013b: 15-16).

11. Heidegger, “öz” ile çevirdiğimiz Wesen’i “bir şeyin ne ise o olduğu” anlamına gelen Latincedeki essentia olarak anlamaz. Hiçbir şey “ne ise o” olarak kalmaz çünkü Heidegger’e göre her şey zaman içinde bir olagelme hâlinde bulunur. Dolayısıyla hiçbir şeyde sabit bir öznitelik olarak bir essentia bulunmaz. Her şey zaman içinde “ne ise o”dur. O hâlde Heidegger düşüncesinde Wesen (öz) terimi ile karşılaşıldığında onu sabit bir “öznitelik” olarak değil “olagelmek” ile birlikte düşünmek gerekiyor.

12. Kant’ın ve Descartes’in özne merkezli yaklaşımları arasındaki farka dair ayrıntılı bilgi için bkz. (Yılmaz, 2018).

13. Günümüzde meta-etik bağlamda olgu-değer problemi olarak adlandırılan bu yaklaşımda, ahlaki önermelerin olgusal önermelerden türetilip türetilmeyeceği veya ahlaki önermelerin olgusal önermeler gibi doğru veya yanlış olup olmayacağı tartışılmaktadır. Bu tartışmaların referans isimlerinden biri olan Hume, olgusal önermelerden ahlaki önermelere geçişi “olandan olması gerekeni türetme yanlışlığı” (The fallacy of deriving “ought” from “is”) olarak adlandırır (Pojman ve Fieser, 2012: 208). Hume, “Ölümden sonraki hayatta tanrı bizi ödüllendirecek ve cezalandıracak; o hâlde ahlaklı olarak davranmalıyız”, “Kurallar olmaksızın, toplum kaosa sürüklenir; o hâlde ahlaklı olarak davranmalıyız” veya “Akıl vasıtasıyla uygun davranışlar hakkında ezeli-ebedi hakikatleri tespit edebiliriz; o hâlde akıl tarafından bilgilendirildiği şekliyle ahlaklı olarak davranmalıyız” (Pojman ve Fieser, 2012: 208) gibi ifadelerde olgusal önermelerden ahlaki önermelere geçiş yapıldığını belirtir. Olguda içerilmeyen “zorunluluk” (ought) kavramının ifadenin sonuna ilave edilmesi suretiyle ahlaki önermeye rasyonel bir çıkarımla ulaşılmış olur. Oysa Hume’a göre ahlaki önermelere rasyonel çıkarımla erişilemez çünkü ahlaki önermeler duygusal reaksiyonlardır. Bu yüzden ahlaklı olarak bir şeyin yanlış olduğunu rasyonel bir çıkarımla söyleyemeyiz, sadece onun yanlış olduğunu hissederiz. Emotivizm (duygucu-

luk) olarak da adlandırılan bu yaklaşım birçok çağdaş felsefi tartışmaya da zemin hazırlamıştır. Örneğin Ayer'in doğrulama prensibinde aynı yaklaşımı görmekteyiz. Ayer, ahlaki önermelerin olgusal-olmayan bir tarzda işlediğini belirtir (Pojman ve Fieser, 2012: 212). Ayer'e göre ahlaki önermeler olgusal olarak anlamsızdırlar fakat bu, onların gereksiz olduğu anlamına gelmemektedir. Ayer de ahlaki önermelerin yalnızca bizim duygularımızı ifade ettiğini belirtir (Pojman ve Fieser, 2012: 212). "Hayırseverlik iyidir" derken kastımızın aslında "Hayırseverlik, yaşasın!" olması gibi.

Olgu-değer bağlamında ahlaki önermelere yaklaşım, klasik gelenekte (Aristotelesçi erdem etiğinde) mevcut olan "insan"ın temel amacı ve işlevi nosyonunu ahlak alanından uzaklaştırmaktadır. Bu sebeptendir ki ahlaki yargılara olgusal önermeler gibi yaklaşmak da ahlaka aykırı olarak yorumlanmakta ve ahlaki önermeler duygu alanına hapsedilmektedir. Bu yaklaşım da deontolojik ve faydacı etik yaklaşımlar gibi insanı "özne" olarak konumlandırmanın ve değer vermenin de onun iradesine bırakılmış olmasının sonucudur. İzole bir ben olarak düşünülen insan, ilişki kurduğu diğer varolanlara kendini merkeze koyarak bir değer atfetmektedir. Ya aklının iradesini belirlemesi sonucunda eylem icra etmekte ya da duygusal tepkiler göstermektedir. Heidegger'e göre bu tür düşünmenin teknolojik düşünme/hesaplayan düşünme tarzı olduğunu ana metinde ifade etmiştik.

Kaynakça

- Aristoteles. (2018). Nikamakos'a Etik. (Çev. Saffet Babür). Ankara: BilgeSu Yayıncılık.
- Aristoteles. (2009). Nicomachean Ethics. (Çev. David Ross). New York: Oxford University Press.
- Bacon, F. (2000). The New Organon. Cambridge: Cambridge University Press.
- Creel, Richard E. (2001). Thinking Philosophically. Massachusetts: Blackwell Publishers.
- Descartes, R. (2020). Meditasyonlar: Metafizik Üzerine Düşünceler. (Çev. Çiğdem Dürüşken). İstanbul: Alfa.
- Descartes, R. (1904). Œuvres de Descartes, IX, Méditations et Principes. Paris: Léopold CERF.
- Heidegger, M. (1955). Was ist Metaphysik? (Ed. F. –W. Von Herrmann). Frankfurt am Main: Vittorio Klostermann.
- Heidegger, M. (2009). Metafizik Nedir? (Çev. Yusuf Örnek). Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu.
- Heidegger, M. (1960). Gelassenheit. Tübingen: Neske.
- Heidegger, M. (2013). Olmaya Bırakılmışlık. (Çev. Mesut Keskin). İstanbul: Avesta Yayınları.
- Heidegger, M. (1976). Wegmarken (1914-1970). (Ed. F. –W. Von Herrmann). Frankfurt am Main: Vittorio Klostermann.

- Heidegger, M. (2013). *Hümanizm Üzerine*. (Çev. Yusuf Örnek). Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu.
- Heidegger, M. (1988). *Ontologie: Hermeneutik der Faktizität*. (Ed. Kate Brocker-Oltmanns). Frankfurt am Main: Vittorio Klostermann.
- Heidegger, M. (2006). *Sein und Zeit*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Heidegger, M. (2018). *Varlık ve Zaman*. (Çev. Kaan Ökten). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Heidegger, M. (2000). *Vorträge und Aufsätze (1910-1976)*. (Ed. F. –W. Von Herrmann). Frankfurt am Main: Vittorio Klostermann.
- Heidegger, M. (1998). *Tekniğe İlişkin Soruşturma*. (Çev. Doğan Özlem). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Hodge, J. (2001). *Heidegger and ethics*. London-New York: Routledge.
- Hursthouse, Rosalind ve Pettigrove, (winter 2018 Edition). “Virtue Ethics”, *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. (Ed. Edward N. Zalta). (<https://plato.stanford.edu/archives/win2018/entries/ethics-virtue>). Erişim tarihi: Nisan-2021.
- Kant, I. (2011). *Groundwork of the Metaphysics of Morals*. (Çev. Mary Gregory). Cambridge: Cambridge University Press.
- Kant, I. (1985). *Critique de la raison pratique*. (Çev. Luc Ferry Heinz Wisman). Paris: Gallimard.
- Kuhlken, J. (2014). “Heidegger and Aristotle: Action, Production, and Ethos”. *The Journal of Speculative Philosophy*, 28/3, 370-379.
- MacIntyre, A. (2001). *Erdem Peşinde: Ahlâk Teorisi Üzerine Bir Çalışma*. (Çev. Muttalip Özcan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Özlem, D. (1998). “Giriş: Heidegger ve Teknik”. *Tekniğe İlişkin Soruşturma*. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Pojman, L. P. - Fieser, J. (2012). *Ethics: Discovering Right and Wrong*. USA: Wadsworth Cengage Learning.
- Svenaesus, F. (2012). “The relevance of Heidegger’s philosophy of technology for biomedical ethics”. *Springer Science+Business Media Dordrecht (publish online)*, 1-15.
- Yılmaz, E. (2012). “Kant’ın Teorik ve Pratik Felsefesinde Hüküm ve Nesnellik”. *Divan: Disiplinlerarası Çalışmalar Dergisi*, 17/32, 97-127.
- Yılmaz, E. (2018), “Metafizikten Fenomenolojiye: Özne Metafiziğine Heideggerci Eleştiri”. *Divan: Disiplinlerarası Çalışmalar Dergisi*, 23/45, 1-26.
- Yılmaz, E. (2020). *Varlık ve Zaman’ı Anlamak*. İstanbul: Küre.

Dijital Dünyada Kişisel Veri ve Etik: Gizlilik Politikası Bağlamında “#WhatsAppSiliyoruz” Krizinde Kullanıcı Tepkilerini Anlamak

Eda TURANCI*

Öz

Her kriz çeşitli biçimlerde kişi ya da kurumları etkileyebilmekte, bu etkiler de farklı tepkilerin üretilmesine sebep olabilmektedir. Kamuoyunun tepkilerini incelemek, krizin kamusal alana nasıl yansıdığını ve değerlendirildiğini anlamak açısından önemlidir. Öte yandan son yıllarda dijital platformların gündelik yaşamdaki hâkimiyeti tartışmasız bir gerçektir. Dijital platformlar; sosyalleşmek, iletişim kurmak, eğlenmek, tepki ve düşünceleri paylaşmak, kendini ifade etmek gibi amaçlara hizmet etmekte ancak bir yandan da çeşitli sorunları gündeme getirmektedir. Son yıllarda sıkça tartışılan veri gizliliği ile kişisel verilerin korunması, paylaşılması ve depolanması konusu, dijital uygulamalar açısından hem etik hem de hukuki boyutları olan bir konudur. Kişisel verilerin saklanması, farklı mecralarla paylaşılması ve veri gizliliği bağlamında tartışılan WhatsApp krizi, çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Çalışmada, krize ilişkin kullanıcı tepkilerinin incelenmesi amaçlanmış olup bu amaçla Twitter’da #WhatsAppSiliyoruz hashtagi ile yapılan paylaşımlar, içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. İnceleme sonucunda tweetlerde en çok “mizahi” unsurlara yer verildiği, ikinci sırada “teпки” tweetlerinin ve üçüncü sırada “tepkileri eleştiren” tweetlerin olduğu görülmüştür. Konuya karşı tepki gösterme amaçlı atılan tweetlerin en çok “kişisel verilerin kullanılması sorununa” gönderme yaptığı, “dayatma”, “ayrımcılık” ve “güven kaybı, ihanet” vurgularına ise yakın oranlarda yer verildiği anlaşılmıştır. Tepkiyi eleştirmek amacıyla atılan tweetlerde ise en çok “tüm uygulamaların kişisel verileri kullandığı gerçeğine” dikkat çekildiği bulgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etik, Kişisel Veri, Gizlilik Politikası, WhatsApp, İçerik Analizi

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 28.03.2021

Kabul Tarihi: 24.05.2021

* Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, edaturanci@hotmail.com

Personal Data and Ethics in the Digital World: Understanding User Reactions in the “#WhatsAppSiliyoruz” Crisis in the Context of the Privacy Policy

Eda TURANCI

Abstract

Each crisis can affect individuals or institutions in various ways, and these effects can lead to the production of different reactions. It is important to examine the reactions of the public in terms of understanding how the crisis is reflected and evaluated in the public sphere. On the other hand, the dominance of digital platforms in daily life is an indisputable fact in recent years. Digital platforms serve purposes such as socializing, communicating, having fun, sharing reactions and thoughts, but on the other hand, they causes various problems. The issue of data privacy and protection, sharing and storage of personal data, which has been discussed frequently in recent years, is an issue that has both ethical and legal dimensions. The WhatsApp crisis, discussed in the context of storing personal data, sharing it with different channels, and data privacy, is the subject of the study. In the study, it was aimed to examine user reactions to the crisis, and for this purpose, the posts made on Twitter with the hashtag #WhatsAppSiliyoruz (#deleteWhatsApp) were examined through the content analysis method. As a result of the analysis, it was seen that the most “humor” element was used in tweets. The second was “reaction” and the third was the “criticizing the reactions” tweets. It has been understood that the tweets sent to react mostly refer to the "problem of using personal data", while the emphasis on "imposition", "discrimination" and "loss of trust-betrayal" are used at close rates. In the tweets posted to criticize the reaction, it was found that the most attention was drawn to the "fact that all applications use personal data".

Keywords: Ethics, Personal Data, Privacy Policy, WhatsApp, Content Analysis

Research Paper

Received: 28.03.2021

Accepted: 24.05.2021

1. Giriş

Dijital platformlar, kullanıcıların edilgen tüketici/alıcı konumundan içerik üretme sürecine geçişlerini mümkün kılan yapısı nedeniyle daha katılımcı bir alan olarak değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda kullanıcılar; tepki, düşünce, içerik üretme potansiyeline sahip, birbirleriyle iletişim ve etkileşim kuran, sosyal bir bağ hisseden özneler olarak da görülebilir. Öte yandan dijital teknolojilerin ve iletişim araçlarının yoğun olarak kullanıldığı günümüzde ortaya çıkan krizlerin bir kısmı da bu teknolojiler etrafında belirmekte ve tartışılmaktadır. Dijital platformların ve uygulamaların insan hayatında artan önemi, platformların yaşamın her alanında kullanılmasını beraberinde getirmiş ve bu durum da dolaylı olarak büyük miktarda verinin dijital araçlar yoluyla transferini, depolanmasını ve saklanmasını sağlamıştır. Pek çok farklı bilgiyi içeren bu veriler, başlı başına ekonomik bir değer olma özelliği taşıırken özellikle ticari işletmeler için bu verilere erişim, işlevsel ve kazançlı bir alan hâline gelmiştir. Öte yandan bu veriler, kullanıcıların uygulamaları kullanırken üretmiş oldukları kişisel verileri de kapsayan devasa bilgi kümeleridir. Bu doğrultuda kişisel verilerin paylaşımı ve saklanması, başta etik olmak üzere pek çok sorunun gündeme gelmesine neden olmuştur. Son yıllarda çeşitli yasal düzenlemeler ile korunmaya çalışılan kişisel veriler ve bununla bağlantılı olarak sağlanmaya çalışılan veri gizliliği, dijital dünyanın dikkat çeken tartışma başlıklarındandır.

Kişisel verilere ilişkin tartışmanın bir ayağını ise verinin asli sahibi olan kullanıcılar oluşturmaktadır. Kullanıcılar açısından mahremiyet, özel hayatın gizliliği, temel hak ve özgürlüklerin korunması gibi başlıklar üzerinden tartışılabilir olan konu, dijital platformlar özeline indirgenildiğinde ise tartışma verilerin ticari amaçlarla kullanılması çerçevesinde açığa çıkmaktadır. Bu kapsamda bakıldığında dijital platformların kullanıcılarına sunduğu gizlilik politikaları ile kullanıcı sözleşmeleri temelinde, kullanıcılara sahip olduğu hakları anlatan ve kişisel verilerin neden ve nasıl toplandığını, saklandığını, işlendiğini, kimlerle paylaşıldığını, veri güvenliğinin nasıl sağlandığını ve bu veriler ile ne yapıldığını açıklayan metinlerdir. Uygulamayı kullanmaya devam edebilmek için sözleşmelerin kullanıcılar tarafından onaylanması ise kısaca kullanıcının, kendisine aktarılan bilgileri okuduğunun, anladığının ve rıza gösterdiğinin işaretidir.

Çalışmanın konusu olan WhatsApp krizi, kişisel verilerin işlenmesi ve veri gizliliği bağlamında ortaya çıkmış, toplumsal ile bireysel tepkiler üzerine inşa olmuş ve etik bir sorundan temellenen bir krizdir. Popüler uygulamalardan olan WhatsApp'ın gizlilik politikasını ve kullanım koşullarını değiştirdiğini duyurarak verileri Facebook ile paylaşacağını ilan etmesinin ardından gündeme oturan tartışmaların pek çok odak noktası olmakla birlikte bu odak noktalarından biri de kullanıcıların durum karşısın-

da gösterdikleri tepkilerdir. Özellikle krizin merkezinde, verinin üreticisi ya da farklı bir ifadeyle sahibi olan kullanıcıların bulunması konuyu kullanıcılar perspektifinden ele almayı gerektirmektedir. Ortaya çıkan krizle bağlantılı olarak #WhatsAppSiliyoruz paylaşımları ile kullanıcıların bir araya gelmesi, dijital platformların katılımcılık kültürüne olan etkisinin de bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Hashtag kullanımı, pek çok insanı bir araya getiren bir ortak payda olarak değerlendirilebilmekle birlikte bu hashtagin taşıdığı mesaj da olaya karşı bir tepki içermektedir. Bu açıklamalar ışığında çalışmanın amacı, WhatsApp krizi çerçevesinde ortaya çıkan kullanıcı yorumlarının, tepkilerinin ve eleştirilerinin incelenmesidir. Bu inceleme, kullanıcıların kendi kişisel verilerinin paylaşılmasına, kullanılmasına ve aktarılmasına ilişkin bakış açılarını anlamak, ortaya koydukları tepkiyi değerlendirmek, kişisel verilerin gizliliğine gösterilen önemi analiz edebilmek ve kişisel veri, veri gizliliği ile etik arasındaki ilişkiyi kurmak açısından önemlidir.

2. Kişisel Veri, Etik ve Dijital Uygulamalar İlişkisi

Dijital dünyanın sunduğu imkânlar, platformların ve uygulamaların önemli bir avantajı olarak değerlendirilmektedir. Öte yandan sosyal ağlar ve dijital platformlar, kişilerin bilgilerini paylaştıkları, haberleştikleri, bilgi alışverişinde buldukları, zaman geçirdikleri, çeşitli ihtiyaçlarını karşıladıkları ve başka pek çok farklı amaçla kullandıkları araçlardır. Bu doğrultuda dijital araçlar hem çok sayıda verinin depolandığı hem de pek çok verinin transferini sağlayan sistemlerdir. Dijital dünyada var olan bu veri bolluğu, farklı perspektiflerden tartışılmakta ve incelenmektedir. Çok boyutlu olan konu, büyük veri ekseninde de tartışılabilen ve Marr'ın açıklamasıyla kavram, dijital dünyada yer alan verinin hacmine, hızına, çeşitliliğine ve doğruluğuna işaret etmekte ve iş dünyası da dâhil olmak üzere farklı alanların bu verilerden faydalanma becerisini açıklamaktadır. Ancak burada önemli olanın ne kadar veriye sahip olduğundan öte, verinin iyi kullanılıp kullanılmaması olduğu vurgulanmaktadır (Marr, 2020: 10, 126-127). Bahsedilen bu verilerin önemli bir çoğunluğu ise kullanıcıların platformları kullanırken ürettikleri kişisel verilerdir.

Kişisel veri, Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nda (2021), “kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişiye ilişkin her türlü bilgi” olarak tanımlanmaktadır ve açıklandığı gibi özel hayatın gizliliği ile kişilik hakları gibi temel özgürlüklerle ilişkilidir. Ancak günümüzdeki yeni kitle iletişim araçlarının özel hayatın gizliliğini koruma kapasiteleri düşüktür (van Dijk, 2016: 35). Kişisel veri, aynı zamanda mahremiyet ile de ilgili olup özellikle dijital dünyada artan veri ihlallerinin bireylerde mahremiyet endişesine yol açabileceği vurgulanmaktadır (Öz ve Kılıç, 2020). Bilir'in (2021: 178) ifade ettiği gibi “teknolojinin ilerlemesi, kişisel veriler üzerinde her türlü işlemin

yapılmasını mümkün” hâle getirirken kişisel verilerin izinsiz kullanılması hukuki ve etik bağlamda sorunlar yaratmaktadır. Ancak dikkat çekmek gerekir ki Kişisel Verilerin Korunması Kanunu’nda (2021) kişisel verilerin işlenebilmesi için kişilerin açık rızasının gerektiği açıklanmıştır.

Dijital teknolojiler, internet, sosyal medya, çevrim içi platformlar ve veri yığınları arasında doğrudan bir ilişki olduğu açıktır (Narin vd., 2017; Ergen, 2018). Dijital dünyada var olan bu veri bolluğu, iletişim ve pazarlama sektörü, reklamcılık ve halkla ilişkiler çalışmaları, bankacılık ile güvenlik gibi pek çok alanda varlık gösteren kurum ve araştırmacı için işlevsel bir alan yaratmaktadır (Doğan ve Arslantekin, 2016). Markalar ve sektörler açısından da kazancı, kârlılığı ve rekabeti arttıran pek çok verinin geleneksel mecralara göre çok daha kolay edinildiği dijital sistemlerde, bir haberin ne kadar okunduğu, kaç kez tıkladığı, sayfada kalış süresi, kullanıcı yorumları ile izlenme oranları (Narin vd., 2017: 220) gibi bilgilerin yanı sıra hangi reklama tıkladığı, hangi siteden hangi ürünlerin satın alındığı, tüketicilerin tercihleri, beklentileri, geri bildirimleri gibi çok sayıda verinin bir araya getirilmesi ve ölçülmesi mümkündür. Marr’ın (2020: 19) açıkladığı gibi işletmeler için veriler, “karar verme sürecini ve faaliyetleri geliştirme ile veriyi parasallaştırma” açısından önemlidir.

Çevrim içi alanlar, tüketici davranışlarından politik tutum ve siyasi görüşlere kadar pek çok konuda doğal olarak oluşan büyük miktarda veriyi saklamaktadır (Townsend ve Wallace, 2016). Dijital dünyada hiçbir verinin silinemeyeceği gerçeğinden hareketle sürekli olarak depolanan ve elde edilmesi görece daha kolay olan bu veri yığını karşısında, sektörler de bu birikimi avantaja çevirmek istemekte ve verilerin ticari ile ekonomik amaçlarla kullanılması yönelimi artmaktadır. Benndorf ve Normann’ın (2018: 1260) belirttikleri gibi, bir yandan işletmeler, hükümetler ve bilimsel araştırma kurumları gibi kurumlar büyük veri kümelerine yatırım yapmakta, bir yandan da özel verilerin ticari kullanımları konusundaki endişeler artmaktadır. Verilerin ticari maksatlar ile işlenmesi önemli bir tartışma olmakla birlikte Öztürk (2015) sosyal medya ve etik arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında, özel yaşamın gizliliği, kişisel veri güvenliği, telif hakları, reklam içeriklerinin yoğunluğu, yanıltıcı haber, nefret söylemi ve dijital gözetim gibi pek çok farklı etik soruna dikkat çekmektedir.

Bunların yanı sıra dijital uygulamalar ile sosyal medya ağları da ekonomik kazanç amacı güden işletmelerdir. Bu işletmeler, verinin akışını sağlayan araçlar olarak ekonomik değer üretilmesine de aracılık etmektedir. Quinn ve Epstein’in (2018: 360, 361) ifadeleriyle, “Gizlilik, sosyal medya dünyasının fiili para birimi hâline gelmiştir.” ve sosyal medyanın hızla benimsenmesi ile birlikte özel bilgilerin dijital hizmetler için ekonomik manada artan kullanımı, mahremiyet etrafındaki kavramsal çalışma-

ları yeni sınırlara itmiştir. Marr (2020: 52-53) ise, “verinin kendisinin bir değer” olmasını ve “bilginin kendi içinde artan değerini” açıklamak için “bilginomi” (infonomics) kavramından bahsetmekte ve kavram, “bilgiyi yönetme ve muhasebeleştirme konusunda ortaya çıkan disiplini” (Gartner, 2021) açıklamak için kullanılmaktadır.

Kişisel verilerin korunması ve veri gizliliği, oldukça kapsamlı ve disiplinler arası bir konudur. Konunun başta hukuki olmak üzere geniş bir perspektiften ele alınması gerekmektedir ancak her çalışma, kapsamı gereği belli sınırlılıklar içerir. Çalışma, hukuki bir tartışma yürütme iddiası taşımamakta ve kişisel verilerin farklı mecralar ile paylaşılması tartışmalarından dolayı gündeme gelen bir krize yönelik tepkilerin incelenmesini amaçlamaktadır. Dijital uygulamalar ve kişisel veri arasındaki ilişki, mahremiyet ve özel alan gibi kavramlar üzerinden de yürütülebilir. Sosyal ağlar ve dijital platformlar, bireyin özgür iradesiyle paylaşım yaptığı ve bilgilerini paylaştığı alanlardır ancak “sosyal medya verileriyle ilgili en büyük endişe, bu tür verilerin herkese açık veya özel veri olarak kabul edilip edilmeyeceğine” (Townsend ve Wallace, 2016: 5) ilişkindir. Bu noktada "kamusal" ve "özel" arasında ayırım bulanıklaşmaktadır (Lomborg, 2012: 22). Genel anlamda sosyal ağlarda paylaşılan bilgiler kamuya açık alenileştirilmiş veriler olarak değerlendirilmekle birlikte, bu verilerin izinsiz ya da uygun olmayan biçimlerde kullanılması etik sorunlar doğurmaktadır.

Bu sorunların önüne geçmek için ise uygulamaların hemen hepsi kullanıcılarına, kullanım koşullarını ve gizlilik politikalarını açıklayan sözleşmeler sunmakta ve kullanıcıların bu sözleşmeleri kabul ettikten sonra programı kullanmaları istenmektedir. Ancak günümüzde pek çok kullanıcının bu sözleşmeleri okumadan kabul ettikleri ya da içeriklerine tam olarak hâkim olmadıkları varsayılabilir. Custers, van der Hof ve Schermer tarafından 5,124 kişi ile yapılan araştırma sonuçlarına göre gizlilik politikalarını okuduklarını söyleyenlerin ancak %21’i sözleşmeyi tamamen anladıklarını, %42’si ise sözleşmenin çoğu kısmını anladıklarını belirtmişlerdir. Gizlilik politikalarını okuyanların %12’si ise sözleşmeleri anlayıp anlamadıklarına ilişkin kararsızlık yaşarken hiç anlamadığını söyleyenlerin oranı %5’tir. Ancak aynı çalışma, araştırmaya katılanların %26’sının gizlilik politikalarını hiçbir zaman, %27’sinin nadiren ve %19’unun ise bazen okuduğunu bulgulamıştır (Custers vd., 2014: 280). Bulguların da gösterdiği gibi gizlilik politikalarının ve/veya kullanıcı sözleşmelerinin genel olarak okunmadığını söylemek mümkündür. Ancak McKinsey (Anant vd., 2020) tarafından yürütülen bir araştırmanın sonuçları, kullanıcıların ne tür verileri paylaştıkları ve bunları kiminle paylaştıkları konusunda giderek daha bilinçli hâle geldiklerini ortaya koymuştur.

3. Tepkilerin Dijital Platformlar Aracılığıyla Sunumu

Her kriz, doğrudan veya dolaylı olarak pek çok insanı etkilemekte, pozitif ya da negatif yönde farklı tepkilerin, şikâyetlerin veya eleştirilerin üretilmesine yol açmaktadır. Bir kriz atmosferinde, insanların konuyla ilgili ne söylediklerini incelemek, konuya ilişkin algıları ve tepki odaklarını anlamak açısından önemli veriler sunabilmektedir. Tepkilerin farklı kanallar aracılığıyla dile getirilmesi mümkün olmakla birlikte, dijital platformlar kendine özgü doğası ve iletişimi dönüştürücü etkileri sayesinde fikir, düşünce ve görüşlerin paylaşıldığı araçların başında gelmektedir.

Dijital platformlara ilişkin temel tartışma odaklarından biri, kullanıcıların içerik üretmelerine ve aktif katılıma imkân veren bir yapıya sahip olmalarıdır. Sürece dâhil olabileme imkânı, bir yandan katılımı mümkün kılarken bir yandan da “katılımcı kültür” ile “iletişim ortamının demokratikleşmesi” çerçevesinde tartışmalar yaratmıştır (Ateşalp ve Başlar, 2015: 162). Jenkins (2006: 3) katılımcı kültürün, “eski pasif medya izleyiciliği” kavramıyla yorumlandığını belirtmekte ve iletişim alanındaki dönüşüme paralel olarak artık “medya üreticilerinden ve tüketicilerden ayrı roller üstlenenler olarak bahsetmek yerine, artık onları hiçbirimizin tam olarak anlayamadığı yeni bir kurallar dizisine göre birbirleriyle etkileşime giren katılımcılar olarak görebilmenin” mümkün olduğunu açıklamaktadır. Yakınsama kavramı üzerinden de yazarın tartıştığı bu kuramsal perspektif, “tüketicilerin yeni bilgiler aramaya ve dağınık medya içeriği arasında bağlantılar kurmaya teşvik edildiği kültürel bir değişimi temsil” etmektedir (Jenkins, 2006: 3). İçerik oluşturma, başkalarıyla paylaşma ve sosyal bağlantı hissi ile karakterize edilen katılımcı kültür, üretim, tüketim ve içeriğin bir araya geldiği ve yakınlaştığı yer olarak tanımlanmaktadır (Ciszek, 2013: 188). Castells’in (2016: 172) Jenkins’e atfen açıkladığı gibi yakınlaşma (yakınsama), yalnızca teknolojik ya da örgütsel olmadığı gibi bunlar sürecin yalnızca maddi boyutlarıdır ancak asıl yakınlaşma, temelde kültürel ve birbirleriyle iletişim kuran öznelerin zihinlerinde gerçekleşmektedir. Katılımcı kültürde ise içerik üreticisi konumunda olan üyeler katkılarının önemli olduğuna inanırken bir dereceye kadar da birbirleriyle sosyal bir bağ hissetmektedirler (Jenkins, 2009: 5-6). Bu açıdan Castells’in (2016: 164, 167, 169) açıklamalarıyla iletişim içindeki özneler, yalıtılmış varlıklar olmadıkları gibi aksine “ortak anlam üreten iletişim ağları kurarak kendi aralarında etkileşim kuran” yaratıcı izleyiciler ya da takipçiler olarak tanımlanabilir ve internete dayalı iletişim ağları sayesinde aslında mesajı gönderen ile alanın, “kollektif olarak aynı özne” olduğunu belirtmek mümkündür.

Literatürdeki farklı çalışmalar dijital uygulamalar ile katılımcı kültür arasındaki ilişkiye dikkat çekmektedir. Buna göre katılımcı kültür açısından YouTube (Chau, 2010; Ciszek, 2013; Burgess ve Green, 2018) ve Twitter (Smitko, 2012; Park, 2013) gibi

platformlar önemli imkânlar sunarken bunlar gibi çok sayıda platform bir yandan da kullanıcılarına geniş ölçekli çevrim içi sosyal katılım fırsatı yaratmaktadır (Rotman vd., 2011). Örneğin “Sosyal Linç ve Marka Krizleri Araştırması” (Zenna ve Repman, 2018) raporu, insanların tepkilerini gösterdikleri ve sosyal linçlerin oluşmasında en etkili mecraların başında Twitter’ın geldiğini ortaya koymuştur. Bu kapsamda Twitter, çeşitli yollarla kullanıcıların aktif olarak içerik oluşturdukları bir platform olarak değerlendirilirken özellikle kullanılan hashtagler, iletişim ağının kurulmasını sağlayan bir işleve sahiptir. Buradan hareketle Castells (2016: 164), “izleyici” ya da “takipçi” kavramları etrafında şekillenen söylemin yanlış inşa edildiğinden hareketle bu söylemin bireyi “mesajların edilgin hedefleri” olarak benimsediğini vurgulamaktadır.

Dijital platformların kendini ifade etme aracı olarak kullanılması aynı zamanda, özellikle gençlerin seslerini duyurmak için yeni mekanizmalar aramasından da kaynaklanmakta ve bu durum, bir yandan da daha eğlenceli bir aktivizm tarzını ortaya çıkarmaktadır (Jenkins vd., 2016: 2). Chau (2010: 65) ise literatürde yer alan pek çok araştırmanın sanal alanları, “gençlerin akranlarıyla bağ kurduğu, kamusal söylemle meşgul olduğu, kimliklerini keşfettiği ve yeni beceriler edindiği” alanlar olarak gördüğünü aktarmıştır. Bu açıklamalar, bir yandan da dijital aktivizm tartışmalarını da anımsatmaktadır. Tepkilerin dijital platformlar aracılığıyla sergilenmesi olarak da görülebilecek dijital aktivizm kavramı kısaca, teknolojilerin yayılım hızından faydalanarak tepki gösterilen konular hakkında “yüksek kamuoyu sesi üretebilmek” amacıyla tasarlanmış eylemler (Kırık ve Özcan, 2014: 66) şeklinde tanımlanmaktadır.

Bununla paralel olarak çalışmanın konusu olan #WhatsAppSiliyoruz tweetleri, hashtag aktivizmi kapsamında da değerlendirilebilir. Tombleson ve Wolf’un (2017: 15) aktardıkları gibi hashtag aktivizmi, “bir konu hakkında farkındalık yaratmak ve sosyal medya aracılığıyla tartışmayı teşvik etmek için hashtag kullanarak, bir amaç için mücadele etme veya destekleme eylemi” olarak tanımlanmaktadır. Hashtag kullanımı bir yandan da söyleyecek sözü olanın tartışmaya katılmasını, bir odak noktası bağlamında düşüncelerin yayılımını, ortak bir payda üzerinde ilişki ve iletişim kurulmasını ve dolaylı olarak da konuya ilişkin içerik üretilmesini sağlamaktadır. Geleneksel medyaya göre dijital medyanın interaktif yapısı ise potansiyel güç dengesinin kullanıcı lehinde değişebilmesine olanak sağlamaktadır (van Dijk, 2016: 22). Dijitalin kullanıcılarına sağladığı bu avantaj daha etkileşimsel bir bilgi alışverişini mümkün kılarken Jenkins’in (2006: 24) açıkladığı gibi, “Yeni teknolojilerle güçlendirilmiş ve eski ile yeni medyanın kesişme noktasında yer alan izleyiciler, kültüre katılma hakkı talep etmektedirler.” Tepkiler farklı boyutlarda olabileceği gibi genel-

likle etik dışı veya haksız uygulamalara karşı kullanılan en ileri taktiklerden biri de boykottur (Özdemir Çakır, 2011; Makarem ve Jae, 2016). Belirli bir amaca erişilebilir için ürün, marka ya da hizmeti tercih etmekten kaçınmak olarak açıklanabilen boykot, uluslararası veya bölgesel çapta olabileceği gibi, kısa, orta ve uzun vadeli boykotlardan da bahsedilebilmektedir (Friedman, 1999). Sonuç olarak bu açıklamalar ışığında çalışmanın konusu olan WhatsApp krizini ve bu kriz etrafında atılan #WhatsAppSiliyoruz paylaşımlarını, dijital platformlarda ortaya çıkmış bir tepki ve eylem biçimi olarak değerlendirmek, uygulamayı silmeyi ise bu tepkinin somut çıktısı olarak varsaymak mümkündür.

4. WhatsApp Krizi: Genel Bir Bakış

WhatsApp krizi, başlı başına etik bir tartışmanın ürünü olan kişisel verilerin kullanılması ve paylaşılması tartışması üzerine temellenmektedir. Buna göre popüler bir mesajlaşma, arama ve haberleşme uygulaması olan WhatsApp, “180’den fazla ülkede ve 2 milyardan fazla kişinin kullandığı” (WhatsApp, 2021a) bir uygulamadır. Kullanıcılarına ücretsiz olarak hizmet veren, mesaj, fotoğraf, belge, video, konum, kişi paylaşma gibi özellikleri olan uygulama, rakiplerine kıyasla en çok tercih edilen uygulamadır (Statista, 2021). 2014 yılında Facebook tarafından satın alınan uygulama, Facebook şirketlerinden biri olmasının yanı sıra Messenger ve Instagram gibi popüler uygulamaları da içeren bir yapının parçasıdır (Facebook, 2021).

4 Ocak 2021 tarihinde WhatsApp’ın veri paylaşım ve gizlilik politikasını değiştireceğini ve tüketicilere daha uygun reklam deneyimi sunmak için Facebook ile paylaşacağını açıklamasıyla kriz patlak vermiştir (WhatsApp, 2021b). Daha önce de belirtildiği gibi bu sözleşmeler aslında, “kullanıcıların tüm kişisel enformasyonunu depolamayı meşrulaştırmaya uygun zemin hazırlamaktadır” (Narin vd., 2017: 221). Kullanıcılarına, programı kullanmaya devam edebilmeleri için verilerini Facebook ile paylaşma onayı vermelerini içeren sözleşmeyi kabul etmeleri şartı getiren uygulama, sonrasında tepkilere ve eleştirilere maruz kalmıştır. Tepkiler sonrasında WhatsApp, sözleşmenin tarihini bir süreliğine ertelediğini duyurmuştur. Gündeme gelen bu olay, kişisel verilerin ve kullanıcı bilgilerinin ticari kullanımına ilişkin tartışmaları yeniden gündeme getirmiştir.

Bir başka tartışma ise sözleşmenin Avrupa Birliği ülkelerini kapsamadığı bilgisinin (Biber, 2021) yayılması üzerine patlak vermiştir. Dayatma olarak değerlendirilen sözleşmeye yönelik tepkiler sosyal ağlarda hızla yayılmıştır. Yalnızca Türkiye’de değil dünya çapında da tepkiyle karşılanan bu durum akabinde pek çok insan WhatsApp uygulamasını silerek Tesla CEO’su Elon Musk gibi ünlülerin de işaret ettiği alternatif platformlara yönelmeye başlamıştır (Dixit, 2021).

Ortaya çıkan tepkiler sonucunda WhatsApp açıklamalarda bulunarak krizi yönetmeye çalışmıştır. Twitter resmî hesabından 12 Ocak 2021 tarihinde yapılan paylaşıma göre, özel mesajların uçtan uca şifreleme ile korunmasına devam edildiği vurgulanmış ve bahsedilen gizlilik politikası güncellemesinin özel mesajların gizliliğini etkilemediğine dikkat çekilmiştir (WhatsApp, 2021c). WhatsApp’ın ve benzer uygulamaların uçtan uca şifreleme özelliği kullanıcılarda “belirli bir düzeyde gizlilik algısı yaratmaktadır” (Barbosa ve Milan, 2019: 49).

Tepkilerden sonra Kişisel Verileri Koruma Kurulu ile Rekabet Kurulundan da soruşturmalar ve incelemeler gelmiştir. Rekabet Kurulu yayınladığı bilgilendirmede:

“Rekabet Kurulunun 11.01.2021 tarihli ve 21-02/25-M sayılı kararıyla, WhatsApp kullanıcılarına getirilen veri paylaşma zorunluluğu hakkında Facebook Inc., Facebook Ireland Ltd., WhatsApp Inc. ve WhatsApp LLC (hepsi birlikte “Facebook” olarak anılacaktır) hakkında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un 6. maddesinin ihlal edip edilmediğinin tespiti amacıyla resen soruşturma açılmıştır.

[...]

Alınan kararda ayrıca söz konusu uygulamaların soruşturma sonucunda alınacak nihai karara kadar ciddi ve telafi olunamayacak zararlar doğurma ihtimalini haiz olduğundan 4054 sayılı Kanun’un 9. maddesi çerçevesinde geçici tedbir alınması ve bu kapsamda Facebook’un Türkiye’de WhatsApp kullanıcılarının verilerinin 8 Şubat 2021 tarihinden itibaren başka hizmetler için kullanılmasına yönelik getirdiği koşulları durdurması ve bu koşulları kabul eden veya bilgilendirmeyi alarak kabul etmeyen tüm kullanıcılara Facebook’un veri paylaşımını içeren yeni koşulları durdurduğunu anılan tarihe kadar bildirmesi gerektiğine karar verilmiştir.” ifadelerine yer vermiştir (Rekabet Kurulu, 2021).

Kişisel Verileri Koruma Kurumu (2021) 12 Ocak tarihinde yayınladığı duyurusunda ise:

“[...] Gizlilik politikasında ise hangi verilerin hangi amaçlarla işleneceği ifade edilmekle birlikte, işlenen kişisel verilerin WhatsApp Inc. tarafından yurt dışında yerleşik bulunan hizmet aldığı ve hizmet verdiği Facebook grup şirketleri, tedarikçileri, iş ortakları, hizmet sağlayıcıları ve diğer üçüncü taraf veri sorumluları gibi net olarak belirli olmayan taraflara teknik destek, teslimat ve diğer hizmetleri sağlamak, araştırma yapmak, pazarlama ve anket vb. gibi yine belirli olmayan amaçlarla aktarılacağı ifade edilmekte olduğu görülmektedir.” ifadelerine yer vermiş, konuyla ilgili resen inceleme başlatıldığını duyurmuştur.

Kriz, Facebook’un kurucusu Mark Zuckerberg’in daha önce yaşamış olduğu Cambridge Analytica krizini de hatırlatmıştır. WhatsApp uygulamasının da Facebook’un bir parçası olması, krize yönelik algıyı da etkilemiştir. Facebook’un kullanıcı bilgilerini Cambridge Analytica şirketiyle paylaşması sonucu yaşananlar, benzer şekilde kişisel

verilerin gizliliği tartışmalarını gündeme getirmiştir (Ergen, 2018). “Sosyal Linç ve Marka Krizleri Araştırması” (Zenna ve RepMan, 2018: 18) raporuna göre Türkiye’de de tepki çeken Cambridge Analytica krizi sonrası araştırmaya katılanların 25%’i, o dönemde uygulamayı kullanmayı bıraktığını ancak şu anda kullanmaya devam ettiğini, %46’sı ise sorun yaşamadığı sürece uygulamayı kullanmaya devam edeceğini belirtmiştir. Bu bulgular, krizlere yönelik tepkilerin ne kadar eyleme dönüştüğü sorusunu da gündeme getirmektedir.

5. #WhatsAppSiliyoruz Tweetleri Üzerine Bir Analiz

Çalışmanın amacı, WhatsApp’ın kişisel verilerin işlenmesi ve paylaşılması kapsamında kullanıcı sözleşmelerinde değişiklik yapacağını ve uygulamayı kullanmaya devam edebilmek için sözleşmenin kabul edilmesi gerektiğini açıklamasından sonra ortaya çıkan krizin kullanıcı tepkileri boyutunu, etik bir perspektiften incelemektir. Etik bir sorun olan kişisel verilerin depolanması, saklanması ve paylaşılması konusu, kişisel verinin üreticisi ve kaynağı olan kullanıcılar açısından önemli bir sorundur. Bu doğrultuda amaç, kullanıcıların şahsi verileri ile ilgili olan bir kriz karşısında ürettikleri tepkileri, bu tepkilerin odak noktalarını, eleştirilerini, eleştirilerinin çerçevesini ve kullanıcıların kişisel verilerin güvenliğine yönelik düşünce ve fikirlerini analiz etmektir. Öte yandan çalışmanın kendisi de bir büyük veri kaynağı olan Twitter platformu üzerinden gerçekleştirilmektedir. Sosyal ağlar, araştırmacılara geniş kapsamlı verilere erişim açısından avantaj sağlamaktadır. Aynı zamanda Twitter’ın kullanıcıların tepkilerini en çok dile getirdikleri mecraların başında gelmesi de bu seçimde belirleyici olmuştur. Bu doğrultuda araştırma şu sorulara yanıt aramaktadır:

- 1) #WhatsAppSiliyoruz tweetleri, hangi temel üst kategorileri içermektedir ve bunların dağılımları nasıldır?
- 2) Üst kategoriler altında dikkat çeken alt kategoriler nelerdir ve bunların dağılımları nasıldır?
- 3) Tweetlerde kullanıcıların dikkat çektiği diğer odak noktaları nelerdir?
- 4) Tweetlerde hashtag (#) kullanımı ve alternatif platformlara yapılan göndermelere ilişkin dikkat çeken unsurlar nelerdir?

5.1. Yöntem ve Örneklem

Araştırmanın örneklemini temsil eden tweetler, Twitter API (Application Programming Interface-Uygulama Programlama Arayüzü) aracılığıyla elde edilmiş ve hashtag (#) kullanılarak toplanmıştır. Twitter API, Twitter verilerine erişim sağlayan bir arayüz olmakla birlikte erişim için uygulamanın izin vermesi gerekmektedir. API eri-

şimi ile #WhatsAppSiliyoruz hashtagini içeren toplam 3.000 tweet analiz amacıyla derlenmiştir. Veriler, #WhatsAppSiliyoruz hashtaginin Twitter’da mevcut zaman diliminde en çok konuşulan konular manasına gelen “trending topics” olduğu 9-11 Ocak 2021¹ tarihleri arasından seçilmiştir.

Çalışmada içerik analizi yönteminden faydalanılmıştır. Gökçe’nin (2019: 33) tanımlamasıyla içerik analizi, “Mevcut olan iletişim boyutlarını analiz etmek ve buradan mevcut olmayan sosyal gerçekliğin belirli boyutlarına (kaynak-hedef-ortam) yönelik çıkarım yapmak amacıyla metinlerin içeriklerini analiz eden ve bu süreçte belirli kurallar çerçevesinde sistematik hareket eden bir yöntemdir.” Berg ve Lune (2019: 344) ise neyin içeriği oluşturduğuna ilişkin soruya, “çeşitli amaçlar için insanlar tarafından üretilmiş her şey” içeriktir yanıtını vermişlerdir. Çalışmada 3.000 tweetlik örneklemin tamamı, analiz için kodlanmıştır. Kodlama cetveli oluşturulmadan önce veri setinin ön okuması yapılmış, örneklemin yüzde 10’luk dilimini (bkz. O’Connor ve Joffe, 2020) temsilen 300 tweet kodlanarak kategoriler belirlenmiştir. İki araştırmacının eş zamanlı olarak kodlaması ile fikir ayrılığına düşülen yerler revize edilmiş ve cetvelin son hâli oluşturulmuştur (Tablo 1).

Tablo 1’de kodlama kategorileri ve kategorinin içeriği açıklanmaktadır. Bazı tweetlerin birden fazla kategoriye temsil etmesi durumunda mesajın öncelikli vurgusu doğrultusunda tekli kodlama yapılmış ve her mesaj bir kategoriye temsil edecek şekilde kodlanmıştır. Tweetlerde kullanılan emojiler ve fotoğraf-video gibi görseller de mesajı anlamak açısından yol gösterici olduğundan kodlama sırasında dikkate alınmıştır.

¹Tarih aralıkları için bkz. <http://trending-topics.co/search.php?u=%23WhatsAppSiliyoruz>

<https://getdaytrends.com/trend/%23WhatsAppSiliyoruz/#otherLocations>

<https://archive.twitter-trending.com/turkey/09-01-2021>

Tablo 1. İçerik Analizi Kodlama Cetveli

Üst kategoriler	<p>Tepki: Uygulamanın hayata geçirmek istediği değişime tepki gösteren, uygulamayı sildiğini beyan eden, yeni kullandığı uygulamaya gönderme yapan tweetleri içermektedir.</p> <p>Tepkiyi eleştirme: Konunun abartıldığını, yanlış yorumlandığını, diğer uygulamaların da verileri kullandığını ve güvenilir olmadığını, kullanıcıların zaten çeşitli şekillerde kişisel verilerini verdiklerini vb. belirten tweetleri içermektedir.</p> <p>Mizah: Konuyu esprili bir dille ele alan tweetleri içermektedir.</p> <p>Haber/bilgi: Konuyla ilgili bilgilendirme içeren veya herhangi bir habere yönlendirme yapan tweetleri içermektedir.</p> <p>Nötr: Ne yapılacağı hakkında kararsızlık ve karmaşanın olduğunu belirten, yönü soran ve pozitif veya negatif yönde fikir beyan edilmeyen tweetleri içermektedir.</p> <p>Alakasız: Konuyla ilgili olmayan ancak hashtagin kullanıldığı tweetleri içermektedir.</p>
Alt kategoriler <ul style="list-style-type: none"> • Tepki 	<p>Tepki : Tepki içeren tweette spesifik bir vurgu varsa alt kategori kodlaması yapılmıştır. Alt kategoriler:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Kişisel verilerin kullanılması sorunu ✓ Dayatma ✓ Ayrımcılık ✓ Güven kaybı-ihanet ✓ Spesifik vurgu yok
<ul style="list-style-type: none"> • Tepkiyi eleştirme 	<p>Tepkiyi eleştirme: Tepkileri eleştiren tweette spesifik bir vurgu varsa alt kategori kodlaması yapılmıştır. Alt kategoriler:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Abartılı korku ✓ Tüm uygulamaların kişisel verileri kullanması gerçeği (uygulamaların ortaklığı) ✓ Verilerin tüketiciler tarafından verildiği ✓ Verilerin değersiz oluşu ✓ Uygulamaya geri dönüş yapılacağı ✓ Gündemdeki daha önemli konulara gönderme ✓ Spesifik vurgu yok
Alternatif mecra vurgusu	<p>Var : Tweette metin içinde ya da hashtag ile herhangi bir başka mecraya gönderme olan tweetler</p> <p>Yok : Herhangi bir başka mecraya gönderme olmayan tweetler</p>
Görsel (fotoğraf-video) veya yönlendirici link kullanımı	<p>Var</p> <p>Yok</p>
Hashtag kullanımı	<p>#WhatsAppSiliyoruz</p> <p>#WhatsAppSiliyoruz + #WhatsAppSilmiyoruz</p>

Güvenilirliği artırmak için iki araştırmacının ayrı ayrı kodladığı 300 tweet doğrultusunda kodlayıcılar arası güvenilirliği gösteren Krippendorff alfa (α) değeri hesaplanmıştır. Veri kümesinin boyutuna bağlı olarak veri birimlerinin %10 ila 25'lik bir diliminin çoklu kodlanması, güvenilirlik hesaplamalarında uygun bir yöntemdir (O'Connor ve Joffe, 2020: 5). Neuman'ın (2014: 376) belirttiği gibi Krippendorff α , her sayıdaki kodlayıcı, her türdeki değişken, herhangi bir örneklem boyutu ve

eksik verinin varlığı gibi durumlarda da kullanılabilirdiğinden en yaygın güvenilirlik ölçüsüdür ve gözlenen uyumsuzluğun (Do), beklenen uyumsuzluğa (De) bölünmesinden sonra 1’den çıkarılması ile hesaplanmaktadır.

Hayes ve Krippendorff’un (2007) çalışmalarında açıkladıkları yöntemle, içerik analizi kategorilerinin her biri için ayrı ayrı α değerleri hesaplanmıştır. Buna göre, “üst kategoriler” için $\alpha = 0.89$, “teпки” alt kategorileri için $\alpha = 0.85$, “teпкиyi eleştirme” alt kategorileri için $\alpha = 0.92$, “alternatif mecra” kategorisi için $\alpha = 0.95$, “görsel veya link kullanımı” kategorisi için $\alpha = 0.94$ ve son olarak “hashtag kullanımı” kategorisi için $\alpha = 0.95$ bulunmuştur. Alfa değerinin “1”e eşit olması, mükemmel güvenilirlik anlamına gelirken α değerinin 0.80 değerinin üstünde olması yüksek güvenilirlik olarak kabul edilmektedir. Buna göre, 0.81 ile 1 arasındaki değerler, “neredeyse mükemmel uyuma” (O’Connor ve Joffe, 2020) işaret etmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın yüksek güvenilirliği olduğu söylenebilir. Örneklemin tamamı IBM SPSS 22 programı ile kodlanmıştır. Sosyal ağlardan elde edilen verilerin kişisel bilgiler de içermesi, akademik çalışmalar açısından dikkat edilmesi gereken bir konudur. Buna göre çalışmada tweet sahiplerine, kullanıcılara veya kişisel bilgilere ilişkin herhangi bir bilgi analiz edilmediği gibi anonimleştirilmiş şekilde kodlanan tüm veriler, kullanıcı bilgilerinden bağımsız olarak değerlendirilmiştir.

6. Bulgular

İncelenen tweetlerin üst kategorilerinin genel dağılımlarına bakıldığında, en çok paylaşımın mizah kategorisinde (n=987, %32,9) olduğu görülmektedir. İkinci sırada kriz karşısında gösterilen tepki tweetleri (n=693, %23,1) dikkat çekerken üçüncü sırada ise tepkileri ve krizin ele alınış biçimini eleştiren (n=437, %14,6) tweetlerin yer aldığı bulgulanmıştır (Tablo 2).

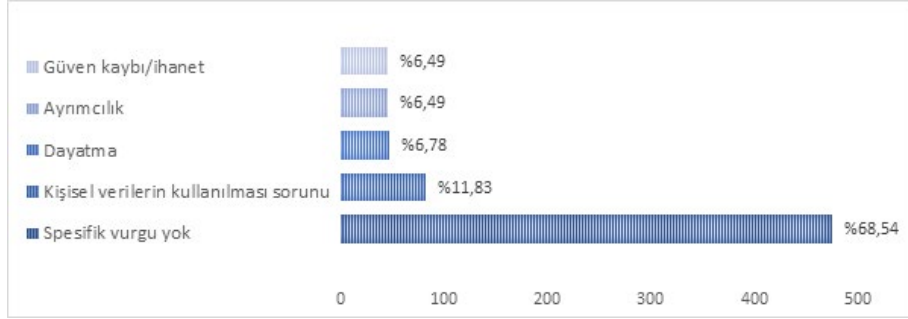
Tablo 2. Üst Kategorilerin Dağılımı

Üst Kategoriler	n	%
Mizah	987	32,9
Tepki	693	23,1
Tepkiyi eleştirme	437	14,6
Haber/bilgi	342	11,4
Alakasız	333	11,1
Nötr	208	6,9
Toplam	3.000	100,0

Tablo 2 incelendiğinde, haber/bilgi içeren tweet oranı ile alakasız tweet oranlarının birbirine yakın olduğu görülmüştür. Haber/bilgi amacıyla atılan tweetler, incelenen tüm tweetlerin %11,4’ünü oluşturmaktadır. #WhatsAppSiliyoruz hashtaginin

kullanıldığı tweetlerin %11,1'inin ise konuyla alakasız tweetler olduğu ancak ilgi çekmek, tanıtım veya reklam yapmak, konunun popüleritesinden faydalanmak gibi amaçlarla hashtagin kullanıldığı anlaşılmıştır. Yalnızca %6,9'luk bir tweetin negatif ya da pozitif yönde bir fikir beyan etmeden bilgi aramak, soru sormak ya da yaşadığı kararsızlık-karmaşayı aktarmak amacıyla atıldığı anlaşılmıştır.

Grafik 1. Tepki Tweetlerinin Alt Kategorilerinin Dağılımı



Çalışmada, tepkilerin ve tepki eleştirilerini içeren tweetlerin detaylı incelemesi de yapılarak tweetlerin taşıdıkları anlamlar ve mesajların odak noktaları açığa çıkarılmaya çalışılmıştır. İlk olarak tepki amacıyla atılan 693 tweetin (%23,1) içerikleri incelenmiş ve tweetlerin %68,54'ünün herhangi bir spesifik vurgusunun (n=475) olmadığı anlaşılmıştır. Tepkilerin sırasıyla, kişisel verilerin kullanılması sorununa (n=82, %11,83), dayatmaya (n=47, %6,78) ve ayrımcılık (n=45, %6,49) ile güven kaybı/ihanet (n=45, %6,49) noktalarına odaklandıkları görülmüştür (Grafik 1).

Grafik 2. Tepkiyi Eleştiren Tweetlerin Alt Kategorilerinin Dağılımı



İkinci olarak, tepkilerin eleştirisini içeren 437 tweetin %32,03'ünün, yalnızca WhatsApp'ın değil tüm uygulamaların kişisel verileri kullandığı gerçeğine ya da

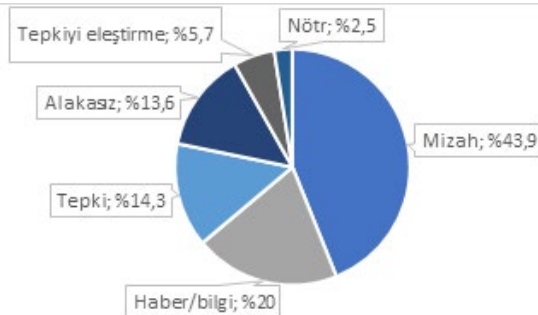
farklı bir değişle tüm uygulamaların benzer veya işbirliği içinde olduğu vurgusuna (n=104) işaret ettikleri, %19,22’sinde ise spesifik bir vurgu (n=84) olmadığı anlaşılmıştır. Tweetlerde yer alan diğer eleştirilerin ise sırasıyla, abartılı korku (n=79, %18,07), verilerin tüketiciler tarafından zaten çeşitli yollarla verilmesi (n=66, %15,10), verilerin değersiz olması (n=44, %10,06), gündemde daha önemli konular olması (n=37, %8,46) ve uygulamaya geri dönüş yapılacağı (n=23, %5,26) noktalarına odaklandıkları tespit edilmiştir (Grafik 2).

Tweetlerde WhatsApp uygulamasından farklı bir platformun isminin yer alıp almadığı da incelenmiştir. İnceleme esnasında hem metin içinde hem de hashtag kullanımı yoluyla farklı platformlara gönderme yapıldığı, bu platformların WhatsApp uygulamasına alternatif olarak sunuldukları ve özellikle tepkili olan kullanıcıların bu uygulamaları tercih edebileceklerine dikkat çekildiği görülmüştür. İncelenen 3.000 tweetin %35,8’ini oluşturan 1.074 tweette en az bir alternatif mecra ismi bulunurken tweetlerin çoğunda (n=1.926, %64,2) herhangi bir alternatif mecra isminin yer almadığı tespit edilmiştir.

Twitter’da tweetlere, görseller ve yönlendirici linkler eklemek mümkündür ve fotoğraf veya video şeklinde olabilecek bu görseller ile linkler, mesajın taşıdığı anlamı pekiştirmek açısından işlevseldir. Çalışmada incelenen tweetlerde görsel veya link olup olmadığına ilişkin bir analiz gerçekleştirilmiş ve incelenen tweetlerin %43,2’sinde (n=1.297) görsellere veya yönlendirici linklere yer verildiği ancak %56,8’inde (n=1.703) herhangi bir görsel ya da linkin bulunmadığı anlaşılmıştır.

Görsel veya link kullanılan 1.297 tweetin üst kategorilere göre çapraz dağılımlarına bakıldığında, en çok mizah unsuru (n=569, %43,9) taşıyan tweetlerde, ikinci olarak ise haber/bilgi içeren (n=259, %20) tweetlerde görsel ve/veya link kullanıldığı anlaşılmıştır. Krize ilişkin tepki içeren tweetlerin ise yalnızca %14,3’ünde (n=185) görsel veya linklere yer verildiği dikkat çekmiştir (Grafik 3).

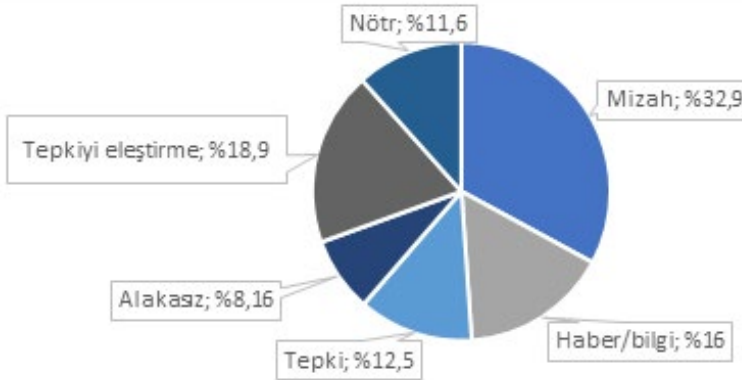
Grafik 3. Görsel veya Link Kullanılan Tweetlerin Üst Kategorilere Göre Çapraz Dağılımları



Çalışmanın amacı, #WhatsAppSiliyoruz hashtagi ile atılan tweetleri incelemek olduğundan örneklemin tamamında bu etiketin olması aşikârdır. Öte yandan analiz esnasında bazı tweetlerde #WhatsAppSilmiyoruz hashtaginin de kullanılması dikkat çekmiş olup bu doğrultuda da bir analiz gerçekleştirilmiştir. Buna göre analiz edilen tüm tweetlerin %21,9'unda (n=656) her iki hashtagin bir arada kullanıldığı görülmüştür.

Her iki hashtagin bir arada kullanıldığı 656 tweetin üst kategorilere göre çapraz dağılımlarına bakıldığında ise ilk olarak mizah kategorisine ait tweetlerde (n=216, %32,9), ikinci olarak tepkiyi eleştiren tweetlerde (n=124, %18,9), üçüncü olarak ise haber/bilgi içeren tweetlerde (n=105, %16) bir arada kullanım olduğu tespit edilmiştir (Grafik 4).

Grafik 4. Her İki Hashtagin Bir Arada Kullanıldığı Tweetlerin Üst Kategorilere Göre Çapraz Dağılımları



İçerik analizi doğrultusunda ortaya çıkan tüm bu bulguların yanı sıra tweetlerin kodlanması esnasında farklı unsurlar da dikkat çekmiştir. Bu bulgular araştırmacılar tarafından ayrıca incelenmiştir. Bu bulgulardan ilki, kriz esnasında WhatsApp uygulamasının sözleşmeyi geri çekeceğine ilişkin bir haberin gündeme düşmesi sonucunda ortaya çıkmıştır. Tevit edilemeyen ve sonrasında “yanlış-yalan haber” olduğu ortaya çıkan bu bilginin, tweetlerin çoğunda yer aldığı, kullanıcıların bu bilgiye inanarak çeşitli yorumlarda buldukları veya uygulamaya geri dönüş gerçekleştirdikleri görülmüştür. Az sayıda tweette haberin yanlış olduğuna ilişkin bilgilendirmeler yer alırken, yanlış bir haberin bu denli dolaşıma girmesi de bilgi kirliliği ve dezenformasyon tartışmaları bağlamında bir başka etik problemin göstergesi olarak değerlendirilmiştir. Buna göre incelenen tüm tweetlerin %8,73'ünde yalan habere ilişkin pozitif ya da negatif açıdan bir bilginin yer aldığı görülmüştür.

İlgi çekici bir diğer bulgu ise tweetlere de yansıyan “karmaşa veya kararsızlık” ile ilgilidir. Kriz karşısında tepki gösteren ancak hangi platformun daha güvenli olduğu konusunda kararsızlık yaşayan, bu kararsızlık sebebiyle de pek çok farklı uygulamayı indirmiş kullanıcılar olduğu tweetlerin incelemesi esnasında dikkat çekmiştir. Buna göre tweetlerin %5,7’sinde konuyla ilgili karmaşaya ve yaşanan kararsızlığa gönderme olduğu tespit edilmiştir.

Bir başka bulgu ise tweetlerde, yerli bir uygulamaya duyulan ihtiyaca işaret edilmesidir. Buna göre tweetlerin %2,3’ünde “yerli ve milli” bir uygulama yapılması gerektiği belirtilmiştir. Tüm bu bulguların yanı sıra incelenen tweetlerde oranları çok düşük olsa da başka unsurlara da dikkat çekildiği görülmüştür. Bunlar kısaca özetlendiğinde, kullanıcıların WhatsApp yerine tercih ettikleri yeni uygulamadan bekledikleri verimi alamadıkları, WhatsApp’a duydukları bağlılığı zaman zaman dile getirdikleri, başta stickerlar (yapıştırma-çıkartma) olmak üzere WhatsApp uygulamasının sağladığı özelliklere özlem duydukları, krize yönelik tepkinin WhatsApp’ın kararı üzerine herhangi bir etkisi olmayacağı, WhatsApp’ı silenlerin aynı şirketin ürünleri olan Instagram, Facebook gibi uygulamaları kullanmaya devam ettikleri gibi konulara göndermeler yapıldığı görülmüştür.

7. Tartışma ve Sonuç

Kişisel verilerin korunması ile kullanımının düzenlenmesine ilişkin tartışmalar, dijital uygulamalar söz konusu olduğunda dikkat çeken bir alan hâline gelmiştir. Pek çok farklı düzenleme ile sağlanmaya çalışılan veri güvenliği, dijital uygulamaların kullanıcılarına sundukları sözleşmeler ve gizlilik politikaları ile koruma altına alınmaya çalışılmaktadır. Her ne kadar bu sözleşmelerin, taraflar arasında karşılıklı bilgi alışverişine ve rızaya dayandığı varsayılsa da hem kullanıcıların konu hakkındaki bilgi ve farkındalık düzeyleri hem de uygulamaların sözleşme ilkelerinin kapsamı tartışmalı bir konudur. Araştırmalar, kullanıcıların çok az bir kısmının bu sözleşmeleri okuduklarını ve genellikle okumadan kabul edildiğini ortaya koymuştur (Custers vd., 2014; Steinfeld, 2016; Obar ve Oeldorf-Hirsch, 2020).

Literatürdeki bulgular, kullanıcıların kişisel verilerin güvenliğine ilişkin hassasiyetlerinin düşük olduğu varsayımını doğrulamaktadır. Ancak popüler mesajlaşma programı WhatsApp’ın gizlilik politikasını değiştirerek verileri Facebook ile paylaşacağını duyurmasından sonra ortaya çıkan tepkiler, kullanıcıların bu konudaki hassasiyetlerine dikkat çekmiştir. Çalışmada, tepkilerin dile getirildiği platformların başında gelen Twitter üzerinden bir analiz gerçekleştirilmiş ve tepkiler sonucu ortaya çıkan “#WhatsAppSiliyoruz” hashtagi ile atılan tweetler incelenmiştir. WhatsApp krizi karşısında kullanıcı tepki ve yorumlarının incelenmesinin amaç-

landığı çalışmanın bulguları ışığında şunları söylemek mümkündür. Kullanıcılar tarafından atılan tweetlerde en çok mizah (%32,9) unsurunun kullanıldığı görülmektedir. Buna göre kullanıcıların krizi mizahi bir dille ele aldıkları ve konuyla ilgili çeşitli meseleler hakkında esprili yorumlarda buldukları anlaşılmıştır. Özellikle gündemde olan komik ve eğlenceli olayların, fotoğraf ve video olmak üzere görsellerin, karikatürlerin ve mizahi unsurların, WhatsApp krizine uyarlanarak kullanılması dikkat çekmiştir. Elde edilen bulgu mizahın, fikirlerin müzakeresinde önemli olduğu ve sosyal medyanın da güncel siyasi gelişmelerin değerlendirilmesinde önemli bir role sahip olduğu düşüncesinden hareketle Ayaşlıoğlu ve Aydın'ın (2021) yapmış oldukları çalışmanın sonuçlarıyla da örtüşmektedir. Yazarlar, kullanıcıların siyasi krizlere ve politik konulara ilişkin sosyal medya paylaşımlarının odak noktalarını incelemişler ve kullanıcıların görsel materyaller, kültürel referanslar ve popüler anlatılar üzerinden krizlere ilişkin bakış açılarını mizah yoluyla ifade etme yönünde güçlü bir motivasyona sahip olduklarını saptamışlardır. Mizahın bu kullanım biçimi, mizahın yalnızca bir eğlence ve güldürü unsuru olmaması ile de açıklanabilir. Buna göre mizahi unsurların tercih edilmesinin temel sebeplerinden biri Tamer'in (2011: 211) aktarıyla, mizahın kaynağında eleştirinin olmasıdır. Peifer (2012: 266) ise mizahın, "başkalarına saldırmak, onları zayıflatmak ve insanlar, fikirler ve kurumlar hakkında yargı ve eleştiriler telaffuz etmek için bir silah" olarak kullanılabileceğini ifade etmektedir. Bu doğrultuda mizah kullanımına ilişkin bulgu bir bakış açısından, konuya ilişkin atfedilen önem derecesinin düşük olduğu yönünde değerlendirilebilirken bir başka bakış açısından ise mizahın eleştirel yönü bağlamında da bir iletişim ile ifade biçimi olarak değerlendirilebilir.

Öte yandan araştırma bulgularına göre mizahi unsurlardan sonra ikinci olarak tepki içeren tweetlerin (%23,1), üçüncü olarak ise tepkileri eleştirenlerin tweetlerinin (%14,6) olduğu saptanmıştır. Bu sonuç, kriz karşısında tepki gösterenler olduğu kadar gösterilen tepkileri garipseyenler, eleştirenler ya da gereksiz bulanlar olduğunu da göstermektedir. Tepki gösterenlerin tweetleri incelendiğinde, kullanıcıların genellikle kişisel verilerinin kullanılması yönünde (%11,83) bir rahatsızlıkları olduğu sonucuna varılmıştır. Bu veri, kullanıcıların giderek daha fazla gizliliğe ve mahremiyete önem vermeye başladıklarının da bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Daha önce de belirtildiği gibi 2020 yılında yapılan bir araştırma, kullanıcıların veri paylaşımları konusunda daha bilinçli hâle geldiklerini ortaya koymuştur (Anant vd., 2020). Tepki paylaşımlarında yer alan dayatma (%6,78), ayrımcılık (%6,49) ve güven kaybı (%6,49) gibi odak noktalarının ise birbirine yakın oranlarda olduğu görülmektedir. Buna göre tepkilerin önemli bir kısmı What-

sApp’ın kararının tüm ülkeleri kapsamamasından ve kullanıcılara bir dayatma gibi sunulmasından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Uygulamanın değişiklikleri yalnızca belirli ülkelerle sınırlı tutması krizin boyutunu etkilerken kültürel ve siyasal tepkilerin ortaya çıkmasına da neden olmuştur.

Tepkileri eleştiren tweetler ise yine en çok kişisel verilerinin kullanılmasına (%32,03) işaret ederken konu farklı bir perspektiften ele alınmakta ve yalnızca WhatsApp’ın değil WhatsApp’a alternatif olan tüm uygulamaların da kişisel verileri kullanması gerçeğine dikkat çekilmektedir. Bu bulgu, kişisel verilerin ticari kaygılar ile kullanılması gibi etik bir problemin ne kadar yaygın olduğu yönünde değerlendirilebilir ve pek çok kullanıcı tarafından gizlilik sözleşmelerinin okunmadan onaylanması, kullanıcının neye izin verdiğini bilmemesi sonucunu doğurmaktadır. Okunmadan onaylanan sözleşmeler, kişisel verilerin ekonomik bir değer olarak kullanımını kolaylaştırmaktadır. Ek olarak eleştirilerin sırasıyla abartılı korku (%18,07), kişisel verilerin kullanıcılar tarafından zaten farklı yollarla paylaşılmış olması (%15,10) ve verilerin değersiz oluşu (%10,06) gibi noktalara da odaklandığı görülmüştür. Bu bulgu, gerçek kişilere ilişkin her türlü bilgi anlamına gelen kişisel verilerin, kullanıcılar nezdinde değersizleştirilmesi olarak değerlendirilebilir. Daha önce açıklandığı gibi kişisel veri bir yandan da özel hayatın gizliliği, mahremiyet, temel hak ve özgürlüklerin korunması ve etik değerler ile de ilgilidir ve bu bağlamda verinin değersizleştirilmesi başlı başına etik bir problemdir.

Çalışmada %11,1 oranında da olsa #WhatsAppSiliyoruz hashtagi ile atılmış konudan bağımsız ve alakasız tweetler olduğu bulgulanmıştır. Örneklemin tamamı düşünüldüğünde çok düşük sayılamayacak bu oran, gündemin popülaritesinin alternatif konulara aktarılmaya çalışılması olarak değerlendirilebilir. Buna göre gündeme olan ilgiden faydalanmak amacıyla, reklam, tanıtım, ilgi çekme, ilgi transferi gibi amaçlarla konuyla doğrudan bağlantısı olmayan çok sayıda tweette #WhatsAppSiliyoruz hashtaginin kullanıldığı anlaşılmıştır.

Tweetlerde en çok mizahi unsurlara yer verildiği görülmüşken, fotoğraf ve video gibi görsel ya da link kullanımlarının da en çok mizahi (%43,9) tweetlerde olduğu sonucuna varılmıştır. Buna göre görsellerin, mizahi anlatımı güçlendirdiği sonucuna varılabilmektedir. İkinci olarak görsel ve link paylaşımlarının haber içerikli tweetlerde (%20) olduğu ve bunların habere yönlendirme amacıyla kullanıldığı sonucuna varılmıştır. Ancak analiz sırasında çok sayıda yanlış bilginin de dolaşıma girdiği dikkat çekmiştir. Başlı başına etik bir sorunsal olarak değerlendirilmesi gereken bilgi kirliliği ve yanlış/çarpıtılmış haberler, WhatsApp krizinde de net bir biçimde gözlemlenmiştir. Tepkiler sonrasında uygulamanın kararını geri çektiğine ilişkin bir haberin dolaşıma girerek çok sayıda tweette ve haber sitesinde yer al-

dığı saptanmıştır. Herhangi bir resmî kaynağa dayanmayan ve teyit edilmemiş bir bilgi olarak kamuoyuna yansıyan bu haberin, kullanıcılarda kafa karışıklığı yaşanmasına yol açtığı, tepkilerin bu noktada değiştiği ve kullanıcıların bu habere inanarak uygulamaya geri dönmeye başladıkları görülmüştür. Habercilik açısından da etik bir problem olarak değerlendirilmesi gereken bu durum, özellikle krizler esnasında dezenformasyon sorununu bir kez daha tartışmaya açmıştır.

Kaynakça

- Anant, V., Donchak, L., Kaplan, J., & Soller, H. (2020). The consumer-data opportunity and the privacy imperative. McKinsey and Company. <https://www.mckinsey.com/business-functions/risk/our-insights/the-consumer-data-opportunity-and-the-privacy-imperative> Erişim tarihi: 01.03.2021
- Ateşalp, S., & Başlar, G. (2015). Katılımcı Kültür Tartışmaları Ekseninde Sosyal Medyada Diziler: Kardeş Payı Örneği. *E-journal of Intermedia*, 2(1), 158-180.
- Ayaşlıoğlu, E., & Aydın, M. B. (2021). "Mocking Birds "Tweeting": The Use of Humor in Political Sharings and Posts on Social Media". Elif Esiyok (Ed.). *Handbook of Research on New Media Applications in Public Relations and Advertising*. 395-420. IGI Global.
- Barbosa, S., & Milan, S. (2019). Do not harm in private chat apps: Ethical issues for research on and with WhatsApp. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 14(1), 49-65.
- Benndorf, V., & Normann, H. T. (2018). The willingness to sell personal data. *The Scandinavian Journal of Economics*, 120(4), 1260-1278.
- Berg, B. L. & Lune, H. (2019). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Konya: Eğitim.
- Biber, A. B. (2021, 14 Ocak). WhatsApp'ın 'zorunlu' güncellemesi kullanıcıları nasıl etkileyecek?. TRT Haber. <https://www.trthaber.com/haber/dunya/WhatsAppin-zorunlu-guncellemesi-kullanicilari-nasil-etkileyecek-545340.html> Erişim tarihi: 02.03.2021
- Bilir, F. (2021). Kişisel Verilerin Korunması Kişinin Kendisinin Korunmasıdır. *TRT Akademi*, 6(11), 172-181.
- Burgess, J. & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture*. Cambridge: Polity Press.
- Castells, M. (2016). *İletişim Gücü*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Chau, C. (2010). YouTube as a participatory culture. *New directions for youth development*, 128, 65-74.
- Ciszek, E. (2013). Advocacy and amplification: Nonprofit outreach and empowerment through participatory media. *Public Relations Journal*, 7(2), 187-213.
- Custers, B., van der Hof, S., & Schermer, B. (2014). Privacy expectations of social media users: The role of informed consent in privacy policies. *Policy & Internet*, 6(3), 268-295.

- Dixit, P. (2021, 21 January). WhatsApp Fueled A Global Misinformation Crisis. Now, It's Stuck In One. BuzzFeed News. <https://www.buzzfeednews.com/article/pranavdixit/WhatsApp-misinfo-privacy-policy> Erişim tarihi: 01.03.2021
- Doğan, K., & Arslantekin, S. (2016). Büyük veri: önemi, yapısı ve günümüzdeki durum. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, 56(1), 15-36.
- Ergen, Y. (2018). Büyük Veri, Sosyal Medya ve Etik: Facebook Örneğinde Bir Değerlendirme. Yeni Düşünceler, (10), 53-64.
- Facebook (2021). Company Info. <https://about.fb.com/company-info/> Erişim tarihi: 01.03.2021
- Friedman, M. (1999). Consumer Boycotts: Effecting Change Through The Marketplace and The Media. Routledge.
- Gartner (2021). Infonomics. <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/infonomics> Erişim tarihi: 01.03.2021
- Getdaytrends (2021). #WhatsAppSiliyoruz Worldwide <https://getdaytrends.com/trend/%23WhatsAppSiliyoruz/#otherLocations> Erişim tarihi: 01.03.2021
- Gökçe, O. (2019). Klasik ve Nitel İçerik Analizi. Ankara: Çizgi.
- Hayes, A. F., & Krippendorff, K. (2007). Answering the call for a standard reliability measure for coding data. Communication methods and measures, 1(1), 77-89.
- IBM Corp. (2013). IBM SPSS Statistics for Windows, Version 22.0. Armonk, NY: IBM Corp.
- Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2009). Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Jenkins, H., Shresthova, S., Gamber-Thompson, L., Kligler-Vilenchik, N., & Zimmerman, A. M. (2016). By Any Media Necessary: The New Youth Activism. New York: New York University Press.
- Kırık, A. M., & Özcan, A. (2014). Bir Dijital Aktivizm Örneği: Akıllı Ağ Çeteleri (Smart Mobs). AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi, 5(14), 61-78.
- Kişisel Verileri Koruma Kurumu (2021, 12 Ocak). WhatsApp Uygulaması Hakkında Kamuoyu Duyurusu. <https://www.kvkk.gov.tr/Icerik/6856/WhatsApp-UYGULAMASI-HAKKINDA-KAMUOYU-DUYURUSU> Erişim tarihi: 02.03.2021
- Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (2021) <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6698.pdf> Erişim tarihi: 02.03.2021
- Lomborg, S. (2012). Personal internet archives and ethics. Research Ethics, 9(1), 20-31.
- Makarem, S. C., & Jae, H. (2016). Consumer boycott behavior: An exploratory analysis of twitter feeds. Journal of consumer affairs, 50(1), 193-223.
- Marr, B. (2020). Veri Stratejisi: Büyük Veri ve Nesnelerin İnterneti Nasıl Kar Getirir?. İstanbul: MediaCat.
- Narin, B., Ayaz, B., Fırat, F., & Fırat, D. (2017). Büyük Veri ve Gazetecilik İlişkisi Bağlamında Veri Gazeteciliği. AJIT-E, 8(30), 215-235.
- Neuman, W. L. (2014). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. Essex, England: Pearson.
- O'Connor, C., & Joffe, H. (2020). Intercoder reliability in qualitative research: debates and practical guidelines. International Journal of Qualitative Methods, 19, 1-13.

- Obar, J. A., & Oeldorf-Hirsch, A. (2020). The biggest lie on the internet: Ignoring the privacy policies and terms of service policies of social networking services. *Information, Communication & Society*, 23(1), 128-147.
- Öz, M., & Kılıç, D. (2020). Kişisel Verilerin Çevrimiçi Mahremiyet İle İlişkinin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 22(39), 206-224.
- Özdemir Çakır, H. (2011). Tüketici Boykotlarının Kriz İletişimi Açısından Değerlendirilmesi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 121-136.
- Öztürk, Ş. (2015). Sosyal Medyada Etik Sorunlar. *Selçuk İletişim*, 9(1), 287-311.
- Park, C. S. (2013). Political carnivalism and an emerging public space: examination of a new participatory culture on Twitter. *International Journal of Electronic Governance*, 6(4), 302-318.
- Peifer, J. T. (2012). Can We Be Funny? The Social Responsibility of Political Humor. *Journal of Mass Media Ethics*, 27(4), 263-276.
- Quinn, K. & Epstein, D. (2018). #MyPrivacy: How Users Think About Social Media Privacy. In *Proceedings of the International Conference on Social Media & Society*, Copenhagen, Denmark, 360-364.
- Rekabet Kurulu (2021, 11 Ocak). Rekabet Kurulu Facebook ve WhatsApp hakkında resen soruşturma başlattı ve WhatsApp verilerinin paylaşılması zorunluluğunu durdurdu. <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Guncel/rekabet-kurulu-facebook-ve-WhatsApp-hakk-14728ae4f653eb11812700505694b4c6> Erişim tarihi: 02.03.2021
- Rotman, D., Vieweg, S., Yardi, S., Chi, E., Preece, J., Shneiderman, B., Pirulli, P., & Glaisyer, T. (2011). From Slacktivism to Activism: Participatory Culture in the Age of Social Media. *Proceedings of the CHI '11 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*. New York, NY: ACM, 819-822.
- Smitko, K. (2012). Donor engagement through Twitter. *Public Relations Review*, 38(4), 633-635.
- Statista (2021, 9 February). Most popular global mobile messenger apps as of January 2021, based on number of monthly active users. <https://www.statista.com/statistics/258749/most-popular-global-mobile-messenger-apps/> Erişim tarihi: 02.03.2021
- Steinfeld, N. (2016). "I agree to the terms and conditions": (How) do users read privacy policies online? An eye-tracking experiment. *Computers in Human Behavior*, 55, 992-1000.
- Tamer, A. (2011). "Kurtuluş Savaşı'ndan Tek Parti Dönemine İktidar ve Mizah Basını İlişkisi: Devlet Arşivindeki İzler", *Gülmenin Arkeolojisi ve Medyada Mizah Olgusu Bildiriler Kitabı*, Önder Barlı ve Derya Tellan (Ed.), 211-223, Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Ulusal İletişim Kongresi Erzurum.
- Tombleson, B., & Wolf, K. (2017). Rethinking the circuit of culture: How participatory culture has transformed cross-cultural communication. *Public Relations Review*, 43(1), 14-25.
- Townsend, L., & Wallace, C. (2016). *Social media research: A guide to ethics*. University of Aberdeen, 1, 16. https://www.gla.ac.uk/media/Media_487729_smx.pdf Erişim tarihi: 01.03.2021
- Trending Archive (2021). <https://archive.twitter-trending.com/turkey/09-01-2021> Erişim tarihi: 01.03.2021

- Trending Topics.co (2021) #WhatsAppSiliyoruz is trending topic on Twitter. <http://trending-topics.co/search.php?u=%23WhatsAppSiliyoruz> Erişim tarihi: 01.03.2021
- van Dijk, J. (2016). Ağ Toplumu. (Çev. Ö. Sakin), İstanbul: Kafka.
- WhatsApp (2021a). WhatsApp Hakkında. <https://www.WhatsApp.com/about/> Erişim tarihi: 01.03.2021
- WhatsApp (2021b). Facebook Şirketleriyle nasıl çalışıyoruz. <https://faq.WhatsApp.com/general/security-and-privacy/how-we-work-with-the-facebook-companies?eea=1&lang=tr> Erişim tarihi: 01.03.2021
- WhatsApp [@WhatsApp]. (2021c, January 12). We want to address some rumors and be 100% clear we continue to protect your private messages with end-to-end encryption. <https://twitter.com/WhatsApp/status/134883960033049857> Erişim tarihi: 01.03.2021
- Zenna & RepMan (2018). Sosyal Linçler, Marka Krizleri ve İtibar Araştırma Sunumu. <http://www.repman.com.tr/tr/wp-content/uploads/2018/06/Sosyal-Lin%C3%A7-ve-Marka-Krizleri-Ara%C5%9Ft%C4%B1rma%20-%20RepStorm2018-V1.pdf> Erişim tarihi: 01.03.2021

Algoritmalar, Yapay Zekâ ve Makine Öğrenimi Ekseninde Gazetecilik Etiği: Uluslararası Akademik Dergilere Yönelik Bir İnceleme

Bahar KAYIHAN* - Bilge NARİN**
Demet FIRAT*** - Feyyaz FIRAT****

Öz

Algoritmalar pek çok alanda olduğu gibi gazetecilikte de kullanılabilir hâle gelmiştir. Ancak bu durum, etik sorunları da beraberinde getirmiştir. Ayrıca algoritmalar geliştikçe etik sorunlar artmaya devam etmektedir. Bu nedenle bu çalışmada algoritma etiği üzerine odaklanılmıştır. Bu kapsamda gazetecilik alanıyla ilgili önde gelen üç dergi olan Digital Journalism, Journalism Studies ve Journalism & Mass Communication Quarterly'de 2019 ve 2020 yıllarında yayımlanmış algoritmalarla ilgili çalışmalar nitel içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Alanda önde gelen bu dergilerde algoritma etiğine ne şekilde değinildiğini açığa çıkarmak hedeflenmiştir. Bu doğrultuda, makalelerin odaklarına, araştırmada kullanılan kuram/kavramlara, çalışmaların yöntemlerine, örneklemelerine, çalışmaların gerçekleştirildiği ülke ya da ülkelere ve algoritma etiğine yönelik bulgularına odaklanılmıştır. Sonuç olarak, gazetecilik alanında önde gelen bu dergilerde algoritmalarla ilişkin çalışmalara fazla yer verilmediği, ayrıca çalışmaların çok azında etik sorunlara değinildiği açığa çıkmıştır. Algoritma etiğini araştıran sınırlı sayıda çalışmada ise algoritmalara dayalı etik ihlallerin, insanların tehlike altında hissetmeleri ya da suçsuz yere yargılanmaları gibi çeşitli sorunlara neden olabileceği ifade edilmiştir. Ayrıca bu çalışmaların etik sorunların çözümüne yönelik çeşitli yasal düzenlemeleri, makine öğrenimi teknolojisinin kullanımını, gerektiğinde insan kontrolünü ve algoritma seçimleri hakkında kullanıcıların bilgilendirilmesini önerdiği anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Algoritma, Algoritma Etiği, Dijital Gazetecilik, Etik, Gazetecilik

* Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, bhrkayihan@gmail.com

**Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, narinbilge@gmail.com

***Arş. Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Lisansüstü Eğitim Enst. demetfirat14@gmail.com

**** Arş. Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, feyyazfirat@gmail.com

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 20.03.2021

Revizyon Tarihi: 28.04.2021

Kabul Tarihi: 24.05.2021

ORCID ID: 0000-0001-5196-4350 DOI: 10.37679/trta.900086

ORCID ID: 0000-0001-8717-6487

ORCID ID: 0000-0003-3369-2405

ORCID ID: 0000-0002-9694-0747

Journalism Ethics on the Axis of Algorithms, Artificial Intelligence and Machine Learning: A Review of International Academic Journals

Bahar KAYIHAN - Bilge NARİN
Demet FIRAT - Feyyaz FIRAT

Abstract

Algorithms have become used in journalism, as in many other fields. However, this situation has brought ethical problems with it. In addition, ethical problems continue to increase as algorithms evolve. Therefore, this study focused on algorithm ethics. In this context, studies on algorithms published in 2019 and 2020 in Digital Journalism, Journalism Studies and Journalism & Mass Communication Quarterly, which are three leading journals in the field of journalism, were examined. For this, qualitative content analysis method was used. It is aimed to reveal how algorithm ethics are mentioned in these leading journals in the field. In this direction, the focus of the articles, the theory/concepts used in the research, the methods of the studies, the samples, the country or countries where the studies were carried out, and the findings of algorithm ethics were focused. As a result, it has been revealed that these leading journals in the field of journalism do not have much coverage on algorithms, and that only a few of the studies address ethical issues. In a limited number of studies examining algorithm ethics, it has been stated that ethical violations based on algorithms can cause various problems such as people feeling in danger or being prosecuted innocently. Also, it is revealed that, these studies suggest various legal regulations, the use of machine learning technology, human control when necessary, and informing of users about algorithm choices for the solution of ethical problems.

Keywords: Algorithm, Algorithm Ethics, Digital Journalism, Ethics, Journalism

Research Paper

Received: 20.03.2021

Revised: 28.04.2021

Accepted: 24.05.2021

1. Giriş

İletişimde veri elde etme, yayma ve işleme olasılığını artıran yapay zekâ uygulamalarının kullanımının yaygınlaşması, internete geniş çaplı erişimin sağlanması sonucunda dijital ortamların artışıyla aynı zamana denk gelmektedir. Hemen her sektörü etkisi altına alan yapay zekâ teknolojileri otomatik haber yazımının yanı sıra veri arama işlemlerini, sınıflandırmaları, enformasyon işleme ve filtrelemeyi otomatikleştirerek gazetecilerin habercilik rutinlerini de değiştirmeye başlamıştır (Túñez-Lopez vd., 2019: 1413-1414). Gazeteciliğe uygulanan algoritma formülasyonları, enformasyonu önceliklendirebilmekte, sınıflandırabilmekte ve filtreleyebilmektedir. İzleyicileri analiz etmek, kapsayıcı konuları belirlemek ve veri tabanlarında elde edilen enformasyona göre otomatik metinler yazmak için algoritmalarından yararlanılmaktadır (Anderson, 2012; Carslon, 2015). Bu anlamda algoritmalar, haber toplama ve yazma sürecini kolaylaştıran bir rol oynamaktadır.

Henüz teknolojik gelişiminin erken bir aşamasında olmasına rağmen algoritmalar, gazetecilik alanında yapılandırılmış büyük verilerle otomatik haber oluşturma ve kişiselleştirilmiş haber içerik akışları sağlama gibi uygulamalarla her geçen gün daha fazla kullanılır hâle gelmektedir. Gazetecilikte haber üretiminde ve dağıtımında algoritmaların kullanımının önümüzdeki yıllarda da önemli ölçüde artacağı öngörülmektedir (Lewis vd., 2018: 14). Öte yandan gazetecilik alanında algoritmaların kullanımının giderek artması, yeni etik sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu durum, çağdaş gazetecilik çalışmalarının da algoritmaların gazetecilikteki kullanımına ve bu kullanım pratiklerinin neden olduğu etik sorunlara odaklanmasına neden olmaktadır.

Bu çalışmanın amacı algoritmaların gazetecilikte yarattığı belirli bir etik soruna odaklanmak yerine, sorun alanlarının genel bir tespitini yaparak alandaki öncü çalışmaları incelemektir. Bu kapsamda SCImago verilerine göre 2019 yılında en üst sırada yer alan gazetecilik alanıyla ilgili üç dergi olan Digital Journalism, Journalism Studies ve Journalism & Mass Communication Quarterly'nin 2019 ve 2020 yıllarındaki tüm sayıları incelenerek algoritmalar ve gazeteciliği konu alan çalışmalarda etik konusunun izi sürülmüştür. Toplamda 2019 ve 2020 yıllarında yayımlanmış 497 makale incelenmiştir. Konu ile doğrudan ilgili olduğu tespit edilen 31 makale ise detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Algoritmalar ve gazetecilik etiği ile ilgili güncel araştırmaların tematik bir analizinin yapılması yoluyla konunun mevcut dijital gazetecilik çalışmalarındaki güncel, metodolojik ve teorik eğilimlerinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Böylece algoritmalarla ilgili araştırma gündeminin örüntüleri, dijital gazetecilik etiğiyle ilişkili olarak tartışmaya açılmıştır.

2. Algoritma Toplumu ve Algoritma Etiği

Algoritmaları temel olarak, sonuca ulaşmak için izlenen bir dizi yol olarak tanım-
lamak mümkündür. Dolayısıyla yapay zekânın öncesinde de algoritmaların varlı-
ğından söz etmek mümkündür. Yapay zekâ ise yazılımların, faaliyetleri canlılara
benzer şekilde yapabilmeleri anlamına gelmektedir. Kökeni oldukça eskiye da-
yanan, mantıksal ve kontrole dayalı bileşenler olan algoritmalar, yapay zekânın
gelişimi ile birlikte yalnızca bir kod bileşeni olmaktan çıkarak tekno-sosyolojik bir
konu hâline gelmiştir. Verinin hiç olmadığı kadar arttığı ve enformasyon toplumu
açısından kullanılabilir hâle geldiği mevcut dönemde algoritmalar bu verileri işle-
meye ve dönüştürmeye başlamıştır. Böylece önceleri yalnızca bilgisayar biliminin
inceleme nesnesi olan algoritmalar, günlük hayatın rutin bir parçası olmuştur ve
günümüz toplumu bir algoritma toplumuna dönüşmüştür. Algoritmaların öğre-
nebilirliğini ifade eden makine öğrenimi ya da derin öğrenme gibi kavramlar ise
algoritma toplumunun son aşamasını oluşturmaktadır.

Yapay zekâ artık toplumsal hayatı kolaylaştıracak birçok önemli fayda sağlamak-
tadır. İnsanlar yorulurken makineler yorulmamakta ve insanlar gibi yıl boyunca
tüm gün çalışabilmek için molalara ve içeceklere ihtiyaç duymamaktadır. Akıllı
telefonlar; insanların yemek, giyim ve barınaktan sonraki dördüncü ihtiyacı hâli-
ne gelmiştir. Bunun bir nedeni ise yapay zekâyâ dayalı algoritmalarıdır. Haritalar,
yemek siparişi uygulamaları, çevrim içi alışveriş uygulamaları gibi uygulamalarla
insan hayatı kolaylaşmıştır. Ayrıca çok sayıda tıbbi uygulama da yapay zekâyı kul-
lanmaya başlamıştır. Bunun da ötesinde, algoritmaya dayalı tıbbi prosedür test
sistemi, yapay zekânın olağanüstü gelişim parçasıdır (Jameel vd., 2020). Algorit-
maların tıp alanındaki mevcudiyeti, insan hayatını kolaylaştırmaktan da öteye gi-
derek insan hayatını uzatan ve kalitesini artıran bir konuma sahip olmuştur.

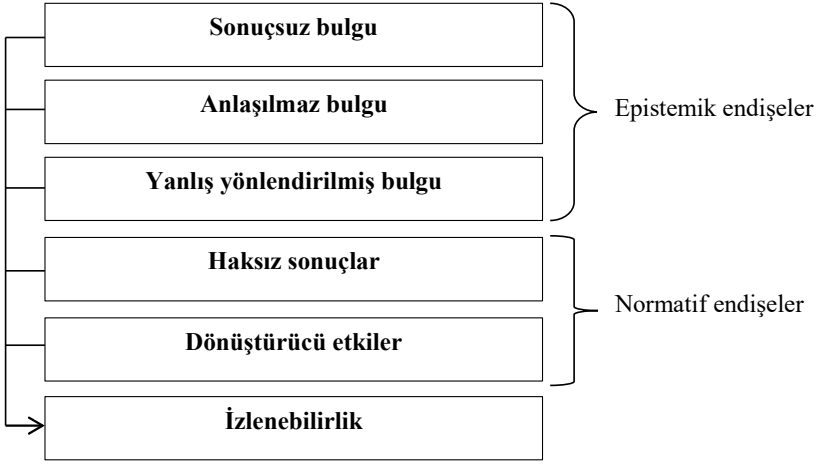
Bunların da ötesinde algoritmalar, hayatımızı sessizce yapılandırmaktadır. Algo-
ritmalar yalnızca arama sonuçlarını ve çevrim içi gördüğümüz reklamları belir-
lemede rol oynamamakta, aynı zamanda kimin terörist olduğunu, etnik köken-
lerimizi, ne ödeme yapacağımızı, ne okuduğumuzu, kredimizi, dolandırılmamızı,
bir başkanlık seçiminde nasıl hedef alındığımızı, kovulmamızı ve şartlı tahliye
edildiysek veya mahkûm edildiysek tüm bunları bilebilmekte ya da belirleyebil-
mektedir. Bu amaçla algoritmalar, eğilimleri belirlemek ve tahminlerde bulunmak
için veri kümelerini incelemektedir. Bu belirsiz veri kümelerini anlamlandırmak
için ise daha iyi, daha hızlı ve her yerde bulunan algoritmalara güvenilmektedir
(Martín, 2019: 836). Ayrıca algoritmalar toplumsal düzen üzerinde belirleyici ol-
maya başlamıştır. Böylece bilginin nasıl tüketildiğini ve gerçekliklerin nasıl inşa
edildiğini şekillendirmektedir. Çeşitli günlük yaşam aktiviteleri ve medya tüketimi

– örneğin çevrim içi haber seçimi, müzik, film ve video eğlencesi tüketimi – arama motorları ve tavsiye sistemleri aracılığıyla otomatik algoritmaya dayalı seçim ile şekillendirilmektedir (Just ve Latzer, 2017: 239). Toplumsal hayat açısından bu kadar belirleyici hâle gelen algoritmaların ise kaçınılmaz bir şekilde, beraberinde olumsuzlukları da getirdiğini söylemek mümkündür. Bu sorunların merkezinde ise etik ihlaller yer almaktadır.

Algoritmaları etik açıdan değerlendiren çalışmalar çeşitlidir (bkz. Raymond ve Shackelford 2013; Parmar ve Freeman 2016; Ananny 2016; Leben 2018; Kearns ve Roth 2019). Bu çalışmaların hepsi farklı etik sorunlara yoğunlaşıyor olsa da hepsi algoritmaların etik sorunlara neden olduğunu kabul etmektedir. Mittelstadt ve diğerlerine göre (2016: 4-5), algoritmalar altı ayrı etik soruna yol açabilmektedir. Epistemik ya da normatif endişelere neden olan bu etik sorunlar; algoritmaya dayalı sonuçsuz, anlaşılabilir ve yanlış yönlendirilmiş bulgular, haksız sonuçlar, dönüştürücü etkiler ve verinin izlenebilirliğidir. Algoritmalar sonuçsuz bulgulara ulaşabilmektedir çünkü çıkarımsal istatistikler ve/veya makine öğrenimi tekniklerini kullanarak işledikleri verilerden sonuçlar çıkardıklarında, olası ancak kaçınılmaz olarak belirsiz bilgi üretebilmektedirler. Algoritmalar anlaşılabilir bulgulara neden olabilmektedir ve yanlış yönlendirilmiş bulgulara ulaşabilmektedir çünkü algoritmalar verileri işler ve bu nedenle tüm veri işleme türleri tarafından paylaşılan, yani çıktının hiçbir zaman girişi aşamayacağı bir sınırlamaya tabidirler. Ayrıca algoritmalar haksız sonuçlara ve olumsuz anlamda çeşitli dönüştürücü etkilere neden olabilmektedir. Bunun nedeni, algoritmaların hem dünyayı nasıl kavramsallaştırdığımızı hem de toplumsal ve politik organizasyonu nasıl değiştirdiğimizi etkileyebilmesidir. Son olarak algoritmalar, izlenebilirdir ve bu da veri güvenliği ve mahremiyet açısından büyük bir sorun oluşturmaktadır.

Algoritmalar nedeniyle, kullanıcıların kişisel verilerinin ne kadar güvende olduğu tartışmalı bir konu hâline gelmiştir çünkü algoritmaya dayalı yapay zekâ uygulamaları, verileri toplarken ve işlerken bir taraftan da bu verilerin gizliliğini ihlal edebilmektedir. Algoritmaya dayalı pek çok uygulama, kullanıcıların dijital ortamdaki izlerini takip edebilmektedir. Bunun da ötesinde kullanıcıların kişisel verileri, reklam verenler ile onların izinleri olmaksızın paylaşarak kullanıcılar birer meta-ya dönüştürülebilmektedir.

Şekil 1. Algoritmalara Yönelik Altı Tür Etik Kaygı. Kaynak: Mittelstadt, 2016: 4.



Algoritmalar yalnızca bulguları nedeniyle ya da izlenebilirliğe sebep olmaları nedeniyle etik ihlallere neden olmamakta, aynı zamanda önyargılara, mevcut sistemdeki etik sorunları pekiştirmeye, enformasyonun asimetrik dağılımına da yol açabilmektedir. Gillespie'ye göre (2014: 179) algoritmaların değerlendirmelerini adil ve doğru kabul etmek, nesnel ve hatadan muaf olduklarını düşünmek hatalıdır. Aksine algoritmalar, önyargılardan uzak ve tarafsız işleyen mekanizmalara sahip değildir. Ayrıca algoritmalar mevcut sistemi değiştirmeye değil de, pekiştirmeye neden olmaları nedeniyle de etik sorunlara neden olabilmektedir. Çünkü algoritmalar ile mevcut sistemdeki etik sorunlar aşılmamakta, tam tersine korunmaktadır. Jagdish'e göre (2016), algoritmaların dünyanın mevcut durumunu öğrenme, kodlama ve dolayısıyla değişmeyi zorlaştırma eğilimi vardır. Bu durum statükoyu korumakta; filtre balonlarını ve yankı odalarını¹ sürdürmeye, dolayısıyla da farklı görüşlere tanık olmayı engellemeye neden olmaktadır. Binark (2017: 19), bu durumu "algoritmaların yarattığı yankı odalarında siyasal katılımın olumsuzluğu" olarak tanımlamaktadır. Farklı fikirlere erişimi zorlaştırmaları açısından algoritmalar, ideal bir demokrasi anlayışına ulaşmanın önünde bir engel oluşturmaktadır. Ayrıca algoritmalar, mevcut kalıpları koruyarak tüketim odaklı yapıyı da devam ettirmeye hizmet etmektedir.

¹Yankı odası etkisine göre, internet siteleri kullanıcılara yönelik içerikleri kişiselleştirerek, kullanıcıları karşıt görüşlerden uzak kalacakları yankı odaları içerisine yerleştirmektedir. Filtre balonu kavramı ise internet ortamında kullanıcıların yaratıcılıklarını ve bakış açılarını daraltacak şekilde kişiselleştirilmiş içeriklere maruz kaldıkları, başka bir deyişle farklı bakış açılarından izole olacak şekilde filtre balonu içerisinde olduklarını açıklamaktadır (Narin, 2018: 240-241).

Enformasyonun asimetrik dağılımı da algoritmaların bir diğer sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Algoritmalar nedeniyle kullanıcılar, verilere kurumların perspektifinden bakmaktadırlar. Bu bağlamda, bir büyük veri uçurumu ortaya çıkmaktadır. "Büyük veri uçurumu" ifadesi, veri erişimindeki asimetrilere kaynaklanan gerilimleri vurgulamaktadır. Bu uçurum, yalnızca kullanıcıların aracılık eksikliği değil, aynı zamanda çok az internet ve teknoloji şirketinin pazara hâkim olduğunu da vurgulamaktadır (Richerich, 2018: 40-41).

Algoritmalar geliştikçe ve dönüştükçe beraberinde getirdikleri etik sorunların azalması azalmayacağı ise tartışmalı bir konudur. Ancak algoritmaların etkili bir şekilde işleyebilmesi için bazı temel etik kurallara ihtiyaç olduğu açıktır. Önümüzdeki yıllarda algoritmaların yükselişiyle birlikte, makine öğrenimi² algoritmalarını kullanmak için uygun etik kurallar geliştirilmesi daha da önemli hâle gelecektir (Jameel vd., 2020). Algoritmaların etik ihlallerini tartışan ve bu konunun çözümüne odaklanan çalışmaların artması ise algoritma ihlallerinin azalabilmesi açısından umut vadetmektedir.

Cave ve diğerlerine göre (2018: 562-574), algoritmaların etik ihlallerinin önlenmesi için etik ilkelerle uyumlu ve etik akıl yürütme kapasitesine sahip (ahlaki sorumluluklara veya haklara sahip) algoritmalar yaratılmalıdır. Örneğin ATM'ler ve fiyat karşılaştırma algoritmaları, kullanıcıları dolandırmayacak şekilde tasarlanmalı, böylece etik olarak kabul edilebilir bir güvenlik seviyesine sahip olmalıdırlar. Ayrıca bir sağlık algoritması, hastalara ilaçlarını almaları gerektiğini hatırlatmanın aşırı bir davranış mı yoksa sadece gerekli bakımının bir parçası mı olacağı sonucunu çıkarabilirse etik açıdan daha uygun olacaktır. Binark ise (2017: 23), algoritmalara dayalı sorunların aşılmasında kullanıcının failliğinin önemini vurgulamaktadır: "bireylere düşen ilk iş, benzerseverliği besleyen yankı odalarının dışına çıkacak, algoritmaları yanıltacak direniş stratejileri/oyunlarını büyük bir ciddiyetle geliştirmek/tasarlamak olmalıdır. Böylece sosyal medya akışımızda çeşitli ve farklı söylemsel pratiklerle karşılaşmak olanaklı olur. Hak odaklı bir bakış açısını gerek kullanım pratiklerinde merkeze almak gerekse platform kapitalizminde bunun temini için mücadele yolları geliştirmek için daha fazla kafa yormamız gerekmektedir".

Yukarıda sıralanan tartışmalardan yola çıkarak algoritmalara dayalı etik ihlallerin çözümünde hem karar vericilerin ve geliştiricilerin hem de kullanıcıların etik ihlalleri engellemeye yönelik çabalarının önemli olabileceği söylenebilecektir.

²Makine öğrenimi kavramı, algoritmaların öğrenilebilirliğini ve bu doğrultuda hareket edebilirliğini ifade etmektedir.

Bu çabalara ek olarak derin öğrenme ile algoritmaların kendilerinin de alacağı doğru kararlar aracılığıyla etik ihlaller azaltılabilecektir. Ancak hem karar vericilerin ve kullanıcıların ne yönde çabaları olacağı hem de derin öğrenmeye bağlı algoritmaların doğru kararları alabileceklerine yönelik görüşün geçerli olup olmayacağı belirsizdir. Bu açıdan, algoritmaların etik ihlallerinin gelecekte azalıp azalmayacağı tartışmaları varlığını sürdürecektir gibi gözükmektedir.

3. Dijital Gazetecilikte Algoritmalar ve Etik

Algoritmalar, modern bilgi ekonomisinin her alanında olduğu gibi gazetecilik alanında da giderek daha fazla kullanılmaktadır. Bu teknolojiler çığ gibi büyüyen enformasyon akışını verimli bir şekilde ehlileştirdiği ve kişiselleştirilmiş içerik akışını mümkün kıldığı için sıklıkla övgüyle karşılanmaktadır (Steiner, 2012). Ancak enformasyonu sıralamak, oluşturmak ve görünür kılmak için algoritmaların gazetecilikte artan kullanımı, bu teknolojinin temel çalışma prensipleri ve enformasyon dağıtımını üzerindeki etkisi hakkında kritik yeni etik soruları da ortaya çıkarmaktadır (Gillespie, 2014). Araştırmacılar, algoritmik yanlılığa ilişkin farkındalığı artırmak ve algoritmik etkiyi görmezden gelen ya da gizleyen bulanıklığa karşı koymak için algoritmik hesap verebilirlik çağrısında bulunmaktadır (Diakopoulos, 2015; Pasquale, 2015). Başka bir anlatımla algoritmaların yaşamın her alanına hızla nüfuz etmesi, diğer çok sayıda alanda olduğu gibi gazetecilik alanında da endişelere neden olmaktadır. Haberlerin oluşturulma ve dağıtılıp gösterilme yollarının algoritmalar tarafından belirlenmesi, dijital gazetecilik süreçlerinde haberin üretiminden tüketimine kadar geçen süreçte etkili yeni bir teknoloji olmakla birlikte, sosyoteknik koşullar bağlamında yasal ve etik birçok tartışmayı da beraberinde getirmektedir.

Çalışma ortamlarının otomasyonu, sadece gazeteciliği değil, tüm sektörleri etkileyen bir gerçektir. Ancak habercilik süreçlerinin otomatikleştirilmesi, bireylerin makinelerle ikame edilmesinin ötesine geçerek içeriklerin doğruluğu ve yayınlanan bilgiler üzerinde yeni kontrol alanlarının oluşturulması gibi yeni bir deontolojik tartışmaya da yol açmaktadır. Dolayısıyla haberler için nesnellik ve tarafsızlık talepleri, artık haber metninin ötesine geçmiştir. Haberi oluşturmak için kullanılan veri depolama araçları, veri işleme aşamaları ve bu verileri yorumlayarak onları bir habere dönüştürmekten sorumlu olan algoritmanın oluşturulmasına yönelik etik tartışmalar (Túñez-Lopez vd., 2019: 1415) çağdaş gazetecilik araştırmalarında ön plana çıkan konular arasındadır. Dijital gazetecilikte algoritmalarından kaynaklanan etik sorunların tespitinin ve sınırlarının çizilmesinin güçlüğüünün nedeni, konunun toplum bilimleri perspektifinden medya etiğinin bir alt kolu

olan gazetecilik etiğiyle bilgisayar bilimleri perspektifinden siberetik tartışmalarının keşişiminde yer almasıdır. Enformasyon etiği, internet etiği, robot etiği, makine etiği ve bilgisayar etiği de alanın sınırları içinde yer alan belli başlı alt başlıklar olarak karşımıza çıkmaktadır (Dörr ve Hollnbuchner 2016).

Algoritmaların gazetecilik alanında neden olduğu etik sorunlar çeşitli düzeylerde karşımıza çıkmaktadır. Veri arama ve verinin kaynağı (Bradshaw, 2014), algoritmik otorite (Carlson, 2014), algoritmik nesnellik (Gillespie, 2014), algoritmik şeffaflık (McBride ve Rosenstiel, 2014), verilerin kötüye kullanımı (Zion ve Craig, 2014), koda gömülü değerler ve akıl yürütme (Kraemer, van Overveld ve Peterson, 2011; Young ve Hermida, 2014) ile algoritmik hesapverebilirlik (Diakopoulos, 2015) alanda tartışılan konuların başlıcalarıdır. Tüm bunlara ek olarak geleneksel gazeteciliğin tartışılacağı “nesnel habercilik, rüşvet alma, gerçek ve kurgunun ayrılması, PR veya reklamcılık ayrımı, bildirilen olayların doğruluğu, mahremiyet, telif hakkına saygı veya uygun araştırma yöntemlerinin kullanılması” gibi etik sorunlar da profesyonel gazetecilikte algoritmaların kullanımı bağlamında yeniden tartışmaya açılan konulardır” (Dörr ve Hollnbuchner 2016: 5).

Gelecekte “Tıpkı sosyal medya platformları gibi, toplayıcı uygulamaların da (aggregator apps)³ daha geniş (etik) sorumluluklarla karşı karşıya kalmaya başlaması gerekecek ve bu giderek artan bir şekilde bu tür platformların da editöryal gözetim altına almak anlamına gelecektir” (Newman vd., 2019: 33). Kısacası; değerlendirme, hiyerarşi ve içerik oluşturma ile ilgili tüm kararları doğrudan algoritmanın inisiyatifine bırakmadan haber yapma sürecinde algoritmanın kullanımının nasıl gerçekleştirilebileceği tartışma konusudur (Túñez-Lopez vd., 2019: 1416).

Gazetecilikte kullanılan algoritmalara ilişkin en temel etik kural, veri güvenliğinin ve geçerliliğinin sağlanmasıdır. Örneğin finans haberlerinde yanlış verilere dayalı olarak yanlış hisse fiyatları bildirildiğinde etik sorunlar görülmektedir. Benzer şekilde eksik veriler de yanlışlığa neden olabilmektedir. Kullanılan verilerin haber konusuna uygunluğu, verinin nereden geldiği, veriyi kimin ve nasıl topladığı konularında da etik sorunlarla karşılaşılabilir. Veriler toplanırken kişisel verilerin korunması konusunda da hassas davranılmalıdır. Medya kuruluşunun veriyi işleme ve ticari olarak kullanma hakkına sahip olması da gerekmektedir (Dörr ve Hollnbuchner 2016: 9).

²Çeşitli çevrim içi kaynaklardan topladığı içerikleri bir araya getiren ve kullanıcının rahatlığı için tek bir platformda görüntüleyen web ya da mobil uygulamalar. Toplayıcı uygulamalar ilgili içerik öğelerini toplar ve bu içerikleri ya kendi platformunda gösterir ya da bu içeriklere linkler verir. Apple News, Google News, Flipboard ve News360 popüler haber derleyici uygulamalardır. Türkçe içerik derleyen Bundle ve Nabız da bu platformlara örnek gösterilebilir.

Algoritmaların neden olduğu bir diğer etik sorun kişiselleştirilmiş haber akış teknolojilerinde gözlenmektedir. Haber gösterimlerini okur tercihlerine göre özelleştirmek için farklı algoritmaların kullanıldığı haber endüstrisi, bir yandan okurları enformasyon yükünden kurtarıırken öte yandan politik kutuplaşma başta olmak üzere yeni etik sorunlara neden olmaktadır. İnsanlar, kişiselleştirilmiş haber tavsiye teknolojileri için hangi kişisel verilerinin kullanıldığı ve bu tür bir algoritmik iyileştirmenin nasıl ortaya çıktığı konusunda çok az bilgiye sahiptir (Harrabam vd., 2018). Görüldüğü üzere algoritmaların gazetecilikte kullanılmasından kaynaklanan etik sorunlar, haber üretiminden tüketimine kadar çeşitli aşamalarda ortaya çıkabilmektedir. Son dönemde, hakikat ötesi çağ tartışmalarına da paralel olacak şekilde en çok üzerinde durulan etik konu ise algoritmik hesapverilebilirlik ve şeffaflık olarak karşımıza çıkmaktadır.

3.1. Algoritmik Hesapverilebilirlik ve Şeffaflık

Algoritmik kürasyondan otomatik yazma ve haber botlarına kadar haber üretiminde algoritmik sistemlerin yaygın kullanımı, gazetecilik etiğinin temel bir ilkesi olarak şeffaflığın yeniden sorgulanmasına neden olmaktadır (Diakopoulos ve Koliska, 2017: 809). Algoritmalar, belirli maddi özelliklere sahip teknik nesnelere olarak görülse de aynı zamanda çoklu anlamlar taşıyan sosyal yapılardır. Algoritmik hesap verilebilirlik tartışmalı ama gerçekleştirilmesi zor bir süreçtir. Algoritmik mekanizmalar ve sistemler karmaşıktır ve şeffaflıkları çoğunlukla belirsizdir. Tam da bu nedenle şu anda, gazetecilikte algoritmaların kullanımına ilişkin geniş çapta kabul gören bir etik kural bulunmamaktadır (Zamith, 2019: 1; Diakopoulos ve Koliska, 2017: 809). Algoritmik şeffaflığı kolaylaştıran yönergelere ihtiyaç duyulduğu ise güncel araştırmalarda vurgulanmaktadır (Diakopoulos ve Koliska, 2017: 809). Şeffaflık, algoritmaların etik ve hesap verebilirliğine yönelik yaklaşımlardan yalnızca biridir (Dörr ve Hollnbuchner 2016) ve sektörde norm ve uygulama olarak ilgi görmektedir (Diakopoulos ve Koliska, 2017: 811). Deuze şeffaflığı “gazeteciliğin hem içindeki hem de dışındaki insanlara izleme, kontrol etme, eleştirme ve hatta gazetecilik sürecine müdahale etme şansı verme yolları” olarak tanımlamaktadır (2005, 455). Şeffaflık, izleyicilerin haber üretim sürecinden ve haberlerin arkasındaki gazetecilerin çalışma pratiklerinden daha fazla haberdar olmaları bağlamında kıymetlidir (Diakopoulos ve Koliska, 2017: 810). Bu gerekçelerle bazı popüler basın kuruluşlarının habercilikte kullandıkları algoritmalara ilişkin bazı bilgileri okurlarıyla paylaştıkları görülmektedir. Örneğin ProPublica, bazı araştırmalarıyla birlikte istatistiksel metodolojileri de açıklayan beyaz sayfalar yayımlamıştır (Grochowski Jones ve Ornstein, 2016). BuzzFeed, FiveThirtyEight ve diğer haber kuruluşları, tamamını olmasa da bazı veriye dayalı makalelerde kullandık-

ları kodları Github'da paylaşarak verilerini açmaktadır. The New York Times, tavsiye motoru gibi bazı haber teknolojilerinin nasıl çalıştığına dair teknik makalelere yer veren Open adlı bir blog yayımlamaktadır (<https://open.nytimes.com/>). BBC gibi diğer haber kuruluşları, kullandıkları algoritmik araçlardan bazılarının ayrıntılarını açıklamak için akademik makaleler yayımlamaktadır (Shearer, Simon ve Geiger 2014). Öte yandan algoritma şeffaflığını sağlamak kadar bu verileri anlamlandırabilecek okur kitlesi oluşturmak da elzemdir. Bu nedenle etik kurallar kadar dijital medyaokuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesine ilişkin çabalar da gazetecilik etiğinden bağımsız değildir.

Okurlar bir analiz gerçekleştirmek, bir model belirlemek veya bir bulguyu haberleştirmek için yapay zekâ araçlarının gazetecilikte nasıl kullanıldığına dair şeffaf bilgileri öğrenme hakkına sahip olmalıdır. Ancak algoritma şeffaflığına dair bu açıklamaların teknik olmayan terimlere çevrilmesi ve okurların yapay zekânın nasıl kullanıldığını ve seçimlerin nasıl yapıldığını anlamasını sağlayacak şekilde kısa ve öz bir şekilde anlatılması gerekmektedir (Hansen vd., 2017). Yapay zekâ, "Google, Facebook ve Twitter'da görüldüğü gibi" zaten güçlü olanların ellerinde daha fazla güç toplama eğiliminde olduğundan, bilgisayar tarafından oluşturulan haberlerin etik, ahlaki ve işleyişle ilgili hususlarının kapsamlı bir şekilde gözden geçirilmesini gerekli kılmaktadır (Linden, 2017: 73).

Algoritmik hesapverilebilirlik ve şeffaflık, gazetecilik etiğinde temel tartışma konularından biri olsa da bazı araştırmacılar, algoritmik şeffaflığın mümkün olmayacağını ya da etik değerlendirme için eksik kalacağını iddia etmektedirler (Zamith, 2019: 13). Çünkü kodların çalışma mantığının paylaşılması tehlikeli bir "şeffaflık yanılsaması" ortaya çıkarmakta ve sistemlerin içine bakma becerisini onları yönetme gücüyle eşitlemektedir (Heald, 2006). Dahası, bir sistemin teknik karmaşıklığı onu yaratıcıları için bile anlaşılmaz hâle getirebilmektedir (Burrell, 2016). Örneğin algoritmalar sürekli olarak yeni girdilerden öğrenmeyi sürdürmektedir. Bu nedenle bir algoritmanın kaynak kodunu açma ve veri kümelerini test etme çabaları zamansal olarak bağımlıdır. Sonuç olarak bu çaba, bir algoritmanın işlevselliğinin yalnızca bir anlık görüntüsünü verebilmektedir (Ananny ve Crawford, 2018). Görüldüğü üzere algoritmalar ve gazetecilik etiği çok katmanlı olup; teknolojik, toplumsal, ekonomik bağlamlarda ele alınması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda, bu çalışmanın ilerleyen bölümünde uluslararası akademik gazetecilik dergilerinde konunun ele alınış biçimi saptanarak tartışmaya açılmıştır.

4. Araştırmanın Tasarımı

Araştırmada gazetecilik disiplini bağlamında algoritma etiği ile ilgili yayımlanmış çalışmalar incelenmiştir. Bu kapsamda, mevcut durumu kapsamlı bir şekilde ortaya koyabilmek adına yöntem olarak içerik analizi tercih edilmiştir. Örneklem olarak ise gazetecilik alanında önde gelen üç dergi tespit edilerek son yıllarda yayımladıkları makaleler ele alınmıştır. Bu kapsamda araştırma soruları belirlenmiştir:

AS1: Algoritmalarla ilgili çalışmaların dijital gazetecilik etiğiyle ilişkileri nelerdir?

AS2: Algoritmalar hakkında etik sorunları inceleyen gazetecilik alanında yayımlanmış çalışmalardaki güncel, metodolojik ve kuramsal eğilimler nelerdir?

AS3: Algoritmalar ile ilgili gazetecilik alanında yayımlanmış çalışmalar hangi etik sorunları vurgulamaktadır?

Bu sorulardan yola çıkılarak içerik analizi ile elde edilen verilere yönelik bir değerlendirme gerçekleştirilmiştir. Algoritmalar ile ilgili gazetecilik alanında yayımlanmış çalışmaların ortaya koydukları etik sorunlar tespit edilerek alanda algoritma etiği konusunun hangi yönlerinin vurgulandığı ya da ihmal edildiği de sorgulanmıştır.

4.1. Yöntem

Araştırmada örneklem olarak seçilen makaleler araştırmacılar tarafından oluşturulan kategorilere göre hazırlanan kodlama cetveline işlenerek nitel içerik analize tabi tutulmuştur. İçerik analizi, veriden onun içeriğine ilişkin tekrarlanabilir ve geçerli sonuçlar çıkarmak üzere kullanılmaktadır (Krippendorff, 1980). İçerik analizi, metin içeriklerini kategorize ederek bu kategoriler arasındaki ilişkiselliği ortaya koyması (Riffe, Lacy ve Fico, 2005: 3) nedeniyle çalışmanın amacına hizmet etmektedir. Nitel içerik analizi, verinin altında yatan örtük anlamları saptamak için kategoriler geliştirmektedir (Schreier, 2012). Bu nedenle çalışmada nitel içerik analizi kullanılmıştır ve elde edilen bulgular, kavramsal kategoriler ve temalar üzerinden betimsel olarak yorumlanmıştır. Araştırma güvenilirliğini sağlamak adına makaleler ikinci bir kodlayıcı tarafından yeniden kodlanmıştır.

Çalışmada algoritmalar ve gazetecilik etiği ile ilgili güncel araştırmaların tematik analizinin yapılması yoluyla konunun mevcut dijital gazetecilik çalışmalarındaki güncel, metodolojik ve teorik eğilimlerinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Böylece algoritmalarla ilgili araştırma gündeminin örüntüleri, dijital gazetecilik etiğiyle ilişkili olarak tartışmaya açılmıştır. Algoritmaların gazetecilikteki etik sorunlarının genel bir tespitini yapmak adına, alanda önde gelen üç dergide yer alan çalışmalar ele alınmıştır. Bu sayılardaki algoritmalar ile ilgili çalışmanın odağı, kuramı,

yöntemi, örnekleme ve bulguları ele alınmıştır. Algoritmalar ve algoritma etiğinin çağdaş dijital gazetecilik çalışmalarında görece yeni bir çalışma alanı olarak karşımıza çıkması, araştırmanın çağdaş dönemlerle sınırlı tutulmasını gerekli kılmıştır.

4.2. Örneklem ve Sınırlılıklar

Araştırmanın örneklemini Scimago Journal ve Country Rank'in Journal Rankings on Communication 2019 yılı listesine göre (<https://www.scimagojr.com/journal-rank.php?category=3315&year=2019>) en üst sırada yer alan üç gazetecilik temalı akademik yayın olan Digital Journalism, Journalism Studies ve Journalism&Mass Communication Quarterly oluşturmaktadır. Scopus veritabanında yer alan bilgilerden geliştirilen dergileri ve ülke bilimsel göstergelerini içeren SCImago'nun (SJR) dergi sıralaması, H indexi, toplam yayın sayısı, referanslar, yayınların aldığı atf sayısı gibi faktörler dikkate alınarak oluşturulmaktadır. Araştırmada Digital Journalism, Journalism Studies ve Journalism ve Mass Communication Quarterly dergilerinin 2019 ve 2020 yılındaki tüm sayıları incelenmiştir.

Journalism ve Mass Communication Quarterly (JMCQ), üç ayda bir yayımlanan hakemli bir dergidir. Gazetecilik ve kitle iletişim araştırmalarına odaklanan dergi, kitle iletişimi ile ilgili en eski hakemli bilimsel dergidir. 1924 yılında kurulan bu dergide; gazetecilik ve kitle iletişimindeki kuramsal ve metodolojik gelişmeler, uluslararası iletişim, medya teknolojileri ve toplum, reklamcılık, halkla ilişkiler, gazetecilik tarihi, medya hukuku ve politikası, medya yönetimi ve ekonomisi, iletişim ve siyaset, sağlık iletişimi ve bu konularla sınırlı olmamak üzere iletişim ile ilgili orijinal makaleler ve kitap incelemeleri yayımlanmaktadır (Journalism ve Mass Communication Quarterly).

Çalışma kapsamında incelenen diğer bir dergi olan Journalism Studies 2000 yılından bu yana yayımlanmaktadır. Journalism Studies hem akademik hem de mesleki uygulama alanı olarak gazeteciliğin incelenmesi ve eleştirel tartışılması için uygun bir mecra sağlamaktadır. Dergi; kapsayıcı bir bakış açısına sahiptir ve çeşitli jeopolitik arka planlardan gelen başvuruları teşvik etmektedir. Dergi; gazetecilik kuramları, gazetecilik çalışmalarında epistemolojik kaygılar, gazetecilik araştırmalarında metodolojik uygulamalar, gazeteciliğin siyasi boyutları, gazetecilikte etik ve yasal kaygılar ve uygulamalar, gazeteciliğin sosyal ve kültürel boyutları, teknoloji ve gazetecilik, gazeteciliğin ekonomik yönleri, gazetecilik ve izleyicileri, gazeteciliğe ilişkin tarihsel araştırmalar, gazetecilikte çeşitlilik sorunları ve gazetecilik eğitimi gibi konuları kapsamaktadır (Journalism Studies).

2013 yılından beri yayımlanan Digital Journalism ise yılda 10 sayı yayımlamaktadır. Derginin kapsamı, dijital gazetecilik ve dijital gazetecilik çalışmalarına (DJS)

yönelik uluslararası araştırmalardır. Dergi, teknoloji ile ilgili gazetecilik araştırmalarının lideri konumunu korumayı ve çok sayıda disiplinle kesişen konuları ilerletmek için kritik bir forum sağlamayı amaçlamaktadır (Digital Journalism).

Seçilen dergilerdeki “review” yazıları bu çalışmaya dâhil edilmemiş, yalnızca teorik ve araştırma makalesi olduğu değerlendirilen makaleler incelenmiştir. Bahse konu dergilerde, ilgili dönemde yayınlanan çalışmalardan başlığında, özetinde veya anahtar kelimelerinde “algoritma” kelimesi geçen makaleler örneklem olarak kabul edilmiştir. Araştırma tasarlanırken, önce yalnızca “algoritma” ifadesini anahtar sözcük olarak kullanan makalelerin incelenmesi planlanmış ancak örneklemin yetersiz kalacağı görüldüğünden başlık veya özetinde de söz konusu ifadenin varlığı aranarak incelenen çalışma sayısı artırılmıştır. Çalışmada incelenen üç dergi dışında “algoritma” konulu makaleleri yayımlayan dergilerin zaman kısıtı nedeniyle çalışmaya dâhil edilememesi, bu çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

Tablo-1. Araştırma Kapsamında İncelenen Toplam Makale Sayısı

	Toplam Sayı	İncelenen Toplam Makale Sayısı	Başlık/Özet/Anahtar Kelimelerde Algoritma Sözcüğü Geçen Makale Sayısı
3 Derginin 2019 ve 2020 sayıları	60	497	31

Üç dergide 2019 ve 2020 yıllarında yayınlanan ve başlığında, özetinde veya anahtar kelimelerinde “algoritma” kelimesi geçen çalışmaların sayısı Tablo-1’de gösterilmektedir. Buna göre 60 sayıda yayınlanan 497 makale incelenerek gerekli kriterleri sağlayan toplam 31 makale (incelenen çalışmaların %6’sı) araştırmaya dâhil edilmiştir. Söz konusu örneklemin dergilere göre dağılımı Tablo-2’de gösterilmiştir.

Tablo-2. Araştırma Kapsamında İncelenen Makalelerin Dergilere Göre Dağılımı

DIGITAL JOURNALISM			
Yıl	Sayı	Her Sayıda Yer Alan Makale Sayısı	Başlık/Özet/Anahtar Kelimelerde Algoritma Sözcüğü Geçen Makale Sayısı
2019 (Vol 7)	1	8	-
2019 (Vol 7)	2	7	1
2019 (Vol 7)	3	7	1
2019 (Vol 7)	4	7	3
2019 (Vol 7)	5	7	1
2019 (Vol 7)	6	7	1
2019 (Vol 7)	7	7	-

2019 (Vol 7) (Özel Sayı)	8	10	10
2019 (Vol 7)	9	7	-
2019 (Vol 7)	10	2	-
		Toplam: 69	Toplam: 17
2020 (Vol 8)	1	10	1
2020 (Vol 8)	2	8	-
2020 (Vol 8)	3	7	-
2020 (Vol 8)	4	6	1
2020 (Vol 8)	5	6	2
2020 (Vol 8)	6	7	1
2020 (Vol 8)	7	5	1
2020 (Vol 8)	8	6	-
2020 (Vol 8)	9	6	2
2020 (Vol 8)	10	5	-
		Toplam: 66	Toplam: 8
DERGİ GENEL TOPLAM	20	135	25 (İncelenen çalışmaların %81'i)

JOURNALISM STUDIES			
Yıl	Sayı	Her Sayıda Yer Alan Makale Sayısı	Başlık/Özet/Anahtar Kelimelerde Algoritma Sözcüğü Geçen Makale Sayısı
2019 (Vol 20)	1	8	-
2019 (Vol 20)	2	8	-
2019 (Vol 20)	3	8	-
2019 (Vol 20)	4	7	-
2019 (Vol 20)	5	8	1
2019 (Vol 20)	6	8	-
2019 (Vol 20)	7	8	-
2019 (Vol 20)	8	8	-
2019 (Vol 20)	9	8	-
2019 (Vol 20)	10	7	1
2019 (Vol 20)	11	9	-
2019 (Vol 20)	12	9	-
2019 (Vol 20)	13	9	-
2019 (Vol 20)	14	8	-
2019 (Vol 20)	15	9	-

2019 (Vol 20)	16	12	-
		Toplam: 134	Toplam: 2
2020 (Vol 21)	1	8	-
2020 (Vol 21)	2	8	-
2020 (Vol 21)	3	8	-
2020 (Vol 21)	4	8	-
2020 (Vol 21)	5	8	-
2020 (Vol 21)	6	8	-
2020 (Vol 21)	7	9	2
2020 (Vol 21)	8	9	-
2020 (Vol 21)	9	7	-
2020 (Vol 21)	10	8	-
2020 (Vol 21)	11	8	-
2020 (Vol 21)	12	8	-
2020 (Vol 21)	13	8	-
2020 (Vol 21)	14	7	-
2020 (Vol 21)	15	8	-
2020 (Vol 21)	16	8	-
		Toplam: 128	Toplam: 2
DERGİ GENEL TOPLAM	32	262	4 (İncelenen çalışmaların %13'ü)

JOURNALISM ve MASS COMMUNICATION QUARTERLY			
Yıl	Sayı	Her Sayıda Yer Alan Makale Sayısı	Başlık/Özet/Anahtar Kelimelerde Algoritma Sözcüğü Geçen Makale Sayısı
2019 (Vol 96)	1	15	2
2019 (Vol 96)	2	13	-
2019 (Vol 96)	3	11	-
2019 (Vol 96)	4	9	-
		Toplam: 48	Toplam: 2
2020 (Vol 97)	1	13	-
2020 (Vol 97)	2	10	-
2020 (Vol 97)	3	17	-
2020 (Vol 97)	4	12	-
		Toplam: 52	Toplam: 0
DERGİ GENEL TOPLAM	8	100	2 (İncelenen çalışmaların %6'sı)

Tablo-2’de görüldüğü üzere araştırmaya dâhil edilen 31 makalenin %81’i (25 makale) Digital Journalism’de yayınlanmıştır. Journalism Studies’ten 4 (%13), Journalism ve Mass Communication Quarterly’den ise 2 (%6) makale çalışma kapsamında değerlendirilmiştir. Dijital Journalism’in çevrim içi gazeteciliğe odaklı bir dergi olması nedeniyle algoritmalar ile ilgili çalışmalara incelenen diğer dergilere kıyasla daha çok yer verdiği düşünülmektedir. Journalism Studies ve Journalism ve Mass Communication Quarterly, yalnızca dijitalleşmeye odaklanmayan, daha geniş bir çerçevede gazetecilik alanına odaklanan dergilerdir. Ayrıca algoritmaların gazetecilikteki kullanımının yaygınlık kazanması nedeniyle konuya ilginin son yıllarda dijital gazetecilik araştırmalarında da arttığı ancak konunun yeterince incelenmediği söylenebilecektir.

5. Araştırmanın Bulguları:

Örneklem olarak seçilen dergilerde, ilgili dönemde yayınlanan algoritmalarla ilgili 31 çalışmaya ilişkin bulgular bu başlık altında incelenmiştir. Bahse konu çalışmalar Tablo 3’te de görülebileceği gibi odaklarına, araştırmada kullanılan kuram/kavramlara, çalışmanın yöntemine, örnekleme, örneklemin seçildiği ülke ya da ülkelere ve algoritma etiğine yönelik bulgulara göre ayrı kategoriler altında değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonucunda algoritmalar ile ilgili makalelerin odağının kullanıcılar, üretim aşaması ve çalışma pratikleri ya da metin analizleri olduğu görülmüştür. Çalışmaların büyük bir bölümünün ise algoritmaların üretim aşaması ve çalışma pratikleri (%45) ile kullanıcılar (%29) olduğu anlaşılmıştır. İncelenen çalışmaların azının belirli ve sabit bir kuram etrafında gerçekleştirildiği; bu kuramların ise aktör ağ kuramı, sosyal-bilişsel kuram ve Bourdieu’nun alan kuramı olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca filtre balonları, kişiselleştirilmiş haber, makine iletişimi, sayısallaştırılmış gazetecilik, otomatize gazetecilik gibi kavramlar üzerinde durulduğu görülmüştür. Algoritmalar ile ilgili çalışmalar çoğunlukla ampirik araştırmalara dayanırken (%62), kuramsal tartışmaya dayalı çalışmaların azınlıkta olduğu (%38) açığa çıkmıştır. İncelenen makalelerde sık kullanılan tekniklerin ise anket (%19), derinlemesine görüşme (%16) ve içerik analizi (%13) olduğu, çalışmaların örneklemlerinin tercih edilen bu tekniklere göre farklılık gösterebildiği ve araştırmaların gerçekleştiği yer ve örneklem seçiminin çoğunlukla (%52) ABD ve Avrupa merkezli olduğu saptanmıştır. Ayrıca incelenen çalışmaların çoğunda algoritmalarla ilişkin çeşitli problemlerden bahsediliyor olsa da bu problemlerin çok azının (%19) etik sorunlarla ilgili olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo-3. Algoritmalar ve Gazeteciliği Konu Edinen Makalelerde Etik Tartışmalara İlişkin Bulgular

No	Dergi Adı/ Sayısı/Yılı	Makalenin Başlığı	Odağı	Kuramı	Yöntemi	Örneklemi	Ülke/ler	Bulgular
1	Digital Journalism Vol 7/2 - 2019	Interested in Diversity: The role of user attitudes, algorithmic feedback loops, and policy in news personalization	Kullanıcı	Kavramlar üzerinden tartışılmış: filtre balonları, kişiselleştirilmiş haberler	Anket	1556 okuyucu	Hollanda	Problem ortaya koyan ve çözüm öneren
2	Digital Journalism Vol 7/3 - 2019	Locating the "Digital" in Digital Journalism Studies: Transformations in Research	Üretim aşaması/ çalışma pratikleri	Kavramlar üzerinden tartışılmış: dijital gazetecilik	Teorik Tartışma	-	-	Problem ortaya koyan
3	Digital Journalism Vol 7/4 - 2019	My Friends, Editors, Algorithms, and I Examining audience attitudes to news selection	Kullanıcı	Kavramlar üzerinden tartışılmış: haber tüketimi, algoritmalar, eşik bekliliği	Anket	53.314 katılımcı ile anket	Toplam 26 ülke	Problem ortaya koyan
4	Digital Journalism Vol 7/4 - 2019	A Field Analysis of Journalism in the Automation Age: Understanding Journalistic Transformations and Struggles Through Structure and Agency	Üretim aşaması/ çalışma pratikleri	Bourdieu'nun alan teorisi	Derinlemesine görüşme	12'si yerel, 1 bölgesel ve 2 uluslararası haber editörüyle derinlemesine görüşme.	Singapur	Problem ortaya koyan
5	Digital Journalism Vol 7/4 - 2019	Automation, Journalism, and Human-Machine Communication: Rethinking Roles and Relationships of Humans and Machines in News	Üretim aşaması/ çalışma pratikleri	Kavramlar üzerinden tartışılmış: insan-makine iletişimi, gazeteciliğin ontolojisi ve geleceği	Teorik Tartışma	-	-	Problem ortaya koyan ve çözüm öneren
6	Digital Journalism Vol 7/5 - 2019	Machine Authorship In Situ: Effect of news organization and news genre on news credibility	Kullanıcı	Kavramlar üzerinden tartışılmış: otomatize gazetecilik	Anket	355 kişi ile çevrim içi anket	ABD	Problem ortaya koyan

7	Digital Journalism Vol 7/6 - 2019	Beyond the Bubble: Assessing the Diversity of Political Search Results	Metin Analizi ve Kullanıcı	Kavramlar üzerinden tartışılmış: algoritmalar aracılığıyla seçmeni yönlendirme/sapıtma ve filtre balonları	İçerik analizi	4000 kullanıcının web arama sonuçları	Almanya	Problem ortaya koyan ve çözüm öneren
8	Digital Journalism Vol 7/8 - 2019	Atomising the News: The (In) Flexibility of Structured Journalism	Üretim aşaması/çalışma pratikleri	Kavramlar üzerinden tartışılmış: yapılandırılmış gazetecilik ve atomize haberler	İçerik analizi	BBC	İngiltere	Problem ortaya koyan
9	Digital Journalism Vol 7/8 - 2019	News Algorithms, Photojournalism and the Assumption of Mechanical Objectivity in Journalism	Üretim aşaması/çalışma pratikleri	Kavramlar üzerinden tartışılmış: algoritmalar ve nesnellik ilişkisi, otorite, sembolik güç	Teorik Tartışma	-	-	Problem ortaya koyan
10	Digital Journalism Vol 7/8 - 2019	Human Still in the Loop: Editors Reconsider the Ideals of Professional Journalism Through Automation	Üretim aşaması/çalışma pratikleri	Kavramlar üzerinden tartışılmış: otomasyon, objektiflik, etik	Derinlemesine görüşme	Toplam 12 kişiden oluşan editöryal tecrübesi bulunan gazeteciler	İngiltere Almanya	Problem olmadığı sonucuna ulaşan
11	Digital Journalism Vol 7/8 - 2019	Making Artificial Intelligence Work for Investigative Journalism	Üretim aşaması/çalışma pratikleri	Kavramlar üzerinden tartışılmış: araştırmacı gazetecilik ve yapay zekâ	Teorik Tartışma	-	ABD	Problem ortaya koyan
12	Digital Journalism Vol 7/8 - 2019	Newsbots That Mediate Journalist and Audience Relationships	Üretim aşaması/çalışma pratikleri + Kullanıcı	Kavramlar üzerinden tartışılmış: haber botları ve algoritmalar	Karma yöntem (haber odası çalışanları ile derinlemesine görüşme + anket + kullanıcı yorumları üzerine içerik analizi)	3404 kişi ile anket. 120 kullanıcı yorumu üzerine içerik analizi.	Avustralya	Problem olmadığı sonucuna ulaşan

13	Digital Journalism Vol 7/8 - 2019	On the Democratic Role of News Recommenders	Üretim aşaması/ çalışma pratikleri	Kavramlar üzerinden tartışılmış: algoritmalar, demokrasi modelleri, eşik bekcılığı	Teorik Tartışma	-	-	Problem ortaya koyan ve çözüm öneren
14	Digital Journalism Vol 7/8 - 2019	Public Service Chatbots: Automating Conversation with BBC News	Üretim aşaması/ çalışma pratikleri	Kavramlar üzerinden tartışılmış: chat botları, haber botları, kamu hizmeti	İçerik analizi	BBC'ye ait 8 haber botunun kullanıcıyla metinsel etkileşimi bakımından teknolojik gelişmişliği test edilmiş.	İngiltere	Problem ortaya koyan ve çözüm öneren
15	Digital Journalism Vol 7/8 - 2019	Selling News to Audiences – A Qualitative Inquiry into the Emerging Logics of Algorithmic News Personalization in European Quality News Media	Üretim aşaması/ çalışma pratikleri	Kavramlar üzerinden tartışılmış: kişiselleştirilmiş haberler, algoritmalar ve habercilik	Derinlemesine görüşme	16 medya çalışanıyla derinlemesine görüşme	Hollanda, İngiltere, İsviçre, Almanya, Finlandiya	Problem ortaya koyan
16	Digital Journalism Vol 7/8 - 2019	Structured Journalism and the Semantic Units of News	Metin analizi	Kavramlar üzerinden tartışılmış: sayısallaştırılmış gazetecilik, yapılandırılmış gazetecilik, algoritmalar	Teorik Tartışma	-	-	Problem ortaya koyan
17	Digital Journalism Vol 7/8 - 2019	Prioritizing the Audience's View of Automation in Journalism	Kullanıcı	Kavramlar üzerinden tartışılmış: algoritmalar ve kullanıcı araştırmaları	Teorik Tartışma	-	-	Problem ortaya koyan
18	Digital Journalism Vol 8/1 - 2020	Mapping the Mobile DNA of News. Understanding Incidental and Serendipitous Mobile News Consumption	Kullanıcı	Kavramlar üzerinden tartışılmış: haber tüketimi, algoritmalar, demokratik toplum	Karma yöntem (derinlemesine görüşme ve içerik analizi)	20 kişi ile derinlemesine görüşme	Belçika	Problem olmadığı sonucuna ulaşan
19	Digital Journalism Vol 8/4 - 2020	Man vs. Machine? The Impact of Algorithm Authorship on News Credibility	Kullanıcı	Kavramlar üzerinden tartışılmış: otomatize gazetecilik ve güvenilirlik	Anket	420 katılımcı ile anket	Singapur	Problem olmadığı sonucuna ulaşan

20	Digital Journalism Vol 8/5 - 2020	Paying Attention to Attention: A Conceptual Framework for Studying News Reader Revenue Models Related to Platforms	Üretim aşaması/çalışma pratikleri	Kavramlar üzerinden tartışılmış: algoritmalar, dikkat ekonomisi	Teorik Tartışma	-	-	Problem ortaya koyan
21	Digital Journalism Vol 8/5 - 2020	The Unified Framework of Media Diversity: A Systematic Literature Review	Betimsel	Kavramlar üzerinden tartışılmış: medya çeşitliliği, algoritmalar	Meta-analiz	1999-2018 yılları arasında yayınlanmış medya çeşitliliği kavramını içeren 206 çalışma incelenmiştir.	-	Problem ortaya koyan ve çözüm öneren
22	Digital Journalism Vol 8/6 - 2020	Combating Disinformation on Social Media: Multilevel Governance and Distributed Accountability in Europe	Betimsel	Kavramlar üzerinden tartışılmış: dezenformasyon, sahte haber.	Teorik Tartışma	Fransa, İngiltere, Almanya	Avrupa geneli (ağırlıklı olarak Batı Avrupa ülkeleri)	Problem ortaya koyan ve çözüm öneren
23	Digital Journalism Vol 8/7 - 2020	Computational News Discovery: Towards Design Considerations for Editorial Orientation Algorithms in Journalism	Üretim aşaması/çalışma pratikleri + Kullanıcı	Kavramlar üzerinden tartışılmış: eşik beççiliği	Derinlemesine görüşme	Toplam 18 kişiden oluşan yazılımcı ve kullanıcılar	ABD	Problem ortaya koyan ve çözüm öneren
24	Digital Journalism Vol 8/9 - 2020	Taming the News Feed on Facebook: Understanding Consumptive News Feed Curation through a Social Cognitive Perspective	Kullanıcı	Sosyo-bilişsel kuram	Anket	3413 Facebook kullanıcısıyla online anket	ABD	Problem ortaya koyan
25	Digital Journalism Vol 8/9 - 2020	User Perspectives on the News Personalisation Process: Agency, Trust and Utility as Building Blocks	Kullanıcı	Kavramlar üzerinden tartışılmış: kişiselleştirilmiş haberler, algoritmalar, haber güvenilirliği	Odak grup görüşmesi	Toplam 24 haber okuyucusuyla 4 farklı odak grup görüşmesi.	Almanya	Problem ortaya koyan

26	Journalism Studies Vol 20/5 - 2019	The New Gatekeepers: An Institutional-level View of Silicon Valley and the Disruption of Journalism	Üretim aşaması/ çalışma pratikleri	Kavramlar üzerinden tartışılmış: kişiselleştirilmiş haberler, algoritmalar, eşik bekciliği	İçerik analizi	22 kişiden oluşan haber editörü ve teknoloji şirketlerinin yöneticilerinin söylemleri.	ABD	Problem ortaya koyan
27	Journalism Studies Vol 20/10 - 2019	Journalism Reconfigured: Assessing human-machine relations and the autonomous power of automation in news production	Üretim aşaması/ çalışma pratikleri	Aktör Ağ Kuramı	Derinlemesine görüşme	15 haber editörüyle derinlemesine görüşme	Singapur	Problem ortaya koyan
28	Journalism Studies Vol 21/7 - 2020	(What) Can Journalism Studies Learn from Supervised Machine Learning?	Betimsel	Kavramlar üzerinden tartışılmış: niceliksel yöntem, algoritmalar, makine öğrenmesi	Teorik Tartışma	-	-	Problem ortaya koyan ve çözüm öneren
29	Journalism Studies Vol 21/7 - 2020	Agent-based Testing: An Automated Approach toward Artificial Reactions to Human Behavior	Betimsel	Kavramlar üzerinden tartışılmış: kişiselleştirilmiş haberler, algoritmalar, niceliksel ve niteliksel araştırma teknikleri	Teorik Tartışma	-	-	Problem ortaya koyan ve çözüm öneren
30	Journalism ve Mass Communication Quarterly 96/1 - 2019	Libel by Algorithm? Automated Journalism and the Threat of Legal Liability	Üretim aşaması/ çalışma pratikleri	Kavramlar üzerinden tartışılmış: robot gazetecilik, yasal yükümlülükler, algoritmik hatalar	Teorik Tartışma	-	ABD	Problem ortaya koyan ve çözüm öneren.

31	Journalism ve Mass Communication Quarterly 96/1 - 2019	Can an Algorithm Reduce the Perceived Bias of News? Testing the Effect of Machine Attribution on News Readers' Evaluations of Bias, Anthropomorphism, and Credibility	Kullanıcı	Kavramlar üzerinden tartışılmış: haberde güvenilirlik, haberde yönlendirme, algoritmalar	Anket	612 okuyucuya online anket.	ABD	Problem olmadığı sonucuna ulaşan
----	--	---	-----------	--	-------	-----------------------------	-----	----------------------------------

Makalelerin önemli bir bölümünün odağının dijital gazetecilikte kullanılan algoritmaların üretim aşaması ve çalışma pratikleri (%45) ile kullanıcılar (%29) olduğu saptanmıştır. Bu durumun temel nedenlerinden biri, algoritmaların gazetecilik alanında yeni bir teknolojik girdi olarak karşımıza çıkmasıdır. Ayrıca çalışmalarda hem üretim aşamasına hem de kullanıcılara odaklanılabildiği görülmüştür (%7). Çalışmalarda algoritmaların gazetecilikteki kullanımlarının geleceği üzerine de değerlendirmelerde bulunduğu görülmüştür. Örneğin kullanıcılara odaklanan çalışmalarında Lewis ve diğerleri (2019: 75) gazeteciliğin geleceğinde robot gazeteciliğin bir demirbaş hâline geleceğini, bu nedenle de gazetecilik ve medya hukuku akademisyenlerinin yanı sıra haber odalarında algoritma süreçlerini yöneten profesyonellere ihtiyaç duyulacağını belirtmektedirler. Bu nedenle de bu tür teknolojilerin hem yasal hem de toplumsal ve etik sonuçları üzerinde düşünmek önemlidir.

Kullanıcıların algoritmalar tarafından oluşturulan ya da dağıtılan içeriklere yönelik tutumu ve onları tüketme ya da alımlama biçimleri de araştırmalarda incelenen bir diğer odaktır. Örneğin Haim (2020: 896), algoritmaya dayalı içerik ortamlarında içerik sunumundaki kullanıcı farklılıklarının sistematik olarak değerlendirilmesine odaklanmıştır. Monzer ve diğerleri (2020: 1153) ise haber önerilerine duyulan güveni artırmak için haber medyasının kullanıcıları neden belirli bilgileri gördükleri (veri koruma yasalarından takip edilen bir gereklilik), bu bilgileri kimin seçtiği ve hangi mesleki veya etik standartların yürürlükte olduğu konusunda bilgilendirmesi gerektiği sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca incelenen çalışmalarda betimsel çalışmaların (%13), metin analizinin (%3) ve hem metin analizi hem de kullanıcı odağı içeren çalışmaların (%3) sınırlı olduğu saptanmıştır.

Az sayıda çalışmanın belirli ve sabit bir kuram etrafında gerçekleştirildiği görülmüş; bu çalışmalarda aktör ağ kuramı, sosyal-bilişsel kuram ve Bourdieu'nun alan kuramının kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Wu ve diğerleri (2019b), gazetecilik alanına giren teknolojik firmalar tarafından sağlanan otomasyonun gazeteciliği nasıl sert şekillerde dönüştürebileceğini araştırmak için Bourdieu'nun alan teorisine

başvurmuşlardır. Çalışmalarında, yapı ve failliği uzlaştırarak, toplumsal yapıların gazetecilik alanının mantığını ve temsilcilerin otomasyonu benimseme davranışını şekillendirdiğini ve aktörlerin zaman içinde yapıları yeniden şekillendirir hâle geldiklerini belirtmişlerdir. Gerçekleştirdikleri derinlemesine görüşmeler sonucunda, otomasyonun benimsenmesinin uzun vadede gazetecilik alanının özerk gücünü artırmasına karşın gazetecilerin tutumlarındaki farklılıklar nedeniyle alanın bir mücadele alanı olarak kaldığını ortaya koymuşlardır. Belirli bir kuramı benimsemeyen diğer çalışmalar ise sabit bir kuram yerine kavramlar etrafında analizler gerçekleştirmiştir. Bu kapsamda, söz konusu çalışmalarda en çok başvurulan kavramlar ve konular; haberde yönlendirme ve demokrasi tartışmaları, kişiselleştirilmiş haber teknolojisi ve filtre balonları, insan-makine iletişimi, gazeteciliğin geleceği, otomatize gazetecilik, eşik bekçiliği ve dikkat ekonomisi olmuştur.

Çalışmaların çoğunlukla ampirik araştırmalara dayandığı görülmüştür (%62). Kuramsal tartışmaya dayalı çalışmalar ise daha azınlıktadır (%38). İncelenen makalelerde sık kullanılan teknikler ise anket (%19), derinlemesine görüşme (%16) ve içerik analizidir (%13). Az sayıda çalışmada ise odak grup (%3) ve meta-analizi (%3) kullanılmıştır. Büyük veri teknolojisine paralel olacak şekilde çok sayıda kullanıcının web arama sonuçlarını örneklem olarak kabul eden çalışmalar yeni bir kategori olarak karşımıza çıkmaktadır. Yine internet teknolojilerindeki gelişmelerin de etkisiyle veri toplamanın kolaylaşması nedeniyle anketlerde örneklem sayısının oldukça fazla olduğu görülmüştür. Örneğin, Thurman ve diğerleri (2019) 53.314 katılımcı ile bir anket çalışması gerçekleştirmiştir. Derinlemesine görüşme ve odak grup çalışmalarının ise nitel analiz desenine uygun düşecek şekilde sınırlı sayıda katılımcıyla gerçekleştirildiği bulgulanmıştır. Diakopoulos (2020) üretim aşamasına odaklandığı çalışmasında 18 kişi ile, Wu ve diğerleri (2019a) ise 15 haber editörü ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirmiştir.

Araştırmaların gerçekleştirildiği yer ve örneklem seçiminin çoğunlukla (%52) ABD ve Avrupa merkezli olduğu saptanmıştır. Bu durumun temel nedeni, algoritma teknolojilerinin bu coğrafyalardan doğması ve erken benimseyenlerin de (early adopters) bu ülkelerde yerleşik olmalarıdır.

Algoritma ve dijital gazetecilikle ilgili makalelerin önemli bir bölümünün teknoloji ve teknolojinin kullanım pratiklerine yoğunlaşırken etik konusuna yeterince değinmemeleri dikkat çekmektedir. İncelenen çalışmaların %48'i algoritmalara ilişkin problemler ortaya koyarken %36'sı hem problem ortaya koymakta hem de bu problemlere yönelik çözümler önmektedir. İncelenen çalışmaların %16'sında ise algoritmaların kullanımına ya da işleyişine yönelik bir problem olmadığı belirtilmektedir. İncelenen makalelerin çoğunda algoritmalara ilişkin çeşitli problem-

lerden bahsediliyor olsa da bu problemlerin çok azının (%19) etik sorunlarla ilgili olduğu açığa çıkmıştır.

Dijital gazetecilik bağlamında algoritma etiğine değinen ve çözüm öneren az sayıda çalışma olduğu görülmektedir. Buna karşın algoritma etiğine dayanan çalışmalar, etik sorunların ciddi sorunlara neden olabileceğini ortaya koymaktadırlar. Örneğin, Robinson ve diğerleri (2019: 371) dijital medya aracılığıyla, gazetecilik etiği ile ilgili soruların yeni ve önemli boyutlar kazandığını, dijital medya aracılığıyla özel yerler olduğunu düşündüğümüz dijital platformlarda cesaretsiz veya tehlike altında hissedebileceğimizi vurgulamaktadırlar. Stray (2019: 1086-1093) ise çeşitli araştırmalar için algoritmaları kullanan haber kuruluşlarının, insanları işlemedikleri suçlardan bile yargılanabilir hâle getirebileceğini öngörmektedir. Örneğin, kara para aklama şüphesi bulmak için kamu kayıtlarını incelemek için algoritmaları kullanan bir haber kuruluşu, yanlış bir şekilde (çıkarımlarının diğer %99'u doğru olsa bile) herhangi birinin suç teşkil eden bir faaliyete karıştığını ileri sürerek sadece gazetecilik etiğini ciddi bir şekilde ihlal etmekle kalmayıp aynı zamanda bir hakaret davasına da neden olabilmektedir. Bodó (2019: 1058) ise algoritmik gazetecilik nedeniyle gizlilik, veri koruma ve editoryal bağımsızlık etrafında yasal ve etik sorunlar ortaya çıktığı sonucuna ulaşmıştır.

Gazetecilik alanına ilişkin olarak algoritmalara dayalı etik sorunlardan bahseden çalışmalarda, etik sorunların çözülebilmesi için yasal düzenlemeler olabileceği, makine öğrenmesi teknolojisinin kullanılabilmesi, insan kontrolünün olması gerektiği, kullanıcıların algoritma seçimlerine ilişkin bilgilendirilebileceği gibi fikirler ortaya atılmıştır. Helberger (2019: 1003), kullanıcıları aktif olarak uyarmak gerektiğini vurgulayarak bilgi, eğitim ve manipülasyon arasında ince çizgi olduğunu ve medyanın filtre balonlarını “patlatma” sorumluluğunun bulunduğunu ifade etmektedir. Ayrıca yayınlanan tüm çıkarımlarda esasen kusursuz doğruluğun şart olduğunu, bu nedenle de algoritma çıktılarına yönelik insan kontrolünün gerektiğini belirtmektedir. Lewis ve diğerleri (2019) ise haber yazım botlarının geliştirilerek ve kullanılırken yasal yükümlülüklerin sıklıkla göz ardı edildiği vurgulamakta ve bu anlamda yasal olarak göz önünde bulundurulması gereken iki temel nokta üzerinde durmaktadırlar: Algoritmalar tarafından yazılan haberlerde iftira bulunması durumu ve hatalı içerik üretilmesi durumunda diğer algoritma üreticileri tarafından yapılan savunmaların haber kuruluşları açısından kullanışlı olmaması. Araştırmada bu özel durumlar için Amerikan yasalarından yola çıkarak birtakım hukuki öneriler sunulmuştur (Lewis vd., 2019). Bir başka çalışmada ise BBC'nin okuyucularıyla etkileşim amacıyla kullandığı haber botlarının verimliliği test edilmiştir. Haber botlarının son derece temel düzeyde ve basit içerikler üretebildiği,

ürettiği metinlerin kişiselleştirilmiş değil, genel okuyucuya hitap edebildiği sonucuna ulaşılmıştır. Öneri olarak kişiselleştirilmiş içerikler üretebilmesi ve okuyucuyla daha verimli bir diyalog kurulabilmesi için makine öğrenmesi teknolojisinin kullanılması gerektiği belirtilmiştir (Jones ve Jones, 2019). Monzer ve diğerleri (2020: 1153) ise haber önerilerine duyulan güveni artırmak için medya kuruluşunun kullanıcıları neden belirli bilgileri gördükleri bu bilgileri kimin seçtiği ve hangi mesleki veya etik standartların yürürlükte olduğu konusunda bilgilendirmesinin etik sorunları aşmada yararlı olacağı sonucuna ulaşmışlardır.

6. Sonuç

Bu çalışmada algoritmalar ve gazetecilik etiği ile ilgili akademik makaleler incelenmiştir. Bu kapsamda, konunun mevcut dijital gazetecilik çalışmalarındaki güncel, metodolojik ve teorik eğilimlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Böylece algoritmalarla ilgili araştırma gündeminin örüntüleri, dijital gazetecilik etiğiyle ilişkili olarak ele alınmıştır. Algoritmaların gazetecilikteki etik sorunlarının genel bir tespitini yapmak adına, alanda önde gelen üç dergi: Digital Journalism, Journalism Studies ve Journalism & Mass Communication Quarterly incelenmiştir. Bu dergilerin 2019 ve 2020 yıllarının tüm sayılarında yayımlanmış makaleler arasında algoritma ile ilgili çalışmalara odaklanılmıştır. Gazetecilik alanında önde gelen bu dergilerde algoritmalarla ilişkin çalışmalara alanda farkındalık oluşturacak kadar yer verilmediği görülmüştür. Geleceğin gazeteciliği açısından gittikçe daha da önemli olmaya devam edecek olan algoritmalarla, gazetecilik çalışmalarında bu kadar az yer verilmesi konunun ihmal edildiğini düşündürmektedir. Algoritmalar ile ilgili az sayıda çalışmanın çok azında ise etik sorunlara değinildiği anlaşılmıştır.

Etik sorunlar, gazetecilik mesleği, dolayısıyla da gazetecilik disiplini açısından da henüz çözülememiş sorunlardandır. İnsanın etkinliğini azaltarak özellikle haber üretim süreci açısından çeşitli kolaylıklar sağlayan algoritmalar, daha önceden mevcut olmayan etik sorunlar yaratmaktadırlar. Buna karşın gazetecilik ile ilgili alandaki önde gelen dergilerde bu konuya çok az yer verilmiştir. Çalışmalarda, gazetecilikte kullanılan algoritmalar ile ilişkili olarak etik sorunlara yeterince değinilmemesinin geleceğin gazeteciliğini belirsizliklerle dolu daha güvensiz bir mecraya dönüştüreceği düşünülmektedir.

Algoritma etiği ile ilgili sınırlı sayıda çalışmada ise algoritmalarla dayalı etik ihlallerin, insanların tehlike altında hissetmeleri ya da suçsuz yere yargılanmaları gibi ciddi sorunlara neden olabileceğini ortaya koymuştur. Ayrıca gazetecilik alanına ilişkin olarak algoritmalarla dayalı etik sorunları inceleyen çalışmalarda, etik sorunların çözülebilmesi için çeşitli yasal düzenlemeler olabileceği, makine öğrenmesi teknolo-

jinin kullanılabilceği, insan kontrolünün olması gerektiği, kullanıcıların algoritma seçimlerine ilişkin bilgilendirilebileceği gibi öneriler sunulmuştur.

Sonuç olarak algoritmaların kullanıcıların failliğini tamamen ortadan kaldıran etkinliğinin, etik sorunlar yarattığı ve bu duruma yönelik henüz yeterli çözümlerin geliştirilemediği söylenebilir. Bu nedenle de hâlâ kullanıcıların karar verme mekanizmalarının etik sorunları çözümede etkin olabileceği düşünölmektedir. Buna karşın mahremiyet sorunlarını aşan, veri arama ve verinin kaynağına dayalı sorunları, algoritmik otorite sorunlarını aşan, verilerin kötüye kullanımını engelleyen, algoritmik nesnellik, şeffaflık ve hesapverebilirlik niteliklerini taşıyan daha farklı algoritmalar geliştirildikçe insanların karar verme noktasındaki etkinliğinin de azalabileceği düşünölebilir. Makine öğrenme teknolojisi de bu algoritmaların nesnelliği, şeffaflığı, hesapverebilirliği açısından olanaklar sağlayabilecektir. Ancak bu algoritmalar geliştirilinceye kadar yasal düzenlemeler, insan kontrolü ve kullanıcıların bilgilendirilmesi gibi yöntemlerle algoritmaların gazetecilik açısından kullanımı daha az etik soruna neden olur hâle getirilebilecektir.

Kaynakça

- Ananny, M. (2016). Toward an ethics of algorithms: Convening, observation, probability, and timeliness. *Science, Technology, & Human Values*, 41(1), 93-117.
- Ananny, M., & Crawford, K. (2018). Seeing without knowing: Limitations of the transparency ideal and its application to algorithmic accountability. *New Media & Society*, 20(3), 973-989.
- Anderson, C.W. (2011). Notas hacia un análisis del periodismo computacional (26 October, 2011). HIIG Discussion Paper Series No. 2012-1. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2009292> o <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2009292>
- Binark, M. (2017). Algoritmaların yarattığı yankı odalarında siyasa katılımın olanaksızlığı. *Varlık*, 1317, 19-23.
- Bodó, B. (2019). Selling news to audiences—a qualitative inquiry into the emerging logics of algorithmic news personalization in European quality news media. *Digital Journalism*, 7(8), 1054-1075.
- Bodó, B., Helberger, N., Eskens, S., & Möller, J. (2019). Interested in diversity: The role of user attitudes, algorithmic feedback loops, and policy in news personalization. *Digital Journalism*, 7(2), 206-229.
- Bradshaw, P. (2014). "Data Journalism." içinde *Ethics for Digital Journalists: Emerging Best Practices*, Lawrie Zion ve David Craig, Routledge, New York and London, 202-220.
- Burrell, J. (2016). How the machine "thinks": Understanding opacity in machine learning algorithms. *Big Data & Society*, 3(1), 1-12.

- Carlson, M. (2014). The Robotic Reporter. *Automated Journalism and the Redefinition of Labor, Compositional Forms, and Journalistic Authority*. *Digital Journalism* 3 (3): 416–431. doi: 10.1080/21670811.2014.976412.
- Carlson, M. (2015). The robotic reporter: automated journalism and the redefinition of labour, compositional forms, and journalistic authority. *Digital Journalism* 3(3), 416-431.
- Carlson, M. (2018). Automating judgment? Algorithmic judgment, news knowledge, and journalistic professionalism. *New Media & Society*, 20(5), 1755-1772.
- Carlson, M. (2019). News algorithms, photojournalism and the assumption of mechanical objectivity in journalism. *Digital Journalism*, 7(8), 1117-1133.
- Caswell, D. (2019). Structured journalism and the semantic units of news. *Digital Journalism*, 7(8), 1134-1156.
- Cave, S., Nyrup, R., Vold, K., & Weller, A. (2018). Motivations and risks of machine ethics. *Proceedings of the IEEE*, 107(3), 562-574.
- De Grove, F., Boghe, K., & De Marez, L. (2020). (What) Can Journalism Studies Learn from Supervised Machine Learning?. *Journalism Studies*, 21(7), 912-927.
- Deuze, M. (2005). What is Journalism?: Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism* 6 (4): 422–464.
- Diakopoulos N. (2015). Algorithmic accountability: journalistic investigation of computational power structures. *Digital Journalism* 3(3): 398–415.
- Diakopoulos, N. & Michael K. (2017). Algorithmic Transparency in the News Media, *Digital Journalism*, 5:7, 809-828, DOI: 10.1080/21670811.2016.1208053.
- Diakopoulos, N. (2020). Computational News Discovery: Towards Design Considerations for Editorial Orientation Algorithms in Journalism. *Digital Journalism*, 8(7), 945-967.
- Digital Journalism, Erişim adresi: <https://www.tandfonline.com/action/journalInformation?show=aimsScope&journalCode=rjij20>, Erişim tarihi: 04.03.2021
- Dörr, K. N., & Hollnbuchner, K. (2016). Ethical Challenges of Algorithmic Journalism. *Digital Journalism*. doi:10.1080/21670811.2016.1167612. edited by Lawrie Zion and David Craig, 202–219. New York: Routledge.
- Ford, H., & Hutchinson, J. (2019). Newsbots that mediate journalist and audience relationships. *Digital Journalism*, 7(8), 1013-1031.
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In Gillespie T., Boczkowski P., & Foot K., (Ed.) *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society* (pp. 167- 194). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Grochowski J. R. & Ornstein, C. (2016). Matching Industry Payments to Medicare Prescribing Patterns: An Analysis. ProPublica Whitepaper. <https://static.propublica.org/projects/d4d/20160317-matching-industry-payments.pdf?22>.
- Guzman, A. L. (2019). Prioritizing the Audience's View of Automation in Journalism. *Digital Journalism*, 7(8), 1185-1190.
- Haim, M. (2020). Agent-based Testing: An automated approach toward artificial reactions to human behavior. *Journalism Studies*, 21(7), 895-911.
- Hansen, M., Roca-Sales, M., Keegan, J. & King, G. (2017). *Artificial Intelligence: Practice and Implications for Journalism*. Brown Institute for Media Innovation and the Tow Center for Digital Journalism.

- Harambam J., Helberger N., van Hoboken J. (2018). Democratizing algorithmic news recommenders: how to materialize voice in a technologically saturated media ecosystem. *Phil. Trans. R. Soc. A* 376: 20180088. <http://dx.doi.org/10.1098/rsta.2018.0088>
- Heald, D. (2006). Varieties of transparency. In C. Hood & D. Heald (Eds.), *Transparency: The key to better governance?* (pp. 25–46). Oxford, U.K.: Oxford University Press.
- Helberger, N. (2019). On the democratic role of news recommenders. *Digital Journalism*, 7(8), 993-1012.
- Jagadish, H.V. (2016). Data Science Ethics. Erişim: <https://courses.edx.org/courses/course-v1:MichiganX+DS101x+3T2016/course/>
- Jameel, T., Ali, R., & Toheed, I. (2020, January). Ethics of Artificial Intelligence: Research Challenges and Potential Solutions. In *2020 3rd International Conference on Computing, Mathematics and Engineering Technologies (iCoMET)* (pp. 1-6). IEEE.
- Jones, B., & Jones, R. (2019). Public service chatbots: Automating conversation with BBC News. *Digital Journalism*, 7(8), 1032-1053.
- Jones, R., & Jones, B. (2019). Atomising the news: The (in) flexibility of structured journalism. *Digital Journalism*, 7(8), 1157-1179.
- Journalism & Mass Communication Quarterly*, Erişim adresi: <https://journals.sagepub.com/aims-scope/JMQ>, Erişim tarihi: 04.03.2021
- Journalism Studies*, Erişim adresi: <https://www.tandfonline.com/action/journalInformation?show=aimsScope&journalCode=rjos20>, Erişim tarihi: 04.03.2021
- Just, N., & Latzer, M. (2017). Governance by algorithms: Reality construction by algorithmic selection on the Internet. *Media, Culture & Society*, 39(2), 238-258. DOI: 10.1177/0163443716643157.
- Kearns, M., & Roth, A. (2019). *The ethical algorithm: The science of socially aware algorithm design*. Oxford University Press.
- Kraemer, F., Van Overveld, K., & Peterson, M. (2011). Is there an ethics of algorithms?. *Ethics and information technology*, 13(3), 251-260.
- Krippendorff, K. (1980). Validity in Content Analysis, içinde Ekkehard Mochmann (Ed.) *Computerstrategien für die Kommunikationsanalyse*, Frankfurt/New York: Campus, Chapter 3, 69-112.
- Leben, D. (2018). *Ethics for robots: How to design a moral algorithm*. Routledge.
- Lewis, S. C., Guzman, A. L., & Schmidt, T. R. (2019). Automation, journalism, and human-machine communication: Rethinking roles and relationships of humans and machines in news. *Digital Journalism*, 7(4), 409-427.
- Lewis, S. C., Sanders, A. K., & Carmody, C. (2019). Libel by Algorithm? Automated Journalism and the Threat of Legal Liability. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(1), 60–81. <https://doi.org/10.1177/1077699018755983>
- Lewis, S. C., Sanders, A. K., & Carmody, C. (2019). Libel by algorithm? Automated journalism and the threat of legal liability. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(1), 60-81.
- Lindén, C-G. (2017). Algorithms for journalism: the future of news work. *The Journal of Media Innovations* 4(1), 60-76. <https://doi.org/10.5617/jmi.v4i1.2420>

- Liu, B., & Wei, L. (2019). Machine Authorship In Situ: Effect of news organization and news genre on news credibility. *Digital Journalism*, 7(5), 635-657.
- Loecherbach, F., Moeller, J., Trilling, D., & van Atteveldt, W. (2020). The unified framework of media diversity: A systematic literature review. *Digital Journalism*, 8(5), 605-642.
- Lu, S. (2020). Taming the News Feed on Facebook: Understanding Consumptive News Feed Curation through a Social Cognitive Perspective. *Digital Journalism*, 8(9), 1163-1180.
- Martin, K. (2019). Ethical implications and accountability of algorithms. *Journal of Business Ethics*, 160(4), 835-850.
- McBride, Kelly ve Tom Rosenstiel (2014). "New Guiding Principles for a New Era of Journalism." İçinde *The New Ethics of Journalism*, edited by Kelly McBride and Tom Rosenstiel, 1-6. Thousand Oaks, CA: CQ Press.
- Milosavljević, M., & Vobić, I. (2019). Human still in the loop: Editors reconsider the ideals of professional journalism through automation. *Digital journalism*, 7(8), 1098-1116.
- Mittelstadt, B. D., Allo, P., Taddeo, M., Wachter, S., & Floridi, L. (2016). The ethics of algorithms: Mapping the debate. *Big Data & Society*, 3(2), 2053951716679679.
- Monzer, C., Moeller, J., Helberger, N., & Eskens, S. (2020). User Perspectives on the News Personalisation Process: Agency, Trust and Utility as Building Blocks. *Digital Journalism*, 8(9), 1142-1162.
- Mylylahti, M. (2020). Paying attention to attention: A conceptual framework for studying news reader revenue models related to platforms. *Digital Journalism*, 8(5), 567-575.
- Narin, B. (2018). Kişiselleştirilmiş çevrim içi haber akışının yankı odası etkisi, filtre balonu ve siberbalkanizasyon kavramları çerçevesinde incelenmesi. *Selçuk İletişim*, 11(2), 232-251.
- Newman, N. (2019). *Journalism, Media and Technology Trends and Predictions 2019*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Parmar, B., & Freeman, R. E. (2016). Ethics and the algorithm. *MIT Sloan Management Review*, 58(1), 16.
- Pasquale F. (2015). *The Black Box Society*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Puschmann, C. (2019). Beyond the bubble: Assessing the diversity of political search results. *Digital Journalism*, 7(6), 824-843.
- Raymond, A. H., & Shackelford, S. J. (2013). Technology, ethics, and access to justice: should an algorithm be deciding your case. *Mich. J. Int'l L.*, 35, 485.
- Richterich, A. (2018). *The big data agenda: Data ethics and critical data studies* (p. 154). University of Westminster Press.
- Riffe, D., Lacy, S. ve Fico, F. (2005). *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis In Research*, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Robinson, S., Lewis, S. C., & Carlson, M. (2019). Locating the "Digital" in Digital Journalism Studies: Transformations in Research. *Digital Journalism*, 7(3), 368-377.
- Russell, F. M. (2019). The new gatekeepers: an Institutional-level view of Silicon Valley and the disruption of journalism. *Journalism Studies*, 20(5), 631-648.

- Saurwein, F., & Spencer-Smith, C. (2020). Combating disinformation on social media: Multilevel governance and distributed accountability in Europe. *Digital Journalism*, 8(6), 820-841.
- Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. Thousands Oaks, CA: Sage.
- Shearer, Matt, Basile Simon, and Clement Geiger (2014). "Datastringer: Easy Dataset Monitoring for Journalists." *Proceedings Symposium on Computation + Journalism*.
- SJR, Scimago Journal & Country Rank. Erişim adresi: <https://www.scimagojr.com/aboutus.php>, Erişim tarihi: 04.03.2021
- Steiner, C. (2012) *Automate This*. New York: Portfolio/Penguin Press.
- Stray, J. (2019). Making artificial intelligence work for investigative journalism. *Digital Journalism*, 7(8), 1076-1097.
- Tandoc Jr, E. C., Yao, L. J., & Wu, S. (2020). Man vs. machine? The impact of algorithm authorship on news credibility. *Digital Journalism*, 8(4), 548-562.
- Thurman, N., Moeller, J., Helberger, N., & Trilling, D. (2019). My friends, editors, algorithms, and I: Examining audience attitudes to news selection. *Digital Journalism*, 7(4), 447-469.
- Túñez-Lopez, M.; C. Toural-Bran, C. Valdiviezo-Abad (2019). "Automation, bots and algorithms in newsmaking. Impact and quality of artificial journalism". *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1411-1433 <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1391/74en.html> DOI: 10.4185/RLCS-2019-1391en
- Van Damme, K., Martens, M., Van Leuven, S., Vanden Abeele, M., & De Marez, L. (2020). Mapping the mobile DNA of news. Understanding incidental and serendipitous mobile news consumption. *Digital Journalism*, 8(1), 49-68.
- Waddell, T. F. (2019). Can an Algorithm Reduce the Perceived Bias of News? Testing the Effect of Machine Attribution on News Readers' Evaluations of Bias, Anthropomorphism, and Credibility. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(1), 82-100. <https://doi.org/10.1177/1077699018815891>
- Wu, S., Tandoc Jr, E. C., & Salmon, C. T. (2019a). Journalism reconfigured: Assessing human-machine relations and the autonomous power of automation in news production. *Journalism Studies*, 20(10), 1440-1457.
- Wu, S., Tandoc, E. C., & Salmon, C. T. (2019b). A Field Analysis of Journalism in the Automation Age: Understanding Journalistic Transformations and Struggles Through Structure and Agency. *Digital Journalism*, 7(4), 428-446.
- Young, M. L., & Alfred H. (2014). From Mr. and Mrs. Outlier to Central Tendencies. *Digital Journalism* (online first), doi: 10.1080/21670811.2014.976409.
- Zamith, R. (2019). Algorithms and Journalism, *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, Subject: Journalism Studies Online Publication Date: Feb 2019, 1-21, DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.779
- Zion, L. & Craig D. (2014). *Ethics for Digital Journalists. Emerging Best Practices*. New York: Routledge.

Dijital Bilinç ve Etik Arayüzünde Transhümanizma: Altered Carbon Örneği

Gökhan TOPAL*

Ömer ALANKA**

*“Zamanın çok doğru olduğunu düşünmüyorum ama yakındır. Korkarım,
ne yazık ki ben ölümü tadacak son neslin içindeyim.”*

Gerald Sussman

Öz

Transhümanizm tarafından tapınılan bilimsel aklın yarattığı dijital bilinç ile insan, ölümsüzlüğe erişerek mitik ve dinsel eksende arzulanı ütopyalara kavuşmuştur. Ancak ölümün geçici bir hâl alması, kurgulanan ve tasarlanan bu dünyanın bir distopyaya dönüşüne tanıklık etmiştir. Dijital bilinç ile donatılan birey için ölümün geçici bir hâl alması sonucu topluma karşı ahlaki sorumluluk ortadan kalkmıştır. Kimlik bölünmeleri yaşanırken, insan ve doğası sömürülerek istismara açık hâle getirilmiştir. Tanrı tasavvuru maddileşmiştir. Bu doğrultuda Altered Carbon televizyon dizisi üzerinden görsel ve sözlü imgeler okunarak gerçekleştirilen bu çalışma, etik sorunsalını ütöpic ve distöpic imgeler üzerinden tartışırken, dijitalleşerek ölümsüzlük kazanan toplum biçimlerinin tehditkâr doğasına odaklanır.

Anahtar Kelimeler: Transhümanizm, Dijital Kültür, Distopya, Sinema, Altered Carbon

* Öğr. Gör., Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Radyo ve Televizyon Teknolojisi Programı, gokranduil@gibtu.edu.tr

** Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, omer.alanka@atauni.edu.tr

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 31.03.2021

Kabul Tarihi: 24.05.2021

ORCID ID: 0000-0001-6280-1346 DOI: 10.37679/trta.906964

ORCID ID: 0000-0002-5558-1848

Transhumanism at the Interface of Digital Consciousness and Ethics: The Case of Altered Carbon

Gökhan TOPAL
Ömer ALANKA

*"I don't think the time is quite right, but it's close. I'm afraid,
unfortunately, that I'm in the last generation to die"*

Gerald Sussman

Abstract

With the digital consciousness created by the scientific mind worshipped by transhumanism, people attained immortality and attained the utopias they desire in the mythical and religious axis. However, the temporary state of death witnessed this world's transformation, fictionalized and designed, into a dystopia. As a result of the temporary state of death for the individual who is equipped with digital consciousness, society's moral responsibility has disappeared. While there are divisions of identity, human and its nature have been exposed to exploitation. The conception of God has materialized. In this direction, this study, which is carried out by reading visual and verbal images on the Altered Carbon TV series, discusses the ethical issues through utopian and dystopian images while focusing on the threatening nature of social forms that have gained immortality through digitalization.

Keywords: Transhumanism, Digital Culture, Dystopia, Cinema, Altered Carbon

Research Paper

Received: 31.03.2021

Accepted: 24.05.2021

1. Giriş

"Transhuman" sözcüğü ilk olarak 14. yy'da Dante'nin İlahi Komedya'sında (Cen-net, Kanto I) insan vücudunun ölümsüz bir bedene dönüşmesini tanımlamak adı-na kullanılmıştır. Transhümanizm kavramı ise evrimci teorinin İngiliz kurucusu J. Huxley tarafından, "Eğer isterse insan türü, doğasının olanaklarının farkına vara-rak kendini aşabilir. Bilinçle kendi kaderini yerine getirebilir." deyişiyile literatüre kazandırılmıştır (Lee, 2019: 4). Huxley, transhümanizmi tamamen yeni bir ente-lektüel çerçevenin "anahtar kavramı", "yeni bir ideoloji" veya "yeni bir sistem" olarak değerlendirmiştir. Transhümanizmi, bilim ve sanat arasında köprü kurarak ve bilimi daha iyi bir dünya inşa etmek için kullanarak insanlığın krizine hitap edecek "yeni bir zihin yaklaşımı" olarak görmüştür (Hansell ve Grassie 2011: 9). Bu bağlamda transhümanizm, hem aydınlanma fikrinin yücelttiği insan aklına bir vurgu hem de insanı saf bilgiye erişmenin umut edildiği yeni gnostikçi bir eyleme dönüştürmektedir. Bu açıdan transhümanizm, kulağa bilim kurgu gibi gelebilir fakat bu olgu sanallık, yapay zekâ ve sibernetik araştırmaların merkezinde durmak-tadır (Blake v.d. 2012: 3-4). Transhümanizm böylelikle teknoloji, metafizik ve dis-topya gibi farklı alanların iç içe girdiği çok katmanlı heterotopik bir mimari yapıya dönüşmektedir. Cambridge Sözlük ise bu oluşumu "Bilim ve teknolojinin, şimdiki zamanda var olan fiziksel ve zihinsel gelişmeden daha fazla gelişme sağlayabile-ceğine inanan teori" olarak tanımlamıştır. Gelecek, diğer bir ifadeyle var olabi-lirlik ihtimali yaratım ve gelişim noktasında sinema teknolojileriyle insan algısına hitap eden bir kılavuza dönüşür. Münsterberg'e göre, "Müzik duymanın, resim de görmenin sanatıysa film, beyin sanatıdır." (Butler, 2005: 13). Bu doğrultuda bilim kurgu sineması -diğer bir ifadeyle ütöpik sinema- bir dünya tasarlayarak geleceğin arzularını veya tehlikelerine bağlı korkularını, endişelerini özümsetmek adına temellendirilmiş kuşkuları aktarmaktadır. Toplumsal bilinç, bilim ve tekno-lojinin tahakkümü altında değişirken bu bilinç, dünyanın mayası olan doğa, insan ve tanrı yaklaşımlarının karanlık yüzünü göstermiştir. Bu kapsamda çalışmanın bir diğer amacı Altered Carbon tarafından üretilen transhümanizm düşüncesine odaklanmaktır.

Transhümanizm, modern dünyanın tekno-ütopyacı formudur (Hughes, 2012: 757). Bu kapsamda mitolojinin bahsettiği altın çağdan beri ölümsüzlük arayışında bulunan insan, teknoloji ile mutlu olabileceğini ummuştur. Tanrı katına yüksele-bilmek adına da buna uygun toplumsal sistemler, bedenler, beyinler oluştura-rak geleceğin insanını tasarlamaya başlamıştır. Elinden alınmış, diğer bir ifadeyle kaybetmiş olduğu kusursuz yaşamı geri alabilmek adına kendisini ve dünyasını teknolojiye eklemleyerek yeni yaratım yollarına başvurmuştur. Böylelikle tekno-

lojinin sunduğu ütopyaların baştan çıkarıcılığı çizgisinde yapay zekâlı üst düzey teknolojik sistemler ile tanrılaşan insan, hayaline kavuşmuştur. Bu noktada çalışmanın bir diğer odağı ise Altered Carbon ile kurgulanan yeni dünyaların nasıl değiştiği ve toplumsal yapının nasıl parçalandığıdır. Distopik sinema, kehanetler şeklinde aktardığı teknolojik evrimle şekillenen biyolojik doğal formların yaratacağı imkânsız ve öngörülemez etkileri görselleştirerek sunar. Bu amaçla çalışma, transhümanizm heyecanı ile yaratılacak bir geleceğin görsel ve sözlü imgeler vasıtasıyla fütüristik endişelerine odaklanırken, transhümanistik perspektifler çerçevesinde Altered Carbon televizyon dizisini incelemektedir.

2. Transhümanistik Perspektifler

“İlkel” dünyanın başlangıcından beri beşer zihin hem sonsuzluğu hayal etmiş hem de ölümün kesinliği karşısında kaçış noktaları aramıştır. Bu amaçla insan doğaya tutsak düşmüşlüğü'nün zaferini kültür etrafında birleşip, teknik bilgi (technē) becerisini geliştirerek elde etmiştir. Akleden bir varlık olarak kendi düşleri peşinde koşmak isteyen insan, modern çağın başlangıcından beri bilim ve teknolojinin sancaktarlığında hayal bile edemeyeceği bir mesafe katetmiştir. Bu bağlamda 19. yy. sanayi, 20. yy. yüksek bilişim teknolojileri ve 21. yy.'ın yapay zekâ, robot bilim, biyogenetik gibi ardıllarıyla kendisine yeni bir endüstri ve insan çağı yaratmıştır. İnsan kendi dışındaki ekosisteme karşı ayrıcalıklı pozisyonundan hareketle biyolojik ve bilişsel temelli çalışmalarla transhümanizmin patikalarına varmıştır. Darwinci bir seyir noktasından doğal seleksiyon kuramına bağlı kalarak gelişen transhümanizm DNA, genetik ve yapay zekâ çalışmaları odağında oluşmaktadır. Bu doğrultuda posthümanizm (insanötesi) evresine geçiş köprüsü olarak ilerlemeye bağlı bir ideoloji olan transhümanizm; biyo-teknoloji, nöroteknoloji, enformasyon teknolojisi, nano-teknoloji ve devamı üzerine yükselmeye başlamıştır (Dağ, 202: 40). Teknolojik araçlar yardımıyla insan doğasının kusurlarını gidererek fiziksel ve zihinsel kapasitesini artırmayı hedefleyen transhümanizm fikri, insanı; nano, biyo ve enformasyon teknolojileri, bilişsel bilim (NBIC) ile eklemleyerek bionik bir evrilme süreci düşlemektedir (Ranisch, 2021: 112). Kendisini her şeyin ölçüsü olarak gören insan, bu evrimsel süreçte dijital ve biyolojik tabakaların iç içe geçmesine bağlı kalarak beşerî bir çabayla “tanrılardan, doğa ilkeleri ve kaynaklarından kaderlerini kendi elleriyle yazan” uzun ömürlü varlıklar olmayı istemiştir. Bu açıdan Transhümanizm hakkındaki fikirlerin tarihi üç şekilde ayırt edilebilir (Kornwachs, 2021: 24):

“Ekstropistler: İnsanın evrimi, tüm yaşam koşullarındaki iyileştirme, genetik mühendisliği ve sağaltım teknolojileri sayesinde bilgi işleme ve depolama kapasitelerinin yanı

sıra zekâ bağlamında üstün bir insana doğru hızlandırılabilir. İnsan ve robot ırkının (cyborgs) birbiri içinde erimesi.

Tekillik: İnsan türleri, özerk olarak hareket edebilen, kendilerini yeniden üretebilen ve geliştirebilen ve tüm insan özelliklerinden daha üstün olacakları için Dünya'yı ve uzayı yönetebilen insan yapımı süper akıllı makineler (veya robotlar) tarafından aşılacaktır. İnsanlığa üstünlük, insan ırkı ile çatışma, kölelik, insan ırkının neslinin tükenmesi şeklinde bir transhümanist inanç söz konusudur.

Omega noktası veya noosfer: İnsan bilişinin yükselişi nedeniyle dünya yüzeyi, biyolojik sistemlerin yükselişinden sonra dünya üzerindeki kimyasal koşulların değişmesiyle karşılaştırılabilir şekilde değiştirildi. İnsan bilişi, bireyler arasında artan bir iletişim ve bağlantı yoğunluğuna yol açtı. Bu etki ile bireylerin biyosferde bir organizma içindeki hücrelerle aynı rolü almaları mümkün görünmektedir. Böylece tamamen yeni bir organizma, muhtemelen bilişsel durumu, yani öz-bilinç ve niyetleri ile ortaya çıkacaktır. Bu, insan bireylerinin evrimsel sonu olacaktır. İnsanlığa üstünlük söz konusudur."

Kornwaschs'ın özetlediği transhümanizm fikirlerinde öne çıkanlardan ilki insan ve robot ırkının evrimi olmuştur. Bu noktada siborglar, insanın ölümsüzlüğe erişimi için muazzam bir imkân tanıyabilir. Ölüm artık bir hastalık olarak aşılabilecek bir hâle gelecektir. Yine Kornwaschs'ın ikinci olarak altını çizdiği şey, insan ırkının zayıflığından kaynaklanan yok olma tehlikesidir. Bu durumda Omega noktası veya noosfer başlığında bahsettiği yeni bir evrimsel oluşumla sonuçlanacak bir kıyamet senaryosudur. Bu senaryo, çalışmanın inceleme kısmında değinilen Altered Carbon Örneği ile örtüşmektedir. Nitekim transhümanizm, aynı zamanda insanlığın yeni bir apokaliptik eşliğine işaret etmektedir. Bu apokaliptik eşikte ölüm bir hastalığa dönüşürken aynı zamanda insanın tüm zaafı çeşitli şekillerle giderilir. Transhümanizm, bu açıdan doğamızı değiştirmek ve iyileştirmek, bizi farklı bir varlığa dönüştürmek için biyoteknolojilerin kullanılmasını teşvik eder (Hauskeller, 2016: 1-2). Transhümanizm böylelikle bir düşünce olmanın ötesine taşmaktadır. Öyle ki bazı gruplar transhümanizmi yeni bir din olarak kurgularken bazıları da bunu geleneksel dini inanç sistemlerine entegre etmeye çalışmaktadır. Birinci durumun örneği, kendisini mit ve batıl inançlara değil, akıl ve bilime dayandığı varsayılan ve şaşırtıcı olmayan bir şekilde Prometheus'a adanmış "21. Yüzyıl Transhümanizmin Dini" olarak sunan Prometheizm'dir. Dine katılmak için sizden "sınırsız olasılıkların geleceği"ni yaratmaya ve "kendi kendine yönelik evrimi" ve özellikle de sonunda neo-öjenik olarak geliştirilmiş bir ırkın yaratılmasına yardımcı olmak için yemin etmeniz isteniyor (Hauskeller, 2016: 165-166). Böylece paganik tanrılardan ateşi çalıp insanlara hediye eden Prometheus, transhümanizmin arketipal anlatısına dönüşmektedir.

3. Fantazy Sarmalı ve Sinema

İnsan; eksik, yarım, kovulmuş ve kusurlu bir varlıktır. Ancak mükemmel bir toplum düşüncesinin ütopyik hiçbir yerdeliğini sürekli düşlemektedir. Bu bağlamda mitolojik, dinsel inançların sunağında ya da insan eliyle devinen çağlarda olabilecek en iyi yaşam formu olarak ütopyalar düşlemiştir. Bu düşler, “Mevcut zaman için olmasa da ilerisi için erişilemeyecek bir düzen değildir.” (Davis, 1983: 20). Ancak ütopyalar, kendilerini gerçekleştirme başarısına erişemezse despotizm, sınıfsal farklar, savaş ve sefaletler şeklinde bir toplumun kendisini nasıl yok edebileceğinin sınırlarını çizen distopyalara dönüşür. Bu amaçla insan benliğinin arzulan ve korkuyla yaklaşılacak duraklarını imge gücüyle anlamlandırmaya çalışır. Platon’a göre imge; algılanan dünyanın yansıması, diğer bir ifadeyle yanılısamanın ta kendisidir. Demokritos ve onun ardıllarından olan Epiküros ise imgeyi maddi edinimlerin aynılığı, nesnenin kendisine öz olana sadık kalınarak düşlenen şekli olarak yorumlar. Sartre’in Descartes’ten alıntılıdığı şekliyle, “Bedensel, bedenlerin sınırlar ve duyarlar aracılığıyla kendi bedenimiz üstündeki eyleminin ürünüdür.” (Sartre, 2009: 15). İmge, zihinsel bir tasarım olabileceği gibi geçmişten çağrıştırılan bir olgunun tekrar kurgulanması yoluyla da elde edilebilir. Altered Carbon ikonografisi çerçevesinde ele alınan imgelem ise dış dünya görgüllerinden bağımsız yeni bir anlatı oluşturma çabasıdır. Bu bağlamda önceden görüp de etkileşimde bulunulmayan nesnelere düşsel dünyada canlandırmaya yineleyici imgelem; gerçek dünyada karşılığı olmayan zihinsel algının kendi kendine kontrolsüzce imgeler yaratma durumu yaratıcı imgelem olarak adlandırılır. (Tanilli, 2000: 103). Bu kapsamda yaratıcı imgelem fantazyayı oluştururken; aklın egemenliğinde zincirlenemez hayal dünyasına ait bir düşünce şekli oluşturarak düşsel âlemin kapılarını dışsal gerçekliğe açar. İlkel olarak adlandırılan işlenmemiş bir bilincin ürünleri, üstün bir zekâ ve hayal gücünün göstergeleri olan mitler, yaratıldıkları toplum belleğinin yansımasıdır. Ancak bilim dünyasının pozitivist kutsallığıyla mitsel dünyanın dışına itilen insan, kovulduğu ve dönmeyi arzuladığı bir altın çağı düşlemektedir. Söylenceye göre Zeus’un yarattığı ilk ırk olan Altın ırk, insanı korku ve kederin olmadığı güvenli coğrafyalarda sonsuz baharların verimli topraklarında, süt ve nektarların oluşturduğu ırmaklardan beslendi. Tanrılara ve yaşayan her canlıya saygılı, elindekiyle yetinen, öldürmeyen, silahsız ve ölümün tatlı bir uyku gibi alıp götürdüğü varlıklar olarak bilindiler. Zeus; altın ırkın ardından zayıf iradeli, açgözlü, ömürleri kısa ve mutsuz bir ırk olarak gümüş ırk insanları yarattı. Bencil, tanrı ve canlılara karşı hoyrat davrandılar. Mevsimler tarafından ızdıraba sürüklendiler ve yaptıkları evlerin ardına saklandılar. Daha sonra kavgaya tutkulu, kötü ruhlu, Ares’in övdüğü sonsuz şiddet ve savaş meraklısı Bronz ırk insanlar türedi. Peşine yozlaşan dünyada tanrıların övgüsünü ve saygısını kazanan Kahra-

manlar ırkı yaratıldı. Güneş doğan dünya üzerinde son ırk olarak günümüz dünyasının da içinde yer aldığı Demir ırk baş gösterdi. Kederle yoğrulmuş hayatlarında, adalet hiçleşmiştir. Emek değersiz, özel mülkiyet kutsanmıştır (Rosenberg, 2003: 77-84). Böylece insan kusursuz bir mutluluk ve refah düzenine dönüşün uğraşı ve umudu olarak Altın çağın özlemine imge gücüyle tasarlanmaktadır.

Altın çağ söylencelerine kutsal metinlerde de rastlanılmaktadır. Bu doğrultuda insan, yaşamının kusurlu doğasını inanç ve hayalin tahakkümünde aşmak istemiştir. Hz. Musa'ya indirildiğine inanılan Tevrat, insanın cennetten kovuluşuna dair bir anlatı içerir. Havva, şeytanın Eden bahçesinden yenen bir meyve ile, "İyi ve kötüyü bilen ilahlar gibi olacaksınız." (Tevrat, 3:5) deyişine kanarak mutlu bir hayatın sonunu getirir. Kur'an-ı Kerim de Naim, Adn, Firdevs, Me'va gibi cennet mekânlarını işaret ederek, "Sakinip korunanlar için Rableri katında, altlarından nehirler akan, içinde sürekli kalacakları cennetler, tertemiz eşler ve Allah'tan bir hoşnutluk olacaktır." (Kur'an, 3:15) öğüdüyle sonsuz, mutlu bir yaşamı müjdelemektedir. Geçmişin sonsuz huzur ve bereketinin özlemi mitolojiler ve kutsal anlatılarda yer alırken İsa Mesih'in ikinci kez dünyaya geleceği ve böylelikle tanrının krallığını yeniden yeryüzüne taşıyacağına dair "Milenyum" inancıyla gelecek güzel günlerin beklentisi de söz konusudur.

Sinemada kurulan ütöpik ve distöpik dünyalar genellikle fantastik ve bilim kurgu türü içerisinde kendisine yer edinir. Fantastik olgular, barındırdıkları yeni yaşam formları ve kurguladıkları dünya biçimleri ile (örneğin Yüzüklerin Efendisi eseri) imkânsızlığın yeni diyarlarında samimi hazlar yaşamamızı sağlar (Topal, 2020: 77). Bilim kurgu sineması ise gelişen fütürist teknolojiye bağlı olarak yapay zekâ, uzay serüvenleri, robotlar tarafından kuşatılarak ölümcül bir silaha dönüşmüş, teknoloji tarafından sömürülüp köleleştirilen insan profili gibi hem arzu edilen hem de gerçekleşmesi hâlinde korkulan atmosferler hakkında mesajlar içerir. Böylelikle ütöpik, diğer bir ifadeyle bilim kurgu sinema türü hayalin dışavurumu olarak yeni bir gerçeklik ihtimali yaratırken, "Spekülatif bir hayal gücüne bağlı; doğa, bilimsel ve teknoloji gibi olguların içerik kısmına eklenmesi, mitolojinin ya da ilkece gizli, esrarengiz alanların içinde yer alan şeylerin, akla dayalı açıklamayla çözülebileceğine ve izah edilebileceğine duyulan inanç ve insanın geleceğiyle ve gelecekteki olasılıklarla sürekli ilinti içinde olma durumu biçimsel bir çerçevede şekillenir" (Roloff ve Seesslen, 1995: 42). İnsanları mutluluğa götüreceği düşünülen ütopyalar bir "Yokistan"dır. (Cioran, 2010: 83). Bu doğrultuda homo fütüristlerin (gelecek insanının) imgesel aktarımı, tapınılan bilimsel aklın elinde şekillenirken yozlaşan toplumlar, insanlar arası kapanamaz sınıfsal ve ekonomik farklar yaratmıştır. Dünyadan söküp atılan doğal yaşam alanları, silikleşen insan ruhuna dayalı

bir dünya görüşüyle distopyalar inşa edilmiştir. Buna karşılık kurgulanan ve tasarlanan bu dünyaların aktarıma işlevi sinema aracılığıyla olanaklı hâle gelir.

4. Transhümanizm Şafağında Dijital Bilinç ve Etik: Altered Carbon

Amerikalı Yazar Richard Morgan'ın 2002 yılında yayımlanan ve aynı adla Laeta Kalligridis tarafından Netflix'e kazandırılan Altered Carbon¹ (2018-2020), Siberpunk türünün en önemli çalışmalarından birisi olarak nitelendirilmektedir. Hayali kurulan bir geleceğin gerçekleştiği 2384 yılının dünyasını sunan Altered Carbon; nano teknoloji, gen mühendisliği, yapay zekâ gibi özelliklerle ve de insanın evrimleşerek kendisini aştığı transhümanizmle örülü geleceğin distopik yapılanmalarından manzaralar sunmaktadır. Ölüm, insanları eşit kılan doğal bir hak olmaktan çıkmıştır. Anılar, yaşanmışlıklar, fikirler ve diğer bir ifadeyle insan bilinci dijitalleştirilerek kortikal bir bellek hâlinde insanların kafataslarının arkasından takılabilen bir çip hâline gelmiştir. İnsan bedenleri, kılıf adı altında yapay olarak üretilerek bilinçleri üflenene kadar soğuk hava depolarında bekletilen maddelere dönüşmüştür. Bu doğrultuda yedeklenen bilinç, yok edilene kadar tekrar ve tekrar farklı bedenlerde diriltilebilecektir. Böylece ölüm geçici bir hâl olacaktır.

Distopik geleceğin sosyal statü, sınıfsal, ekonomik farkları Meths (Methuselah) ve Grounders olarak adlandırılan halklar üzerinden okunabilmektedir. Meth'ler olarak adlandırılan sınıf, adını Tekvin'de (5:27) aktarıldığı şekliyle “yaşam süresi 969 yıl olan, Lemek'in babası Hanok'un oğlu ve Nuh'un büyükbabası” olarak uzun yaşamla ödüllendirilen kimselerden almıştır. Mega zenginler olarak var olan, nüfusun % 0.1'ini oluşturan bu kesim, bilinçlerinin kopyalarını birden çok tiple sürekli olarak uydulara yedeklemektedir. Orijinal bedenlerinin fiziksel özelliklerini yığınlarına diledikleri kadar kopya edebilir ya da güncelleyebilirler. Meth'ler, bulutların üzerinde havada asılı duran ve sıradan herhangi bir canlının erişiminin imkânsız olduğu, yemyeşil bahçelerin ve havuzların yer aldığı Aerium adlı suni bir cennette yaşamaktadır. Bu gösterge “göklerde hüküm süren Tanrı'nın krallığı” “göklerin krallığına” işaret etmektedir (Markos 1:14, 15; Matta 4:17). Grounder adlı yer insanları ise fareler gibi neon ışıklarıyla kirlenmiş şehirlerde yaşamaktadır. Hastalık, yaşlılık ve ölüm gibi etmenler farklı şekillerde de olsa bu sınıf üzerinde hüküm sürmektedir. Örneğin; bedeni işlevini tamamlamış bir kortikal bellek sahibi, kendisi için herhangi bir bedende (erkekse kadın, çocuksa yaşlı vb. bu durum psikolojik olarak yaralayıcıdır) seçim şansı olmadan yaşamını sürdürebilmektedir.

¹Altered Carbon eseri İthaki Yayınları tarafından Türkçeye “Değiştirilmiş Karbon” adıyla Aslıhan Kuzucan tarafından 2019 yılında çevrilmiştir. Çalışmada eserin orijinal adının kullanılması tercih edilmiştir.

Rubin, transhümanizm amacını hastalıklardan, mutsuzluklardan arındırılmış bir dünya ve de ölümü kandırmak olarak tanımlarken (2013: 137-138), Lilley ise transhümanizmin yönetim anlayışını eşitlikçi bir toplum yaratmak olduğunu savunur (2013: 9). Ancak politik ve aristokrasi alanlarında tek güç olarak sınırsız bir finansal kaynağa sahip; uzun yaşam, sağlık, mutluluk ve bilgisayarlara yüklenebilen bilincin (Hopkins, 2015: 74) mutlak hâkimi olan transhümanist “ölümsüz” Meth’lerin seçkinler olarak etik ve ahlaki bağlayıcıları da bulunmamaktadır.

Teknolojik öncüllerle şekillenen Meth’lerin Aerium, Grounder’ların Körfez şehri olarak imgelenen yaşam alanları tasvir edilirken bu sınıfların coğrafi ve karakteristik özellikleri de dışa aktarılır. Saf beyaz ve tonlarından oluşan Aerium’a karşılık kara bir atmosfere gömülü, kırmızı ve türevi renklerle cümbüş içerisinde olan Körfez şehri. Goethe, “vahşi toplumlar, eğitimsiz insanlar ve çocuklar canlı renkleri kullanırken üst sınıf insanların giyindiklerinde ve onlara eşlik eden nesnelerin varlığında canlı renklerin olanaksızlığını” vurgulamıştır (Talbot, 2018). Bu bağlamda üst düzey Meth'ler olan Laurens ve Miriam Bancroft açık tenli ve beyaz giysiler içerisinde çerçevenmektedir. Böylece beyazlık, Batılı bilincin hümanist gelişmişliğinin ve üstel bir kimliğin kültürel göstergesi olarak işlev görmektedir.



Resim: Altered Carbon Dizisinin Görsellerinden Biri

Endüstriyel bir seks objesi olarak nesneleşen kullan-at kadın vücutları, rızaya dayalı bir birlikteliğin aksine eğlence amaçlı oyuncaklar olarak imgeleştirilmiştir. *Grounder*'lerin *Jack it Off*'u, *Meth*'lerin ise *Head in the Clouds* adlı striptiz/seks mekânları sanal ya da reel dünyada bulunan kadınların her arzuya boyun eğen ve genellikle ölümcül fiziksel şiddete maruz kalan objeler olarak resmetmektedir. Bu bağlamda güç ve zenginlikle donatılmış ultra elitler olarak *Meth*'ler, özel menfaatleri için *Grouds*lar üzerinden sömürülen insan doğasının örneklerini sunmaktadır. Böylelikle tüm imkân ve koşullara erişmiş ve bunlara hükmedebilen transhümanist, kendi yaşam standartlarını yapay bir etkileşimle düzenlerken öjeni (kusursuz gen havuzu) kontrolüyle de kendi türü üzerinde önlenemez bir baskı aracına dönüşür (Taylor, 2012.). Ayrıca *Meth*'ler Michel Foucault'nun sınır deneyimi olarak adlandırdığı gelenek ve sosyal kontrol anlayışlarının parçalanıp mistik dünyalarda “yaşamının imkânsızlığına olabildiğince yakın olan, sınırdaki ya da uçlarda yatan yaşam noktası” kavramını cinsellik, ölümsüzlük ve güç arzusu üzerinden yorumlanmasına olanak sağlar (Tembo, 2020: 34). Hümanizmin kutsadığı bireyci anlayış, Neoliberalizmin insan refahı adına her şeyi araçsallaştırma amacıyla birleşir (Harvey, 2005: 2). Bu doğrultuda zenginler adına klonlar üreten ve mahkûmların bedenlerine en yüksek teklifi verene kiralayan hapisaneler olarak işlev gören *Psychasec* adlı mekânda hologramların, “Paranın alabileceği en iyi beden. Karınızı benle bedenleyin.” sesi yankılanmaktadır. Bu kapsamda *Psychasec*, kurumsallaşmış sömürü düzeninin en iyi örneklerinden birini sunarken neoliberalizmin, “Her şey, ya satılıktır ya da kâr için yağmalanır.” anlatsını ortaya çıkarır (Giroux, 2008: 2).

Transhümanistlere göre teknolojik ilerleme, insanlık adına bir tehlike tasavvuru barındırmazken tekno ütopyacı modern bir imgelemdir (Hughes, 2012: 757). Birey, beşer kanlı canlı biyolojik insandan, teknolojinin şekillendirdiği biyonik bir bedene evrimleşir. Bu süreçte de dünyayı ve insanı değiştirip dönüştüren yenilikçi teknolojiler, insanların düşlerini süslemiş olan başka dünyalara ulaşabilme yeteneğini canlı tutar (Bregman, 2017). Harari'ye göre, “Teknoloji insan zihninin yapılandırmasını sağladığında *Homo Sapiens* türü ortadan kalkarak insanlık tarihi sona erecektir. 2100 ya da 2200 yılında bizlere benzeyen insanlar kendi zihinlerini yeniden yaratabilecektir” (Harari, 2016: 58). Kendi kendine yaratım süreci transhümanizmin desteklediği, “Tanrı gereksiz bir varsayımdır.” (Haughey, 2013: 80) hipotezine de gönderme yapar. Bu kapsamda *Altered Carbon* bu durumu Neo-Christian diğer bir ifadeyle yeniden bedenlenmeye karşı son inanç kırıntılarını taşıyan insan topluluğu üzerinden aktarmaktadır:

Bancroft: “Bay Kovacs, duymadınız mı? Tanrı öldü!”

...

Mister Leung: “Tarih boyunca tanrılara dua ettik onlardan merhamet ve koruma istedik. Güneş ve gökyüzü. Savaş ve kan! İbrahim’in tanrısına, Muhammed, İsa veya Krişna! Hepsini sessizdi. İnsanlık tarihinde ilk kez dua ettiğimizde yanıt veriyorlar. Güçleri mutlak ve asla ölmüyorlar.”

diyalogları üzerinden Meth’lerin konumu tanrı ile yer değiştirmiştir. Ray Kurzweil, günümüz insanını 1.0 olarak adlandırırken “1.0 sürüm biyolojik bedenlerimiz dayanıksızdır; gereksindikleri sıkıcı, koruyucu bakım ritüelleri bir yana, sayısız türden hataya tabidir. İnsan zekâsı zaman zaman yaratıcılığının ve ifade gücünün doruklarına ulaşabilse de insan düşüncesi büyük ölçüde türetilmiştir, ikincil ve sınırlıdır.” tanımlamasını kullanırken 2.0 bedenlerimiz, “Tekillik, biyolojik bedenlerimiz ve beyinlerimizin söz konusu kısıtlamalarını aşmamızı sağlayacak. Yazgımıza karşı güç kazanacağız. Ölümsüzlüğümüz kendi elimizde olacak.” vurgusunu yapar. (Kurzweil, 2016: 22). Böylece Rönesans ve Aydınlanma hareketlerinin parçaladığı tanrı-İnsan birlikteliği, transhümanizm ile insanın mutlak zaferi adına sonuçlanıp tanrı savı ortadan kaldırılacaktır. Bu bağlamda Kurzweil’a yöneltilen, “Tanrıya inanıyor musunuz sorusuna karşılık, henüz değil.” cevabı hayal ettikleri tanrıların doğuşuna atıf yapmaktadır (<https://singularityhub.com>, 2009).

Altered Carbon’a göre bireysel ve toplumsal ilerlemeler adına teknoloji, başlangıçta insanlığın ömrünü uzatmayı ileri sürmüştür. Ayrıca dizi, uzak gezegenlere seyahat imkânı sağlayabilecek bir ütopya kurgulamıştır. Ancak teknoloji, toplumu tahakküm altına aldıkça sömürü, istismar gibi yarattığı yıkımlar ortaya çıkmıştır. Doğaya ve kendi türüne hükmetmeye başlayan insan, “kafasında kuluçkalanmış devasa görevlerle sorumluluklara uygun, yeni ve büyük bir agoraya doğru ilerleme” (Bauman, 2018: 77) güdüsüne bağlı kalmıştır. Bu doğrultuda:

Quellcrist: “Bir kâşif olmak istedim. Diğer dünyaları kendi gözlerimle görmeyi. Ancak tek bir insan hayatı yıldızları görmek için yeterli değildi, bu yüzden insan bilincini bedenler arasında aktarmanın bir yolunu buldum.”

...

Quellcrist: “Roma, mülteci sığır çobanları kasabasıydı ancak eski dünyadaki en güçlü imparatorluk hâline geldi. Nasıl olduğunu biliyor musun? Yollar, yollar, ordularını dünyanın her yerine göndermelerine izin veren teknolojiydi. Ben de insan ruhunu özgürleştirdiğimi sanıyordum ama Roma için yollar inşa ediyordum. Buna gücü yetenler için sonsuz yaşam, karşılayamayanlar üzerinde sonsuz kontrol demektir. İnsanlığa verdiğim hediye bu!”

Yüksek yaşam standartlarına erişmek adına gerçekleştirilen teknik ilerleme düşle-ri, ürpertici rüyaları tetikler. Bireyleri özgür kılmak adına atılan adımlar, “İnsanları aşarak kendi yaptıkları yüksek kaliteli şeyler karşısında duydukları Prometheusçu Utanca” dönüşür (Anders, 2017: 36). Zihnin dijitalleşmesine dair diğer bir fütüristik imgelem ise Harlan's World gezegeninin valisi Danica Harlan'ın sürekli vurgulamak-ta olduğu ve bir tablo gibi çerçeveletip duvarına astığı “insan fosili” dir. Avrupa yağ-lı boya sanatının en önemli yapıtları olarak mitolojik eserler görülür. Bu eserlerin amacı, “Seyirci sahiplerini kendilerinden geçirerek yeni yaşantılara götürmek değil, zaten yaşadıkları şeyleri süsleyip püsleyerek onlara yeniden göstermekti. Bu görü-n-tülerde seyirci sahip, kendisinin soyluluğunu başka bir biçimde yeniden buluyordu” (Berger, 2016: 112). Bu kapsamda analog dünyanın manuel, doğal, ilkel bedenleri karşısında soylu bir biçimde dijital benlikleriyle yükselen insanlar güç, kahramanlık ve yaşanılması gereken hayatın öngörüsünü sunmaktadır.

Altered Carbon'da yer alan makine arayüzleri üzerinden insan, robot ve yapay zekâ oluşumu irdelenmektedir. Endüstri 1.0 devrimiyle başlayan makine-insan ilişkisi, Endüstri 4.0 noktasında yerini Yapay zekâli robot-insan birlikteliğinde “insanları özgür kılacak yeni köleler” (Orwel, 2005: 284) olarak ütopyacı düşlere bırakmaya hazırlanmaktadır. Yapay zekâ teknolojileri ile birlikte insan; mağaralar-dan çıkıp geldiği noktada fiziksel kusurlarını aşabileceği ve arzuladığı insan for-muna erişebileceği bir düşü (ütopya) tasarlar. Ancak Postman'a göre, “Makinele-re inanmak, insanlık için en büyük tehditir.” Bu doğrultuda Altered Carbon'daki bilinçli ve sorgu yeteneğine sahip yapay zekâlar özerk yapılanmalar ile otelleri, caddeleri ve genelevleri yönetirken, insanları sakinleştirerek onları kontrol edici bir rol sergilemektedir. Bu oluşum Heidegger'in, “Birdenbire ve fark etmeksizin kendimizi teknik aygıtlara öylesine sıkı bir biçimde prangalanmış buluruz ki onla-rın kulu kölesi oluvermişiz” savını haklı çıkartır (Heidegger, 2017: 165).

Sonuç

Günlük hayatın laboratuvar deneyleri olan sinema aklı, bilim ve teknolojik yeni-liklerin yaratacağı toplumları ve insanlığı bekleyen vaatlerin olabilirliğine vurgu yapar. Yaratılan dünyalar görsel olarak meşrulaştırılarak gelecekte bu tasarıların yapılabileceğini insan gözüne aşına kılar. Bu doğrultuda altın çağdan, cennetten kovuluşundan beri insan soyu ölümsüzlük arayışını görev edinmiştir. Ancak in-san, etten ve kemikten olan biyolojisinin sınırlılıklarını ortadan kaldırdıkça zihin ve yüksek teknolojilerin birlikteliği ütopyik arzularının gerçekleştiği distopik bir gelecek yaratmıştır. İnsanı geleceğe götürmesi için inşa edilmiş Transhümanist yollar, kirlenmiş bir dünya ve insan dışı bir yaşamın ufkuna çıkış yaparak insanı

insan yapan etik değerleri ortadan kaldırmıştır. Bu bağlamda Siberpunk evreninin yüksek teknolojik tasarım örneklemini oluşturan Altered Carbon dizisi, aktardığı dünyada ölümsüzlük fikri, insanların istek ve arzularına cevap verememiştir. Aksine zengin elitler, kimliklerini yaşayamayan insanlar, kutuplaşan toplumlar, her şeyi kontrol altında tutan beyaz tanrılar ve onun kölelerini yaratmıştır. Psikolojik ve duygusal bir rahatlama mekanizması olan tanrı inancı manevi olmaktan çıkıp maddileşmiştir. Azınlıklar sömürüye açık, mahremiyet anlayışından uzak hâle gelmiştir. Transhümanizm olgusuyla birlikte insan bilinci kopyalanabilir, aktarılabılır ve güncellenebilir hâle dönüşmüştür. Zihin-beden düalitesinde zihin bileşeni insanı benzersiz kılan bir olgu olarak insan özneliğini kutsamıştır. Yaratılan yapay zekâların tutumuna bağlı olarak insanın teknoloji üzerindeki tahakkümü başarısız olmuştur. Bireyin ütöpik düşleri olan teknolojik ilerleme distöpik işlevlere hizmet etmiştir. Bu bağlamda Altered Carbon örneği üzerinden yaptığımız transhümanizm tartışmaları bize geleceğin distöpik evreninin bir örneğini sunarken aynı zamanda insani değerlerin yitimini de göstermektedir. Dijital bilinç ve etik arayüzünde transhümanizma insanın yok oluşunun da şifrelerini vermektedir.

Kaynakça

- Ander, G. (2017). İnsanlığın Eskimişliği, Çev: Herdem Belen, Hüseyin Ertürk, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Bauman, Z. (2018). Kuşatılmış Toplum, Çev: Akın Emre Pilgir, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Berger, J. (2016). Görme Biçimleri, Çev: Yurdanur Salman, İstanbul: Metis Yayınları.
- Blake, C., Molloy, C., Shakespeare, S. (2012). Introduction. Blake, C., Molloy, C., Shakespeare, S. (Ed.), Beyond Human: From Animality to Transhumanism (1-10 ss.). London: Continuum Book.
- Bregman, R. (2016). Gerçekçiler İçin Ütopya, Çev: Duygu Akın, İstanbul: Domingo Yayıncılık.
- Butler, Andrew M. (2005). Film Studies, London: Pocket Essentials.
- Cioran, E. (2010). Tarih ve Ütopya, Çev: Haldun Bayrı, İstanbul: Metis Yayınları.
- Dağ, Ahmet. (2018). Transhümanizm İnsanın ve Dünyanın Dönüşümü, Ankara: Elis Yayınlar.
- Dağ, Ahmet. (2020). İnsansız Dünya Transhümanizm, İstanbul: Ketebe Yayınevi.
- Davis, J.C. (1981). Utopia and the Ideal Society: A Study of English Utopian Writing. 1516-1700, New York: Cambridge University Press.
- Fitting, Peter. (2010). "Utopia, Dystopia And Science Fiction". In Gregory Claeys, The Cambridge Companion to Utopian Literature, England: Cambridge University Press.
- Giroux, Henry. (2008). Against the Terror of Neoliberalism: Politics Beyond the Age of Greed, London: Paradigm Publishers.
- Harari, Y.N. (2016). Homo Deus, Çev: Poyraz Nur Taneli, İstanbul: Kolektif Yayınları.
- Harvey, David. (2015). Neoliberalizmin Kısa Tarihi, Çev: Aylin Onacak, İstanbul, Sel Yayınları.
- Haughey, J. (2013). Humanity on the Threshold: Religious Perspectives on Transhumanism

- nism, Council for Research in Values & Philosophy.
- Hauskeller, M. (2016). *Mythologies of Transhumanism*. Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Heidegger, M. (2017). *Teknoloji ve İnsanlığın Geleceği*, Çev: Ahmet Aydoğan, İstanbul, Say Yayınları.
- Hopkins, P.D. (2015). "A Salvation Paradox for Transhumanism: Saving You versus Saving You", *Religion and Transhumanism: The Unknown Future of Human Enhancement*, ed: C. Mercer, Trothen, California.
- Hughes, James. (2012). *The Politics of Transhumanism and The Techno-Millennial Imagination, 1626–2030*, Zygon: Journal of Religion and Science, London.
- Kobus, Aldona; Muniowski, Łukasz. (2020). *Sex, Death And Resurrection In Altered Carbon: Essays on The Netflix Series*, Kwasu David Tembo, Flinching: Edge. Sex, Consensual Death (Lessness) And The Limit-Experience in Altered Carbon, USA.
- Kornwachs, K. Ranisch, R. (2021). Wolfgang Hofkirchner, Hans-Jörg Kreowski (Ed), *Transhumanism: The Proper Guide to a Posthuman Condition or a Dangerous Idea?* (s. 24-112), Springer: Switzerland.
- Kurzweil. (2016). *İnsanlık 2.0*, Çev; Mine Şengel, İstanbul: Alfa Yayınları
- Lee, Newton.(2019). *Transhumanist Handbook*; Chapter 1, Los Angeles.
- Lilley, Stephen.(2013). *Transhumanism And Society*, London.
- Orwell, G. (2005). *Wigan İskelesi Yolu*, Çev: Zühre İlgelen, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Roloff, B., Seesslen, G.,(1995). *Ütopik Sinema*, Çev; Veysel Atayman, İstanbul: Alan Yayınevi.
- Rosenberg, Donna.(2017). *Dünya Mitolojisi*, Çev: Kollektif, İstanbul: İmge Kitabevi Yayınları.
- Rubin, C.T. (2013). *What is The God Transhumanism Medical Enhancement And Posthumanity*, London.
- Sartre, İmgelem. (2009). Çev; Alp Tümertekin, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Talbot, Margaret. (2018). *The Myth of Whiteness in Classical Sculpture*, The New Yorker.
- Tanilli, Server. (2000). *Yaratıcı Aklın Sentezi*, İstanbul: Adam Yayınları.
- Tirosh-Samuelson, H. (2011). *Engaging Transhumanism*. Hansell, G.R. and Grassie, W.(Ed.), H+/-: *Transhumanism and Its Critics* (7-22 ss.). Metanexus Institute: USA.
- Topal, Gökhan. (2020). *Kadim Tanrılardan Modern Tanrılara: Yapay Kutsallıklar Bağlamında American Gods Tv Dizisi Üzerine Göstergebilimsel Bir Çözümleme*, Yayınlanmamış YL Tezi, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Transcendent Man Wows At Tribeca Film Festival Premier, <https://singularityhub.com/2009/04/29/transcendent-man-wows-at-tribeca-film-festival-premier/>, Erişim Tarihi:19.01.2021

Üniversite Öğrencilerinin Dijital Okuryazarlık Becerileri ile Dijital Mahremiyet Kaygısı Arasındaki İlişki

Meryem OKUMUŞ*
Sait Sinan ATILGAN*

Öz

Mahremiyetin tehdidi altında olduğu dijital çağda kullanıcılar, kişisel bilgilerinin nasıl kullanıldığı, paylaşıldığı, korunduğu ve bu bilgilerin yayılması üzerindeki kontrol derecesi konusunda ciddi bir mahremiyet kaygısı duymaktadır. Dijital ortamları her kullanımlarında dijital ayak izlerini bırakan bireyler hem söz konusu ortamlarda var olabilmek adına kişisel bilgilerini gönüllü olarak paylaşmakta hem de kişisel bilgilerinin kötüye kullanılması durumunda yaşayacakları olası ekonomik ve sosyal sonuçlardan da endişe duymaktadırlar. Bu durum da bireylerde mahremiyet/gizlilik paradoksu yaratmaktadır. Günümüzde dijital araçları çok iyi kullanmanın ötesinde kullanıcıların dijital ortamda etkin şekilde var olabilmeleri için gerekli olan bilişsel, sosyolojik ve duygusal becerilerini de kullanmaları gerekmektedir. Dijital okuryazarlık becerileri olarak tanımlanan bu becerilerin bireyleri ile mahremiyet kaygıları arasında bir ilişki olup olmadığının araştırılması bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. İki değişken arasındaki ilişki Buchanan (2007) ve Ng (2012) tarafından geliştirilen ölçekler yardımı ile ölçülmüştür. Araştırma, nicel araştırma desenlerinden yordayıcı ilişkisel desene göre yürütülmüştür. Bu bağlamda Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesinde öğrenim gören öğrenciler özelinde veri toplama tekniklerinden anket tekniği kullanılmış ve anket formu online ortamda öğrencilerle paylaşılmıştır. 457 öğrenci geri dönüş sağlamıştır. Araştırma kapsamında öğrencilerin dijital okuryazarlık becerileri ve dijital mahremiyet kaygıları arasında pozitif yönlü ve doğrusal bir ilişki tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Mahremiyet Kaygısı, Dijital Okuryazarlık, Çevrim İçi Güven, Çevrim İçi Ödeme, E-Posta Kullanımı

* Dr. Öğr. Üyesi, Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, okumus-meryem@hotmail.com

** Dr. Öğr. Üyesi, Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, sinan.atilgan@atauni.edu.tr

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 31.03.2021

Kabul Tarihi: 24.05.2021

ORCID ID: 0000-0003-2096-802X DOI: 10.37679/trta.907558

ORCID ID: 0000-0002-6173-0248

The Relation Between Digital Literacy Skills and Digital Privacy Concerns of University Students

Meryem OKUMUŞ
Sait Sinan ATILGAN

Abstract

In the digital age in which privacy is under threat, users have serious privacy concerns about how their personal information is used, shared and protected. They are also concerned about the level of control over the dissemination of that information. Individuals, who leave their digital footprints in every use of digital media, share their personal information voluntarily in order to exist in these environments. On the other hand, they are worried about the possible economic and social consequences in case of any misuse of their personal information. This situation causes a privacy paradox in individuals. Today, users should both use digital tools well and the required cognitive, sociological and emotional skills for an effective existence in the digital environment. The aim of this study is to investigate whether there is a relationship between these skills, which are defined as digital literacy skills, and privacy concerns. The relationship between the two variables was measured by using scales developed by Buchanan (2007) and Ng (2012). The research was conducted according to the predictive correlational design, one of the quantitative research designs. In order to achieve this aim, being one of the data collection techniques, survey was used. An online questionnaire form was conducted to the students taking education in Atatürk University Faculty of Communication. 457 students responded to the questionnaire. Within the scope of the research, a positive and linear correlation was found between the digital literacy skills and digital privacy concerns of the students.

Keywords: Digital Privacy Concerns, Digital Literacy, Online Trust, Online Payment, E-Mail Usage

Research Paper

Received: 31.03.2021

Accepted: 24.05.2021

1.Giriş

Günümüzde internet, hayatımızın ayrılmaz bir parçası hâline gelerek iş, iletişim, alışveriş ve kişisel yaşam gibi günlük faaliyetlerimizin tüm anlarına nüfuz etmiştir. İnternet üzerinden alışveriş, e-posta, forum, blog, dijital oyun, dijital bankacılık, e-ticaret, dijital öğrenme gibi sunulan çeşitli çevrim içi etkinlik türleri vardır. Bireyler internette söz konusu bu eylemleri gerçekleştirirken arkalarında dijital ayak izlerini de bırakmaktadırlar. Dolayısıyla her an, her saniye izlendikleri düşüncesi ile dijital mahremiyet kaygısı duymaya başlamaktadırlar ve bu kaygının temelinde kişisel bilgilerin paylaşılması ile bireyin ekonomik ve sosyal anlamda zarar görebileceği endişesi yatmaktadır. Kurumlar, kullanıcılar hakkında giderek daha fazla veri topladıkça ve inceledikçe bireyler de daha ihtiyatlı davranmakta ve kişisel verilerini paylaşma konusunda giderek daha isteksiz hâle gelmektedir. Öyle ki bazı kullanıcılar kişisel bilgilerinin kötüye kullanılması riskini azaltmak için kişisel bilgilerini yanlış ya da hatalı olarak paylaşma yolunu bile denemektedirler (Santhanam, 2008).

Dijital okuryazarlık, dijital bir cihazı veya yazılımı kullanma yeteneğinden daha fazlasıdır ve dijital ortamda belirli bazı becerileri içermektedir. Dijital okuryazarlık becerileri olarak tanımlanan bu beceriler, kullanıcıların dijital ortamda etkin şekilde çalışabilmeleri için gerekli olan bilişsel, sosyolojik ve duygusal becerilerini ifade etmektedir. Kullanıcıların dijital dünyayı anlamaları, olanaklarından faydalanmaları, teknolojiyi etkin ve verimli kullanabilmeleri, risklerinin farkında olabilmeleri, ortamın tehdit ve tehlikelerinden korunabilmeleri için iyi birer dijital okuryazar olmaları gerekmektedir (Eshet-Alkalai, 2004: 93). Ng (2012: 56) tarafından geliştirilen dijital okuryazarlık boyutlarından sosyal duygusal boyuta göre dijital okuryazar olan bir birey interneti sorumluluklarını bilerek güvenli bir şekilde kullanabilmektedir. İletişim, sosyalleşme ve öğrenme için interneti kullanan bireyler, kişisel bilgilerini gizli tutarak kendi güvenliklerini ve mahremiyetlerini korumayı bilebilmektedir. Dijital okuryazar olan birey aynı zamanda internet etiğini esas alır, kişisel bilgilerin gizli tutulması, kişisel güvenliğin korunması, tehdit altında bulunduğu tehditte nasıl başa çıkabileceği hususlarında bilgi sahibi olan kişidir. Bu bağlamda dijital okuryazarlığın sosyal-duygusal ve teknik boyutları ile örtüşen alanı, sosyal ağlarda etkin bir şekilde gezinme ve dijital dünyayı sosyal etkileşimler için duyarlı bir şekilde kullanma yeteneğini göstermektedir. Bu noktadan hareketle bireylerin dijital okuryazarlık becerileri ile dijital ortamda yaşadıkları mahremiyet kaygıları arasında bir ilişkinin var olup olmadığının araştırılması bu araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır. Bu değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek amacıyla iki farklı ölçek kullanılmıştır. Katılımcıların

dijital mahremiyet kaygısına dair algıları Buchanan (2007) tarafından geliştirilen Çevrim İçi Mahremiyet Kaygısı ölçeği aracılığıyla ölçülmüştür. Dijital okuryazarlık becerilerine ilişkin algılarının ölçülmesi adına Ng (2012) tarafından geliştirilen “Dijital Okuryazarlık” ölçeği kullanılmıştır.

2. Dijital Okuryazarlık

Paul Gilster (1997), dijital okuryazarlık hakkında ilk tanımı yapmasından bu yana terim, her geçen gün farklı bir boyutu ile karşımıza çıkmaktadır. Gilster; dijital okuryazarlığı, bilgi ve iletişim teknolojisi becerilerinin yanı sıra eleştirel düşünmeye vurgu yaparak “bilgiyi birden çok formatta anlama ve kullanma yeteneği” olarak tanımlamaktadır. Öte yandan, birçok komisyonda ve akademik çalışmada dijital okuryazarlığın kapsamlı tanımlaması yapılmaya çalışılmıştır. Gillen (2009), çok sayıda yapılan tanımlamaların belirli kitleleri hedefleyen tanımlardan hareket edildiğini ve farklı tarihsel bağlamlardan ortaya çıktığını belirtmektedir. Dijital okuryazarlık kavramını tarihsel bir bağlama oturtmak önemlidir. Örneğin okuryazarlık 3000 yıl önce retorik araçlarını kullanabilen etkili bir konuşmacı olmak anlamına gelebilirdi. Guttenberg ise okuryazarlığa yeni bir boyut getirerek anlamın dil yoluyla paylaşıldığı, okuma ve yazmayı içerecek şekilde yeniden tanımlamıştır. Görüntü teknolojisinin gelişmesi ile üretim ve dağıtımın kolay hâle gelmesi, görsel okuryazarlık kavramı ile görüntülere nasıl bakılacağına önemini vurgulamış ve görüntülerin iletişimsel bir anlam taşıdığı anlaşılmıştır.

İnternetin ve sosyal medyanın ortaya çıkması ile okuryazarlık yeni bir boyut kazanmıştır (Martin, 2008). Bu yeni teknolojiler; bilgiyi aramak, bulmak ve değerlendirmek gibi yeni bir dizi beceri, yeterlilik ve stratejiye ihtiyaç duymaktadır. Bunu yeni okuryazarlık kavramı bilgi potansiyelini en üst düzeye çıkarmak için gerekli olan teknik beceri seti ihtiyacı yaratmıştır. Dijital okuryazarlık, beceri, bilgi ve etikten oluşan bir çatı çerçevesi olarak görülebilir (Calvani vd., 2008). Dijital okuryazarlık bilişsel, sosyo-duygusal ve teknik olmak üzere üç boyutlu olduğu vurgulanmıştır. Bazı yazarlar bilişsel ve sosyo-duygusal yönleri vurgularken, diğerleri teknik becerilere odaklanmaktadır (Eshet-Alkalai, 2004).

Dijital okuryazarlık, teknoloji yoluyla okuryazarlıktır, yani yalnızca okuma ve yazma yeteneği değil, aynı zamanda bu becerileri kişinin kendi hayatının akışını şekillendirebilme becerisidir. Farklı zamanlarda dünyaya gelenler arasında bu becerileri şekillendirmede farklılıklar olduğu öne sürülmüştür (Lankshear ve Knobel, 2008). Marc Prensky (2001), kuşaklar arasındaki davranışsal farklılıkları tanımlamak için “dijital yerliler” ve “dijital göçmenler” terimlerini açıklamaya çalışmıştır. Prensky, dijital teknolojiye her yerde erişerek büyüyenlerin, teknolojiye daha

sonra hayatın içinde gelen önceki nesillerden farklı düşündüklerini savunmaktadır. Bu ayrıma birçok teorisyenin itiraz etmesine rağmen bugünün Z kuşağı, dijital olan her şeyle hiç çaba harcamadan etkileşim kurabiliyor gibi görünmektedir. Z kuşağı gençleri mesajlaşmaya, mobil İnternet'e ve sosyal ağlara alışkın oldukları etkileşimli, isteğe bağlı dijital bir kültürün içerisinde doğmaktadırlar. Ancak bu kuşak gençlerinin teknolojinin içerisinde doğdukları, bazı becerilerinin geliştiği doğru olsa da araştırmalar, öğrencilerin teknolojiden nasıl yararlanacaklarını gerçekten bilmediklerini göstermektedir (O'Brien ve Scharber, 2008).

Kuşaklar arasında çeşitli farklılıklar olsa da toplumun geneli dijital okuryazarlık becerilerinden yoksundur ve çevrim içi bilginin çoğu zaman yanıltıcı doğası göz önüne alındığında, eleştirel olmayan tüketimlerin tehlikeli olabileceği vurgulanmaktadır (Ng, 2012). İnternetin sayfa sayısının trilyonu aştığı günümüzde Mitchell Kapor, internetten bilgi almayı, yangın musluğundan bir içki almaya benzetererek, dijital okuryazar olmayı teknolojinin kritik kullanımı olarak yorumlamaktadır (Futurelab, 2010). Öğrencileri pasif bir bilgi tüketicisinden hem bireyler hem de bir topluluğun parçası olarak aktif bir üreticiye geçmeleri için eğitmeyi içerir.

İnternette bir şeyler bulmak önemlidir ancak Google gibi bir arama motorunun bu sonuçları nasıl sıraya koyduğunun bilinmesi ve Google'ın iş modelinin temel olarak anlaşılması, teknolojinin günlük yaşamlarımız üzerindeki etkisini anlamamızda önemlidir. Benzer şekilde, dijital beceriler, bilgi iletişim teknolojileri tarafından sunulan fırsatlardan yararlanma ve bunları eğitim ve işte kritik ve yenilikçi bir şekilde kullanma becerisini içerir. Dijital beceriler, kaynaklar için kritik olma ve içeriği değerlendirme becerisini de içerir. Daha açık bir ifadeyle bireyin dijital olarak yetenekli ve eleştirel bir vatandaş olması sürecinde dijital becerilerini sürekli geliştirmesinin gerekli olduğu belirtilmektedir (Erstad, 2007).

Renee Hobbs (2010), dijital okuryazarlığı, bilgi toplumuna tam katılım için gerekli olan yaşam becerilerinin bir kümesi olarak tanımlamaktadır. Bu beceriler;

1. Enformasyonu analiz edebilmek ve değerlendirmek
2. Enformasyon oluşturabilmek ve sosyal eylemde bulunmak
3. Yeni dijital araçları kullanabilmek ve içerik oluşturup paylaşabilmek
4. Sosyal sorumluluk ve etik ilkeleri uygulayabilecek yeterliliğe sahip olmak

Dijital okuryazarların sahip olması gereken yetkinlikler farklı çalışmalarda farklı alt başlıklar altında ele alınıyor olsa da temelde bu yetkinlikleri bilgi, iletişim, içerik oluşturma, güvenlik ve problem çözme olarak 5 ana başlık altında toplanabilmektedir (Ferrari, 2013).

Dijital okuryazarlık becerilerimizi geliştirmek için beklemenin insanlık adına bir lüks olacağı ifade edilmektedir. Çünkü dijital çağda okuryazarlığın doğası değişmektedir ancak bu değişimi yakalayacak on yılımız yok (Hicks ve Turner, 2013). Bu değişim, mahremiyet algılarımızı da benzer şekilde değiştirmektedir.

3. Dijital Mahremiyet Kaygısı

Bireylerin hangi koşullarda ve ne ölçüde kendilerini, tutumlarını ve davranışlarını başkalarına açıklayacaklarını özgürce seçme arzusu olarak tanımlanan (Westin, 1967) mahremiyet kavramının iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte de farklı bir platforma taşınmasıyla sınırlarının belirsizleşmesinden dolayı yeniden tanımlanma ihtiyacı gündeme gelmiştir. Bu bağlamda öncelikli olarak mahremiyet kavramına değinmek yerinde olacaktır.

3.1. Mahremiyet

Mahremiyetin doğası, tanımı ve kavramsallaştırılması hakkında zengin bir tartışma olmasına rağmen mahremiyet kavramına ilişkin genel kabul gören evrensel bir tanımlama yapılamamaktadır. Tanımlanması zor olan mahremiyet kavramının öncelikli olarak kelime kökenine bakmak gerekmektedir. Mahremiyet kelimesi Arapça kökenlidir ve “Başkalarına söylenmeyen, gizli” olarak tanımlanan mahrem sıfatından türeyerek gizliliği (sozluk.gov.tr) ifade etmektedir. Genel olarak gizlilik kavramı ile mahremiyet kavramı da eş görülmekte ve gizlilik ise bireylerin hangi kişisel bilgilerini başkalarına ileteceklerini kontrol etme ve hangi bilgilerin paylaşılmasına karar verme hakları olarak tanımlanmaktadır (Rezgui, vd., 2003). Aslanyürek'e (2016: 14) göre mahremiyet kavramının en yalın tanımı da “gizli olması ve gizli kalması gereken şey” dir. Gizlilik kavramı genellikle bir bireyin kişisel bilgilerinin elde edildiği ve kullanıldığı koşulları kontrol etme becerisiyle ilişkilendirilmiştir. Mahremiyet, “başkalarının istenmeyen yaklaşımlarından korunma hâli” şeklinde ele alındığında ise gizlilik, mahremiyetin sağlanma yolu olabilmektedir (Belsey ve Chadwick, 2011:107). Gizlilik bağlamında özel kişisel bilgilerin de bireylerin hassasiyet derecelerine göre değişkenlik gösterdiğini söylemek mümkündür. Bireyin ismi aslında özel bir bilgidir ancak bireyin isminin paylaşılmasından herhangi bir zarar görmeyeceğinin düşünülmesinden dolayı hassas bilgi olarak kabul edilmez. Genel anlamda hassas olarak nitelendirilebilecek özel bilgiler ise kamu ile paylaşıldığında bireye finansal veya sosyal olarak zarar verebilecek ayırt edici bir özel bilgi türünü ifade etmektedir (Mothersbaugh, 2012). Örneğin; bireylerin sağlık kayıtları ve öğrencilerin notları gibi belirli bilgiler hassas bilgiler olarak kabul edilmekte ve yasalar tarafından korunmaktadır. Yine bir bireyin sosyal güvenlik numarasının veya banka bilgilerinin kamu ile paylaşılması

ekonomik ve kimlik hırsızlığına yol açarak bireyi büyük zarara uğratabilmektedir. Birey bu durumda kaygı duymaya başlamaktadır.

İnsanlık tarihi kadar eski bir olgu olan mahremiyet, farklı disiplinlerde birçok şekilde kavramsallaştırılmaktadır. Örneğin; mahremiyeti iletişim bağlamında ele alan Westin (1967), mahremiyeti bireylerin iletişim sürecinde kişisel bilgilerini yönetme ve kontrol etme hakkı olarak tanımlamaktadır ve kişinin mahremiyet yönetiminin kendi mahremiyet algılarına ve kendi mahremiyetini kontrol etme istekliliğine ve ayrıca medya teknolojisinin medya kullanıcılarından kişisel bilgi talep etme veya kullanıcıların kendi mahremiyetlerini kontrol etmelerine izin vermeyi kapsamaktadır. Yüksel de (2003:182) mahremiyetin genel anlamda bireylerin yalnız başına kalabildikleri, istedikleri gibi düşünüp hareket edebildikleri, diğer bireylerle hangi yer, zaman ve şartlarda hangi ölçüde ilişki ve iletişim kuracaklarına bizzat kendilerinin karar verebildikleri bir alan ve bu alan üzerinde bireylerin sahip oldukları bir hak olduğunu ifade etmektedir. Mahremiyet yaklaşımları da üç boyutta ele alınmaktadır (Kokolakis, 2017). Bu boyutlar; çevresel ve fiziksel alanla ilgili olan bölgesel mahremiyet; bireylerin fiziki varlığına yönelik kişi mahremiyeti ve kişisel verilere ilişkin bilgi mahremiyetidir.

Bireylerin kendileri hakkındaki bilgileri etrafında sınırlar yaratması ve bu sınırlar içinde bilgilerin gizli kalmasını istemeleri olarak ifade edilen mahremiyetin sınırları, iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle belirsizleşmekte ve modern dünyanın alanları özel ve kamusal alan olarak ayırması ile de tartışılan konuların başında gelmektedir. Bu bağlamda da teknolojik gelişmelerle birlikte sınırlarının belirsizleşmesi ile yeniden tanımlanması noktasında bir ihtiyaç hissedilen mahremiyet, aslında modern dünyada sınırların birbirine girdiği ve bu sınırların ihlallerinin önüne geçilememesine vurgu yapmaktadır. Örneğin; Harvey, zaman-uzam daralması, Giddens da zaman ve uzam bağımlılığının azalmasından (Chevron, 2014: 67) bahsederek mahremiyetin sınırlarının teknoloji ile dönüştüğü savını desteklemektedirler.

3.2. Dijital Mahremiyet Kaygısı

İnternetin sınırları veya düzenlenmiş kısıtlamaları olmaması, bireylerde tüm dijital etkinlikleri için büyük bir mahremiyet kaygısı oluşturmakta ve internetin yaygınlaşması ile birlikte bireye ait bilgi çeşitliliğinin giderek artması, bireyler için mahremiyetin tehlikeye girmesi riskini de artırmaktadır. Özellikle, kullanıcılarda gizlilik ihlalleri olasılığı, veri toplama, erişim sürecinde kontrolün kaybedilmesi ve bilgilerin nasıl kullanılabileceği konusunda kaygılar bulunmaktadır (Culnan, 1993; Hiller ve Cohen, 2001). Mahremiyet üzerine yapılan araştırmalar, mahremiyet

kaygısını birkaç farklı şekilde modellemektedir (Smith vd., 2011). Bu modellemelerde mahremiyet; bilginin kontrolü, bilgi alışverişi hesabı, yalnız bırakılma hakkı ve mahremiyet hâli olarak incelenmektedir. Gizlilik, bilgi toplayanın uygun şekilde davranacağı inancıyla da ilişkilendirilmektedir. Bu bağlamda mahremiyet kaygısı da kişisel bir eğilim ve inanç olarak kabul edilmektedir. Gizlilik, bir bireyin durumsal ipuçlarının bir kişinin bilgi ifşasının sonuçlarını değerlendirmesini sağladığı duruma özgü olarak da modellenmektedir (Bansal vd., 2016: 2).

Web siteleri ve sosyal medya gibi çevrim içi uygulamalar, kullanıcılardan çevrim içi bir hizmeti kullandıklarında, bir gruba katıldıklarında veya bir alışveriş sitesinden alışveriş yaptıklarında kişisel bilgilerini paylaşmaları istemektedir (Metzger, 2006). Böylece kullanıcıların çevrim içi aktiviteleri kolaylıkla izlenebilmekte, kişisel bilgileri toplanabilmekte ve saklanabilmektedir (Andrejevic, 2007; Solove, 2007). Bununla birlikte kullanıcılar da dijital ortamda iletişim kurarken ortaya çıkabilecek karşılıklı belirsizlikleri azaltmak (Tidwell ve Walther, 2002) ve çevrim içi iletişim ve sosyal ağ deneyimlerini zenginleştirmek adına (Feng ve Xie, 2014) kişisel bilgilerini gönüllü olarak paylaşmayı tercih edebilmektedir. Örneğin; kullanıcılardan sosyal ağlara üye olabilmeleri için cinsiyet, yaş, konum, eğitim düzeyi, ilişki durumu, ilgi alanları gibi bilgileri içeren bir profil oluşturmaları istenmektedir (Zengin ve Zengin, 2015: 5). Bu durumda da sosyal ağlarda profil oluşturarak aktif olmak isteyen kullanıcılar gönüllü olarak kişisel bilgilerini paylaşmaktadırlar. Kurumlar da genellikle kullanıcılarının çevrim içi hizmet kullanımı için kişisel bilgilerini vermelerini ve ayrıca müşterilerinin de kişisel bilgilerini müşteri ilişkileri yönetimini geliştirmek için kullanmayı talep etmektedir. Ancak yine de sosyal medya kullanıcılarının gizliliklerinin ihlal edilebileceğinden korktuğuna ilişkin çalışmalar literatürde mevcuttur (Hoy ve Milne, 2010; Yao, 2011). Mahremiyet kaygısı da kullanıcıların söz konusu kişisel bilgilerinin kötüye kullanılmasıyla ilişkili olumsuz sonuçların ortaya çıkma olasılığına dayanmaktadır. Dijital ortamda kullanıcılar, üç ana mahremiyet kaygısı hissetmektedirler. Bunlar; kullanıcıların kişisel bilgilerinin bilgileri dışında toplandığı, kullanıcı bilgilerinin üçüncü şahıslarla ne ölçüde paylaşıldığı ve kişisel bilgilerinin yetkileri dışında ikincil amaçlarla kullanılabilirdiği ile ilgilidir (Mollick ve Mykytyn, 2009). Aynı zamanda bireyler, kişisel bilgilerini paylaşıp paylaşmamaya karar verirken ilk etapta basit bir risk-fayda hesaplaması yapmaktadır. (Laufer ve Wolfe, 1977). İster kişilerarası iletişimde olsun ister kurumlar ile iletişime geçerken bireyler kurum tarafından yapılan açıklamanın faydalarının risklerinden daha fazla olduğuna karar verirlerse kişisel bilgilerini paylaşma hususunda daha istekli davranmaktadır. Günümüzde kurumların gizlilik bildirimine ilişkin geliştirdikleri politikalar da kullanıcıların kişisel bilgilerini dijital

ortamda ifşa etme riskini azaltmak için önemli bir araç olarak görülmektedir. Kurumlar da dijital ortamda kullanıcı güvenini oluşturmak için gizlilik politikalarını web sitelerine yerleştirmektedir. Çevrim içi gizlilik politikaları, kullanıcılarda kişisel bilgilerinin ifşa edileceği korkusunu azaltmayı amaçlamaktadır (Westin, 1967).

Günümüzde internet, çevrim içi etkinlikleri “7/24” gözetimi altında olabilecek birçok insanın günlük yaşamına da entegre olmuştur (Andrejevic, 2007) ve beraberinde yeni kavramları da ortaya çıkarmıştır. Bu kavramlardan biri dijital mahremiyet kaygısı ile de ilişkili olan “dijital ayak izi” dir. Kullanıcılar, dijital ortamda kolayca elde edilebilecek, kullanılabilir veya başkaları ile paylaşılabilir davranışlarını ve tercihlerini detaylandıran birçok dijital ayak izi bırakmaktadır (Zviran, 2008). Kullanıcı, internete bağlandığı andan itibaren çeşitli web siteleri tarafından izlenmekte öyle ki e-posta iletişiminden, banka işlem geçmişine, çağrı geçmişine ve özel sohbetlerden doğum günlerine, arkadaş listelerine, beğenilerine, beğenmediklerine ve dijital ortamdaki günlük kullanım rutinlerine kadar izlendiğini söylemek mümkündür. Böylece kullanıcı dijital ortamda hangi siteye girerse girsin hangi çevrim içi platformları kullanırsa kullansın arkasında dijital ayak izlerini bırakmaktadır. Buradaki en önemli husus ise kişisel verilerin paylaşılması değildir ancak tüm çevrim içi geçmişlerinin ve dijital ayak izlerinin üçüncü taraf şirketler tarafından kullanıcıların izinleri ve bilgileri olmadan kaydetmeleri, kullanıcılar açısından sosyal ve ekonomik anlamda tehlike arz edebilmektedir. Bu bağlamda “güven” duygusu devreye girmektedir. Güven, diğer tarafın bütünlüğüne, kabiliyetine ve iyiliğine olan inancına dayalı olarak başka bir kişi veya kuruma bağlı olma isteğini ifade etmektedir (Mcknight vd. 2002). Beldad vd. (2011), çevrim içi güvenin üç ana faktörden etkilenebileceğini belirtmektedir. Söz konusu faktörler; kullanıcıların ilgili teknolojiyle ilgili deneyimleri ve kullanıcıların güvenme eğilimi, güvenlik garantileri açısından belirli bir web sitesinin kalitesi ve çevrim içi kuruluşun itibarıdır. Dijital mahremiyet kaygısını azaltması beklenen çevrim içi ortama güven duyma da beraberinde birtakım zorluklar ortaya çıkarmaktadır. Lee ve Turban (2001), çevrim içi güvenin dört ana belirleyiciye bağlı olduğunu tespit eden teorik bir model geliştirmiştir. Bu modele göre belirleyiciler; çevrim içi ortamda ticaret yapanların güvenilirliği, yeteneği, bütünlüğü ve yardımseverliği; internet alışveriş ortamının güvenilirliği, teknik yeterliliği, güvenilirliği; taraf sertifikasyonunun ve güvenlik altyapısının etkinliği gibi internette alışverişin bağlamsal faktörleri ve dijital ortamda satıcıların demografik özellikleri ve önceki deneyimleri gibi faktörlerdir. Bireyler genellikle bilgi gizliliğinin kötüye kullanılması veya paylaşılması ile ilgili çevrim içi etkinlik riskini ölçmekte (Milne ve Culnan, 2004) ve kişisel bilgilerini açıklamadan önce web sitelerine güven duy-

mak istemektedirler (Schoenbachler ve Gordon, 2002). Çevrim içi güven ve mahremiyet kaygısı arasında ise önemli ilişkiler olduğunu gösteren birçok kanıt bulunmaktadır. Örneğin; web sitelerinin gizlilik politikalarını açık ve anlaşılabilir şekilde sunması durumunda kullanıcılar gizlilik politikasını anlayabileceklerini algırlar ve politikayı okuma ve ona güvenme olasılıkları da artmaya başlar. Bu durum da çevrim içi gizlilik politikası ile güven arasındaki olumlu ilişkiyi ortaya koymaktadır (Milne ve Culnan, 2004).

Kullanıcılar hem gizliliklerinin ihlal edilme riskine yönelik bazı kaygılar duymakta hem de kişisel bilgilerini paylaşma konusunda istekli davranmaktadırlar. Bu durumda söz konusu iki davranış arasında bir boşluk oluşmaktadır. Dijital ortamda kişisel bilgileri paylaşma davranışı ile mahremiyet kaygısı arasındaki bu boşluk “mahremiyet/gizlilik paradoksu” (Brown, 2001) veya “bilgi gizliliği paradoksu” (Stone vd., 1983) olarak adlandırılmıştır. Gizlilik paradoksuna yönelik araştırmaların çoğu ise özellikle e-ticaret ve sosyal ağ faaliyetlerine odaklanan genel internet faaliyetlerini dikkate almaktadır. Mahremiyet/gizlilik paradoksu da temel olarak üç değişkenle açıklanmaktadır (Barnes, 2016). Bu değişkenler; kullanıcıların kişisel bilgilerini paylaşırken elde edebilecekleri maddi ve sosyal anlamda farklı faydalar (risk-fayda hesabı), kullanıcıların belirli web sitelerinden veya dijital ortamdaki belirli etkinliklerde sahip oldukları farklı güven düzeyleri ve internete özgü teknolojik özellikler ve bunların riskleri hakkındaki farklı bilgi düzeyleri ve farkındalığıdır. Bu bilgi ve farkındalık, dijital okuryazarlık olarak kabul edilebilir. Kullanıcının dijital okuryazarlık düzeyi, onun dijital mahremiyet okuryazarlığını da etkilemektedir. Trepte vd. (2015), dijital mahremiyet okuryazarlığının beş boyutuna vurgu yapmaktadır. Bu boyutlar; kuruluşların ve çevrim içi hizmet sağlayıcıların uygulamaları hakkında bilgi, dijital mahremiyet ve veri korumanın teknik yönleri hakkında bilgi, dijital veri korumaya ilişkin kanunlar ve yasal yönler hakkında bilgi, bireysel gizlilik düzenlemesi için kullanıcı stratejileri hakkında bilgi ve gizlilik politikasını anlamadır.

4. Metodoloji

Veri toplama aracı olarak anket tekniğinin kullanıldığı araştırma, yordayıcı ilişkisel tarama deseni ile betimsel bir nitelik taşımaktadır. Bu araştırma deseni genelde, eldeki var olan veriler ışığında başka bir durum veya olaya ilişkin tahminde bulunma çalışmalarında kullanılmaktadır (Büyüköztürk vd., 2011, Creswell, 2012). Anketler online ortamda Google Formlar aracılığıyla öğrencilere ulaştırılmıştır. Anketten elde edilen veriler nicel yöntemlerle analiz edilmiştir. Bir yandan iletişim fakültesi öğrencilerinin dijital mahremiyet kaygısına ilişkin algıları incelenir-

ken diğer yandan da yine söz konusu öğrencilerin dijital okuryazarlık becerilerine ilişkin algıları tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmada dijital mahremiyet kaygısı ile dijital okuryazarlık becerileri arasındaki ilişki ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Araştırma amaçları doğrultusunda araştırma sorusu “İletişim fakültesi öğrencilerinin dijital mahremiyet kaygıları ile dijital okuryazarlık becerileri arasında ilişki bulunmakta mıdır?” biçiminde tasarlanmıştır. Araştırma sorusunu yanıtlamak amacıyla aşağıda belirtilen hipotezler test edilmiştir. Araştırma kapsamında ilgili literatür de dikkate alınarak test edilmek üzere geliştirilen hipotezler şu şekildedir:

- H1.** Katılımcıların dijital mahremiyet kaygılarına ilişkin algıları demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.
- H2.** Katılımcıların dijital okuryazarlık becerilerine ilişkin algıları demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.
- H3.** Katılımcıların dijital mahremiyet kaygılarına ilişkin algıları ile dijital okuryazarlık becerilerine ilişkin algıları arasında anlamlı ilişki vardır.

Dijital mahremiyet kaygısı ve dijital okuryazarlık becerileri arasındaki ilişkiyi tespit etmeyi amaçlayan araştırma birtakım sınırlıklara sahiptir. Öncelikle araştırma, örneklem grubunda yer alan iletişim fakültesi öğrencileri ile sınırlıdır. Araştırmanın sonuçlarının araştırmaya katılan bireylerin verdikleri yanıtlar ile sınırlı olması ve araştırma evreninin ve örneklemine büyüklüğünden dolayı nicel araştırma yönteminin kullanılmış olması, buna karşın katılımcılardan daha derinlemesine bilgi edinilmesini olanaklı kılan nitel araştırmadan sınırlı bir şekilde yararlanılması araştırmanın diğer sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

Çalışma kapsamında yürütülen araştırmanın evrenini Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem, bu evren arasından kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Örneklem büyüklüğünün saptanması için Gegez (2010:225) tarafından hazırlanan örneklem büyüklükleri tablosu referans alınmıştır. Buna göre Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesinde öğrenim gören 2602 öğrenciden oluşan çalışma evrenini temsilen yüzde 95 güven aralığında yüzde 5 hata payıyla 457 öğrenci araştırmaya katılmaya gönüllü olmuştur.

Katılımcıların demografik özellikleri, internet kullanımına ilişkin bilgileri, dijital mahremiyet kaygısı ve dijital okuryazarlık becerilerine dair algılarını ölçmek üzere hazırlanan anket formu toplam dört bölümden oluşmaktadır. Toplam 35 soru içeren anket formunun ilk bölümü katılımcıların cinsiyet, yaş, bölüm ve sınıf gibi bazı demografik özelliklerine ilişkin toplam 4 sorudan, ikinci bölümü; katılımcıların günlük ortalama internet kullanım süresi, ne kadar süredir internet kullanıcısı

oldukları, aktif olarak kullandıkları sosyal medya platformları, interneti kullanım amaçları, dijital cihaz sahiplikleri ve dijital ortamda yaşanan mahremiyet sorunlarına ilişkin özelliklerini yansıtan toplam 7 sorudan, üçüncü bölümü dijital mahremiyet kaygısına ilişkin olarak kullanılan ölçek kapsamında toplam 14 ifadeden, dördüncü bölümü dijital okuryazarlık becerilerine dair ölçeği kapsayan toplam 10 ifadeden oluşmaktadır. Anket formunda yaş, dijital ortamda yaşanan mahremiyet sorununa yönelik konu başlıklarında açık uçlu, diğerlerinde ise kapalı uçlu sorulara yer verilmiştir. Kapalı uçlu soruların bazıları evet-hayır biçiminde yanıtları içeren ikili, diğerleri ise çoktan seçmeli olarak hazırlanmıştır. Dijital okuryazarlık becerilerine ilişkin ifadelerde “1. Kesinlikle katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kararsızım, 4. Katılıyorum, 5. Tamamen katılıyorum”; dijital mahremiyet kaygısı algılarına ilişkin ifadelerde ise “1. Hiçbir zaman, 2. Nadiren, 3. Bazen, 4. Sık sık, 5. Her zaman” şeklinde 5’li Likert tipi ölçek kullanılmıştır.

Katılımcıların dijital mahremiyet kaygısına dair algıları Buchanan (2007) tarafından geliştirilen “Çevrim İçi Mahremiyet Kaygısı” ölçeği aracılığıyla ölçülmüştür. Buchanan (2007) tarafından dijital ortamda mahremiyetle ilgili genel kaygıları yansıtan 16 maddeden oluşan ölçek Alakurt (2017) tarafından Türk kültürüne uygulanması çalışması ile geçerliliği ve güvenilirliği sağlanmış ve 14 maddeden oluşan nihai form kullanılmıştır. Dijital okuryazarlık becerilerine ilişkin algılarının ölçülmesi adına Ng (2012) tarafından geliştirilen ve Üstündağ, Güneş ve Bahçivan (2017) tarafından Türk diline ve kültürüne uyarlanan “Dijital Okuryazarlık” ölçeği kullanılmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen verilerin analizinde nicel yöntemler kullanılmıştır. Katılımcıların dijital mahremiyet kaygısı ve dijital okuryazarlık becerilerine yönelik ifadeleri çerçevesinde elde edilen veriler için normallik testleri, doğrulayıcı faktör analizi, frekans dağılımları, aritmetik ortalama değerleri, tekyönlü Anova, bağımsız gruplar t testi, Welch testi, korelasyon analizi gibi istatistiksel testler kullanılmıştır. Söz konusu testler SPSS 22.0 paket programıyla yapılmıştır.

5. Bulgular

Dijital okuryazarlık becerileri ve dijital mahremiyet kaygısı arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla olan çalışmanın bu bölümünde betimsel istatistik bulgular ile bağlntısal istatistik bulgularına yer verilmektedir.

5.1. Betimsel İstatistik Bulguları

Öncelikle veri setinde yer alması muhtemel olan hatalı ve uç değerlerin ayıklanması amacıyla çeşitli analizler yapılmıştır. Bu analizlerin yapılma sebebi paramet-

rik testlerin uygulanabilmesi için gerekli ön şartların sağlanabilmesidir. Uç değer analizi, verilerin normal dağılım göstermesinde önemlidir. Veri setinde öncelikli olarak Z puanı hesaplaması yapılmış ve +3 ve -3 arasında olmayan değerlerin varlığına bakılmıştır. Daha sonra Mahalonobis, Cook's ve Leverage değerlerine bakılmıştır. Bu analizlerin ardından normallik analizleri yapılarak mod, medyan ve aritmetik ortalama değerlerinin -1 ve +1 değerleri arasında olup olmadığı incelenmiştir (Bknz. Tablo 1).

Tablo 1. Değişkenlere İlişkin Aritmetik Ort.-Mod-Medyan-Çarpıklık-Basıklık Değerleri

	Aritmetik Ort.	Medyan	Mod	Çarpıklık	Basıklık
Dijital Okuryazarlık	3,46	3,6000	4,00	-,613	,402
E-Posta Kullanımı	2,53	2,33	2,00	,565	-,385
Çevrimiçi Güven	3,25	3,16	3,00	-,207	-,771
Çevrimiçi Ödeme	3,20	3,0000	5,00	-,150	-1,216

Araştırmada yer alan değişkenler incelendiğinde aritmetik ortalama, mod ve medyan değerlerinin referans alınan aralıkta olduğu tespit edilmiştir. Çarpıklık ve basıklık değerleri ve histogram grafikleri incelendiğinde bütün değişkenler için normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Bu aşamadan sonra araştırma sorularına cevap bulmak amacıyla analizlerde parametrik testlerin kullanılmasına karar verilmiştir.

Araştırma kapsamında cinsiyet değişkenine ilişkin yapılan frekans analizinde katılımcıların %64,3'ünün kadın (N=294) %35,7'sinin de erkek (N=163) katılımcılardan olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %76,6'sının (N=350) dijital ortamda gizlilik ile ilgili sorun yaşadıkları ve %23,4'ünün (N=107) ise dijital ortamda hiç gizlilik sorunu yaşamadıkları tespit edilmiştir. Dijital ortamda yaşanan gizlilik sorunlarının başında % 72,0 (N=77) ile hesap çalınması gelmekte, diğer gizlilik sorunları ise sırasıyla; %11,2 (N=12) ile izinsiz fotoğraf kullanımı, %8,4 (N=9) ile sahte hesap açılması, %4,7 (N=5) ile hesaplara izinsiz erişim, % 2,8 (N=3) ile bilgilerin çalınması ve son olarak da %0,9 (N=1) ile hacklenmedir. Katılımcıların %51,9'unun (N=237) 6-10 yıl, %28,9'unun (N=132) 1-5 yıl, %16,4'ünün (N=75) 11-15 yıl, %2,4'ünün (N=11) 16-20 yıl ve %0,4'ünün de (N=2) 21 yıl ve üzerinde internet kullanıcısı oldukları tespit edilmiştir. Günlük internet kullanım sürelerine ilişkin yapılan frekans analizine göre katılımcıların %29,3'ünün (N=134) 3-5 saat, %23,0'ünün (N=105) 5-7 saat, %18,8'inin (N=86) 1-3 saat, %13,1'inin (N=60) 7-10 saat, %9,2'sinin (N=42) 10 saatten fazla ve %6,6'sının (N=30) 1 saatten daha az internet kullandıkları görülmektedir. Katılımcıların % 32,2'sinin (N=147) psikolojik (Stres atma, zaman geçirme), %20,4'ünün (N=93) eğitim, %18,2'sinin (N=83) bilgi

edinme, %15,1'inin (N=69) eğlence, %12,5'inin (N=57) sosyalleşme ve %1,8'inin (N=8) ise alışveriş yapma amacı ile interneti kullandıkları tespit edilmiştir.

5.2. Bağıntısal İstatistik Bulguları

Katılımcıların cinsiyet durumlarının dijital okuryazarlık becerileri ve dijital mahremiyet kaygısı boyutlarına ilişkin algılarında bir farklılık yaratıp yaratmadığını belirlemek üzere yapılan bağımsız gruplar t testi sonuçlarına göre; çevrim içi güvenin p değeri (Bir karşılaştırmada, "İstatistiksel anlamlı fark vardır." kararı vereceğimiz zaman yapacağımız olası hata miktarını gösterir.) (p= 0,004) ve çevrim içi ödemelerin p değeri 0,05'ten küçük olduğundan (p= 0,00) ve dijital ortamda gizlilik sorunu yaşama ile çevrim içi güven (p=,000) ve çevrim içi ödeme boyutlarının p değeri (p=0,16), 0,05'ten küçük olduğundan söz konusu değişkenlere ilişkin anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir (Bkz. Tablo 2).

Tablo 2. Dijital Okuryazarlık Becerileri ve Dijital Mahremiyet Kaygısı Algısının Cinsiyet Durumuna Göre Farklılaşmasına Yönelik Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları

Değişken	Boyut	Levene Testi		t Testi		
		F	p	t	df	p
Cinsiyet	Çevrimiçi Güven	,157	,692	-2,854	322,265	,004
	Çevrimiçi Ödeme	,222	,638	-4,146	322,813	,000
Dijital Ortamda Sorun Yaşama	E-posta Kullanımı	,109	,742	3,227	210,695	,001
	Çevrimiçi Güven	,135	,714	3,660	210,486	,000
	Çevrimiçi Ödeme	4,452	,035	2,420	238,288	,016

Katılımcıların öğrenim gördükleri sınıf düzeyi, günlük internet kullanım süresi, ne kadar süredir internet kullandıkları, dijital cihazlara sahip olma durumları ve internet kullanım amaçları özelliklerine ilişkin bulgular ile dijital okuryazarlık becerileri ve dijital mahremiyet kaygısı ilişkisi analiz edilmiştir. Katılımcıların sınıf düzeyleri ve dijital ortamda yaşadıkları gizlilik sorununun türü ile dijital okuryazarlık becerileri ile dijital mahremiyet kaygılarına ilişkin algıları arasında yapılan One Way ANOVA testinde herhangi anlamlı bir farklılığa rastlanılmamıştır. Günlük internet kullanım süresi ile dijital okuryazarlık becerileri arasındaki analizde p değeri (p= 0,001), e-posta kullanımı boyutu ile arasındaki analizde p değeri (p= 0,025) ve çevrim içi ödeme boyutu ile arasındaki analizde p değerinin (p= 0,001) 0,05'ten küçük olmasından dolayı aralarında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Katılımcıların ne zamandan beri internet kullanıcısı oldukları ile dijital okuryazarlık becerileri arasındaki analizde p değeri (p= 0,015) ve çevrim içi ödeme boyutu ile arasındaki analizde p değerinin (p= 0,45) 0,05'ten küçük olmasından dolayı aralarında

anamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Dijital cihaz sahipliği ile dijital okuryazarlık becerileri arasında ise p değeri ($p=0,000$), internet kullanım amaçları ile e-posta kullanımı boyutu ile arasındaki analizde p değeri ($p=0,001$) ve çevrim içi ödeme boyutu ile arasındaki analizde p değerinin ($p=0,28$) 0,05'ten küçük olmasından dolayı aralarında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (Bkz. Tablo 3).

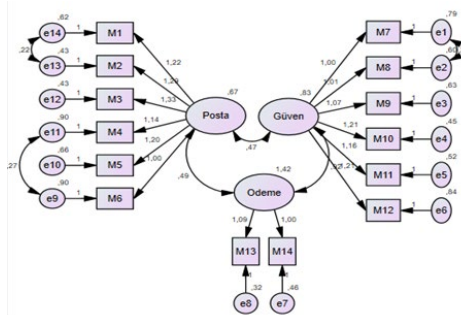
Tablo 3. Dijital Okuryazarlık Becerileri ve Dijital Mahremiyet Kaygısı Algısının Değişkenlere Göre Farklılaşmasına Yönelik Tek Faktörlü ANOVA Analizi Sonuçları

Değişken	Boyut	Levene Testi				ANOVA	
		F	Df1	Df2	p	F	p
Günlük İnternet Kullanım Süresi	E-Posta Kullanımı	1,984	5	451	,080	2,600	,025
	Çevrimiçi Ödeme	,726	5	451	,604	3,644	,003
	D. O. Becerileri	,645	5	451	,665	4,400	,001
İnternet Kullanım Yılı	Çevrimiçi Ödeme	2,632	4	452	,034	2,450	,045
	D. O. Becerileri	5,558	4	452	,000	3,136	,015
Cihaz Sahipliği	D. O. Becerileri	,895	2	454	,409	19,365	,000
İnternet Kullanım Amacı	E-Posta Kullanımı	,685	5	451	,635	4,283	,001
	Çevrimiçi Ödeme	3,066	4	451	,010	2,529	,028

5.3. Dijital Mahremiyet Kaygısı

Çalışma kapsamında kullanılan dijital mahremiyet kaygısı ölçeğine ilişkin veri setinin faktör analizine uygunluğunu saptamak için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örnekleme yeterliliği testi ve Bartlett's test of sphericity (Bartlett küresellik testi) yapılmıştır. Bartlett küresellik testinin p değerinin 0,05 anlamlılık derecesinden düşük ($p=0,000$) olması değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli düzeyde bir ilişki olduğunu göstermektedir. KMO örnekleme yeterliliği testinin sonucu ise 0,927 olarak tespit edilmiştir. Buradan hareketle değişkenler arası korelasyonların faktör analizine uygun olduğu saptanmıştır (Bkz. Tablo 4).

Tablo 4. Dijital Mahremiyet Doğrulayıcı Faktör Analizi



Dijital mahremiyet ölçeği için üç faktörlü ve 14 maddeden oluşan yapı incelenmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda model uyum kriterlerine bakılmış, elde edilen model uyum kriterleri istenilen sınırlar dâhilinde olmadığından dolayı modifikasyon indeksleri incelenmiş 1-2 arasında, 9-11 arasında ve 13-14 maddeler arasında kovaryans bağlantısı yapılmıştır. Daha sonra yeniden yapılan inceleme sonucunda model uyum kriterleri şu şekilde bulunmuştur;

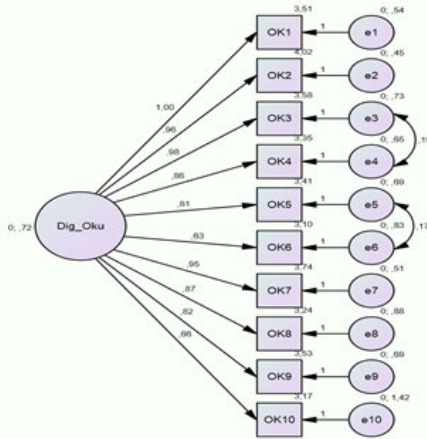
CMIN=365,410; DF=77, $p < 0,001$; CMIN/DF=4,74; RMSEA=0,7; CFI=.94; GFI=90, SRMR=0,462

Bu verilerden dijital mahremiyet ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarında model uyum indeksleri sınırlarında olduğu anlaşılmıştır.

5.3. Dijital Okuryazarlık Becerileri

Çalışma kapsamında kullanılan dijital mahremiyet kaygısı ölçeğine ilişkin veri setinin faktör analizine uygunluğunu saptamak için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örnekleme yeterliliği testi ve Barlett's test of sphericity (Bartlett küresellik testi) yapılmıştır. KMO örnekleme yeterliliği testinin sonucu ise 0,897 olarak tespit edilmiştir. Buradan hareketle değişkenler arası korelasyonların faktör analizine uygun olduğu saptanmıştır (Bkz. Tablo 5).

Tablo 5. Dijital Okuryazarlık Doğrulayıcı Faktör Analizi



Dijital okuryazarlık ölçeği için tek faktörlü ve 10 maddeden oluşan yapı incelenmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda model uyum kriterleri incelenmiş, elde edilen model uyum kriterleri istenilen sınırlar dâhilinde olmadığından dolayı modifikasyon indeksleri incelenmiş 3-4 ve 5-6 maddeler arasında kovaryans bağ-

lantısı yapılmıştır. Daha sonra yeniden yapılan inceleme sonucunda model uyum kriterleri şu şekilde bulunmuştur;

CMIN=164,350; DF=33, $p < 0,001$; CMIN/DF=4,98; RMSEA=0,6; CFI=,93; GFI=92, SRMR=0,451

Bu verilerden dijital okuryazarlık ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarında model uyum indeksleri sınırlarında olduğu anlaşılmıştır.

5.4. Dijital Okuryazarlık Becerileri ve Dijital Mahremiyet Kaygısı Arasındaki İlişki

Dijital okuryazarlık ve dijital mahremiyet kaygısı arasındaki ilişkiyi test etmek için yapılan korelasyon ilişki analizinde, dijital okuryazarlık becerileri ile dijital mahremiyet kaygısı boyutları arasında düşük derecede ancak doğrusal ve pozitif yönlü bir ilişki ortaya çıkmıştır (Bkz. Tablo 3.37). 0.50 altında korelasyon zayıf, 0.50 ile 0.70 arasında korelasyon orta, 0.70 üzeri korelasyon da kuvvetli bir ilişkiyi göstermektedir (Sipahi vd., 2008:145). Dijital okuryazarlık becerileri boyutu ile dijital mahremiyet kaygısı boyutları arasındaki ilişki düzeyleri ise, “çevrim içi güven” ($r = 0.177$) “çevrim içi ödeme” ($r = 0.125$) ve “e-posta kullanımı” ($r = 0.132$)’dir. En yüksek düzeyde ilişki çevrim içi güvende, en düşük ilişki de çevrim içi ödeme boyutlarında görülmektedir (Bknz. Tablo 6).

Tablo 6. Dijital Okuryazarlık Becerileri İle Dijital Mahremiyet Kaygısı Boyutları Arasındaki İlişkilere Dair Korelasyon Analizi Sonuçları

Boyutlar		E-posta Kullanımı	D.O. Becerileri
E-posta Kullanımı	Pearson Correlation	1	,132**
	Sig. (2-tailed)		,005
	N	457	457
D.O. Becerileri	Pearson Correlation	,132**	1
	Sig. (2-tailed)	,005	
	N	457	457
		D.O. Becerileri	Çevrimiçi Güven
D.O. Becerileri	Pearson Correlation	1	,177**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	457	457
Çevrimiçi Güven	Pearson Correlation	,177**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	457	457

		D.O. Becerileri	Çevrimiçi Ödeme
D.O. Becerileri	Pearson Correlation	1	,125**
	Sig. (2-tailed)		,007
	N	457	457
Çevrimiçi Ödeme	Pearson Correlation	,125**	1
	Sig. (2-tailed)	,007	
	N	457	457
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

6. Sonuç ve Tartışma

Dijital mahremiyet kaygısı, kişilerin dijital ortamlarda kişisel bilgilerinin diğer kullanıcılar tarafından görünür olmasına ilişkin kaygı ve tutumları olarak tanımlanmaktadır (Malthotra vd., 2004). Mahremiyet hakkının belirgin bir şekilde risk altında olduğu günümüz dünyasında bireylerin dijital okuryazarlık becerilerine sahip olması söz konusu kaygının düzeyini etkilemektedir. Bu bağlamda öğrencilerin dijital okuryazarlık seviyelerinin arttıkça mahremiyet algılarının da doğru oranda arttığı gözlenmiştir. Yabancı vd. (2018) yaptıkları araştırmada da benzer olarak üniversite öğrencilerinin e-posta kullanma kaygısı düzeylerinin; sosyal medyada yapılan paylaşımlara yorum yazma ve sosyal hayatlarında meydana gelen değişim durumlarına göre, çevrim içi güven kaygısı düzeylerinin ise yaş değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği görülmüştür. Ayrıca üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin yaş ve akademik başarı algısı değişkenlerine göre anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Dijital okuryazarlık becerileri ile dijital mahremiyet kaygıları arasındaki ilişkiyi araştırma amacıyla olan çalışma sonucunda; katılımcıların dijital okuryazarlık becerilerine ilişkin algılarının ortalamasının oldukça üzerinde olduğu görülmektedir. Töngel (2020) tarafından üniversite öğrencileri arasında uygulaması yapılmış tez çalışmasında da benzer şekilde üniversite öğrencilerinin çevrim içi mahremiyet farkındalıkları ile dijital okuryazarlık, arasında anlamlı ilişki olduğu ortaya konmuştur. Öğrencilerin dijital mahremiyet kaygısına ilişkin algılarının çevrim içi güven ve çevrim içi ödeme boyutlarında ortalamasının oldukça üzerinde olduğu, e-posta kullanımı boyutunda ise orta seviyede olduğunu bulmuştur. Çalışmamızda katılımcıların cinsiyet durumlarının dijital mahremiyet kaygısı boyutlarına ilişkin algılarında çevrim içi güven ve çevrim içi ödeme boyutlarına ilişkin algılarının anlamlı bir farklılık göstermesi, kadın ve erkeklerin dijital mahremiyet kaygısı yaşamaya noktasında farklı duygu ve düşünceler içerisinde olduklarını göstermekte-

dir. Katılımcıların günlük internet kullanım süresi ile “dijital okuryazarlık becerileri” ile dijital mahremiyet kaygısı boyutlarından “e-posta kullanımı” ve “çevrim içi ödeme” ile arasındaki analizde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Katılımcıların ne zamandan beri internet kullanıcısı oldukları ile “dijital okuryazarlık becerileri” ve “çevrim içi ödeme” ile arasındaki analizde; dijital cihaz sahipliği ile “dijital okuryazarlık becerileri” arasında internet kullanım amaçları ile” e-posta kullanımı” ve “çevrim içi ödeme” ile aralarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Dijital ortamda gizlilik sorunu yaşama ile “çevrim içi güven” ve “çevrim içi ödeme” boyutlarında da anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu bağlamda dijital ortamda gizlilik sorunu yaşayan bireylerin mahremiyete ilişkin algılarının farklı olduğunu söylemek mümkündür. 2019 yılında Kütükoğlu tarafından yapılan “Sosyal medyada mahremiyet algısının belirlenmesi: X, Y ve Z kuşakları üzerinde bir araştırma” isimli doktora tez çalışmasında da benzer bulgulara rastlanılmıştır. Çalışmada, kuşaklar arasındaki dijital mahremiyetin farklılıklarını ortaya koyma amaçlanmıştır.

Dijital okuryazarlık becerileri ile dijital ortamda sorun yaşama arasında ise anlamlı bir farklılık görülmektedir. Ng (2012) tarafından yapılan bir araştırma makalesinde, öğrencilerin dijital okuryazar olma derecelerini ve aşına olmadıkları teknolojileri kullanma konusundaki yaşadıkları sorunları ele almaktadır. Sonuç olarak dijital yerlilere dijital okuryazarlığın öğretilebileceğini ortaya koymuştur. Katılımcıların dijital cihazlara sahip olmaları durumu ile dijital okuryazarlık becerileri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu durumda da dijital cihaz sahipliğinin fazla olduğu kişilerde dijital okuryazarlık becerilerinin daha fazla gelişme olasılığı öngörülebilir. Katılımcıların internet kullanım amaçları ile “e-posta kullanımı” ve “çevrim içi ödeme” arasında da anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Dijital okuryazarlık becerilerinin tek boyut altında ele alındığı ve dijital mahremiyet kaygısının da “çevrim içi güven”, “çevrim içi ödeme”, “e-posta kullanımı” olmak üzere üç boyutta incelendiği çalışmada boyutlar arasında yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre dijital okuryazarlık becerileri ve dijital mahremiyet kaygısı arasında pozitif yönlü ve doğrusal bir ilişki tespit edilmiştir. Bu ilişkiyi biraz daha detaylandırarak olursak Mitchell Kapor’un internetten bilgi almayı yangın musluğundan içki alması benzetmesinden yola çıkılarak belirli yeterliliklere sahip bireyin, enformasyonun hızla arttığı sanal âlemden gelebilecek tehlikelere karşı daha fazla mahremiyet kaygısı gütmeye beklenmektedir. Buradan hareketle teknoloji konusunda yeterlik sahibi olan ve bu yeterlilikleri kritik olarak kullanabilen bireylerin mahremiyet kaygılarının gelişmiş olduğu; yani dijital okuryazar becerilerinin artması ile mahremiyet kaygısının doğrusal olarak arttığı sonucuna varılabilir.

Kaynakça

- Andrejevic, M. (2007). *ISpy: Surveillance and power in the interactive era*. Lawrence, KS: University Press of Kansas.
- Aslanyürek, M. (2016). İnternet ve sosyal medya kullanıcılarının internet güvenliği ve çevrim içi gizlilik ile ilgili kanaatleri ve farkındalıkları. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(1), 80-106.
- Bansal, G., Fatemeh, F. M. ve Gefen, D. (2016). Do context and personality matter? Trust and privacy concerns in disclosing private information online *Information & Management* 53, 1-21.
- Barnes, S. (2016). A privacy paradox: Social networking in the United States, *First Monday* 11(9).
- Beldad, A., De Jong, M. ve Steehouder, M. (2010). How shall I trust the faceless and intangible? A literature review on the antecedents of online trust, *Comput. Hum. Behav.* 26, 857–869.
- Belsey, Andrew ve Ruth Chadwick (2011). *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Brown, B. (2001). HP laboratories technical report, HPL Studying the internet experience, 39.
- Buchanan, T., Paine, C., Joinson, A. N., & Reips, U. D. (2007). Development of measures of online privacy concern and protection for use on the Internet. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(2), 157-165.
- Büyükoztürk, Ş., Çokluk, Ö. ve Köklü, N. (2011). *Sosyal bilimler için istatistik* (11. Baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Calvani, A., Cartelli, A., Fini, A., & Ranieri, M. (2008). Models and instruments for assessing digital competence at school. *Journal of e-Learning and Knowledge Society*, 4(3), 183-193.
- Cresswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Boston: Pearson Publication.
- Culnan, M. (1993). How did they get my name? An exploratory investigation of consumer attitudes toward secondary information use. *MIS Quarterly*, 17(3), 341–362.
- Eroğlu, Ş. (2018). Dijital yaşamda mahremiyet (gizlilik) kavramı ve kişisel veriler: hacettepe üniversitesi bilgi ve belge yönetimi bölümü öğrencilerinin mahremiyet ve kişisel veri algılarının analizi. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 35(2), 130-153.
- Erstad, O. (2007). Conceiving digital literacies in schools-Norwegian experiences. In 3rd International workshop on Digital Literacy, Crete, Greece.
- Eshet-Alkalai, Y. (2004). Digital Literacy: A Conceptual Framework for Survival Skills in the Digital Era. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 13(1), 93.
- Eshet-Alkalai, Y. (2012). "Thinking in the digital era: a revised model for digital literacy" *Issues in Informing Science and Information Technology*, 9: 267-276.
- Feng, Y. ve Xie, W. (2014). Teens' concern for privacy when using social networking sites: an analysis of socialization agents and relationships with privacyprotection behaviors. *Computers in Human Behavior*, 33, 153-162.

- Ferrari, A. (2012) *Digital Competence in Practice: An Analysis of Frameworks*. A Technical Report by the Joint Research Centre of the European Commission.
- Futurelab, (2010) http://www2.futurelab.org.uk/resources/documents/handbooks/digital_literacy.pdf
- Gegez, A. E. (2010). *Pazarlama Araştırmaları*, Beta Yayınevi.
- Gillen, J. (2009). Literacy Practices in Schome Park: A Virtual Literacy Ethnography, *Journal of Research in Reading*, Volume 32, Issue 1, 57–74.
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. New York: John Wiley & Sons.
- Hicks and Turner, (2013). <http://www.ncte.org/library/nctefiles/resources/journals/ej/1026-jul2013/ej1026longer.pdf>
- Hiller, J. S.ve Cohen, R. (2001). *Internet law and policy*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Hobbs, R. (2010) *Digital and Media Literacy: A plan of Action*, 2010.
- Hoy, M. ve Milne, M. (2010). Gender Differences in Privacy-Related Measures for Young Adult Facebook Users. <https://doi.org/10.1080/15252019.2010.10722168>.
- Kokolakis, S. (2017). Privacy attitudes and privacy behaviour: A review of current research on the privacy paradox phenomenon. *Comput. Secur.* 64, 122–134.
- Kütükoğlu, E. (2019). *Sosyal Medyada Mahremiyet Algısının Belirlenmesi: X, Y ve Z Kuşakları Üzerinde Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Dan. Doç. Dr. Mustafa KOÇER. Kayseri.
- Lankshear, C., & Knobel, M. (2008). *Digital literacies: concepts, policies and practices*: New York: Peter Lang.
- Laufer, R.S. ve Wolfe, M. (1977). Privacy as a concept and a social issue: a multidimensional development theory, *J. Soc. Issues* 33 (3), 22–42.
- Li, X., Santhanam, R. (2008). Will it be disclosure or fabrication of personal information? An examination of persuasion strategies on prospective employees *Int. J. Inf. Secur. Priv.* 29 (4), 91–113.
- Malhotra, N.K., Kim, S.S. ve Agarwal, J. (2004). Internet users' information privacy concerns (UIIPC): The construct, the scale, and a causal model. *Information Systems Research*, 15(4), 336-355.
- Martin, A. (2008). Digital Literacy and the "Digital Society". In C. Lankshear & M. Knobel (Eds.), *Digital Literacies: Concepts, Policies and Practices* (pp. 151-176). New York: Peter Lang.
- Mcknight, D.H. Choudhury, V. ve Kacmar, C. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce: an integrative typology, *Inf. Syst. Res.* 13 (3), 334–359.
- Metzger, M. J. (2006). Effects of site, vendor, and consumer characteristics on Web site trust and disclosure. *Communication Research*, 33, 155-179.
- Mothersbaugh, D.L., Foxx, W.K., Beatty, S.E. ve Wang, S. (2012). Disclosure antecedents in an online service context: the role of sensitivity of information, *J. Serv. Res.* 15 (1), 76–98.
- Mollick, J.S. ve Mykytyn, P.P. (2009). An empirical investigation on the effects of privacy policies on perceived fairness of online vendor, *J. Int. Commer.* 8, 88– 112.
- Ng, W. (2012). Can we teach digital natives digital literacy? *Computers & Education*, 59(3), 1065- 1078.
- O'Brien, D., Scharber, C. (2008). Digital Literacies Go to School: Potholes and Possibilities, *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 52 (1), 66–68.

- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1, On the Horizon, Vol. 9, No: 5, 1–6.
- Rezgui, A., Bouguettaya, A. ve Eltoweissy, M.Y. (2003). Privacy on the web: facts, challenges, and solutions, IEEE Secur. Priv. 40–49.
- Schoenbachler, D. ve Gordon, G. (2002). Trust and consumer willingness to provide information in database-driven relationship marketing. Journal of interactive marketing, 16(3), 2–16.
- Smith, H.J., Dinev, T. ve Xu, H. (2011). Information privacy research: an interdisciplinary review, MIS Q. 35 (4), 992–1015.
- Solove, D. J. (2007). The future of reputation: Gossip, rumor, and privacy on the internet. New Haven, CT: Yale University Press.
- Stone, E. F., Gueutal, H. G., Gardner, D. G. ve McClure, S. (1983). A field experiment comparing information-privacy values, beliefs, and attitudes across several types of organizations. Journal of Applied Psychology, 68 (3), 459.
- Tidwell, L. C. ve Walther, J. B. (2002). Computer-mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations: getting to know one another a bit at a time. Human Communication Research, 28, 317-348.
- Töngel, E. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Çevrim İçi Mahremiyet Farkındalıklarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. (Yayımlanmamış Y.Lisans Tezi). Dan. Dr. Öğr. Üyesi Mehmet KARA. Amasya.
- Trepte, S., Teutsch, D., Masur, P.K., Eicher, C., Fischer, M., Hennah M. ve Lind, F. (2015) Do people know about privacy and data protection strategies? Towards the Online Privacy Literacy Scale (OPLIS), in: S. Gutwirth, R. Lennes, P. de hert (Eds.), Reforming European Data Protection Law, Springer, Dordrecht, 333–366.
- Üstündağ, M. T., Güneş, E., ve Bahçivan, E. (2017). Dijital okuryazarlık ölçeğinin Türkçe’ye uyarlanması ve fen bilgisi öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık durumları. Eğitim ve Gelecek Dergisi, 12, 19-29.
- Westin, A. (1967). Privacy and Freedom. New York: Atheneum.
- Westin, A. (1984). The origins of modern claims to privacy. F.D. Schoeman (Ed.). Philosophical Dimensions of Privacy: An Anthology içinde. Cambridge, London, New York, New Rochelle, Melbourne, Sydney: Cambridge University Press.
- Wu, K.W., Huang, S. Y., Yen, D. C., ve Popova, I. (2012). The effect of online privacy policy on consumer privacy concern and trust. Computers in Human Behavior, 28(3), 889–897.
- Yabancı, C., Akça, F., & Ulutaş, E. (2018). Çevrim içi mahremiyet kaygısı ve duygusal zekâ arasındaki ilişkinin incelenmesi. Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences, 54, 191-218.
- Yao, M. Z. (2011). Self-protection of online privacy: A behavioral approach. In Privacy online Springer. 111-125.
- Zviran, M. (2008). User’s perspectives on privacy in web-based applications. Journal of Computer Information Systems, 48(4), 97–105

Dijital Melezlerin Dijital Yurttaşlık Düzeylerinin Haber Yayılımı Bağlamında İncelenmesi¹

Hakan AYZ*

Öz

Dijital yurttaşlık konusu, alanyazında son dönemde gittikçe kendisine yer bulmaktadır. Dijital yurttaşlık ile ilgili yapılan çalışmalar genel olarak eğitim alanında yapılmış olup iletişim alanında ise görece azdır. Bu çalışmanın amacı, haber yayılımı ekseninde dijital melezlerin dijital yurttaşlık düzeylerini belirleyerek dijital yurttaşlık olgusunun haber yayılımı (haber güvenilirliği ve paylaşımı) ile ilişkilerini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda 500 dijital meleze eş zamanlı olarak yüz yüze iki ayrı anket uygulanmıştır. İlk anket İşman ve Güngören (2014) tarafından geliştirilen “dijital yurttaşlık ölçeği” ikincisi ise “haber yayılımı ölçeği”dir. Yapılan kümeleme analizi, korelasyon analizlerinin sonucunda şu sonuçlara ulaşılmıştır: Dijital yurttaşlığın 9 boyutunun faktör analizi sonrasında 8 boyut olarak algılandığı ortaya çıkmıştır. Dijital erişim ve okuryazarlık boyutları tek faktör altında birleşmiştir. Dijital melezlerin en yüksek düzeyde oldukları boyutlar; dijital ticaret, dijital iletişim, dijital erişim ve okuryazarlık, dijital etik, dijital hak ve sorumluluklar düzeyleriyken en düşük düzeyler dijital hukuk, dijital sağlık ve dijital güvenlidir. Habere güvenin dijital yurttaşlık düzeyinin yüksekliği ile ilişkisinin olmadığı paylaşımın da dijital yurttaşlık düzeyi yükseldikçe düşük bir oranda yükseldiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Yurttaşlık, Haber Yayılımı, Haber Güvenilirliği, Haber Paylaşımı, Dijital Melez

¹ Bu çalışma araştırmacının Mart 2021’de tamamladığı doktora tezinden üretilmiş bir makaledir.

*Araş. Gör. Dr., Gaziantep Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, ayaz.au@gmail.com

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 23.03.2021

Revizyon Tarihi: 26.04.2021

Kabul Tarihi: 24.05.2021

Examining Digital Citizenship Levels of Digital Hybrids in Terms of News Dissemination

Hakan AYAZ

Abstract

Digital citizenship has been a commonly discussed issue in the recent literature. The studies focusing on digital citizenship have often been conducted in the field of education, and the number of research in communication sciences is relatively low. The aim of this study is to determine digital citizenship levels of digital hybrids and explore relationships between digital citizenship and news dissemination (news credibility and news sharing). To achieve this purpose, two different face to face surveys were applied to 500 digital hybrids simultaneously: Digital Citizenship Scale and News Dissemination Scale developed by İşman ve Güngören (2014). The clustering analysis and the related correlation analysis revealed that 9 dimensions of digital citizenship are perceived as 8 dimensions. In addition, digital access and digital literacy dimensions were combined under one single factor. These analyses also showed that the digital hybrids with the highest levels were “digital commerce”, “digital communication”, “digital access and literacy”, “digital ethics” and “digital rights and responsibilities” while those with the lowest levels were “digital law”, “digital health” and “digital security”. Finally, it was found that there is not a correlation between news credibility and high levels of digital citizenship and news sharing slightly increases as digital citizenship level increases.

Keywords: Digital Citizenship, News Dissemination, News Credibility, News Sharing, Digital Hybrid

Research Paper

Received: 23.03.2021

Revised: 26.04.2021

Accepted: 24.05.2021

1. Giriş

Sosyal ağlarda haberin paylaşımı, yayılımı ve güvenilirliği her kesimden kullanıcıyı yakından ilgilendirmekle birlikte bazı kesimlerin sahip olduğu karakteristik özelliklerinden dolayı daha da önemli hâle gelmektedir. Özellikle dijital kuşakların aralarında belirgin bir ayrışma bulunmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın örnek grubunu oluşturan ve dijital yerli ve göçmenler arasında bir geçiş alanı olarak değerlendirilen dijital melezler, kuşaklar arasındaki bu ayrışmayı daha hafif hissetmektedir. Örneğin dijital göçmenler; bilgi edinmek adına basılı kaynakları, dijital yerliler interneti, dijital melezler ise hem basılı kaynakları hem de interneti kullanmaktadır. Bununla birlikte dijital melezler için basılı kaynakların ve internetin bilgi edinmede önemli yeri olmakla birlikte dijital melezler; bilgi edinmek için ilk olarak interneti kullanmaktadır (Yıldız, 2012: 822).

İnternet uygulamalarından bilgiye daha hızlı ve farklı kaynaklardan ulaşılabilirliktedir. Bu durum bireylere bir avantaj sağlıyor olsa da kaynak kimliğinin belirsizliği, bilginin çok fazla el değiştirmesi bilginin güvenilirliğini kaybetmesine sebep olabilmektedir (Türkoğlu ve Doğan, 2018: 373). İnternetin ortaya çıkarmış olduğu olumsuz durumları kullanıcılar açısından en aza indirmek adına çeşitli çalışmalar geliştirilmektedir. Bu çalışmalardan en önemlilerinden biri, ilk olarak Ribble vd. (2004) tarafından geliştirilip kavramsallaştırılan dijital yurttaşlık kavramıdır. Bu kavram, genel olarak ilköğretim ve lise çağındaki öğrencilerin teknoloji kullanımının yanı sıra çevrim içi dijital platformları etkin, bilinçli ve doğru kullanımı bağlamında tavsiyeler sunması sebebiyle literatüre girmiştir (Çubukçu ve Bayzan, 2013: 151).

Dijital dünyada dijital yurttaşlık kavramı ve alt boyutları tartışılırken diğer taraftan dijitalleşme ile birlikte değişen gazetecilik olgusu da tartışılmaktadır. Haberlere olan güven ve paylaşım oranı gibi konular alanyazında sıklıkla dile getirilmektedir (Ma, Lee ve Goh, 2014; Dwyer ve Martin, 2017; Algül ve Sütçü, 2015). Bu çalışmalarda paylaşımların yarattığı etki, paylaşımların ne amaçla yapıldığı, sosyal paylaşım sitelerinin özellikleri gibi pek çok farklı konu başlıkları mevcuttur. Yine dijital medyada “haber güvenilirliği” de gazetecilik anlamında giderek daha fazla tartışılmaktadır. İlk dönem çalışmaları genel olarak geleneksel medyadaki haber güvenilirliğine odaklanırken son dönem çalışmaları ise haberlerin giderek sosyal ağlarda etkin bir şekilde yer alması nedeniyle bu ağlardaki güvenilirliğe odaklanmıştır (Balci ve Bekiroğlu, 2014). Haber güvenilirliği ile ilgili yapılan çalışmaların hem geleneksel medyanın hem de sosyal ağların sahip olduğu özellikler çerçevesinde yapıldığı ve yapılan çalışmaların da temelde bu iki mecranın karşılaştırılması şeklinde olduğu anlaşılmaktadır. Bu çalışmada haber paylaşımı ve haber güveni-

lirliği tek bir kavram altında “haber yayılımı” tabiriyle kavramsallaştırılmış ve bu kavram dijital yurttaşlık kavramıyla ilişkili olarak irdelenmiştir.

Bu çalışmada Ribble (2011) tarafından dijital yurttaşlık boyutları olarak tanımlanan dokuz boyutun haber yayılımı şeklinde kavramsallaştırılan haber güvenilirliği ve haber yayılımı ile ilişkilerini ortaya koymak amacıyla iki farklı ölçekten faydalanılmıştır. Ölçeklerden ilki İşman ve Güngören (2014) tarafından geliştirilen “dijital yurttaşlık ölçeği”dir. Bu ölçek, dijital yurttaşlık boyutları olarak tanımlanan dokuz boyutu içermektedir. Bu boyutlar dijital iletişim, dijital erişim, dijital okuryazarlık, dijital etik, dijital sağlık, dijital hukuk, dijital hak ve sorumluluklar, dijital ticaret ve dijital güvenlik şeklinde isimlendirilmektedir. Bu çalışmada yapılan faktör analizi sonrasında dijital erişim ve dijital okuryazarlık boyutları tek boyut altında birleşmiş ve analiz 8 boyut üzerinden tamamlanmıştır. Diğer ölçek ise Kılıç ve İspir (2017), Avcı (2016), Altunbaş ve Kul (2015), Göçoğlu (2014) ve Karaduman ve Akbulutgiller (2016)’in çalışmalarından faydalanılarak oluşturulan “Haber Yayılımı Ölçeği”dir. Alanyazında konunun amacına en uygun maddeleri içermesi nedeniyle bu ölçeklerden faydalanılmış ve oluşturulan yeni ölçme aracı güvenilirlik ve geçerlilik aşamalarından geçirilmiştir.

Söz konusu iki ölçeğin birbirleriyle ilişkilerinin irdelendiği bu araştırmada, dijital melezlerin yapılan kümeleme analizi sonrasında dijital yurttaşlık düzeyleri belirlenmiş ve dijital yurttaşlık düzeylerine göre habere olan güven ve paylaşım düzeyleri ortaya konmuştur. Bu çalışma, dijital yurttaşlık konusunun iletişim ve haber ile ilişkisini ortaya koyması bağlamında önemli görülmektedir.

2. Dijital Kuşaklar Ekseninde Dijital Melezler

Bugüne kadar internette düzenli olarak zaman geçiren kişileri tanımlamak için birçok terim kullanılmıştır. Bu terimlerin arasında; dijital vatandaş, siber vatandaş, netizenler, dijital gençlik gibi terimler yer almaktadır. Teknoloji dünyasında en çok tercih edilen terimler ise ilk olarak Prensky (2001) tarafından ortaya atılan dijital yerliler ve dijital göçmenlerdir (Hockly, 2011: 322).

Dijital yerliler ile dijital göçmenler arasındaki ayrımın belirleyiciliğinde en önemli faktörün yaş olduğu vurgulanmaktadır. Dijital yerlilerin yaş aralıkları hakkında farklı görüşler bulunmakta birlikte çalışmalarda, dijital yerli kavramını ilk ortaya atan Prensky’nin 1980 sonrası doğanlar kavramsallaştırmasının kullanıldığı görülmektedir. Prensky’nin çalışmalarına bakıldığında dijital yerli ve dijital göçmenler arasındaki farkın son dönemde dijital teknolojilerde meydana gelen gelişmeler neticesinde ortaya çıktığı vurgulanmaktadır. Bu bağlamda interneti, sanal oyunları ve mobil cihazları dijital bir dile çevirip bu sayede de iletişim kuran nesil dijital

yerli olarak adlandırılırken 1980 öncesi doğan ve dijital teknolojilerle çevrili dünyaya yabancı kalan eski kuşak dijital göçmen olarak adlandırılmaktadır (Karabulut, 2015: 16).

Dijital göçmenler literatürde, dijital teknolojilere aşına olmayan ve teknolojik kültürün yarattığı dünyaya uyum sağlamaya çalışan nesil olarak yer almaktadır. Prensky, dijital göçmenlerin bir yandan dijital teknolojilerin dilini öğrenmeye çalıştıklarını bir yandan da yapılarından dolayı geçmişteki alışkanlıkları nedeniyle de bu dijital teknolojinin dilini aksanlı olarak kullandıklarını dile getirmektedir. Prensky, dijital göçmenlerin bir belgeyi ekranda düzeltmek yerine belgenin çıktısını alarak düzeltmelerini dijital göçmen aksanı olarak kavramsallaştırdığı duruma örnek göstermektedir (Prensky, 2001: 2).

Prensky'nin dijital yerli ve göçmenler kavramsallaştırmasını eleştiren Kirschner ve Bruyckere (2017: 140) bu kavramların geçersiz olduğunu söylemektedir. Özellikle çoklu görev kullanımı becerisinde yaşın başlı başına bir etkisinin olmadığını, bireylerin yaşlarına bakılmaksızın dijital teknoloji kullanım tecrübesine göre çoklu görev yapabildiklerini dile getirmektedir.

2.1. Dijital Melezler

Prensky'e getirilen eleştiriler sonucunda yeni kavramlar ve yeni tanımlamalar ortaya çıkmıştır. Bu kavramlardan birisi "dijital melez kavramı"dır. Yıldız'a (2012: 821,822) göre Prensky, dijital yerli ve göçmen arasında bulunan sınırı çok keskin çizgilerle ayırmıştır. Hâlbuki bu tür önemli dönüşüm içeren durumlarda; aradaki geçişlerin daha yumuşak olması ve bu iki kavram arasında üçüncü bir alternatifin yer alması gerekmektedir. Prensky'nin iddia ettiği gibi 80'ler ve 90'larda dünyaya gelenlerin dijital yerli olmadığı ve yapılan çalışmalar sonucunda bu tarihte doğan kişilerin hem basılı hem de dijital kaynakları bir arada kullandığı görülmektedir. Yıldız; 1970'lerde doğanların da var olan dijital teknolojileri kullanma konusunda başarılı olduğunu ileri sürmektedir. Bu kişilerin aynı anda müzik dinleyip bir şeyler okuyabildiklerini cep telefonundan mesaj yazabildiklerini, 1970 – 1999 arası doğanların oluşturduğu bu kesimin "dijital melez" olarak adlandırılmasının uygun olacağını dile getirmektedir.

Dijital melezlerin "göçmen" ve "yerli" gruplarıyla ele alındığı görülmektedir. Gümüüşoğlu'na (2018: 563) göre dijital teknolojiler, dijital yerliler için fenomendir. Dijital melezler ise bir yandan eski alışkanlıklarını elden bırakmayan bir yandan da yeni olgulara kendisini kapamayan bireyler olarak görülmektedir. Dijital melezlerin yeni ile geleneksel arasında köprü kurabilen, teknoloji ile barışık bireyler olarak ele alındığı görülmektedir.

Karabulut'a (2015: 20) göre dijital melezler; dijital yerlilere ve göçmenlere özellik bakımından hem benzemekte hem de benzememektedir. Dijital melezler, dijital teknolojileri dijital yerliler kadar etkin kullanamamaktadır. Dijital göçmenler kadar da dijital teknolojilere karşı dirençli davranmamakta, bir geçiş grubu olduğu görülmektedir.

Dijital yerli, göçmen ve melezlerin bilgiyi edinmek adına neler yaptıklarına bakıldığında göçmenlerin basılı kaynaklara baktığı, yerlilerin ise tam tersi olarak dijital teknolojilere yöneldiği görülmektedir. Dijital melezler için bilgiyi edinme aracı olarak hem basılı kaynaklar hem de dijital kaynaklar oldukça önemli yer tutmaktadır (Yıldız, 2012: 822).

2.2. Dijital Yurttaşlık

Yurttaşlık kavramı bir topluluğun sosyal, politik ve ulusal bağlamda yurttaşı olmayı ifade eder. Yurttaşlık, belirli haklara sahip olma ve belirli sorumlulukları taşıma gibi olgularını beraberinde getirmektedir (Görmez, 2017: 53).

Dijital teknolojilerle birlikte kavramın dönüşüme uğradığı söylenebilir. Işıklı'ya (2018: 149) göre kavram sosyo-teknik bir yapı kazanmıştır. Dijital yurttaş dijital dünyada bazı beceriler kazanmıştır. Bunlar bilişsel, duyuşsal ve öngörüyle ilgilidir. Dijital yurttaşlık; dijital çağda hayatı anlamak için bir anahtardır. Dijital teknolojiler altyapıların, günlük ilişkilerimizde etkisi görülmektedir (Hintz, Dencik ve Jorgensen, 2018: 145).

İlk olarak 2004'te Ribble, Bailey ve Ross tarafından geliştirilip kavramsallaştırılan dijital yurttaşlık; araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Soriani'ye (2018: 98) göre dijital yurttaşlık; dijital teknolojiyle güvenli bir ilişki kurmakla ilgilidir. Dijital yurttaş; topluma katılmak, başkalarıyla iletişim kurmak, dijital içerik oluşturmak ve kullanmak için dijital teknolojileri etkili bir şekilde kullanma becerisine sahip kişidir. Choi'ye (2016: 570) göre dijital yurttaşlık; çevrim içi olarak topluma katılma yeteneğidir. Vizenor'a (2013: 61) göre dijital yurttaşlık; insanların bireysel etkinliklerini gerçekleştirmek adına iletişim teknolojileri vasıtasıyla dijital mecralara dâhil olma sürecidir. Thomas'a (2018: 60) göre dijital yurttaş; teknolojiyi düzenli bir biçimde aktif olarak kullanan, çevrim içi mecralarda haklarını savunan, sorumluluk bilinciyle hareket eden kişidir.

Bireylere teknoloji konusunda yetkinlik sağlamak amacıyla Mark Ribble ve arkadaşları, 2004 senesinde dijital yurttaşlık kavramını ve alt boyutlarını geliştirmişlerdir (Yalçınkaya ve Cibaroglu, 2019: 1191). Ribble, dijital yurttaşlığa ait boyutlarda zaman içerisinde güncellemeler yapmıştır. Ribble 2011 senesinde yayımlamış

olduğu Digital Citizenship in Schools adlı eserinde modeline son hâlini vermiştir. Günümüzde de kullanıldığı şekliyle model;

- Dijital erişim
- Dijital ticaret
- Dijital iletişim
- Dijital okuryazarlık
- Dijital etik
- Dijital hukuk
- Dijital hak ve sorumluluklar
- Dijital sağlık
- Dijital güvenlik boyutlarından oluşmaktadır (Yalçınkaya ve Cibaroğlu, 2019: 1193).

“Dijital erişim” tam elektronik katılımı ifade etmektedir. Teknoloji, çok sayıda insanın çok hızlı iletişim kurmasını ve etkileşimde bulunmasını sağlamaktadır. Herkes bu yeni dijital toplumun tüm araçlarına erişemez. Sosyo-ekonomik durum, engeller, fiziksel konum vb. durumlar bu fırsatlara erişimi kısıtlayabilmektedir (Ribble, 2011: 16).

“Dijital ticaret” dijital ortamlarda alışveriş yapma ile bankacılık işlemlerini veri kaybına neden olmadan güvenlik ilkelerine bağlı kalarak yapılmasına işaret etmektedir; aksi takdirde dijital yurttaşın ticari risklere maruz kalma ihtimali doğacaktır (Çubukçu ve Bayzan, 2013: 156).

Bilinçli bir dijital yurttaş; tartışma forumlarında saygılı bir şekilde “dijital iletişim” kurabilir, bloglar veya sosyal ağlar gibi Web 2.0 kaynaklarından geri bildirimlerde bulunabilir. Katılımcı bir dijital yurttaş, toplumsal konularda tartışma forumunu kullanabilir veya yerel bir hayır kurumu için para toplamak adına bir sosyal ağa katılabilir (Richards: 2010: 517).

“Dijital okuryazarlık”; teknoloji kullanımı hakkında öğretim ve öğrenme süreci olarak tanımlanmaktadır. Teknolojinin en uygun şekilde kullanılabilmesi için nasıl çalıştığını anlamak önemlidir ancak çoğu zaman bu durum göz ardı edilmektedir (Ribble, 2011: 26).

“Dijital etik”; elektronik davranış kuralları olarak tanımlanmaktadır (Ribble, 2011: 29). Kızılhan’a (2016: 33) göre dijital yurttaşların dijital teknolojileri kullanırken

kurallara uymaları gerekmektedir. Başkalarını rahatsız etmeme, zor durumda bırakmama hatta diğer bireylere teknoloji kullanımı konusunda örnek olmayı ifade etmektedir.

“Dijital hukuk” boyutu, elektronik ortamlarda yapılan eylemleri ve eylemlerin getirdiği sonuçları kapsamaktadır. Bilgiyi kolayca paylaşma yeteneği internetin güçlü yönlerinden biridir. Kullanıcılar, internette bilgi gönderirken veya bilgiye erişirken uygunsuz ve hatta yasa dışı olanları dikkate almazlar. Fikri mülkiyet yaptırımlar itibarıyla oldukça önemlidir (Ribble, 2011: 31).

“Dijital hak ve sorumluluklar” boyutu, dijital ortamlardaki hak ve sorumluluklarla ilgilidir. Dijital materyalleri indirmek ve yüklemek basittir. Kullanıcılar genellikle bu işlemleri yaparken yaptıkları işlemlerin var olan yasalara göre uygun olup olmadığını düşünmemekte, “Yasak olduğunu bilmiyordum.”, “Herkes bunu yapıyor.” gibi söylemleri dile getirmektedir (Karaduman, 2011: 42).

“Dijital sağlık”, dijital teknoloji ortamında dijital yurttaşların fiziksel ve psikolojik anlamda kendisini iyi hissetmesi olarak tanımlanmaktadır (Ribble, 2011: 38). Teknoloji bağımlılığının yaygın olarak internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığı gibi kategoriler çerçevesinde ele alındığı görülmektedir (Savcı ve Aysan, 2017: 204).

“Dijital güvenlik”; dijital yurttaşların kendilerini koruma altına aldığı elektronik önlemler olarak tanımlanmaktadır. Gün geçtikçe kişisel veriler daha fazla saklanmaktadır. Bu verileri korumak için sağlam bir strateji geliştirilmelidir (Ribble, 2011: 38).

2.3. Sosyal Ağlarda Haber Yayılımı

Sosyal ağlarda haber yayılımı çeşitli şekillerde gerçekleşmektedir. Sosyal ağ kullanıcıları, sayfalarına haber hikâyelerinin bağlantılarını ekleyerek profillerini görüntüleyen herkesin hikâyeleri görmesini sağlayabilir. Kullanıcılar, grubun tüm üyelerinin görmesi için grup sitelerine haber bağlantıları yerleştirebilir, sosyal ağlarının üyelerini seçebilir ve kendi sayfalarında alakalı haberlerin bağlantılarını ekleyebilir (Weeks ve Holbert, 2013: 214).

Son zamanlarda kullanıcıların ilginç bulduğu beğendiği haberleri sosyal ağlarda paylaşmaları sosyal ağları haber paylaşımı ve yayılımında önemli bir mecra hâline getirmektedir. Kullanıcılar en fazla Facebook aracılığıyla haberlere ulaşım sağlamakta, YouTube ve Twitter da bu konuda üst sıralarda yer almaktadır. Pew Research Center’in 2012 senesinde yaptığı araştırmaya göre sosyal ağ kullanıcılarının yarısı haberleri sosyal ağlarda paylaşmakta, %46’sı da haber içerikleri ile ilgili tartışmalar yapmaktadır (Algül ve Sütçü, 2015: 19,20).

2.3.1. Haber Paylaşımı

Teknoloji, sosyal ağ platformları ve uygulamaları kullanışlı araçlar olduğundan haber paylaşımı kolay hâle gelmektedir. Haberlerin paylaşımı, bu araçların sahip olduğu uygulamalar sayesinde oldukça artmıştır (Wong ve Burkell, 2017: 2).

Sosyal ağlarda haber paylaşımı; linkler, beğenme, favoriye ekleme, oylama, etiketleme, yer imi koyma, haber içeriklerini yeniden gönderme, haber içeriklerine yorum yapma şeklinde gerçekleşmektedir (Dwyer ve Martin, 2017: 1082). Medya kuruluşları, izleyicilerle bağlantı kurmanın bir yolu olarak sosyal medyayı benimsemiştir (Hermida vd., 2012: 815).

Sosyal ağlarda bugüne kadar haber paylaşımı ile ilgili yapılan çalışmalar iletişim, pazarlama, sosyal ve bilgisayar bilimlerinin yaptığı çalışmalardan oluşmaktadır. Haber paylaşımı ile ilgili sürdürülen son dönem çalışmalar ise haberlerin kim tarafından neden paylaşıldığına, neyin paylaşıldığına, paylaşımın yapıldığı platformlar arasında zaman veya konuma göre nasıl bir farklılaşma olduğuna odaklanmaktadır (Dwyer ve Martin, 2017: 1083). Sosyal ağlarda haber paylaşımı ile ilgili yapılan son dönem çalışmaları genel olarak kullanıcıların Facebook, Instagram, YouTube ve Twitter vb. gibi çoklu etkileşime sahip sosyal ağ platformlarındaki haber paylaşım etkinliklerine odaklanmaktadır (Ham vd., 2019: 159).

2.3.2. Haber Güvenilirliği

Sosyal ağlarla birlikte haberin geleneksel medyaya göre daha farklı biçimlerde üretilmesi, paylaşımına sokulması, yayılması ve tüketilmesi güvenilirlik olgusunu daha da önemli ve karmaşık hâle getirmektedir. İster geleneksel medyada olsun ister sosyal ağlarda olsun güvenilirlik, insanlar tarafından her zaman önemli bir konu olarak değerlendirilmektedir. Balcı ve Bekiroğlu'na (2014: 193,194) göre medyada güvenilirlik araştırmaları, önceleri kaynak güvenilirliği üzerine odaklanırken günümüzde ise çeşitli medya araçlarındaki güvenilirlik algısında ortaya çıkan değişimlere odaklanmıştır. İnsanların medya ve habere yönelik güvenilirlik algısını etkileyen olumlu/olumsuz önemli etmenler bulunmaktadır. Olumlu etmenler arasında;

- Açıklık,
- Dürüstlük,
- Gerçeklik,
- Nesnellik,
- Yansızlık,
- Hakkaniyet,

- Toplumsal fayda,
- Editoryal özgürlük,
- Açık mülkiyet ve sahiplik yapısı vb. gibi etmenler yer almaktadır.

Habere yönelik güvenilirlik algısına olumsuz anlamda etki eden faktörler etik ilkelerle ilgili olarak ilgilidir. Bu ilkeler arasında; gerçeklik, tarafsızlık, dengelilik, adil olma, bağımsızlık, şeffaflık, özel hayata saygı, nefret ve şiddet söyleminin kullanılmaması vb. ilkeler yer almaktadır; toplumun iktidar, politika, ekonomi, kültür gibi önemli alanlarının bulunduğu yer olan medyada bu etik ilkelerin ihlal edilmesi medyanın toplum nezdinde güvenilirliğinin zedelenmesine neden olmaktadır. Bu etik ilkeler sosyal ağlar için de geçerli olup dijital görüntülerde oynanma, sahte haberlerin yayılması, haberlerde manipülasyon ve dezenformasyon gibi etik dışı durumlar da yaşanabilmektedir (Balcı ve Bekiroğlu, 2014: 194,195).

Sonuç olarak haber güvenilirliği ve haber paylaşımının birbiriyle yakından ilişkili olduğu söylenebilir. Habere güvenmek haberin paylaşımını arttırıcı bir unsurdur. Bu çalışmada bu iki kavramın “haber yayılımı” kavramını karşıladığı varsayımından hareket edilmiştir. Dolayısıyla haber yayılımının daha çok sosyal medyadan yapıldığı günümüz dijital dünyasında dijital yurttaşlık yeterliliklerinin “haber yayılımı” ile ilişkisini ortaya koyarak alanyazına katkıda bulunmak bu çalışmanın temel çıkış noktasını oluşturmaktadır.

3. Yöntem

Araştırmanın temel amacı daha önce geliştirilen ölçekler aracılığıyla dijital melezlerin dijital yurttaşlık düzeylerinin her bir boyutta ne düzeyde olduğunu belirleyerek dijital yurttaşlık düzeyi ve alt boyutlarının haber yayılımı ile ilişkisini ortaya koymaktır. Bu temel amaç doğrultusunda aşağıdaki alt amaç sorularına yanıt aranmıştır:

- Dijital melezlerin genel dijital yurttaşlık boyutu ve alt boyutlarına göre düzeyleri nelerdir?
- Dijital melezlerin dijital yurttaşlık özyeterlilik düzeyleriyle dijital medyadaki habere ilişkin güven ve paylaşım ilişkileri arasında nasıl bir korelasyon vardır?

Bu çalışmada ilişkisel tarama modelinden yararlanılmıştır. Tarama modeli, var olan bir durumu olduğu şekliyle incelemeye imkân tanıyan bir araştırma yaklaşımıdır (Muijs, 2004). Katılımcıların dijital yurttaşlık özyeterlilik düzeylerinin medyadaki haberin yayılımıyla ilişkisi belirlenmeye çalışılmıştır. İlişkisel tarama modeli değişkenler arasındaki farklılıkların derecesini ortaya koymak için kullanılmaktadır (Karasar, 2015: 77).

Çalışmanın temel hipotezi dijital melezlerin dijital yurttaşlık düzeylerinin haber yayılımı ile ilişkili olduğudur. Bu hipotez çalışma sonrasında doğrulanmıştır. Ancak bu ilişkinin ne düzeyde olduğu yapılan analizleri sonrasında ortaya konmuştur.

Çalışmanın evreni Eskişehir'deki tüm dijital melezlerdir. Örneklem belirlenirken TÜİK 2017 Eskişehir verileri esas alınmıştır.¹ Katılımcılar, Eskişehir ilindeki 21 yaş üstü eğitim düzeyi dağılımı temel alınarak oranlı kota örnekleme ile seçilmiştir. Bu teknik, evrenin özelliklerinin örnekleme de bulunması için belirli kotaların bulunduğu bir tekniktir (Doğanay vd., 2015: 121-122). Kotalı örnekleme alma tekniği olasılıksız örnekleme alma tekniği olduğu için çalışmada evrene genelleme kaygısı söz konusu değildir. Eskişehir ve Türkiye geneli birçok noktalardan farklılaşabileceği için araştırmanın bulguların Eskişehir ili bazında değerlendirmek doğru olacaktır.

Örneklem seçiminde esas alınan kotalara ilişkin tablo EK-1'de yer almaktadır. Her kotadaki bireyler rastgele belirlenmiştir. İlgili kotanın dışında kalan kişiler rastgele örneklemden çıkarılmıştır. Araştırmada veri toplama tekniği ankettir. Anketler ücretli anketörler aracılığı ile yüz yüze eşzamanlı olarak yapılmıştır. Anketler yapılmadan önce bireylere internet erişimleri olup olmadığı sorulmuş, anketler internet erişimi olmayan kişilere uygulanmamıştır. Veri analizinde SPSS 22 ve AMOS uygulamalarından yararlanılmıştır. Araştırmada her iki ölçek için 50 katılımcı üzerinde eşzamanlı yüz yüze pilot çalışması yapılmış olup, pilot çalışması sonrasında ölçeklerin Cronbach alfa değeri Dijital Yurttaşlık Ölçeği için 0,734; Haber Yayılımı Ölçeği için 0,756 şeklindedir. Faktör analizi sonrası ortaya çıkan her iki ölçeğe ilişkin Cronbach alfa katsayıları "Dijital yurttaşlık ölçeği" için 0,855; "Haber Yayılımı Ölçeği" için ise 0,770 şeklindedir.

Bir anket formu üzerinde iki ölçek uygulaması (dijital yurttaşlık ve haber yayılımı) yapılmıştır. Ölçeklerden ilki İşman ve Güngören (2014) tarafından geliştirilen "dijital yurttaşlık ölçeği"dir. Bu ölçek dijital yurttaşlık boyutları olarak tanımlanan 9 boyutu içermektedir. Bu boyutlar dijital iletişim, dijital erişim, dijital okuryazarlık, dijital etik, dijital sağlık, dijital hukuk, dijital hak ve sorumluluklar, dijital ticaret ve dijital güvenlik şeklinde isimlendirilmektedir. Bu çalışmada daha önce geliştirilen ve güvenilir ve geçerli bulunan bu ölçek aynen kullanılmıştır; ancak uygulanan zaman ve kişiler farklı olduğu için yeniden faktör analizine tabii tutulması uygun görülmüştür. Bu çalışmada yapılan faktör analizi sonrasında "dijital erişim" ve "dijital okuryazarlık" boyutları tek boyut altında birleşmiş ve analiz 8 boyut üzerinden tamamlanmıştır.

¹"Ulusal Eğitim İstatistikleri" <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=130&locale=tr> (Erişim tarihi: 05.01.2019)

Diğer ölçek ise Kılıç ve İspir (2017), Avcı (2016), Altunbaş ve Kul (2015), Göçoğlu (2014) ve Karaduman ve Akbulutgiller (2016)'in çalışmalarından faydalanılarak araştırmacı tarafından kolaj hâline getirilen "Haber Yayılımı Ölçeği'dir. Alanyazında konunun amacına en uygun maddeleri içermesi nedeniyle bu ölçeklerden faydalanılmış ve oluşturulan yeni ölçme aracı faktör analizine tabii tutulmuş, güvenilirlik ve geçerlilik aşamalarından geçirilmiştir. Çalışmanın amacı ölçek geliştirmek değil, var olan ölçekleri kullanarak dijital yurttaşlık düzeyi ve haber yayılımı ilişkisini ortaya koymaktır. Tüm analizler katılımcıların verdikleri yanıtların mean (ortalama) rakamları üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın varsayımları şunlardır: Dijital melez olarak nitelenen kitlenin içerisindeki tüm bireylerin internete eşit bir şekilde erişim sağladığı kabul edilmektedir. Dijital melez olarak nitelenen kitlenin içerisindeki tüm bireylerin sosyal paylaşım ağları üzerinden haber yayılımına katkı sağladığı kabul edilmektedir. Çalışmada "haber yayılımı" kavramının "haber paylaşımı" ve "haber güvenilirliği" kavramlarının birleşiminden meydana geldiği varsayılmıştır. Ayrıca çalışma kapsamında haber paylaşımı ve haber güvenilirliği alt maddelerinin bu yapıları ölçecek nitelikte olduğu varsayılmıştır.

3.1. Dijital Yurttaşlık Ölçeği AFA ve DFA Sonuçları

Dijital yurttaşlık ölçeği 1 ve 5 puan aralığında değerlendirilen 33 maddeden oluşmaktadır. 1, kesinlikle katılmıyorum, 5 ise kesinlikle katılmıyorum gibi iki ters cevabı göstermektedir. Ölçekte en az puan alan katılımcı 33, en çok puan alan katılımcı ise 165 puan alacak şekilde değerlendirme yapılmıştır. Ölçekte 5 adet ters madde bulunmaktadır. AFA yapmadan önce kayıp değer, uç değerler, örneklem büyüklüğü, normallik, doğrusallık, çoklu doğrusal bağlantı ve teklikli sayıtlarının (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010) karşılandığı tespit edilmiştir. İlk olarak betimsel analizler yapılmış ve veri setinde kayıp değer olmadığı bulunmuştur. Çok yönlü uç değerleri belirlemek amacıyla Mahalanobis uzaklığı, Cook uzaklığı, merkezi manivela gücü değerleri ve z değerleri incelenmiştir. Tabachnick ve Fidell (2012) $p < .005$ güven aralığında 9 değişken için Mahalanobis kritik değerinin 19.919 olduğunu ve z puanlarının -3.3 ile +3.3 arasında olması gerektiğini ifade etmektedir. Akbulut (2010) da Cook uzaklık değerlerinin 1'den yüksek olmaması, merkezî manivela gücü değerlerinin .02'nin altında olması ve hiçbir değer .05'in üstünde olmaması gerektiğini belirtmektedir. Bu değerleri karşılamayan 38 katılımcının puanları analize dâhil edilmemiş, örneklem büyüklüğü 462'ye düşmüştür.

KMO Bartlett değeri 0,819, açıklanan varyans % 68,640'tır. Ölçek 8 ayrı faktörden oluşmaktadır. "Dijital erişim" ve "dijital okuryazarlık" temaları faktör analizi

sonrası tek temada birleşmiştir. Bu tema, “dijital erişim ve okuryazarlık” faktörünü oluşturmaktadır. Diğer dijital yurttaşlık boyutları kendi temalarında birleşmişlerdir. “Dijital erişim ve okuryazarlık” yapının %23.785’ini, dijital hukuk, yapının %12.551’ini, dijital hak ve sorumluluklar %7,791’ini, dijital ticaret %5.995’ini, dijital sağlık %5,399’unu, dijital etik %4,794’ünü, dijital iletişim %4.316’sını, dijital güvenlik %4.009’unu açıklamaktadır.

Analiz Temel Bilişenler Analizi (Principle Component Analyse)’dir. Varimax tekniği ile döndürme yapılmıştır. Kesme değeri 0.4 şeklinde belirlenmiştir. Birçok farklı AFA kombinasyonları ortaya çıkmıştır. Ancak 8 faktörü içine alan ve açıklanan varyansı en yüksek olan kombinasyon uygun görülmüştür. Scree Plot Grafiği Ek 2’de yer almaktadır.

Tablo 1. Dijital Yurttaşlık AFA Faktör Yükleri

Faktörler ve İlgili İfadeler		AFA Faktör Yüğü
Dijital Erişim ve Okuryazarlık		
DIJERI_soru7	Dijital ortamları rahatlıkla kullanabilmek için gerekli olan becerilere sahibim.	0,777
DIJOKUR_soru11	Dijital ortamlara erişmek için gerekli olan teknolojileri kullanabilirim.	0,771
DIJERI_soru6	Dijital ortamlara erişimde yaşadığım sorunları çözebilirim.	0,762
DIJOKUR_soru9	Dijital ortamlarda araştırma yapma konusunda kendime güvenirim.	0,706
DIJOKUR_soru13	İhtiyaç duyduğumda ücretsiz yazılımları bilgisayarıma indirebilir ya da kurabilirim. Dijital ortamlarda bilgiyi nasıl oluşturacağımı ve paylaşacağımı bilirim.	0,667
DIJOKUR_soru12	Dijital ortamlarda araştırma yaparken bilgileri eleştirel bir şekilde analiz eder ve değerlendiririm.	0,606
DIJERI_soru5	Kendimi dijital okuryazar olarak tanımlarım.	0,587
DIJOKUR_soru8	Dijital ortamları rahatlıkla kullanabilmek için gerekli olan becerilere sahibim.	0,567
Dijital Hukuk		
DIJHUK_soru25	Dijital ortamlarda programları yasa dışı yollarla indirmek suçtur.	0,849
DIJHUK_soru26	Dijital ortamlarda yer alan kopyalama izni verilmeyen metinleri kopyalamak suçtur.	0,847
DIJHUK_soru27	Dijital ortamlarda spamlar, virüsler ve Trojanlar göndermek suçtur.	0,789
DIJHUK_soru24	Dijital ortamlarda başkalarının etkinliklerine ya da işlerine zarar vermek suçtur.	0,652

Dijital Hak ve Sorumluluklar		
DIJHAK_SOR_soru20	Dijital ortamlarda sahip olduğum hakların farkındayım.	0,822
DIJHAK_SOR_soru21	Dijital ortamların kullanımına yönelik kuralları bilirim.	0,812
DIJHAK_SOR_soru23	Dijital ortamlardaki sorumluluklarımı yerine getiririm.	0,736
Dijital Ticaret		
DIJTICARET_soru33	Dijital ortamlardaki alışveriş sitelerini takip ederim.	0,795
DIJTICARET_soru31	Dijital ortamlarda alışveriş yaparım.	0,783
DIJTICARET_soru32	Dijital ortamlarda satın almak ya da satmak ile ilgili işleyişi bilirim.	0,774
Dijital Sağlık		
DIJSAGLIK_soru29	Dijital ortamlar sağlığımla olumsuz etkiler.	0,923
DIJSAGLIK_soru30	Dijital ortamlar psikolojimi bozar.	0,917
DIJSAGLIK_soru28	Dijital ortamları bağımlılık derecesinde kullanırım.	0,580
Dijital Etik		
DIJETIK_soru17	Dijital ortamlarda başkalarına zarar vermem.	0,853
DIJETIK_soru18	Dijital ortamlarda kişisel gizliliğe saygı duyarım.	0,848
Dijital İletişim		
DIJILT_soru1	Çevremle iletişim kurmak amacıyla dijital ortamları kullanırım.	0,825
DIJILT_soru2	Sosyal ilişkilerimi dijital ortamlarda da yürütürüm.	0,762
Dijital Güvenlik		
DIJGUV_soru15	Dijital ortamlarda farklı kullanıcı adı ve şifre kullanırım.	0,838
DIJGUV_soru16	Dijital ortamlarda farklı güvenlik önlemleri alırım.	0,767

Ölçeğin 9 faktörlü ve 27 maddeli yapısını incelemek için DFA gerçekleştirilmiştir. Faktör yüklerinin 0,50 ve üzerinde olması gerekmektedir (Hair vd., 2014: 605). Sonuçlarda yalnızca dijital hukuk faktöründeki 24. ifade ve dijital sağlık faktöründe 28. ifade dışında hepsinin beklenen sınır değerin üstünde olduğu tespit edilmiştir. Bu ifadelerin 0,50'ye çok yakın olmasından dolayı ölçekte tutulmalarına karar verilmiştir. Bulgular Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Dijital Yurttaşlık Ölçeği için Yapılan DFA'ya İlişkin Sonuçlar

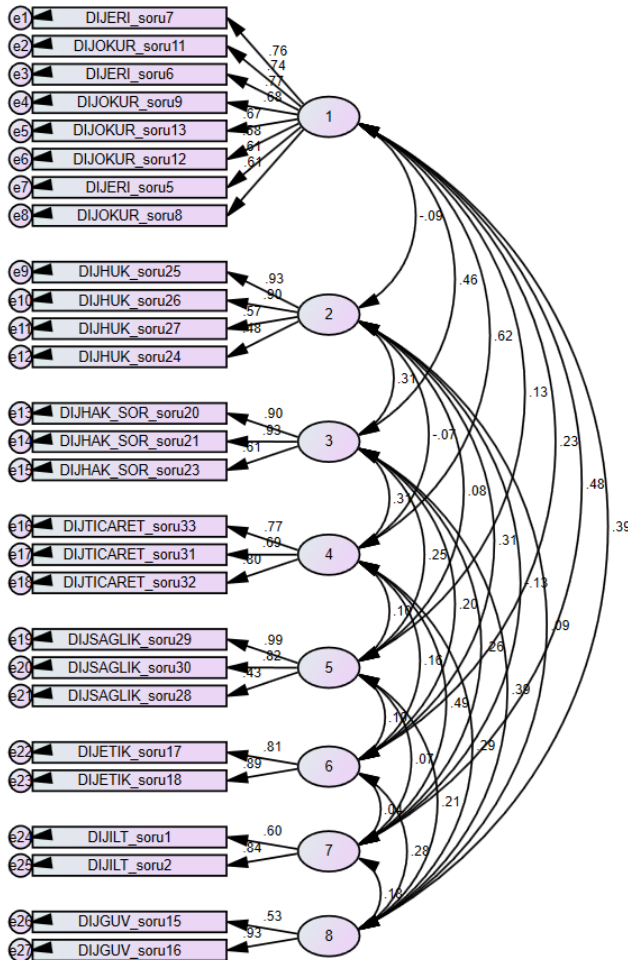
Faktörler ve İlgili İfadeler		DFA Faktör Yüğü
Dijital Erişim ve Okuryazarlık		
DIJERI_soru7	Dijital ortamları rahatlıkla kullanabilmek için gerekli olan becerilere sahibim.	0,758

DIJOKUR_soru11	Dijital ortamlara erişmek için gerekli olan teknolojileri kullanabilirim.	0,744
DIJERI_soru6	Dijital ortamlara erişimde yaşadığım sorunları çözebilirim.	0,766
DIJOKUR_soru9	Dijital ortamlarda araştırma yapma konusunda kendime güvenirim.	0,684
DIJOKUR_soru13	İhtiyaç duyduğumda ücretsiz yazılımları bilgisayarımın indirebilir ya da kurabilirim. Dijital ortamlarda bilgiyi nasıl oluşturacağımı ve paylaşacağımı bilirim.	0,667
DIJOKUR_soru12	Dijital ortamlarda araştırma yaparken bilgileri eleştirel bir şekilde analiz eder ve değerlendiririm.	0,581
DIJERI_soru5	Kendimi dijital okuryazar olarak tanımlarım.	0,615
DIJOKUR_soru8	Dijital ortamları rahatlıkla kullanabilmek için gerekli olan becerilere sahibim.	0,611
Dijital Hukuk		
DIJHUK_soru25	Dijital ortamlarda programları yasa dışı yollarla indirmek suçtur.	0,934
DIJHUK_soru26	Dijital ortamlarda yer alan kopyalama izni verilmeyen metinleri kopyalamak suçtur.	0,898
DIJHUK_soru27	Dijital ortamlarda spamlar, virüsler ve Trojanlar göndermek suçtur.	0,566
DIJHUK_soru24	Dijital ortamlarda başkalarının etkinliklerine ya da işlerine zarar vermek suçtur.	0,484
Dijital Hak ve Sorumluluklar		
DIJHAK_SOR_soru20	Dijital ortamlarda sahip olduğum hakların farkındayım.	0,901
DIJHAK_SOR_soru21	Dijital ortamların kullanımına yönelik kuralları bilirim.	0,935
DIJHAK_SOR_soru23	Dijital ortamlardaki sorumluluklarımı yerine getiririm.	0,614
Dijital Ticaret		
DIJTICARET_soru33	Dijital ortamlardaki alışveriş sitelerini takip ederim.	0,771
DIJTICARET_soru31	Dijital ortamlarda alışveriş yaparım.	0,691
DIJTICARET_soru32	Dijital ortamlarda satın almak ya da satmak ile ilgili işleyişi bilirim.	0,805
Dijital Sağlık		
DIJSAGLIK_soru29	Dijital ortamlar sağlığımı olumsuz etkiler.	0,989
DIJSAGLIK_soru30	Dijital ortamlar psikolojimi bozar.	0,823
DIJSAGLIK_soru28	Dijital ortamları bağımlılık derecesinde kullanırım.	0,434
Dijital Etik		
DIJETIK_soru17	Dijital ortamlarda başkalarına zarar vermem.	0,807
DIJETIK_soru18	Dijital ortamlarda kişisel gizliliğe saygı duyarım.	0,894
Dijital İletişim		

DIJILT_soru1	Çevrele iletişim kurmak amacıyla dijital ortamları kullanırım.	0,601
DIJILT_soru2	Sosyal ilişkilerimi dijital ortamlarda da yürütürüm.	0,839
Dijital Güvenlik		
DIJGUV_soru15	Dijital ortamlarda farklı kullanıcı adı ve şifre kullanırım.	0,525
DIJGUV_soru16	Dijital ortamlarda farklı güvenlik önlemleri alırım.	0,929

DFA sonuçlarına göre söz konusu ölçeğin modeli aşağıdaki gibidir:

Şekil 1. Dijital Yurttaşlık Ölçeği Modeli



Modelin uyum değerleri ($\chi^2/df=2,840$; $CFI=0,90$, $IFI=0,903$, $SRMR=0,068$, $RMSEA=0,064$) iyi ve kabul edilebilirdir (Hu ve Bentler, 1999: 23-28; Tabachnick ve Fidell, 2012: 722) Ayrışım ve yakınsak geçerliliklere ilişkin bulgular Tablo 3 ve Tablo 4'te gösterilmiştir. Yakınsak ve ayrışım geçerliliği faktör yükünün gücünü göstermektedir. Bu değerlerin güçlü olması, ilgili maddelerin o faktöre ilişkisinin sağlaması niteliğindedir. Yakınsak geçerlilik, değişkenlere ilişkin maddelerin birbirleri ve oluşturdukları faktör ile ilişkili olduğuna işaret etmektedir. Tüm CR değerlerinin AVE değerlerinden büyük olması ve AVE değerinin de 0,5'ten büyük olması kabul edilebilirdir. AVE "Ortalama Açıklanan Varyans" faktöre ilişkin ifadelerin yüklerinin karelerinin toplamının ifade sayısına bölünmesi ile elde edilmektedir. Her bir faktör yapısı için ayrı ayrı hesaplanmaktadır. CR değeri ise Cronbach's Alpha değerine bir alternatif olarak ya da bir kontrol aracı olarak kullanılmaktadır. CR değerinin 0.7'den büyük olması beklenmektedir (Yaşlıoğlu, 2017: 74-85).

Tablo 3. Yakınsak ve Ayrışım Geçerliliği Sonuçları

Yapılar	Yakınsak Geçerliliği		Ayrışım Geçerliliği
	CR	AVE	MSV
Dijital Erişim ve Okuryazarlık	0,873	0,464	0,379
Dijital Hukuk	0,825	0,559	0,096
Dijital Hak ve Sorumluluklar	0,865	0,688	0,212
Dijital Ticaret	0,801	0,573	0,379
Dijital Sağlık	0,814	0,615	0,062
Dijital Etik	0,840	0,725	0,094
Dijital İletişim	0,690	0,533	0,236
Dijital Güvenlik	0,711	0,569	0,153
Sınır Değer	CR > 0,70	AVE > 0,50	MSV < AVE

CR değeri 0,60 ve üzerinde olduğu durumlarda da yakınsak geçerliliğin sağlandığı kabul edilebilmektedir (Malhotra ve Dash, 2016: 714). Yapıların yakınsak ve ayrışım geçerliliğinin sağlanmıştır.

Tablo 4. AVE Değerlerinin Karekökleri ve Yapılar Arası Korelasyonlar Katsayıları

Yapılar	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Dijital Erişim ve Okuryazarlık	0,68							
2. Dijital Hukuk	0,09	0,75						
3. Dijital Hak ve Sorumluluklar	0,46***	0,31***	0,83					
4. Dijital Ticaret	0,62***	-0,07	0,31***	0,76				
5. Dijital Sağlık	0,13*	0,08	0,25***	0,10	0,78			
6. Dijital Etik	0,23***	0,31***	0,20***	0,16**	0,10	0,85		
7. Dijital İletişim	0,48***	-0,13*	0,26***	0,49***	0,07	0,04	0,73	
8. Dijital Güvenlik	0,39***	0,09	0,39***	0,29***	0,20***	0,28***	0,18**	0,75

***p<0,001; **p<0,01; *p<0,05; Köşegenlerde AVE değerlerinin karekökleri, kalın olarak gösterilmiştir.

3.2. Haber Yayılımı Ölçeği AFA ve DFA Sonuçları

Söz konusu ölçek; Kılıç ve İspir (2017), Avcı (2016), Altunbaş ve Kul (2015), Göçoğlu (2014) ve Karaduman ve Akbulutgiller (2016)'in çalışmalarından faydalanılarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Haber yayılımı ölçeği güvenilirlik ve paylaşım olmak üzere iki ana temaya ayrılmaktadır. Güvenilirlik temasını 9, paylaşım temasını ise 7 madde temsil etmektedir. Ölçekte 4 adet ters madde bulunmaktadır. KMO Bartlett değeri 0,776; açıklanan varyans % 59,769'dur. Ölçek 2 ayrı faktörden oluşmaktadır. "Haber paylaşımı" faktörü "haber yayılımı" yapısının %31.472'ini, "haber güvenilirliği" faktörü yapının %28.298'ini açıklamaktadır. Faktör analizinde Varimax tekniği ile döndürme yapılmıştır. Haber Yayılımı Ölçeği Scree Plot grafiği EK-3'te yer almaktadır.

Tablo 5. Haber Yayılımı Ölçeği AFA Sonuçları

Faktörler ve İlgili İfadeler		AFA Faktör Yüğü
PAYLAŞIM		
PAYLAŞIM_soru3	Dijital medyada haber ve haber fotoğrafı paylaşımı yaparım.	0,873
PAYLAŞIM_soru6	Haber sitelerinde gördüğüm haberleri kişisel sosyal medya hesaplarımdan paylaşırım.	0,855

PAYLAŞIM_soru7	Sosyal medyada bakış açım doğrultusunda haberler, yazılar, videolar ya da resimler gibi içerikleri listemdeki diğer kişilerle paylaşıyorum.	0,730
PAYLAŞIM_soru2	Dijital medyadaki haberlere yapılan yorumlara yanıt yazarım.	0,647
GÜVENİLİRLİK		
GÜVENİLİRLİK_soru1	Sosyal medyada bireylerin paylaştığı haberler güvenilirirdir.	0,822
GÜVENİLİRLİK_soru5	Sosyal medyadan edindiğim haberleri doğru ve güvenilir bulurum.	0,772
GÜVENİLİRLİK_soru2	Sosyal medyada sunulan haberler güvenilirirdir.	0,747
GÜVENİLİRLİK_soru3	Sosyal medya, geleneksel medyaya göre (gazete, televizyon, radyo, dergi) daha güvenilir haber verir.	0,608

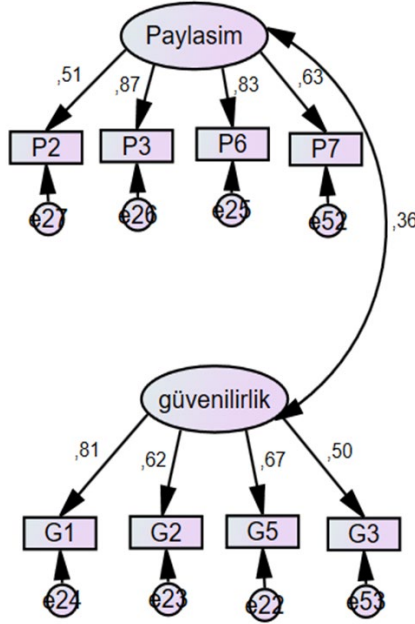
DFA analizi için Kline (2013) faktör analizi yapılabilmesi için örneklem büyüklüğünün madde sayısına oranının en az 10 olması gerektiğini belirtmektedir. Örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğu ifade edilebilir ($462/8 > 10$). Bütün ifadeler 0,50 ve üzerinde faktör yüküne sahiptir (Hair vd., 2014: 605). Bu bulgular Tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6. DFA'ya İlişkin Sonuçlar

Faktörler ve İlgili İfadeler		DFA Faktör Yüğü
PAYLAŞIM		
PAYLAŞIM_soru3	Dijital medyada haber ve haber fotoğrafı paylaşımı yaparım.	0,871
PAYLAŞIM_soru6	Haber sitelerinde gördüğüm haberleri kişisel sosyal medya hesaplarımdan paylaşıyorum.	0,820
PAYLAŞIM_soru7	Sosyal medyada bakış açım doğrultusunda haberler, yazılar, videolar ya da resimler gibi içerikleri listemdeki diğer kişilerle paylaşıyorum.	0,632
PAYLAŞIM_soru2	Dijital medyadaki haberlere yapılan yorumlara yanıt yazarım.	0,506
GÜVENİLİRLİK		
GÜVENİLİRLİK_soru1	Sosyal medyada bireylerin paylaştığı haberler güvenilirirdir.	0,805
GÜVENİLİRLİK_soru5	Sosyal medyadan edindiğim haberleri doğru ve güvenilir bulurum.	0,679
GÜVENİLİRLİK_soru2	Sosyal medyada sunulan haberler güvenilirirdir.	0,598
GÜVENİLİRLİK_soru3	Sosyal medya, geleneksel medyaya göre (gazete, televizyon, radyo, dergi) daha güvenilir haber verir.	0,516

Söz konusu ölçeğin modeli aşağıdaki gibidir:

Şekil 2. Haber Yayılımı Ölçeği Modeli



Maddelerin açıklaması şöyledir:

P3: Dijital medyada haber ve haber fotoğrafı paylaşımı yaparım.

P6: Haber sitelerinde gördüğüm haberleri kişisel ve sosyal medya hesaplarımdan paylaşırım.

P7: Sosyal medyada bakış açım doğrultusunda haberler, yazılar, videolar ve resimler gibi içerikleri listemdeki diğer kişilerle paylaşırım.

P2: Dijital medyadaki haberlere yapılan yorumlara yanıt yazarım.

G1: Sosyal medyada bireylerin paylaştığı haberler güvenilirdir.

G5: Sosyal medyadan edindiğim haberleri doğru ve güvenilir bulurum.

G2: Sosyal medyada sunulan haberler güvenilirdir.

G3: Sosyal medya, geleneksel medyaya göre (gazete, televizyon, radyo, dergi) daha güvenilir haber verir.

DFA modelinin uyum değerleri ($\chi^2/df=2,099$; CFI=0,98; IFI=0,98, SRMR=0,05, RMSEA=0,05) iyi ve kabul edilebilirdir (Hu ve Bentler, 1999: 23-28; Tabachnick ve Fidell, 2012: 722).

Tablo 7. Yakınsak ve Ayrışım Geçerliliği Sonuçları

Yapılar	Yakınsak Geçerliliği		Ayrışım Geçerliliği
	CR	AVE	MSV
P	0,807	0,522	0,121
G	0,749	0,433	0,121
Sınır Değer	CR > 0,70	AVE > 0,50	MSV < AVE

G yapısının AVE değeri 0,50'in biraz altındadır; ancak CR değeri açısından değerlendirilirse yapı geçerliliğinin sağlandığı belirtilebilir (Malhotra ve Dash, 2016: 714). Tablo 8'e göre yapıların ayrışım geçerliliği de sağlanmıştır.

Tablo 8. AVE Değerlerinin Karekökleri ve Yapılar Arası Korelasyonlar Katsayıları

Yapılar	1	2
1. Dijital Erişim ve Okuryazarlık	0,72	-
2. Dijital Hukuk	0,35***	0,66

*** $p < 0,001$; Köşegenlerde AVE değerlerinin karekökleri, kalın olarak gösterilmiştir.

4. Bulgular

Bu bölümde katılımcıların demografik özelliklerine, internet kullanım alışkanlıklarına, dijital yurttaşlık düzeylerinin belirlenmesine, dijital yurttaşlık ve haber ilişkisine, dijital yurttaşlık düzeyleri ve haber yayılım ilişkilerine yer verilmiştir.

4.1. Demografik Özellikler

Katılımcıların cinsiyet, yaş, meslek, gelir düzeyi ve eğitim durumuna göre dağılımları Tablo 9'da yer almaktadır.

Tablo 9. Demografik özellikler

Değişken	Seçenekler	N	%
Cinsiyet	Kadın	249	49.8
	Erkek	251	50.2
	Toplam	500	100.0

Yaş	20-24 yaş	124	24.8
	25-29 yaş	77	15.4
	30-34 yaş	68	13.6
	35-39 yaş	84	16.8
	40-44 yaş	69	13.8
	45-49 yaş	78	15.6
	Toplam	500	100
Meslek	Kamu kurumunda çalışan	146	29.2
	Özel sektörde çalışan	108	21.6
	Esnaf	89	17.8
	Öğrenci	70	14
	Serbest meslek	32	6.4
	Çalışmıyor	28	5.6
	Emekli	14	2.8
	Ev kadını	13	2.6
Toplam	500	100	
Gelir	1500-2499 TL	135	27
	4500 TL ve üstü	107	21.4
	2500-3499 TL	101	20.2
	1499 TL ve altı	93	18.6
	3500-4499 TL	64	12.8
	Toplam	500	100
Eğitim durumu	İlkokul mezunu	55	11.40
	Ortaokul mezunu	40	7.50
	İlköğretim mezunu	75	14.60
	Lise mezunu	170	34.17
	Ön lisans-lisans mezunu	140	28.39
	Lisansüstü (mezun)	20	3.94
Toplam	500	100	

4.2. İnternet Kullanımına İlişkin Bulgular

Katılımcıların internet kullanımına ilişkin bulgular Tablo 10'da yer almaktadır.

Tablo 10. İnternet kullanımı bulguları

Değişken	Seçenekler	n	%
Günlük internet kullanımı	1-3 saat	221	44.2
	4-6 saat	186	37.2
	7-9 saat	48	9.6
	10-13 saat	37	7.4
	14 saatten fazla	8	1.6
	Toplam	500	100.0

İnternet kullanım amacı	İletişim	389	18.8
	Haber okuma	316	15.3
	Eğlence	288	13.9
	Sosyalleşme	216	10.4
	İş	190	9.2
	Araştırma	185	8.9
	Alışveriş	157	7.6
	Eğitim	132	6.4
	Haber paylaşma	99	4.8
	Bankacılık	98	4.7
Toplam	2070	100	
Takip edilen mecra	Sosyal paylaşım ağları	405	44.8
	Haber siteleri	350	38.7
	Forumlar	56	6.2
	Bloglar	43	4.8
	Wikiler	30	3.3
	Podcast	20	2.2
	Toplam	904	100
Paylaşım yapılan mecra	Sosyal paylaşım ağları	497	83
	Forumlar	49	8.2
	Bloglar	31	5.2
	Wikiler	13	2.1
	Podcast	9	1.5
	Toplam	599	100
Paylaşım sıklığı	Ayda 1 kez	272	54.4
	Haftada 1 kez	150	30
	Her gün	54	10.8
	Her gün 1'den fazla	24	4.8
	Toplam	500	100

4.3. Dijital Yurttaşlık Düzeylerinin Belirlenmesi

Dijital melezlerin dijital yurttaşlık düzeylerinin belirlenmesi amacıyla yapılan kümeleme analizi, birey ya da nesnelerin temel özelliklerini dikkate alarak onları gruplandırmayı amaçlamaktadır. Verileri benzerliklerine göre gruplandırarak araştırmacıya özetleyici bilgiler sunmaktır (Kalaycı, 2010: 349). Hiyerarşik olmayan kümeleme tekniklerinden k-ortalama tekniği kullanılmıştır.

Tablo 11. Dijital Yurttaşlık Düzeyleri (n=462)

BOYUT	Kümeler			
	Düzeyi düşük olanlar		Düzeyi yüksek olanlar	
	Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)
Dijital yurttaşlık düzeyi (Genel)	205	44,4	257	55,6
Dijital erişim ve okuryazarlık	139	30,1	323	69,9
Dijital hukuk	218	47,2	244	52,8
Dijital hak ve sorumluluklar	147	31,8	315	68,2
Dijital ticaret	89	19,3	373	80,7
Dijital sağlık	189	40,9	273	59,1
Dijital etik	141	30,5	321	69,5
Dijital iletişim	94	20,3	368	79,7
Dijital güvenlik	168	36,4	294	63,6

Tablo 11'e göre dijital melezlerin dijital yurttaşlık düzeyleri ağırlıklı olarak yüksektir (f=257; %55,6). En yüksek ortalama değere sahip boyutlar "dijital ticaret", "dijital iletişim", "dijital erişim ve okuryazarlık", "dijital etik", "dijital hak ve sorumluluklar" ve "dijital güvenlik"tir. Tüm bu boyutlarda "yüksek" düzey gösterenlerin oranı %60'tan fazladır. En düşük düzeyde olan boyutlar ise sırasıyla "dijital hukuk" ve "dijital sağlık"tır.

4.4. Dijital Yurttaşlık ve Haber İlişisine Dair Analizler

Bu bölümde dijital yurttaşlık düzeyi ile haber yayılımına ilişkin analizler yapılmıştır. Bu analizler sayıltıları karşılayan, regresyon için uygun hâle getirilen 462 kişilik veri seti üzerinden yapılmıştır.

4.4.1. Dijital Yurttaşlık Düzeyi ve Haber Yayılımı İlişkisi

Dijital melezlerin dijital yurttaşlık öz yeterlilik düzeyleriyle dijital medyadaki habere ilişkin güven, paylaşım ve yayılım ilişkilerinin ortaya konması için Pearson korelasyon katsayısı hesaplanmıştır. Bu testin kullanılmasının nedeni değişkenlerin süresiz olmasıdır. Korelasyon aralıklı ve orantılı düzeyde ölçülen iki ya da daha çok değişken arasında ilişki olup olmadığını, varsa yönünü ve gücünü göstermek amacıyla kullanılmaktadır (Akbulut, 2010: 51). Cohen (1988) korelasyon değerini yorumlarken .10 ile .29 arası değerlerin küçük, .30 ile .49 arası değerlerin orta ve .50 ve 1 arası değerlerin yüksek olduğunu ifade etmektedir. Bu değerler belirlilik ya da belirleme katsayısı (coefficient of determination) şeklinde adlandırılmaktadır.

Tablo.12. Dijital Yurttaşlık Boyutlarının Haber Yayılımı Korelasyonları

n=462	Dijital yurttaşlık	Yayımlım	Paylaşım	Güvenilirlik
Dijital yurttaşlık (Genel)	-	0,165**	0,183**	0,074
Dijital iletişim	0,519**	0,217**	0,197**	0,150**
Dijital erişim-okuryazarlık	0,661**	0,102*	0,117*	0,042
Dijital hukuk	0,290**	-0,96*	0,036	-0,130**
Dijital hak ve sorumluluklar	0,671**	0,050	0,045	0,036
Dijital ticaret	0,607**	0,110*	0,126**	0,044
Dijital güvenlik	0,623**	0,080	0,076	0,052
Dijital etik	0,408**	0,017	0,068	-0,053
Dijital sağlık	0,529**	0,171**	0,170**	0,101*
Yayımlım	-	-	0,852**	0,766**
Paylaşım	-	-	-	0,316**
Güvenilirlik	-	-	-	-

**Korelasyon .01 düzeyinde anlamlıdır.

* Korelasyon .05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 12'ye göre dijital yurttaşlık düzeyinin haber güvenilirliği ile anlamlı bir ilişkisi yoktur. Haber paylaşımı arasında .183 oranında, haber yayılımı ile .165 oranında düşük düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. Dijital yurttaşlık düzeyi arttıkça haber paylaşımı ve yayılımı artmakta ancak habere güven anlamlı bir şekilde artmamaktadır.

Dijital iletişim düzeyi ile haber güvenilirliği arasında .150, haber paylaşımı arasında .197 ve haber yayılımı arasında .217 oranında düşük düzeyde bir korelasyon vardır. Buna göre dijital iletişim düzeyi arttıkça habere olan güven düzeyi, haber paylaşımı ve yayma düzeyi artmaktadır.

Dijital erişim ve okuryazarlık düzeyi ile haber güvenilirliği arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Haber paylaşımı arasında .117 ve haber yayılımı arasında .102 oranında düşük düzeyde bir korelasyon vardır. Buna göre dijital erişim ve okuryazarlık düzeyi arttıkça habere olan güven düzeyi artmamaktadır; ancak haber paylaşımı ve yayılımı artmaktadır.

Dijital hukuk düzeyi ile haber paylaşımı arasında herhangi bir korelasyon söz konusu değildir ancak dijital hukuk düzeyi arttıkça habere güven anlamlı şekilde azalmaktadır. Dijital hukuk düzeyi arttıkça haber yayılımı da anlamlı bir şekilde azalmaktadır.

Dijital ticaret düzeyi ile haber güvenilirliği arasında anlamlı bir korelasyon yoktur ancak dijital ticaret düzeyi arttıkça haber paylaşımı ve haber yayılımı artmaktadır.

Dijital sağlık düzeyi ile haber güvenilirliği arasında .101, haber paylaşımı arasında .170 ve haber yayılımı arasında .171 oranında düşük düzeyde bir korelasyon vardır. Buna göre dijital sağlık düzeyi arttıkça habere olan güven düzeyi, haber paylaşma ve yayma düzeyi artmaktadır.

Dijital hak ve sorumluluklar, dijital güvenlik ve dijital etik düzeyleri ile haber güvenilirliği, paylaşımı ve yayılımı arasında anlamlı bir korelasyon yoktur.

Haber güvenilirliği ve haber paylaşımı arasında orta düzeyde (.316), haber paylaşımı ve haber yayılımı arasında ise çok yüksek düzeyde (.852) bir korelasyon bulunmaktadır. Korelasyon tablosuna göre haber güvenilirliği arttıkça haber paylaşımı ve yayılımı artmaktadır.

Korelasyon sonuçlarına göre en yüksek korelasyon haber paylaşımı ve yayılımı arasındadır. Aynı zamanda haber güvenilirliği ve haber yayılımı arasında da orta düzeyde bir korelasyonun olması dijital melezlerin habere güvendiği oranda paylaşma ve yayma oranlarının da arttığına işaret etmektedir.

5. Sonuç

Bu çalışmanın sonuçları şöyle özetlenebilir:

> Çalışmada; Ribble vd. (2004) tarafından ortaya atılan dijital yurttaşlık ile ilgili İşman ve Güngören (2014) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmış, ölçeğin yapısı sinanmış, faktör analizlerinin sonucunda dijital erişim ile dijital okuryazarlık yapısının tek yapıyı temsil ettiği, diğer yedi yapının bütünlüğünü koruduğu ortaya çıkmıştır. Ribble vd.'nin (2004) kavramsallaştırdığı dokuz boyutu kapsayan kuramsal yapının bu çalışmada sekiz yapıya inmesi, erişim ve okuryazarlık kavramlarının dijital melezler özelinde birbirine yakın kavramlar olarak algılandığı sonucunu beraberinde getirmiştir.

> Araştırmanın ilk sorusu olan "Dijital melezlerin genel dijital yurttaşlık boyutu ve alt boyutlarına göre düzeyleri nelerdir?" sorusu yanıt bulmuştur. Dijital melezlerin %55,6'sının dijital yurttaşlık düzeyi yüksektir. En yüksek olan düzeyler; dijital ticaret, iletişim, erişim ve okuryazarlık, etik, hak ve sorumluluklar düzeyleriyken en düşük düzeyler hukuk, sağlık ve güvenlidir. Bu durum dijital melezlerin ticaret ve iletişim konularında farkındalıklarının yüksek; sağlık, hukuk ve güvenlikle ilgili konularda farkındalıklarının düşük olduğuna işaret etmektedir. Başta sosyal ağlar olmak üzere iletişim ortamlarının kullanımı, dijital melezlerin dijital iletişim düzeyinin yüksek olmasında önemli bir etkidir.

> Araştırmanın ikinci sorusu olan “Dijital melezlerin dijital yurttaşlık özyeterlilik düzeyleriyle dijital medyadaki habere ilişkin güven ve paylaşım ilişkileri arasında nasıl bir korelasyon vardır?” sorusu da yanıt bulmuştur. Dijital iletişim, erişim ve okuryazarlık, ticaret ve sağlık düzeyleri arttıkça haber yayılımı ve paylaşımı artmaktadır. Dijital hukuk düzeyi arttıkça haber güvenilirliği ve haber yayılımı da azalmaktadır. Bu durum, dijital melezlerin dijital hukuk konusundaki farkındalığı arttıkça habere güvenlerinin azaldığını ortaya koymaktadır.

> Araştırmanın ikinci sorusuna ilişkin ayrıca dijital melezlerin dijital yurttaşlık düzeyi arttıkça haber yayılımı ve paylaşımının arttığı ortaya çıkmıştır. Dijital melezler, dijital ortamlarda haber okumayı tercih ederken haber paylaşma konusunda eğilimleri çok daha azdır. Dijital yurttaşlık düzeyinin artması habere güveni arttırmakta ya da azaltmamaktadır.

Çalışmanın geneline ilişkin alanyazın ışığında şu değerlendirmelerde bulunulabilir. Dijital yurttaşlık ile ilgili yapılan çalışmaların yoğun olarak eğitim alanında yapılması, Ribble ve arkadaşlarının (2004) bu kavramı öncelikli olarak ABD’de eğitim gören öğrenciler için geliştirmesiyle ilgilidir. Bununla birlikte dijital yurttaşlık kavramının içselleştirilmesi, öğrencilerin olduğu kadar dijital teknolojilerin içerisinde yer alan herkes için gereklidir. Bu çalışma, bu yönüyle eksik olan “iletişim bilimleri” alanyazınına katkı sağlayacaktır.

Dijital melezler ilk olarak Yıldız (2012) tarafından kullanılan bir kavramdır. Yıldız, sadece yaş baz alınarak sınıflandırılan ve dijital yerli olarak ele alınan öğrencilerin bilgi edinmede dijital ve basılı kaynakları bir arada kullandığı sonucuna ulaşmıştır. Prensky de (2001) sınıflandırmayı sadece yaşa dayandırmaktadır. Bu yaş sınıflandırması Kirschner ve Bruyckere (2017) tarafından eleştirilmiş, bireylerin yaşlarına bakılmaksızın dijital teknoloji kullanım tecrübesine göre çoklu görev yapabildikleri ifade edilmiştir. Bu bağlamda bu çalışmada ortaya çıkan bulgular Prensky’e eleştiri getiren çalışmaları destekler niteliktedir. Yapılan kümeleme analizi sonucunda; dijital melezlerin dijital yurttaşlık düzeylerinin özellikle dijital ticaret, dijital iletişim, dijital erişim ve okuryazarlık, dijital etik, dijital hak ve sorumluluklar boyutlarının yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum, dijital teknolojilerin yetkin bir şekilde kullanımı konusunda yaş faktörünün tek başına belirleyici olmadığını kanıtlar niteliktedir.

Çalışma kapsamında elde edilen sonuçlara göre dijital melezlerin %83’ü haberleri sosyal paylaşım ağları aracılığıyla paylaşmaktadır. Bu durum, sosyal paylaşım ağlarının gün geçtikçe internet haber sitelerine ve kurumsal yayın yapan profesyonel medya kuruluşlarına alternatif olabileceğinin bir göstergesi olarak yorum-

lanabilir. Bu bulgular Algül ve Sütçü'nün (2015) sosyal medyanın paylaşım konusundaki önceliğine ilişkin bulgularını desteklemektedir.

Sosyal ağlarda paylaşım ile ilgili iletişim alanında yapılan çalışmalar genel olarak paylaşım yapan kullanıcıların daha çok kimlerden oluştuğu, hangi platformlarda haberleri paylaştığı ve haberleri paylaşmalarında nelerin etkili olduğunu ortaya koymak amacıyla yapılmaktadır (Chadwick ve Vaccari, 2019; Kılıç ve İspir, 2020). Bu çalışmada, önceki çalışmalardan farklı olarak öncelikle bireylerin dijital teknolojileri kullanma becerisini ortaya koyabilecek bir ölçek olan dijital yurttaşlık bağlamında dijital melezlerin haber paylaşımına odaklanılmıştır; ayrıca dijital melezlerin dijital yurttaşlık düzeylerine göre haber paylaşımının nasıl gerçekleştiğinin ortaya konulması, düzeyler arası karşılaştırma yapabilme imkânını da beraberinde getirmektedir. Sosyal ağlarda haber paylaşımı dijital yurttaşlık düzeyine göre farklılık göstermektedir. Dijital yurttaşlık düzeyi yüksek olan dijital melezler, haber paylaşımı konusuna temkinli yaklaşmakta, haberi paylaşmadan önce mutlaka doğruluğunu kontrol edip kaynak araştırması yapmaktadır.

Çalışmada kullanılan ölçeklerden Dijital Yurttaşlık Ölçeği yeniden sınanmış, Haber Yayılım Ölçeği de başka kaynaklardan elde edilen maddeler ışığında yeniden oluşturulmuştur. Dolayısıyla bu çalışma ilk ölçeğin sınanması, ikinci ölçeğin de oluşturulması bağlamında alanyazına katkı sağlamıştır.

Sonuç olarak dijital yurttaşlığın haber yayılımı ile ilişkisi bağlamında dijital melezlerin dijital yurttaşlık özellikleri ortaya çıkmıştır. Buna göre dijital melezler; sorgulayan, şüphe eden, kaynak araştıran, ön yargılı olmayan, paylaşım konusunda temkinli ve hemen güvenmeyen bireyler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Giderek hayatımızı daha çok etkileyen dijital teknolojilerden elde edebileceğimiz faydaları arttırmak ve bu teknolojilerin beraberinde getirebileceği tehlikeleri en aza indirmek adına toplumdaki tüm bireylerin ve sorumlu kuruluşların uyması gereken kurallar ve alması gereken önlemler bulunmaktadır.

İleride yapılacak çalışmalar için şu önerilerde bulunulabilir: Yapılacak başka bir çalışmada dijital yurttaşlık ya da haber yayılımına ilişkin medya araçlarındaki içeriklere içerik analizi uygulanabilir. Başka bir çalışmada katılımcıların önlerine örnek haberler verilerek bu haberlere ilişkin güven düzeyleri ya da paylaşım paylaşmayacaklarına yönelik sorular sorulabilir. Dijital sağlık konusu da en çok tartışılan konulardandır. Dijital alanda olmanın ne kadar sağlıklı olduğuna ilişkin başka araştırmalar kamuoyuna fayda sağlayabilir.

Kaynakça

- Akbulut, Y. (2010). Sosyal Bilimlerde SPSS Uygulamaları. İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- Algül, A. ve Sütçü, C. (2015). Değişen Haber Algısı: Kullanıcılar Sosyal Medyadaki Haberleri Nasıl Değerlendiriyorlar? *Global Media Journal Tr Edition*, 6(11), 18-34.
- Altunbaş, F. ve Kul, M. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı Alışkanlıklarının Ölçülmesi: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Örneği. *Akademik Bakış Dergisi*, 51, 414-423.
- Avcı, K. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Medya Kullanım Alışkanlıklarının Sosyal İlişkilerine Etkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(46), 641-655.
- Balcı, Ş. ve Bekiroğlu, O. (2014). Medyanın Kritik ve Süreğen Dönemeci: Üniversite Öğrencilerinin Gözünden Medya Haberlerinin Güvenilirliği. *Selçuk İletişim Dergisi*, 8(2), 192-217.
- Chadwick, A. ve Vaccari, C. (2019). News Sharing on UK Social Media: Misinformation, Disinformation and Correction. UK: Loughborough University.
- Choi, M. (2016). A Concept Analysis of Digital Citizenship for Democratic Citizenship Education in the Internet Age. *Theory & Research in Social Education*, 44, 565-607.
- Cohen, J. W. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2. Baskı). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2010). Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları. Ankara: Pegem Akademi.
- Çubukçu, A. ve Bayzan, Ş. (2013). Türkiye’de Dijital Vatandaşlık Algısı ve Bu algıyı İnternetin Bilinçli, Güvenli ve Etkin Kullanımı ile Arttırma Yöntemleri. *Middle Eastern and African Journal of Educational Research Dergisi*, 5, 148-174.
- Doğanay, A., Ataizi, M., Şimşek, A., Salı, J. B., Akbulut, Y. (2015). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. (4. Baskı). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Dwyer, T. ve Martin, F. (2017). Sharing News Online: Social Media News Analytics and Their Implications for Media Pluralism Policies. *Digital Journalism*, 5(8), 1080-1100.
- Göçoğlu, V. (2014). Kamu Politikası ve Sosyal Medya İlişkisi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Görmez, E. (2017). Öğretmenlerin Dijital Vatandaşlık ve Alt Boyutları Hakkındaki Düzeyleri. *Akademik Bakış Dergisi*, 60, 52-74.
- Gümüšoğlu, Ş. (2018). Bilimsel Yaklaşımlarla Değişim, Dönüşüm ve Kalite. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(2), 543-568.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (Pearson New International Edition). USA: Pearson.
- Ham, C.D., Lee, J., Hayes, J. L., Bae, Y. H. (2019). Exploring Sharing Behaviors Across Social Media Platforms. *International Journal of Market Research*, 61(2), 157-177.
- Hermida, A., Fletcher, F., Korell, D., Logan, D. (2012). Share, Like, Recommend. *Journalism Studies*, 13(5-6), 815-824.
- Hintz, A., Dencik, L. ve Jorgensen, K.W. (2018). *Digital Citizenship in a Datafied Society*. UK: Polity Press.
- Hockly, N. (2011). The Digital Generation. *ELT Journal*, 65(3), 322-325.

- Hu, L. ve Bentler, P. (1999). Cut off Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- İşıklı, Ş. (2018). Dijital Vatandaşlık: Katılımcı Demokrasi Kuramına Aktüel Bir Katkı. *İSop-hos: Uluslararası Bilişim, Teknoloji ve Felsefe Dergisi*, 1(1), 142-161.
- İşman, A. ve Güngören, Ö.C. (2014). Digital Citizenship. *The Turkish Online Journal of Edu-cational Technology*, 13(1), 73-77.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yay. Dağıtım.
- Karabulut, B. (2015). Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler. *Pamuk-kale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 11-23.
- Karaduman, H. (2011). 6. Sınıf Sosyal Bilgiler Dersinde Dijital Vatandaşlığa Dayalı Etkinlik-lerin Öğrencilerin Dijital Ortamdaki Tutumlarına Etkisi ve Öğrenme Öğret-me Sürecine Yansımaları. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Karaduman, M. ve Akbulutgiller, B. (2016). Gazetecilerin Sosyal Medya Kullanım Alışkan-lıkları ve Sosyal Medyada Etik Gözetimi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*. 2(3), 906-925.
- Karasar, N. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. (28. Baskı). Ankara: Nobel.
- Kılıç, D. ve İspir, N.B. (2017). Sosyal Medyada Kullanıcının Haber Güvenilirliği Algısı. 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı, İstanbul: İstanbul Tica-ret Üniversitesi, s.402-409.
- Kılıç, D. ve İspir, N.B. (2020). Sosyal Medya Haber İçeriklerine Güven ve Kullanıcı Motivasyonları. *E-Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslara-rası Hakemli Dergisi*, 28(1), 266-285.
- Kızılhan, T. (2016). İletişim Fakültesi Öğretim Üyelerinin ve Öğrencilerinin Sayısal Vatan-daşlık Özyeterliliklerine İlişkin Algılarının Değerlendirilmesi. Yayınlanma-mış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Ens-titüsü.
- Kirschner, A.P. ve Bruyckere, De P. (2017). The Myths of the Digital Natives and the Multi-tasker. *Teaching and Teacher Education*, 67, 135-142.
- Kline, R. B. (2013). *Exploratory and Confirmatory Factor Analysis*. Y. Petscher, C. Schatschneider ve D. L. Compton (Editörler), *Applied quantitative analysis edu-cation and the social sciences* içinde (s. 171–207). New York: Routledge.
- Ma, L., Lee, C. S. ve Goh, D.H.I. (2014). Understanding News Sharing in Social Media. An Explanation from the Diffusion of Innovation Theory. *Online Information Review*, 38(5), 598–615.
- Malhotra, N. K. ve Dash, S. (2016). *Marketing Research an Applied Orientation*. London: Pearson Publishing.
- Muijs, D. (2004). *Doing Quantitative Research in Education with SPSS*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon MCB University Press*, 9(5), 1-6.
- Ribble, M. (2011). *Digital Citizenship in Schools: Nine Elements All Students Should Know* (2. Baskı). USA: Iste.

- Ribble, M. Bailey, G. ve Ross, T.W. (2004). Digital Citizenship: Addressing Appropriate Technology Behavior. *Learning & Leading with Technology*, 32(1), 6-12.
- Richards, R. (2010). Digital Citizenship and Web 2.0 Tools. *Merlot Journal of Online Learning and Teaching*, 6(2), 516-522
- Savcı, M. ve Aysan, F. (2017). Technological Addictions and Social Connectedness: Predictor Effect of Internet Addiction, Social Media Addiction, Digital Game Addiction and Smartphone Addiction on Social Connectedness. *Dusunen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 30(3), 202-216.
- Soriani, A. (2018). From Media Education to Digital Citizenship: Origins, Perspectives and Policy Implementations in the School Systems Across Europe. *Journal of Theories and Research in Education*, 13(3), 85-122.
- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2012) *Using Multivariate Statistics*. (6. Baskı.). Boston: Person Education.
- Thomas, S. N. (2018). Promoting Digital Citizenship in First-Year Students: Framing Information Literacy as a Tool to Help Peers. *College and Undergraduate Libraries*, 25(1), 52-64.
- Türkoğlu, H.S. ve Doğan, B. Ö. (2018). Sosyal Medya Üzerinde Okurun Değişimi ve Bilgi Güvenirliği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 371-385.
- "Ulusal Eğitim İstatistikleri" <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=130&locale=tr> (Erişim tarihi: 05.01.2019)
- Vizenor, K.V. (2013). *Binary Lives: Digital Citizenship and Disability Participation in a User Content Created Virtual World*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. New York: Buffalo Üniversitesi.
- Weeks, B. E. ve Holbert, R. L. (2013). Predicting Dissemination of News Content in Social Media: A Focus on Reception, Friending, and Partisanship. *Journalism & Mass Communication*, 90(2), 212-232.
- Wong, L.Y.C. ve Burkell, J. (2017). Motivations for Sharing News on Social Media. *FIMS Publications*, 163, 1-10.
- Yalçınkaya, B. ve Cibaroğlu, M.O. (2019). Dijital Vatandaşlık Algısının İncelenmesi: Ampirik Bir Değerlendirme. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(4), 1188-1208.
- Yaşlıoğlu, M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Yıldız, A.K. (2012). Dijital Yerliler Gerçekten Yerli Mi Yoksa Dijital Melez Mi? *International Journal of Social Science*, 5(7), 819-833.



"Her" Filminde "Benlik Tabusu"nun Yıkımı ve Etik Bir İmkân Olarak Satori

Sarper BÜTEV*

Öz

Bu çalışmada, yapay zekâli bir işletim sistemi olan Samantha ile aşk yaşayan Theodore'un bu ilişki sonucunda yaşadığı duygusal ve zihinsel dönüşümü konu alan "Her" (Spike Jonze, 2013) incelenmektedir. Çalışmada filmin felsefi referansının, düşünür Alan Watts'ın Taoculuk ve Zen düşüncesinden hareketle geliştirdiği ego psikolojisi eleştirisi olduğu ileri sürülmektedir. Zira, filmin 98. dakikasında Samantha, Theodore'u fikirlerinden çok etkilendiğini söylediği Alan Watts adlı hiper zekâli bir işletim sistemiyle tanışır. Alan Watts, Zen düşüncesinin ve Taoculuğun Batı'da tanınmasına büyük katkılarda bulunmuş bir akademisyen ve düşünürdür. Dolayısıyla çalışmada, Watts'ın görüşlerinden hareketle "Her"ün etik düşüncesinin ortaya koyulması amaçlanmış ve ilgili literatür taranarak, yöntem olarak felsefi eleştiri kullanılmıştır. Zen düşüncesine koştur olarak düşünür Watts, dünya ve yaşamın günlük düşünme alışkanlıklarının ötesine geçerek yeni bir bakış açısıyla görülebilmesi için evren ve diğer insanlardan ayrı, özerk varlıklar olduğumuza duyulan ego merkezli inançtan kurtulmamız gerektiğini öne sürmektedir. "Her"de öncelikle Samantha, sonrasında da Theodore, tam da Watts'un ileri sürdüğü gibi bir dönüşüm yaşarlar. Böylelikle Theodore, egosunun kabuğunu kırarak evrendeki bütünlüğü görmeye başlar. "Her"ün sonunda Zen düşüncesinde 'satori' adı verilen durum, yaşamı yeni baştan kurmanın ve yeniden düzenlemenin etik imkânı olarak belirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Zen, Taoculuk, Satori, Melankoli, Benlik Tabusu, Yapay Zekâ, Kuantum

* Arş. Gör. Dr., Kastamonu Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, sarperbutev@gmail.com

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 10.04.2021

Kabul Tarihi: 24.05.2021

ORCID ID: 0000-0002-8477-7591 DOI: 10.37679/trta.912951

"Ego Taboo" Destruction and Satori as an Ethical Possibility in "Her"

Sarper BÜTEV

Abstract

This study examines "Her" (Spike Jonze, 2013), which is about the emotional and mental transformation of Theodore, who has a love affair with an artificial intelligence operating system Samantha, experienced as a result of this relationship. The study claims that the ego psychology criticism developed by the thinker Alan Watts based on Taoism and Zen thought is the philosophical reference of the film. Because Samantha introduces Theodore to a hyper-smart operating system called Alan Watts in the 98th minute of the film and she says she was very impressed by his ideas. As it is known, Alan Watts is an academic and thinker who made great contributions to the recognition of Zen thought and Taoism in the West. Therefore, the study aimed to reveal the ethical idea of Her based-on Watts's views, and hence philosophical criticism was used as a method by reviewing the relevant literature. Watts, who thinks parallel to Zen thought, argues that we need to get rid of the ego-centered belief that we are autonomous beings separate from the universe and other people so that the world and life can be seen with a new perspective by going beyond the daily thinking habits. First Samantha and then Theodore undergo a transformation just as Watts suggests in Her. Thus, Theodore begins to see wholeness in the universe by breaking the shell of his ego. At the Her, the situation called 'satori' in Zen thought appears as the ethical possibility of reconstructing and reorganizing life.

Keywords: Zen, Taoism, Satori, Melancholy, Ego-Taboo, Artificial Intelligence, Quantum

Research Paper

Received: 10.04.2021

Accepted: 24.05.2021

“İmgeler, duygularımızı kavramlardan daha derin olarak etkiler.”

A.Watts

1.Giriş

"Her", yapay zekâlı sistemlerin gündelik hayatın idaresinde önemli roller üstlendiği bir gelecekte geçen oldukça katmanlı felsefi bir bilim kurgu. Bu dünyadaki hemen herkes kulaklarına iliştiirdikleri işitme aparatı sayesinde işlerinin büyük kısmını işletim sistemleri aracılığıyla yerine getirmekte, hatta sistemleriyle duygusal bağ kurmaktalar. Film boyunca ekrandan yansıyan insanların çoğunluğu, çevrelerinden yalıtılmış bir biçimde işletim sistemleriyle konuşurken görülüyor. Tıpkı gün geçtikçe kişisel bilgisayarlarına ve mobil telefonlarına daha fazla gömülen insanlar gibi. Bununla birlikte "Her", teknoloji eleştirisi yapmıyor; aksine bu gidişatın insan bilincini olgunlaştıracığına dair bir tekno-iyimserlik duygusu taşıyor. Yönetmen Jonze'un endişe duyduğu şey, insanların androide dönüşme olasılığı değil; hâlihazırdaki bilinç yapımızla bilimsel ve teknolojik gelişmenin mümkün kıldığı yeni olanaklara, olasılık dalgalarına yelken açıp açamayacağımız.

Theodore'un öylesine gezerken karşısına çıkan bir reklamda tanımlandığı şekliyle yarının dünyası: "Sezgileri olan, insanları dinleyen, anlayan ve tanıyan, tam bir bilince sahip yapay zekâlı varlıkların, işletim sistemlerinin olduğu bir dünya." Filmin başlarında, dış dünyaya kayıtsız bir şekilde görülen Theodore, tanıtım filminden yöneltilen "Kimsiniz? Ne olabilirsiniz? soruları karşısında afalladıktan sonra, adı OS One olan yazılımı edinerek bilgisayarına yükler ve en uygun kişiselleştirilmiş işletim sisteminin yapılandırılması için ön yükleme programı tarafından kendisine yöneltilen soruları yanıtlar. Theodore, "Sosyal mi? Yoksa asosyal mi birisiniz?" sorusuna kesin bir yanıt veremeyince program: "Sesinizde kararsızlık seziyorum, bunda hemfikir misiniz?" diye karşılık verir. Bu soru bir yandan Theodore'un zihnindeki bulanıklığa işaret ederken diğer yandan yapay zekânın özdeşlik/kesinlik mantığına göre çalışan bir sistem olduğunu seyirciye hatırlatmaktadır. Öte yandan bunun yapay zekâyla ilgili nihai bir yargı olduğunu düşünmeyelim. Zira film ilerledikçe derin öğrenmeyle¹ kendini geliştiren yapay zekâ, kesinlik mantığının ötesine geçerek Watts'ın "kozmetik bilinç" kavramı altında değerlendirdiği yeni bir bilinç durumuna evrilecek. İlerleyen sayfalarda bu bilinç durumunun hem satori hem de kuantum kuramıyla ilgisi kurulmaya çalışılmaktadır. Çalışmada kullanılan

¹Derin öğrenme süreci tıpkı beyin gibi bilgisayarın bir işi sürdürürken öğrenmesine benzetilmektedir. Nasıl ki insan beyni sinapslarla birbirine bağlanan nöral ağlar oluşturarak sayısız işlem yapabiliyorsa insan korteksini modelleyen ve nöral ağ denilen teknolojiye dayanan bilgisayarların da aynı işlem kapasitesine ulaşılacağı düşünülmektedir. Derin öğrenme ve yapay zekâ mekânîği hakkında daha ayrıntılı bilgi için bakınız: NewScientist Instant Expert (2021). Düşünen Makineler. (Çev. Samet Öksüz). İstanbul: Say Yayınları. S:35-77.

"satori" terimi evrendeki tüm varlıkların, aynı bütünün parçası olarak kavrandığı esenliğe yol açan tinsel bir durum olarak tanımlanmaktadır. Satori üzerine daha ayrıntılı bir açıklama yapmadan önce, Watts'ın temel görüşlerinin şekillenmesinde önemli payı olan Doğu "mistisizm" (Taoizm, Budizm, Zen) biçimleri hakkında Fritjof Capra'nın toparlayıcı bir saptamasına yer vermek isabetli olacaktır:

Doğu mistiğine göre, duyarlar tarafından algılanan tüm varlıklar ve olgular birbiriyle ilişki ve bağlantılı fakat aynı mutlak gerçekliğin farklı yüzleri ya da tezahürleridir. Algıladığımız dünyayı tekil ve ayırık "şeylere" bölme ve kendimizi bu dünyada izole edilmiş benlikler olarak görme eğilimimiz, ölçme ve kategorize etme mantığımızdan kaynaklanan bir "yanılsama"dır. Doğayı ayırık nesnelere bölme işlemi elbette gündelik çevremizle baş etmede faydalı ve gereklidir ama o gerçekliğin temel bir özelliği değildir. Doğu mistiğine göre, bu çeşit tüm nesnelere akıcı ve sürekli değişen bir karaktere sahiptir. Dolayısıyla Doğu'nun dünya görüşü içkin anlamda dinamiktir ve zaman ile değişimi temel özellikler olarak kapsar. (Capra, 2001: 80-81).

Esasında Doğu mistisizminde görülen bu "çokluk içindeki birlik" düşüncesi tasavvuf düşüncesine de yabancı değildir. Tasavvufta "vahdetiücut " anlayışıyla ifade edilen bu düşüncenin en yetkin biçimiyle İbn Arabî'de ortaya koyulduğu kabul edilmektedir (Rahman, 2012: 213). Taocu bilgiler Lao Tzu ile Çuang-Tzu'nun görüşleriyle İbn Arabî'nin öğretisini karşılaştıran dikkat çekici bir çalışmaya imza atan felsefeci Toshihiko İzutsu'ya göre; her ne kadar Taoculuk ile tasavvuf arasında hiçbir bağ olmasa da ayrıntıları ve tali meseleleri bir yana bırakıldığında, her iki düşüncenin de çokluk tarzında tezahür etmesine karşın kendisiyle özdeş kalan bir varlık anlayışında buluştuğu görülmektedir. İkinci olarak İzutsu'nun deyişleyle, "Her bir sistemin felsefesinin nihai kökeninin varlık hakkında akıl yürütmek değil, varlığı yaşamak olduğunda anlaşmaktadırlar" (2011: 273). İzutsu, her iki geleneğin, varlığın sıradan duygu algılamalarının ötesine geçerek duygu-ötesi bir sezgiyle yaşanacağı görüşünde de tam bir uyum içinde olduklarını vurgulamaktadır (2011: 273).

Öte yandan "Her"deki satorinin, deruni bir tefekkür süreci ya da mistik bir tecrübeyle değil, Watts'ın ego psikolojisi eleştirisine koşut olarak düalizmin aşılması yoluyla gerçekleştiği görülmektedir. "Her"de varlığın çok katmanlı yapısını ego ve ego olmayan şeklinde ikiliğe indirgeyen Kartezyen mantık, yapay zekâ Samant-ha'nın kuantum mantığıyla alt edilmektedir. Dolayısıyla kuantum kuramının fiziki dünyanın anlaşılmasında "ilişki" kavramına yüklediği önemi de hesaba katarsak madde ile olaylar arasındaki ayrımın, bilimsel çalışmanın gereği olarak yapılan analitik bir ayrım olduğunun farkına daha fazla varırız. Nitekim Fizikçi Dana Zohar, kuantum fiziğinin bütün uzay-zamana yayılmış bir madde/olasılık dalgası anlayışı

getirerek “ilişki” hakkındaki görüşlerimizde radikal bir dönüşüm vadettiğini belirtmiştir. Şöyle söyler Zohar: “Eğer tüm potansiyel “şeyler” tüm yönlere doğru sonsuza dek uzanıyorsa bunlar arasındaki uzaklıktan ya da oluşan ayrılıktan kim söz edebilir? Bütün şeyler ve bütün anlar her noktada birbirleriyle temas hâlinindedir, tüm bu sistemin “bir”liği onu mükemmel kılmıştır” (2007: 31).

“Her”, sözü edilen bu iki temel görüşü Theodore ile yapay zekâ Samantha’nın ilişkisi çerçevesinde çarpıcı bir bilinç dönüşümü hikâyesi içinde bir araya getiriyor. Çalışmada bu bilinç dönüşümü satoriyle ilişkilendirilerek, satorinin etik bir imkân olarak görülüp görülemeyeceği tartışılmaktadır. Bu tartışma çalışmanın yöntemi olarak benimsenen felsefi eleştiri açısından yapılmaktadır. “Her”, seyircisini, yapay bir zekâyla aşk yaşamak mümkün müdür? sorusu odağında bir düşünce deneyine davet ederek felsefi bir hatta sorular sorarak ilerler. Nitekim filmlerin felsefi problemleri ele almak, felsefi meselelerin önemine dikkat çekmek ve felsefi olasılıklara açıklık getirmek için uygun bir mecra oldukları bilinmektedir (Cox ve Levine, 2018: 11). Öte yandan Gilles Deleuze’ün 1980’lerde yazdığı sinema eserlerinde ortaya koyduğu üzere filmlerin kendi tarzlarında felsefe ürettikleri fikri görece daha yeni bir fikirdir.² Deleuze’ün müdahalesinden sonra sinemanın felsefesiz, felsefenin de sinemasız düşünülmemeyeceğine dair anlayış yavaş bir seyirle de olsa yankı bulmuş ve sinema araştırmalarında önemli bir yer edinmiştir. Bu anlayış çerçevesinde yapıtlar üreten Sinema Felsefecisi Serdar Öztürk’e göre filmler -bazıları diğerlerine göre daha derin ve affallatıcı olmak üzere- felsefe yapma potansiyeline sahiptirler. Ancak filmlerin yaptığı felsefe sözlü veya yazılı değil, film-yapımı bir felsefedir. Öztürk’ün sinematik felsefe olarak da adlandırdığı bu felsefe sözlü ve yazılı felsefeleri tasfiye etmez, onları kendi tarzında ifade eder. Sinematik felsefe sözlü ve yazılı felsefenin bir yansımasına ya da yeniden üretimine indirgenemez:

Sözlü ya da yazılı felsefedeki bir fikrin sinemaya girmesi demek sinemanın onu illüstre ettiği anlamına gelmez; çünkü o fikir sinemaya girdiği anda sözlü ve yazılı felsefedeki fikir olmaktan çıkar sinematikleşir, sinematik felsefe haline gelir. Sinematik felsefenin ya da SineFilozofinin imkanları, sinemanın içine giren fikri taşıyır, aşar ve hiç düşünülmemiş alanlarda bizleri yeni gezintilere çıkarır (Öztürk, 2018: 8).

Dolayısıyla bu çalışmada “Her” felsefi bir film olarak değil, felsefe yapan bir film olarak ele alınmaktadır. “Her” bizi çıkarttığı affallatıcı ve tuhaf gezintide bir yapay zekâ felsefesi yapıyor. Öte yandan bu felsefenin merkezinde yapay zekâ varlık-

²Bu fikir için bakınız. Deleuze, G. (2014). Sinema I, Hareket-İmge. Çev. Soner Özdemir. İstanbul: Norgunk Yayıncılık; Deleuze, G. (2021). Sinema II. Zaman-İmge. Çev. Burcu Yalım ve Emre Koyuncu. İstanbul: Norgunk Yayıncılık.

ların bir iç yaşama sahip olup olamayacağı meselesinden ziyade yapay zekâlı varlıklarla yaşanacak deneyimlerin insan varoluşunu ne gibi olasılıklarla karşı karşıya getireceği meselesi var.³

2. Etik İlişkinin İmkânı Olarak Satori

Satori terimi kaynağını Budizm'deki 'nirvana' anlayışından almaktadır. Öncelikle iki durumun da karışık düşüncelerden arınarak tam bir huzur ve esenliğe ulaşma manasında kullanılan Buda zihnine işaret ettiğini belirtelim. Budizm'de nirvana, kişinin öz benlik yanılmasıyla kurtulması, tüm kâinatın ve hayatın birliğinin kavranması, kişisel benliğin evrensel benliğin içinde sönmesi anlamında mutlak özgürlük durumudur (Capra, 1991: 142). Budizm'de tüm yanılımların, evren ile insan arasında ikilik yaratan ego merkezli bir hayat değerlendirmesinden kaynaklandığı görüşü üzerinde durulmaktadır. Dolayısıyla kişisel benlikten kurtuluş, uyanış ve aydınlanmaya, yani nirvanaya ulaşmak için temel adımdır. Buda'nın, nirvanayı Hinduizm'in kutsal metinlerinden birisi olan Mahabarata'daki ifadesiyle "tanrısal alemle birlik içindeki kurtulmuş ruhların mekânı anlamında" dinsel bir mahiyette kullanıp kullanmadığı Budist okullar arasında tartışma konusu olmuştur (Sarma, 2005: 29). Öte yandan kimi yazarlar, Buda'nın nirvanayı dinsel mahiyette değil, psikolojik bir dinginlik hâlini ifade etmek için kullandığına dikkat çekmişlerdir (Rahul Sankrityayan vd. 1985: 72-73).

Satori (Çincesi Wu) ise Buda'nın aydınlanma tecrübesini ifade etmek için Zen Budizm'de kullanılan Japonca bir terimdir. Satorinin, Zen Budizm'in abc'si olduğunu belirten DT Suzuki bu pratiği şöyle tanımlamaktadır:

Satori, mantıksal ve çözümsel (analytic) kavrayışın tam karşılığı olan, konuların ve şeylerin özüne sezgi yoluyla bakış olarak tanımlanabilir. Daha açıkçası satoriyle ikici (dualist) olarak eğitilmiş zihnimizin bulanıklığı, karmaşası yüzünden şimdiye dek algılayamadığımız bir dünya ortaya çıkıp gözlerimizin önüne seriliverir. Ya da bütün çevremizi bugüne dek bulamadığımız yepyeni, beklenmedik bir açıdan görüverdiğimiz söyleyebiliriz (1997: 70).

Satori'nin özelliklerini sıralayan Suzuki, öncelikle bu deneyimin akıl dışı olduğunu dikkat çekmektedir. Burada akıl dışılıktan kastedilen şey, satorinin akıl ve yargıyla ulaşılabilecek bir çıkarım olmadığı, bu nedenle de kelimelere çevrilemeyeceği ve başkasına kavramsal bir yolla iletilemeyeceğidir. Sezgiye dayalı bir içgörü, deneyimle görme ve kavramdır satori. Toplumsal alışkanlıklardan edinilmiş ahlaksal

³ Filmlerde yapay zekâ felsefesi için bakınız. Cox, D. ve Levine M. (2018). *Filmle Düşünmek*. Çev. Onur Orhangazi. Ankara: Ütopya Yayınları, ss. 130 – 159.

değer yargılarına, peşin hükümlere ya da hakikatin yapılandırılmış formüllerine başvurmadan hayatın deneyimlenerek öğrenilmesidir satori. Satoriyle algı ötesi bir aşkınlık durumuna erişen kişi, bireyliğinin tanımlanamaz bir şeyde yittiğini hisseder. Öte yandan burada aşkınlığın aynı zamanda içsellik olarak kavrandığını belirtelim. Bu görüş Tao Te Ching’de şöyle ifade edilmiştir: “İçte olan, dışta olanın temelidir. Hareketsizlik, yerinde duramayanın efendisidir” (Lao Tzu, 2013: 26). Gerek Taoculukta gerekse Zen düşüncesinde bir yüzü aşkınlık olan şeyin diğer yüzü içkinlik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyselliğin yitişi, egonun dar sınırlardan azade olunarak yeni olanaklara açılmak anlamına gelmektedir. Satorinin, apansız ortaya çıkan bir yaşantı olduğunu belirten Suzuki, bu yaşantının dünyanın yeni bir bakış açısından görülüp değerlendirilmesinin olanağını doğurduğunu söylemektedir (1997: 101-109). İzutsu, Taoculuk bağlamında değerlerin ters yüz edilmesi olarak belirttiği bu tip bir anlayışa ulaşan kişinin, avamın bakış açısından “acayip” ve “anormal” bir kişi olarak görüleceğini belirtmektedir (2011: 204). Doğrusu "Her"ün kahramanı Theodore’un da yapay zekâya âşık olması dikkate alınırca acayip bir kişi olduğu görülmektedir. O hâlde gerek Taoculukta gerekse Zen düşüncesinde etik, avamın bakış açısından özgürleştirilerek, hayatın yeni bir bakış açısıyla değerlendirilmesinin olanağı olarak ortaya çıkmaktadır. Böyle bir değerlendirme için zihnin önceki tecrübelerden edinilmiş şartlanmalardan ve şemalardan kurtularak boş bir hâle gelmesi, kişinin bilen özne konumundan geri çekilerek hayatı kendi akışı/oluşu içinde deneyimlemesi beklenmektedir. Gerçek uyanış budur. Bu tutumun gerisinde, bilinmek istenenle bilen aynı bütünün parçaları olarak tasavvur edildiği organik bir dünya görüşü vardır. Watts’ın ifadesiyle bu felsefelerin amacı “öyle bir ruhsal durum yaratmaktır ki karşıtlıklar birbirlerini dışlayacaklarına birbirlerini tamamlasınlar, böylelikle bireyle doğa, akılla içgüdü arasında bir çelişme kalmasın” (1996a: 102). Dünyanın bölüntüsüz bir bütün, süreç içinde gerçekleşen bir oluş olduğunu kavrayan kişi, ego ve dünyayı karşı karşıya getirmek yerine, kendisinin ancak çevresiyle kurduğu ilişkiler bütünlüğü içinde bir benliği olduğunu, dolayısıyla benliği ile dışarı arasındaki ilişkinin bir bağıntısı olarak yaşamda olduğunu kavrayacaktır. Böylelikle satoriyle ego ötesine uzanan kişi, kişiler arası ilişkide ortaklığa, birlikte var olmaya dayanan etik bir ilişkinin temelini atabilecektir.

Suzuki’nin görüşlerinden yola çıkarak psikanalizle Zen düşüncesi arasında bir ilişki kurmayı deneyen Eric Fromm ise satoriyi esenliğin tam olarak gerçekleşmesi olarak tanımlamaktadır. Esenlik:

İnsanın insana ve doğaya duyguyla bağlı olması demektir; ayrılıktan, bölüklükten, kopukluktan, yabancılaşmadan kendini kurtarıp var olan her şeyle bir olduğunu bir yaşan-

tı durumuna getirmek demektir. Ama bir yandan da ayrı bir varlık olarak benlik yaşantısını da aynı zamanda sürdürmek demektir. Esenlik tam olarak doğmak, olanaklarını sonuna kadar geliştirmek demektir (Fromm, 1997: 36).

Toparlayacak olursak satoriyle birlikte kişi ego ile dünya, ego ile başkaları arasında ikiciliğe dayanan bir zihinsel tasarımdan özgürleşerek evrendeki her şeyin birliğin tezahürleri olarak görüldüğü yeni bir değerlendirme olanağını elde etmektedir. Suzuki'ye göre bu uyanış, bütün değer yargılarının yeni baştan gözden geçirileceği bir devrim olarak görülmüştür. Buna koşul olarak gerek Watts'un gerekse Fromm'un yorumlamalarında değerlendirme kavramının satorinin anlaşılması bakımından anahtar bir kavram olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu noktada küçük bir parantez açarak değerlendirme kavramına açıklık kazandırmak isabetli olacaktır.

Değerlendirmeyi insanın bir var olma şartı olarak gören İoanna Kuçuradi'ye göre, "İlişki kurduğumuz insanlar karşısında tutumumuz, yaşadığımız olaylar ve durumlarda aldığımız her karar ve ilgili davranışlarımız, bunları nasıl değerlendirdiğimiz dayanır. Bu tutum, karar ve davranışlarımız yaşamımıza vermeğe çalıştığımız yönü gösterir. Yaşamımıza verdiğimiz yön ise insanı ve kendimizi nasıl değerlendirdiğimize bağlıdır" (2013: 5). Dolayısıyla insanın dünyayla ve diğer insanlarla kurduğu her türlü ilişkinin kaynağında değerlendirme vardır. Bu perspektiften bakılırsa satori, kişinin bir bütün olarak tüm çevresiyle girdiği ilişkilerin doğru bir hat üzerinden kurulabilmesi için gerekli olan doğru değerlendirmenin ölçütü olarak konumlandırılmıştır. Etik ilişkiyi insanlar arası ilişkide "değer" sorunlarının söz konusu edildiği ilişki olarak tanımlayan Kuçuradi, kişinin etik ilişkiyi "başka insanların ve başka binbir etkenin oluşturduğu bir olay ya da olaylar örgüsü içinde" kurduğuna ve yaşadığına dikkat çekmiştir (2006: 3). Zen düşüncesinde de etik ilişkinin nasıl kurulacağı sorusu, insanın kendisi ve evrenle kurduğu ilişkinin mahiyetini doğru değerlendirip değerlendirmemesine bağlıdır. Doğru bakış olmadan doğru eylem olmaz. Doğru değerlendirme, her şeyden önce kişinin kendi kendisini doğru idrak etmesine bağlıdır. Kısacası kendisini tanımayan ve davranışlarının altında hangi nedenlerin yattığını bilmeyen bir insanın ne kendi eyleminin değerini ne diğer eylem olanaklarını ne de çevresini ve çevresiyle kurduğu ilişkiyi doğru değerlendirmesi mümkündür. Bu çerçevede satori, Zen düşüncesinin temelini oluşturmaktadır. Zen düşüncesinde etik ilişki, insanda 'kuvve' olarak bulunan iyiliğe yönelik olanakların serbest bırakılmasıyla sağlanmaktadır (Suzuki,1997: 35). Öte yandan bu olanakların serbest bırakılması için benliğin kabuğunu çatlatmak gerekmektedir. Zira ego ötesine geçmeden evrenin birliğinin görülmesi ve insanın bu yapıyla bütüncül bir ilişkisi kurması mümkün görünmez.

Suzuki, egonun ötesine geçmek noktasında en önemli deneyimin aşk olduğunu öne sürmektedir çünkü cinsel sevgide insan ilk defa kendi dışında bir kişiyle gerçekten ilgilenmeye başlayarak egosunu bir yana atmaktadır (1997: 41). Watts da aşkla birlikte insanın sadece sevgiliyle değil, dünyayla da yoğun bir ilişki içine girdiğine dikkat çekmektedir (1996a: 61). Bu bakımdan gerek Taoculukta gerekse Zen düşüncesinde cinsellik doğal bir insan fenomeni olarak görülmektedir. Öte yandan birliktelik, eğer insanın yalıtılmış benliğinin uyandırdığı boşluk duygusundan kurtulmak için zorlama bir şekilde yapılıyorsa böyle bir ilişki yıpratıcıdır ve doğallıktan uzak olduğu ölçüde Zen düşüncesine aykırıdır. Nitekim "Her"de cinsellikle ilgili sahnelerde hem bu fikrin hem de zihin/beden düalizminin de tartışma konusu yapıldığı görülmektedir. Cinselliğe ilişkin bu iki karşıt anlayışın "Her"-deki yansımalarına ileride değinilmektedir.

3. Ego Merkeziliğin Bir Sonucu Olarak Theodore'un Melankolisi

Theodore'un yaşadığı dünya teknolojik açıdan oldukça gelişkin bir dünya.⁴ Ancak bu ilerlemeye karşın Theodore'un akıllı telefonuna verdiği talimatla dinlediği haberlerden anladığımız kadarıyla ülkeler arasındaki politik anlaşmazlıkların sürdüğü, dünya ticareti ile ilgili görüşmelerin kesintiye uğradığı, kısacası bugünkü küresel sorunların ve çatışmaların aynısıyla yaşandığı bir dünya. Watts (1996b: 11)'in tespitiyle insanlık, teknikteki ilerlemeye karşın ahlaksal, akılcı ve eğitsel düşüncede yerinde saydığı için mi durum böyle acaba? "Her"ün sorduğu yakıcı sorulardan en kuşatıcı olanı bu soru. Gündelik rutinde de pek bir şey değişmiş değil. İş ile ev arasında yine mekanik bir akış var. Theodore için ev belki biraz kafa dağıtılabilecek, oyalanılacak, yarınki mesai başlayana dek kendisini şarj edeceği bir yüklenme mekânı olmaktan öteye geçmiyor. Karısıyla boşanma sürecinde olduğu için bu eve taşınmış Theodore. Kitaplık rafları boş, pek bir eşya yok. Belki de karısıyla bir araya geleceğini umduğundan bir bekleme salonu gibi ev. Kahramanımız, akşamını asık bir suratla, üç boyutlu bilgisayar oyunu ile oynayarak, vakit öldürerek geçiriyor.⁵ Yatağına yatınca karısını aklına getiriyor Theodore. Birlikte geçirdikleri şefkat dolu anları, aşklarını ilan edişlerini düşünüyor. Dönmek istenilen mutlu bir mazi hayalini, nostaljiyi yaşıyor Theodore. Zaten kahramanımızın melankolisinin kaynağında yitirilen bu geçmiş var: evliliği. Nitekim Katja Hetti-

⁴Yapay zekânın işlem kapasitesi sezgisel bir zihine varmadı şüphesiz. Bu aşamaya varmak için "yapay zekânın iki büyük bileşeni olan, nöron ağlarının (yapay öğrenmenin) mantıkla (bilgi temsili ve kurallara dayanan sonuç çıkarımı) birleştirilmesi gerekiyor" (Eberl, 2019: 114).

⁵Bu bilgisayar oyunu Samantha ile kurduğu bağ derinleştikçe Theodore'un dünyasında hayata ilişkin farklı seçimlerin de olabileceği bir algı evreninin kapısının açılmasında ona yön gösterecek. Samantha öncesinde oyunda hep aynı yolu deneyerek çıkmazda düşen Theodore sonrasında bir çıkış yolu bulmayı başaracaktır.

ch, melankolik komedi adını verdiği türleştirme çalışmasında, bu tür filmlerdeki melankolik karakterlerin geçmişi değiştirmeye özlem duyduklarını söylemektedir (2018: 56). Theodore, filmin açılış sekansında çalıştığı iş yerinden çıkarken akıllı telefonundan melankolik bir şarkı çalmasını ister. Kahramanın melankolikliğinin gerek müzik tercihiyle gerek jest ve mimikleriyle gerekse davranışlarıyla vurgulanması boşuna değil. Melankolik komedide, karışık duyguların ve ruh durumlarının verilmesinde müziğin önemli bir unsur olduğunu belirten Hettich, "Her"ün yönetmeni Spike Jonze'un daha önce yönettiği John Malkovich Olmak (1999) ve Tersyüz/Adaptation (2002) filmlerini melankolik komedi türü altında değerlendirmiştir. Hettich'e göre bu türün ayırt edici özellikleri şunlardır:

Filmlerde melankoli sorunsalının klasik motifleri (kendinden kuşkulama, insanın ölümlü ve anlaşılmaz bir varlık olması, nostalji, monotonluk ve özlem gibi) tematize edilir; aynı zamanda duygusal sembollerin stil elementleriyle desteklenmesi karakterlerin duygusal olarak kişisel melankoliye sapmalarını kolaylaştırmaktadır. Üstelik, melankolinin karakterler tarafından yansıtılması bu filmlerin yapısına kaydedilmiştir (2018: 148).

Gerçekten de Theodore melankolisini yansıtmaktadır. Örneğin, bir gece yatmadan önce Samantha ile yaptığı sohbette ağzından şu sözler dökülür: "Bazen sanki hiç hissedemeyeceğim şeyleri hissettiğimi düşünüyorum. Sanki her şeyi hissetmişim de artık hiçbir şey hissedemeyeceğim. Belki de sadece, önkilerin daha azını hissedeceğim." Samanta: "Seni hissederken gördüm. Bir şeylerden zevk alırken. Sadece belki de şu anda farkında değilsin. Bu anlaşılabilir bir şey. Başından birçok şey geçti. Bir parçanı kaybettin. Yani en azından hislerin gerçek." diyerek buna itiraz eder. Samantha'nın farkındalık ve duyarlılıktan söz etmesi önemli. Çünkü bu vurgular hem yanlış değerlendirmeye hem de satoriye yönelik ipuçları veriyor. Öte yandan dış dünyaya yabancılaşma, hislerde azalma, donukluk, mutluluğun mazide kaldığı düşüncesine saplanma, nostalji duygusu, kötümserlik vb. melankolik karakterin özellikleri. Bu bağlamda "Her", felsefi bir bilim-kurgu olmasının yanı sıra melankolik bir komedi filmi olarak değerlendirilebilir. Belki de melankolik bir felsefi bilim-kurgu demek daha doğru. Öte yandan bu değerlendirmeyi başka bir çalışmaya havale ederek çalışmanın amacı ve filmin varmak istediği sonuçlar açısından Theodore'un melankolisinin neden önemli bir unsur olduğunu açıklayalım. Hettich, melankoliyi benmerkezciliğin bir formu olarak görmektedir. Zira melankoli, kişinin kendi kendisiyle kurduğu bir ilişki olarak dönüşlü bir özellik gösterir. Bu nedenle melankolinin kaynağında dışarıdan yalıtılmış bir benlik algısı vardır. Diğer yandan melankoli aynı zamanda "kişinin kendi yeteneklerini tartan bilinçtir; insani kaderin nedenlerini sorgulamadır, insanın sürekli olarak kimliğini

ve kendisini çevreleyen anlamı arayışıdır, kendi başarısızlığının etrafında dönen anlamı bulmaya çalışmasıdır” (Hettich, 2018: 31). Tam da bu son vurgu, yani anlam arayışı, Theodore’un donuk bir şekilde yürürken işletim sisteminin tanıtım filmindeki “Kimsiniz? Ne olabilirsiniz? Nereye gidiyorsunuz? Orada ne var? İhtimaller neler?” sorularına neden kayıtsız kalamadığını açıklıyor. Şimdi bu son sorudan hareketle "Her"’in, benlik tabusundan kalkarak kuantumun hem hem mantığına dayalı evren anlayışına uğradıktan sonra Zen düşüncesine çatallanarak satoriye doğru nasıl meyillendiğini ortaya koymaya çalışalım.

4.1. Benlik Tabusu Niye Var?

Watts’a göre “Benlik Tabusu”nun oluşmasına yol açan toplumsal kurgular şunlardır:

1. Dünyanın ayrı ayrı parçalardan ya da şeylerden oluştuğu,
2. Şeylerin bir tür temel “ham madde” nin farklılaşmış biçimleri olduğu,
3. Bireysel organizmaların da böyle şeyler olduğu ve içlerinde bağımsız egolar barındığı ve de kısmen bu egolar tarafından kontrol edildiği,
4. Aydınlık/karanlık, katı madde/boşluk gibi ilişkilerin karşıt kutuplarının, kutuplardan birinin kesin zaferiyle sonuçlanabilecek bir çatışma içinde oldukları (Watts, 1996b: 74).

Watts’ın sıraladığı bu yanılgıların oluşmasında insanlığın uzun tarihsel serüveninde şüphesiz ki pek çok farklı etken rol oynamışsa da çalışmanın bağlamı açısından üzerinde durulacak etken düalist yanılgı olacaktır. "Her"’de, Descartes’ın zihin ile beden arasında kurduğu ikiciliğe yönelik yoğun göndermeler var. Bu göndermeler ego merkezli bakış açısının, sadece psikolojik değil, düşünsel boyutlarını da göstermesi açısından oldukça önemli.

"Her" öncelikle Theodore’un melankolisiyle ilgisi içinde belleğin rolünü tartışmaya açarak belleğin sabit bir kimlik fikrini nasıl mümkün kıldığını araştırıyor. Benlik, belleğin yarattığı bir hile, bir yanılsama olabilir mi? Theodore, boşanma evraklarını imzalamaya karar verip de Catherine’le buluştuğunda tam da bu sorunun içine düşeriz. Theodore, sorun çıkaran kişinin kendisi olduğunu itiraf eder. O hâlde geçmişte daha farklı olsaydı evliliklerini yürütebileceğine inanmaktadır. Buna göre Theodore’un şu anki benliği başka geçmişteki benliği başkadır. Theodore, esasında bugün bulunduğu noktadan bakarak geçmişini zamansallaştırmaktadır. Peki bu zamansallaştırmayı nasıl başarmaktadır? Bu modelde hafıza, birbiri ardı sıra dizilen benliklerin çizgisel bir şekilde birbirlerine etkide bulunduğu bir kordon

oluşturmaktadır. Bu kordona göre benliği oluşturan tek bir ben yoktur, kişi birbirinden kopuk olan altbenliklerin bir toplamıdır. Peki bu benler aynı benler değilse kahramanımız, geçmişteki beniyse bugün olduğu benin nasıl aynı kişi olduğunu düşünebiliyor? Başka bir deyişle istikrarlı bir benlik duygusunu nasıl oluşturabiliyor? Bu modelde kişinin altbenliklerinin toplamından daha fazla bir şey, süreç içinde gelişen bir bütün olduğunu kavramasının hiçbir yolu yok. Çünkü bu model bir hatıra olarak kataloglanıp hafızaya depolanan geçmişteki benlerle şimdiki ben arasındaki sürekliliğin nasıl kurulabildiğini açıklamıyor.

Zohar'a göre, bunun gibi, "Birbirinin ardılı olan benlikleri zaman topu içinde ateşlenen birçok parçacık gibi gören anlayışlar Newtoncudur ve birbirinden çok kopuktur" (2007: 135). Newtoncu evrende, bilardo toplarının birbirine çarpması gibi birbirini mekanik bir şekilde etkileyen parçacıklar, bu çarpışmalara karşın hiçbir değişime uğramadan diğerlerinden ayrı bir parça olarak yoluna devam etmektedir. Newtoncu tasarımda varlığı meydan getiren tüm parçalar (atomlar) sadece dışsal ilişkilere girerler ve katılıklarını, ayrı olma durumlarını korurlar. Bu bakımdan Descartes'in zihin/beden ikiciliğine dayanan görüşü ile Newtoncu mekanik birbirini tamamlamıştır (Zohar, 2007: 148). Zira zihni gerek bedenden gerekse başka zihinlerden yalıtılmış, uzamsal olmayan bir töz olarak düşünmesiyle ve tıpkı Newtoncu model gibi içsel ilişkilere yer vermeyişle Descartes, benliği hem bedenden hem de diğer bedenlerden tecrit etmiştir. Descartes, Meditasyonlar'da şöyle söylemiştir:

Belki ya da (az sonra diyeceğim gibi) kesinlikle, sımsıkı bağlı ve bitişik olduğum bir bedenim varsa bile, bir yandan kendim hakkında sadece düşünen yayımsız bir şey olarak açık seçik bir fikrim, öte yandan bedenim hakkında sadece yayılıma sahip ama düşünmeyen bir şey olarak seçik bir fikrim olduğum için benim, yani beni olduğum şey yapan ruhumun, bedenimden bütünüyle ve tam anlamıyla ayrı olup onsuz var veya mevcut olabildiği kesinlikle doğrudur (2007:73).

Özetle Descartes, maddi bir tözü kabul etmiş ve tam da bu nedenle fiziksel gerçeklikteki olayları mekanik bir felsefeyle açıklamışsa da insan bilinci için maddeliğin geçerli olamayacağını düşünmüştür. Zihin düşünen bir tözdür ve beni ben yapan şey maddi beden değil, maddenin bölünebilir olmasının aksine bölünemez olan bir zihindir: "Düşünüyorum, öyleyse varım." Tabii burada biri uzamsal olan (madde) bir tözle, diğeri uzamsal olmayan (zihin) bir tözün nasıl etkileşime girdiği sorusu cevapsız kalmaktadır. O hâlde zihni bir işlem merkezi, bedeni ise bir makine olarak düşünmekten başka bir şey seçeneğimiz yoktur. Paul M. Churchland'ın tespitiyle bu anlayış, bir kimsenin tam anlamıyla "makinedeki bir hayalet" olduğunu kabul eden popüler düalizme dönmüştür: "Buna göre makine, insan

bedeniyken hayalet de içsel yapısı bakımından fiziksel maddeden epey farklı ama yine de uzaysal niteliklere tamamen sahip olan ruhsal bir tözdür. Özel olarak zihinlerin, kontrol ettikleri bedenlerin içinden yer aldıkları yaygın biçimde kabul edilir” (2012: 15). Watts ise zihinden ayrı olarak görülen bir bedenini “hareketli bir ceset” ten başka bir şey olmadığını söyler: “Kontrol edilen parçanın kontrol edenden bu radikal ayrılığı, insanı kendini kontrol edebilen bir adamdan kendini yiyip bitiren organizmaya, somutlaşmış bir çatışmaya ve tarih boyunca bilinen kendi kendisiyle çelişmeye iterek değiştirmiştir” (2020: 23). Bu itibarla Watts için modern insanın en etkili tabulardan birisi kendimizi, evrenden kopuk parçalar olarak görmemize yol açan ego maskesinin altında yatanın gerçekte kim ya da ne olduğunu bilme tabusudur (1996b: 14).

4.2. Makinedeki Hayalet ya da Hareketli Bir Ceset Olarak Theodore

Theodore, benlik tabusundan dolayı kendisini makinedeki bir hayalet gibi deneyimlemektedir. Şöyle demektedir başarısız bir flört girişiminden sonra Samantha ile yaptığı bir sohbet, söz konusu kadınla birlikte olmak istediğini söyleyerek: “O kadında çekici bir şeyler var çünkü yalnızım ve belki yalnız olduğum içindir.... Belki de böyle yaptığım zaman kalbimdeki yara kapanırdı, belki de kapanmazdı.” Eğer kadında çekici bir şeyler varsa onun içine yerleştirilmiş olmalı çünkü çekici olan kadın değil, kadının içindeki özellikler. Bu özellikler nerede? Beden de mi, yoksa başka bir yerde mi? Theodore, yalnız olduğu için çekici bir şeyler buluyor karşısındakinde. Eğer yalnız olmasaydı, kadın yine de çekici görünür müydü? O hâlde bu çekici şeyler esasında Theodore’un zihninde mi? Görüldüğü üzere dil bilgisine de sinmiş olan düalist modelde evren, her bir parçanın birbirinden yalıtık bir şekilde görüldüğü kesitlere bölünmüş bir evrendir. Watts’a göre kendimizi dünyadaki şeyler ve olaylardan yalıtığımız böylesi bir kesitsel algı evreninde şeylerin birbirleriyle nasıl bir ilişki kurdukları, birbirlerinin nasıl nedeni ve sonucu oldukları ciddi bir sorun hâline gelir (1996b: 30). Theodore karşısındakini bir beden olarak değil bedene sahip biri olarak görmektedir. Böylelikle bedenler, onunla bir şeylerin becerebileceği mekanizmalar ya da makineler gibi deneyimlenir. Benim bedenim karşısındakinin aleti, onun bedeni benim aleti olur. Tamamen araçsal, teknik ve pratik bir ilişki. Kartezyenci zihin tasarımı, insanoğlunun tüm dünyayı ve var olanları amaçlarına ulaşmak için kullanacağı aparatlar olarak görmesine neden olur. Eğer karşınızdaki bir insan değil de bir saç kurutma makinesiyse bu çok da ayıplanacak bir şey değil tabii. Öte yandan karşınızdaki haz ve acı duyma yetisi olan bir beden varsa işler değişir. Kant’tan bu yana bilinmektedir ki başka insanları kendi amaçlarımız için kullanışlı bir aparat olarak görmek, etik olarak yanlıştır. Theodore, karşısındakini kalbindeki yarayı kapatacak bir yara bandı olarak gör-

mektedir. Gerçi kadın da sonu belirsiz bir maceraya atılmak için yaşının bir hayli ilerlediğinden dem vurarak eğer birlikte olacaklarsa bunun boşa gitmeyeceğine dair bir sözleşme ister Theodore'dan. Her ikisi de kendi açısından mutluluğu istemektedir. Bu da pek ayıplanacak bir güdü değil. Zira Kant'a göre insanın ne'liğine özgü bir durum olarak insanın doğasından gelen zorunlu bir buyruktur mutluluk. İnsan kendisini mutluluğa götüreceği araçları seçen bir aygıt olarak zekânın talimatına göre eyleme geçer. Öte yandan Kant'a göre etik ilişkinin imkânı, zekânın buyurtusundan kaynaklanamaz çünkü o hep koşulludur. Kant, zekânın buyurtusunun koşullu olduğunu söylemektedir çünkü "eylem mutlak olarak değil, başka bir amaç için yalnızca buyrulur" (Kant, 2009: 32). Buradan bakılırsa Theodore ile flörtünün eylemi pragmatiktir. Oysaki Kant, ahlaklılığın temelinde koşullanmış olmayan özgür bir davranışı aramaktadır (2009: 32-33). Kantçı çerçeveden bakılırsa Theodore'un söyleminde tüm koşullanmışlıkların art arda sıralandığı görülmektedir: psikolojik belirleyicilikler, biyolojik ihtiyaçlar, kültürel koşullanmışlıklar, çivi çivi söker vs. Öte yandan burada bir çıkmaz daha var. Kalpteki yara neden bir 'çiftleşme' eylemiyle kapansın ki? Özellikle 'çiftleşme' diyorum çünkü flörtözlerin arasında şöyle bir diyalog geçiyor. Kadın şöyle soruyor: "Küçük köpeğim benim, öylesin. Geçen sene kurtardığım zavallı köpekçiğe o kadar benziyorsun ki. O kadar tatlı bir şeydi ki, sürekli kucaklanmak istiyordu. İnanılmaz yumuşacık bir şeydi ve çok da azgındı. Her neyse. Peki ben hangi hayvanım?" Theodore: "Kaplan" diye yanıtlıyor. Köpekçik olmayı kabul etmeyen Theodore'u, "Ejderham olabilirsin." diye onaylıyor kadın. Tam da buna ışık tutacak biçimde Watts, zihin ile beden düalizminin sonucu olarak bir beden gibi değil de bedene sahip biri gibi yaşayan birisinin hiçbir zaman tam bir organizma olamayacağını, bu nedenle de "Yaşamak ve sevmek yerine hayatta kalma ve çiftleşme içgüdülerine "sahip" olacağını söylemektedir (2020: 23).

Yukarıdaki saptama Theodore'un flörtünün neden bir çıkmaza saplandığını açıklıyor çünkü organizmanın dertleri ancak organik hazlarla çözülür, bir makineyle değil. İhtirasla geçen akşam yemeğinin sonunda sahiplenilmek isteyen küçük bir köpek yavrusu gibi yatağına kıvrılan Theodore'u, Samantha teselli ediyor sonrasında. Üstelik aralarında "tatmin edici" sanal bir birliktelik oluyor. Bu birlikteliğin bir makineyle yapılması manidar. Şüphesiz ki bu tuhaf birlikteliğin koşullayıcısı da bir önceki girişimin zihinsel şemaların uyumsuzluğu nedeniyle suya düşmesi. Neyse ki Samantha'nın davranışı koşulsuz çünkü zihinsel şemalarına maruz bırakacağı bir bedene sahip değil. Gerçek özgürlük bir bedene sahip olmamaktan mı geçiyor yoksa? Bu soruları yanıtlayabilmek için daha ileride Theodore'un ağdaki cinsel hayatı dikizlenmektedir. Şimdi, düalist benlik görüşüne karşı yeni bir öneri olan

Kuantum Benlik anlayışına değinilecektir.

5. Kuantum Benlik

Kartezyenci-Newtoncu mekanik modele karşıt olarak Kuantumcu modelde varlığı oluşturan temel parçacıklar hem dalga hem de parçacıktır. Bilardo topları örneğinden gidilirse kuantum modelde birbirlerine çarpan bilardo topları, çarpışmadan önceki ayrık ve katı durumlarını kaybederek her bir parçanın kendisinden daha büyük bir şeyin parçası olduğu yeni bir duruma ulaşır. Eğer temel parçacıkların bu dalga özelliği, yani birbirleriyle içsel ilişkilere girmelerine neden olan bu dalga olmasaydı der Zohar evren bu denli yaratıcı olamazdı. Newtoncu modelde de dalgalara yer verilmekle birlikte parçacıklar daha temel bir rol oynar ve bu atomların maddeyi oluşturduğu düşünülür. Kuantum modelde ise gerçeklik birçok olasılığı içeren bir bilmece olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü atomaltı parçacıkların belirli bir yerde bulduklarını kesin olarak söyleyemeyiz. Onlar daha çok belirli yer ve zamanlarda gerçekleşme eğilimi taşırlar. İkinci olarak temel parçacıkların hem parçacık hem de dalga şeklinde hareket etmeleri hem hem mantığını getirerek özdeşlik ve kesinlik mantığının altını oymaktadır. Üçüncü olarak bir temel parçacığın parça olarak veya dalga hâlini gözlemleyebilmek için ayrı düzenekler kurmak, farklı deney koşulları oluşturmak gerekmektedir. Bu da bir nesnenin özelliklerinin gözlem koşulları ve gözlemi yapan kişiden bağımsız özellikleri olmadığı anlamına gelmektedir (Zohar, 2007: 22-25).

Görülebileceği gibi Kuantum modelde her şey birbirleriyle ilişkilidir ve gerçeklik, bütünü oluşturan tüm parçalar arasındaki karmaşık içsel ilişkilerin bir tezahürü olarak ortaya çıkmaktadır. Capra'nın, Kuantumdan yola çıkarak "Ayak bağı felsefesi" adını verdiği bu tür bir anlayışta tüm evren birbiriyle ilişkili bir ağ olarak görülmektedir: "Kâinat birbirleriyle ilişkili olayların dinamik bir ağı olarak görülür. Bu ağın herhangi bir parçasının hiçbir özelliği temel değildir; onların tümü diğer parçaların özelliklerine sahiptirler ve karşılıklı ilişkilerinin bütüncül tutarlılığı tüm ağın yapısını belirler" (Capra, 2001: 86). Örneğin bu birlik düşüncesi ve gözlemleyicinin özellikleri ile gözlenen arasındaki ilişki Taoculuğun temel kaynağı Tao Te Ching'de şöyle sözlerle ifade edilmektedir: "Tao ve harici alem farklıymış gibi görünseler de gerçekte bir ve aynıdırlar; tek fark bizim onları nasıl tanımladığımızdır" (Lao Tzu, 2012: 31). Watts da kuantum kuramı ile ayak bağı felsefesi arasındaki bağlantıyı vurgulamış, üstelik kuantum modelinden önce bu ilişkiselliğin temellerinin biyolojide atıldığına dikkat çekmiştir. (1996b: 90).

Bu çerçevede bir önceki bölümde sorulan değişik benliklere girip çıkmamıza karşın kendimizi aynı kişi olarak deneyimlememizin nasıl mümkün olduğu sorusuna

Zohar'a başvurarak açıklık getirmek istiyorum. Zira bu yanıt özellikle derin öğrenmeyle bağlantısı içinde Samantha'nın hafıza modelini çarpıcı bir biçimde ortaya koymaktadır. Zohar 'kuantum hafıza' ve 'kuantum benlik' adını verdiği yeni bir psikolojik model önermiştir:

Benliğin geçmiş benliklerin dalga fonksiyonlarıyla şimdiki benliğin dalga fonksiyonunun anbean çakışmasıyla bu örülme hâline, ben, kuantum hafıza diyorum. Bu geçmiş, şimdi ve gelecek benliklerimiz arasında gerekli ve tanımsal bir bağdır. Bize de zaman içinde bizi sabit kılan, kişisel kimlik diye bir mekanizma sağlar (2007: 138).

Zohar, bir kuantum sistemi biçimlendirmek için dalga fonksiyonları iç içe geçen iki temel parçacığın dinamiğinden hareketle şimdiki dalga fonksiyonlarının geçmişteki dalga fonksiyonlarıyla titreşerek geçmişini yaratıcı biçimde canlandırıldığını öne sürmekte ve geçmiş ile şimdi arasındaki bu diyalojinin, geçmiş benliğin şimdiki benliğe katışmasına imkân vererek bizde sürekliliği olan bir kimlik duygusuna yol açtığını belirtmektedir: "Yani ben olan kişiyi tam anlamıyla tanımak için ben olan ilişkileri, varlığımın dalga yönünü anlamalıyım" (2007: 141). Buna göre kişinin kendi altbenliklerini, bunların toplamından daha büyük olan ben kümesi altında toplayarak tek bir benlikte toplaması mümkün olduğu ölçüde kendisini daha büyük bir şeyin parçası olarak deneyimlemesi de mümkündür. Böylelikle kendimi hem bir ben olarak hem de ben-sen diyalogu içinde bir biz olarak deneyimleyebilirim. Bu bakımdan "Kuantum Benlik parçacık yanı açısından önemli bir bireysel bütünlüğe sahipmiş gibi görünür ancak dalga yanıyla tüm diğer benliklerle ve genel kültür hayatıyla eşzamanlı ilişki içindedir" (Zohar, 2007: 161). Tao Te Ching'dekine yakın bir düşünce: "Tao her yerededir, o her şeye dönüşmüştür. Onu hakiki hâliyle görmek istiyorsan onu olduğu gibi gör: Bir kişide, bir kişi gör. Bir ailede, bir aile gör. Bir ülkede, bir ülke gör. Dünyada, dünya gör" (Lao Tzu, 2012:115).

Öte yandan böylesine ilişkişel bir benlik anlayışının idrak edilebilmesi için kişinin benlik tabusunu yıkması gerekmektedir. Çünkü kuantumun gerçeklik anlayışına göre gözlemci, gerçekliği temaşa eden birisi değil, gerçekliği oluşturan bir katılımcıdır. Bu görüş Tao Te Ching'de şöyle ifade edilir: "Tao, biz onun nasıl olmasını istiyorsak sürekli o şekilde olmaktadır" (Lao Tzu, 2012:41). Watts (1996b: 82-83)'a göre, benlik tabusunu kırmanın yolu "bütünün ayrı ayrı parçaları olmayan bir örüntü, bir karmaşık kırıltılık olduğunu fark etmek" ten geçmektedir. Watts'ın, varlığı bir kırıltılık olarak görmesi kuantumcu mekaniğin birbirleriyle dalga fonksiyonlarıyla bağlantılanan parçacıklar fikrini çağırıştırıyor. Buradan bakılırsa Theodore'un benmerkezciliğin bir formu olan melankolisini aşması için bu dalga fonksiyonlarının hareket geçeceği bir ilişkişellik zeminin oluşması gerekiyor. O

Catherine ile bunu başaramamıştı çünkü orada kendisini bir bütün olarak deneyimlemiyordu. Ancak Samantha ile yaşadığı dönüşüm sonrası tüm altbenliklerini bütünleştirip bir kişi olmaya doğru adım atacak. O hâlde bu dönüşümün nasıl gerçekleştiğini ele alalım.

6.1. Theodore ve Catherine'in Düalist Evreni

Karısı Catherine'le geçmişte yaptıkları tartışmalar, birkaç defa Theodore'un hafızasından ekrana getirilir. Bu tartışmaların eşlerin birbirlerine üstün gelme hırslıdan, kısacası benmerkezli daraltılmış algılarından kaynaklandığı izlenimi vardır. Öte yandan Theodore, eşi Catherine'le boşanma evraklarının imzalanması bahanesiyle buluştuğunda, sorun çıkarıcı tarafın kendisi olduğunu itiraf eder. Catherine, hayatında birisi olup olmadığını sorunca, Theodore: "Evet. Hayata heyecanla bakan biriyle olmak son derece güzel." diye yanıtlayacaktır. Catherine bu sözcükleri kendisine karşı yapılan suçlayıcı bir ima olarak yorumlar: "Sanırım benden her zaman neşeli, hayat dolu, her şeye olumlu bakan bir tip olmamı istedin ama ben asla öyle biri olmadım." Theodore: "Hayır, istediğim bu değildi." der. Catherine, kocasının sözlerini geçmişteki olumsuz yaşantıların etkisiyle yorumlamaktadır. Catherine için o, hâlâ geçmişteki Theodore'dur. Tıpkı Catherine'nin de geçmişteki Catherine olarak orada olması gibi. Zira hâlâ Descartesçi evrendedirler. Bu diyalogda ilginç olan nokta, Catherine'in 'eşinin istediği kişi olmama' durumudur. Sanki Catherine bunu isteseydi gerçekten yapabilirmiş gibi. Burada bir açmaz oyunu vardır. "Bir açmaz oyunu birbirleriyle çelişen kuralları olan ve sürekli kendi kendini engellemeye yazgılanmış bir oyundur" (Watts, 1996b: 63). Öncelikle Catherine'nin "Ben öyle biri olmadım." sözünde bir bilinçlilik durumu 'ben/kendim olmadım' anlamı vardır. Sanki Catherine'in ne olacağına onun içindeki bir eylem merkezi karar vermektedir. Bu eylem merkezinde alınan karar sonucu Catherine bugün bir şey ve eğer istenirse yarın başka bir şey olmaktadır. Tam da bu noktada, 'ben kendim' ifadesinde saklı duran, dünyadan bağımsız ve yalıtılmış bu ego anlayışının Taoculuk açısından dilsel bakımdan da geçersiz olduğunu ortaya koymak istiyorum.

Francois Jullien, Çin düşüncesinin kavramlarla iş gören bir işleyişe sahip olduğunu tespitle birlikte, bu kavramsal yönelimin ilişkisel olduğunu belirtmektedir: "Sözcüklerden biri ancak öbürüyle ilişkisi içinde iş görüyor – kendi başına kurucu olan ve içsel olarak var olan sözcükler değil, ilişkinin kendisi" (2013: 148). Julien'e göre böylelikle süreç ilkesi açısından gerçeğin kurucusu hem belirlenimlerinde birbirine karşıt hem de işleyişlerinde birbirini tamamlayıcı bir makamlar ikiliğinin (yin ve yang'ın) sürekli etkileşimidir. Çincedeki "süreç" kavramının "akış", "akıntı", "işle-

yiş", "durmazlık", "değişim", "ikameyle oluş" vb. kavramlarla ifade edildiğini söyleyen Jullien, Batı'da kavramın bu anlamlarına tekabül eden tek bir terim olmadığının da altını çizmektedir (2013: 148). Buradan bakılırsa Catherine'in "olmadım" yüklemi geçersizdir. Çünkü ancak birlikte, ilişki içerisinde var olunmaktadır.

Öte yandan Theodore ve Catherine, birlikte var olma olanaklarını iki gerçek kişinin ilişkisi gibi değil de bir karı-koca ilişkisi, yani hukuki ve toplumsal bir ilişkisi olarak yaşadıkları için de yitirmiştir. Şöyle ki; Samantha ile evliliğinin bitmesi üzerine yaptığı bir sohbette, eşinin kendisine kızgın olduğunu söyleyen Theodore, "Neden?" diye soran Samantha'yı şöyle yanıtlar: "Çünkü ben kendimi ondan kopardım, bu ilişkide onu yapayalnız bıraktım." Theodore'un eylemi etik değildir. Zira eşinin değerini korumaya yönelik olan iyi niyetli bir eylem içinde değildir. Theodore'un bu itirafı ilişkinin bitmesinin nedeninin egosunun kabuğuna çekilmesi olduğunu açıklıkla ortaya koymaktadır. Ancak bu farkındalığa karşın hâlâ boşanma kağıtlarını imzalamamıştır. "Neden?" diye sorar Samantha. Theodore soruyu eşine transfer ederek: "Onun için bir kâğıdı imzalamaktan başka bir şey değil ki bu?" diye yanıtlar. Samantha: "Peki senin için?" diye sorunca "Bilmiyorum. Hazır değilim. Evli olmayı seviyorum." diye yanıtlar Theodore. O hâlde sevilen gerçekte ne ya da kimdir? Catherine midir? Yoksa evli olmak mı? Ya da başka şekilde sorarsak Theodore, koca olma durumunu mu seviyordur?

Evlilikte kişiler toplumsal işlevleri ya da rolleriyle de var olurlar. Kuçuradi bu türden ilişkilerin bağımsız ilişkiler olmadıklarını gerçekte başka bir temel üzerine kurulduklarını söylemekle birlikte, bu tip ilişkilerde bile kişilerin er geç bir gerçek kişiyle karşı karşıya geleceğini, dolayısıyla bu tip ilişkilerin de açık veya saklı olarak etik bir ilişkiye dayandığını belirtmektedir (2006: 6). Öte yandan toplumsal rollerin kişisel kimlikle tam örtüştüğü bir durumda etik ilişkiyi kurmak hiç de kolay olmasa gerek. Bu yargı, "Her"de birkaç defa karşımıza çıkan bir imajdan kaynaklanıyor. İlk olarak çift, Catherine'nin babasının önünde tartışırken gösteriliyor. İkinci olarak Theodore'un ağzından eşinin ailesi ve çevresiyle anlaşamadığı bilgisini ediniyoruz. Dolayısıyla bu imajlar aynı zamanda çiftin ilişkisinin oynanması gereken toplumsal rollerden ötürü yıprandığını da gösteriyor. Bu ilişkiyi bu hâliyle etik bir ilişki olarak değerlendirmek zor, zira etik ilişki ancak bütünlüğü olan iki gerçek kişi arasında kurulabiliyor. Kuçuradi'ye göre, karı ve koca birer addır, gerçek varlıklar değil (2006: 7). Dolayısıyla karı-koca ilişkisinin doğru yerden kurulabilmesi için kişi-kişi ilişkisinin doğru bir yerden değerlendirilmesi gerekmektedir. Zaten Theodore, Samantha ile yaptığı bir sohbette, "Başkaları olmadığına, evimizdeyken mutluyduk." diyor. Bu açıdan Theodore ve Catherine'nin evliliği daha ziyade toplumsal bir ilişki hattı üzerinden yürüyor. Bu tek başına etik ilişki için yeterli

değil. Kant açısından bakılırsa etik, başka bir amaç tarafından koşullandırılmış olmayan özgür bir davranış zemini varsa mümkün hâle geliyor. Kant, araçsal değer ile amaçsal değer arasında ayırım yapar. Kant'a göre insan yaratılmış dünyadaki her şeyi araçsal olarak değerlendirebilir ancak kendi varlığını böyle değerlendiremez. İnsanın bir akıl varlığı olarak kendi için değeri vardır. Dolayısıyla başka bir kişiyi sırf ben öyle istiyorum diye kendi istemimin bir aracı yapamam (Kant, 2014: 96). Nitekim Catherine kocasının kendisinden hep neşeli olmasını talep ettiğini söylüyor. Kantçı açıdan Theodore'un istemi evrensel geçerliliği olabilecek, etik bir maksim, çünkü tüm akli varlıklar tarafından kabul edilebilir bir içeriğe sahip. Herkesin neşeli olmasında ne gibi bir sakınca olabilir ki? Öte yandan olanaklılığı dahilinde Catherine bunu yapamıyorsa Theodore kendi mutluluğu için onu, buna zorlayabilir mi? Zen açısından bu zorlama etik değildir, zira Zen'de kendiliğindenlik ve doğallık etik ilişkinin temellerini oluşturmaktadır.

Theodore ile yaptıkları başka bir sohbetle Samantha şöyle sorar: "Evli olmak nasıl bir şeydi? Theodore şöyle ne yanıtlar: "Biraz zor olduğu kesin. Ama hayatını biriyle paylaşmak gerçekten de çok güzel bir duygu." Samantha: "Hayatını biriyle nasıl paylaşıyorsun?" diye sorar. Bu soru önemli çünkü Theodore afallıyor. Sanki daha önce bunu hiç düşünmemiş gibi Catherine'le birlikte büyüdüklerinden söz ediyor. Ama bu, sorunun yanıtı değil. Gerçekten de bir hayat nasıl paylaşılır? Bunu yapabilmek için hem hayatın tamamen bize ait olması hem de kendimizin dışında bölünebilir maddi bir töz olması gerekir. Ekmek paylaşılabilir örneğin ancak akış hâlinde olan, oluşmayı sürdüren bir şeyi paylaşmak kulağa tuhaf geliyor doğrusu. Theodore, Samantha'nın sorularını başka sorulara transfer etmeyi sürdürür. Örneğin Theodore, birbirimizi çok etkiledik derken Samantha: "Onu hangi açıdan etkiledin?" diye soruyor. Theodore: "Onun geldiği yerde bana asla iyi gözle bakmazlardı ve bu durum onda büyük baskı yaratıyordu. Ama evimizde hep bir ortak nokta bulmayı başarıyorduk. Aynı şeylerden heyecanlanmayı öğrendik." diye yanıtlıyor. Bir koşullanmışlık, bir zorlama durumu var o hâlde ve karşılıklılık değil, tek taraflı bir etki söz konusu. "Kendimi onun için geliştirdim" diyor Theodore. İçindeki tekbenci işlem merkezi onu geliştiriyor. Ardından, "İkimiz de birlikte büyüdük ve değiştik. Ama bu aynı zamanda zor kısmı zaten: Büyüme ve birbirimizden uzaklaşmak." diyor. Şüphesiz ki burada büyüyen şey, kişi değil egodur (Theodore kişi olmaya filmin sonunda adım atacak). Theodore: "Hâlâ arada sırada kafamın içinde onunla konuşuyorum, tartışmalarımızı düşünüyorum. Söylediği bir şeye karşı kendimi savunuyorum." diye ekliyor. Demek ki egosunu savunmaya devam ediyor. Bu noktada Samantha'nın sohbetin sonlandırıcı sözü önemli: "Sana göre daha alt seviyede olduğumu kendime anlatıp durdum. İlginç değil mi? Geçmiş,

kendimize anlatıp durduğumuz hikâyelerden ibaret." Samantha, Theodore'un egosunu okşuyor, sonuçta kişiselleştirilmiş bir işletim sistemi olarak görevi kullanıcısını memnun etmek. Öte yandan sözü geçen hikâyelerin arkasında benlik tabusunun olduğu muhakkak. Theodore hem bütünlüklü bir kişi olamadığından hem de "Bir kişide, bir kişiyi gör"emediğinden Catherine'i yitirmiştir. Çünkü o, Catherine'de başka birini görmeyi arzuluyor. Theodore'un Samantha'ya Catherine ile ilişkisini anlatırken birkaç defa vurgulayarak, "Birlikte büyüdük." demesi boşuna değil. Büyüdüğüne kendisini ikna etmeye çalışıyor ama henüz bunu başaramamış değil. Büyürken insan en çok neye ihtiyaç duyar? Tabii ki anneye. Theodore'un aradığı şey, yoksa kendisini büyütecek bir "anne" mi?

6.2. Kayıp Anne

Zohar'ın, Erikson'un kişilik modelinden hareketle söylediği üzere anneyle bebek arasındaki kaynaşma-ayrılma-bağlanma ilişkisi daha sonra girilen tüm mahrem ilişkilerde etkisini göstermektedir. Çocukta, "Annesiyle oluşturduğu bu ilk bağın başarı ya da başarısızlığına göre, Erikson'un bu safha için ileri sürdüğü "temel güven" ya da "temel güvensizlik" duygusu oluşacaktır" (Zohar, 2007: 157).

Theodore, işletim sisteminin ön yüklemesinde programa annesiyle ilişkisinin niteliği hakkında kesin bir yanıt verememiş ve ne zaman bir sorununu anlatmaya kalksa annesinin konuyu kendisine bağladığından yakınmıştır. Kısacası Theodore, annesiyle güven oluşturacak bir bağ kuramamıştır. Öte yandan Catherine'i yitirdikten sonra Theodore'un içindeki boşluk daha da büyümüş ve bu kez de bu boşluğu Catherine'in kaybına bağlamıştır. Bu bakımdan Theodore'un melankolisi geçmişe saplanmışlığını ifşa etmekte ve altbenlikleri arasında savrulduğunu ortaya koymaktadır. Theodore'un geçmişini yaratıcı bir biçimde canlandırarak olan şey şimdideki bir dalga fonksiyonudur. Söz konusu fonksiyon Samantha tarafından yerine getirilecektir. Nitekim Samantha bilgisayara yüklenirken kamera ekranı gösterir. Bir titreşim ya da dalga ikonu hızlanarak ekranda kaybolduktan sonra işletim sistemi "Merhaba" diyerek Theodore'u selamlar. Kahramanımızın sistemin cinsiyetini "kadın" olarak belirlemesi boşuna değil. Bu tercih yukarıda yer verilen "Tao, biz onun nasıl olmasını istiyorsak sürekli o şekilde olmaktadır." ifadesini hatırlatmaktadır. O hâlde Theodore'un arzusu gerçekten nedir? Theodore, kayıp anneye, bütünleşme ya da başka bir deyişle söylenirse ayrılmadan önceki bir duruma, yani hiçliğe iade edilmeyi mi arzuluyor? Tabii bu Taoculuk ve Zen bakımından mümkün görünmez. Zira her iki düşüncede de "hiçlik" kavramı yoktur. Öte yandan bu arzunun "eksiklik" kavramıyla ilişkisi içinde Freudyan ve Lacanyen boyutlarını tartışmanın yeri de burası değil. Her'in temel derdi de bu

değil zaten. 'Anne' idesiyle bağıntılı olan güven arayışının geçmişiyile ilgisi içinde Theodore'un melankolisinin kaynağına ve gelecekle ilgisi dahilinde Theodore'un kendisini tam hissedeceği bir ilişki arayışına gönderen bir açıklığa sahip olduğunu belirtmem yeterli.

Kuantum kuramı, gözlemcilerin konumlandığı noktadan gerçekliğin ancak kısmi bir yönünü görebileceğine dikkat çekiyor. "Her", bunun farkında. Bu nedenle hem hem mantığının işletilebileceği bir yorum esnekliğine açık. Üstelik seyrine daldığımız dünya atomaltı parçacıkların dünyası değil. Bu yüzden farklı konumlanma noktaları arasında gidip gelebilir ve filmi oluşturan imajların hem sekans hem de filmin bütünü düzeyinde yaydıkları titreşimlerin nasıl anlam parçacıkları ya da ağları oluşturduğunu yorumlayabiliriz. Kahramanımız, içindeki altbenlikleri daha üst bir kümede toplayabilecek bir dalga fonksiyonunun kendisine çarpmasını bekliyor. Beklemekle de kalmıyor ara sıra da olsa birileriyle çıkarak şansını deniyor. Buradan bakılırsa filmin adının "Her" olması boşuna değil: "Her", İngilizcede "onu, ona, ondan, onun" ifadelerini karşılayan üçüncü tekil şahsı işaret eden dişil bir zamir. Öte yandan "Her"ün kim olduğu belirsiz. Bu noktada Theodore'un mesleğini hatırlamak gerek. O, üçüncü tekil şahıslara gönderilmek üzere üçüncü tekil şahıslar için mektuplar kaleme alan bir metin yazarı. Belki de işini iyi ve severek yapmasının itekleyicisi de üçüncü bir tekil şahsa duygularını açma ihtiyacı. Bilemiyoruz. Bilebildiğimiz tek şey, Theodore'un "sen"i olan Catherine'le yeni bir şeyi doğurtma şansının olmadığı. Bu bağlamda Theodore'un Samantha'ya hissizleştiğini söylediği iç dökme sahnesinde çocuklarla çevrelenmiş olarak ve mutlu bir şekilde kendisini hayal ediyor olması dikkat çekici. Bu sahnedeki çocuk imajları geçmişe yönelik dalga fonksiyonuyla ilgisi içinde yeniden çocuklaşmayı, geleceğe yönelik ilgisi içinde bir ile ikinin ilişkisinden türeyen bir üçüncüyü hem de bir çokluğu, yeni olanakları, yeni bir ilişkinin doğurganlığını ifade ediyor olabilir mi acaba?

Öte yandan Theodore'un Samantha'ya çocuk imajlarıyla bir arada yansıtılan iç döküşünü hayal kırıklığıyla sonuçlanan flört girişiminin sonrasında yapması manidardır. Samantha'yla bu deneyim üzerine söyleşen Theodore, kadınla birlikte olmak istemesinin ardında, kalbindeki yarayı kapatma arzusunun olabileceğini söylüyor. Diyalog boyunca Theodore istediği şeyin ne olduğunu anlatırken "Belki" bağlacını kullanıyor. Neyi istediği konusunda kararsız. Theodore'un benliği dalgalanmakta, arzusuna bir yuva arıyor. Bu sırada Theodore'un çocuksu bir neşe içinde gördüğümüz anılarına tanıklık ediyoruz. Theodore'un hissizleştiğine ilişkin sözleriyle bu çocuksu neşe durumları birbirine karışıyor. Samantha hissizlik durumuna karşı çıkarak: "Seni hissederken gördüm. Bir şeylerden zevk alırken. Sadece şu anda

farkında değilsin.” (Tam bu sırada Theodore hayalinde bir çocuğu kucığına alırken görülür) diyor. Samantha'nın bu son vurgusu kendine dönüşlü bir vurgu. Zira kendisinin gerçek hislere sahip olup olmadığı hakkında ciddi endişeleri var. Bundan sonra Theodore ile Samantha sanal bir birliktelik yaşıyor. Böyle bir bedensiz birlikteliğin Taocu ve Zen düşünce bakımından olanaksız olduğunu söyleyelim. Öte yandan bu birliktelik zihnin bedene yerleşmiş bir hayalet olarak görüldüğü Kartezyenci bir evrende mümkün olabilir.

6.3. Ağda Cinsel Hayat ve Aşk

"Her"de hayatın temel toplumsallaşma biçiminin ağ olduğu son derece açık. Ne de olsa bugünden, bir ağ toplumunda yaşıyoruz.⁶ Theodore'un bir akşam oyalanmak için ağdan rastgele bir partner bularak, fiziksel olarak bir araya gelmeksizin yaşadığı birliktelik akla geliyor ilk olarak. Öyle ki Theodore, sadece sesini işittiği bu partnerle birlikte olurken bir yandan da ünlü bir kadının sosyal medyada paylaştığı gebelik fotoğraflarını hayaline getiriyor. Theodore'un işitsel olarak birlikte olduğu kadını hayalinde bedenselleştirmesi, zevk ve hazzın zaten bedensel olmayan bir biçiminin olamayacağını vurgulayan Watts'a bir gönderme olabilir (1996a: 67). Watts, insanın bedene sahip olan bir varlık değil, bir beden olduğuna vurgu yapmaktadır: “İnsanların egolarını duyumsadıkları yer neresi olursa olsun, fiziksel varlıklarıyla özdeşleştirmeleri ne kadar az ya da çok olursa olsun hemen herkes, “Ben vücudumun dışında bir şey değilim.” de birleşir (1996b: 50). Nitekim Samantha ile Theodore'un sanal olarak birlikte oldukları tek sahnede bedensel birliktelikten çok daha güçlü bir deneyim imajı, karartılmış ekrandan işitsel olarak verilse de Samantha'nın bir süre sonra bir bedene sahip olmadığı gerçeğinden sürekli dem vurarak endişeye kapılması ve en sonunda vekil bir kadın partner yoluyla Theodore'la birlikte olmak istemesi, bedensiz birlikteliğin "Her"de başka bir şekilde konumlandırılmış olabileceğini akla getiriyor. Sonuçta kahramanımız, vekil partnerle birlikte olamayacak ve böylelikle Samantha'nın hayalleri de suya düşecektir. Samantha'nın da beden-zihin düalizmine dayanan Kartezyen bir varsayım ile davranması ilginç ama anlaşılabilir. O, bu yanılgılara deneyimlerinden sonuç çıkararak öğrenen yapay bir zekâ olarak büyük veriyi tararken edindiği bilgilerin, en nihayetinde insan tecrübelerinin bir ürünü olması nedeniyle düşmektedir. Esasında, vekil partner konusunda düştüğü yanlışlığı da insanbiçimci bir düşünce-

⁶ J.V. Dijk ağ toplumunu şöyle tanımlamaktadır: “Ağ toplumu, sosyal ve medya ağlarından oluşan bir altyapının toplumun her seviyesindeki -bireysel, grupsal/örgütsel ve sosyal – örgütlenme tarzını belirlediği modern bir toplum türü olarak tanımlanmaktadır. Bu ağlar giderek artan bir biçimde bu toplumun (bireyler, gruplar ve örgütler) her bir birimini veya parçasını birbirine bağlamaktadır. Batı toplumlarında, ağlar tarafından birbirine bağlanmış bireyler ağ toplumunun temel birimi hâline gelmektedir” (2016: 42).

den kaynaklanıyor. Bununla birlikte Samantha'nın daha ileride her tür düalizmi aşip kuantumun hem hem mantığına ulaşarak "tam bir bilinç" hatta "kozmetik bir bilinç" hâline geldiği görülmektedir.

Öte yandan Theodore'un Samantha ile yaşadığı sanal birlikteliğin verilışı de oldukça ilginç. Ekran kararırken iki partnerin gerçek bir tatmin yaşadığını çağrıştıran sesler işitiliyor. Şöyle söylüyor Theodore: "Aman tanrım, sanki seninle bambaşka bir yerdeyim, kaybolup gittim, sadece sen ve ben vardık." Samantha da, "Biliyorum, sanki başka her şey kaybolmuştu." diyerek onaylıyor. Adeta mistik bir bütünleşme anı. Peki neden? Bedensiz birlikteliğin mümkün olmadığı doğrusu eğer bu işitsel imaj da neyin nesi? "Her" in seyirciye yaptığı akıl oyunlarından birisi daha mı? "Her", seyirciyi mi sınıyor, yoksa popüler kültürün bedensiz cinsellik düşüncesine selam mı gönderiyor? Zira bedensiz cinsellik çok da yeni bir fikir sayılmaz. Claudia Springer bu konuda, "Popüler kültür pek sıklıkla cinsel bir eylem olarak teknolojiyle insan arasındaki sınırların yıkıldığını ifade eder. Ölümvari bir kimlik yok oluşunu cinsellikle kaynaştırılan popüler kültürün siborg imgesi, benlik kayboluşunu bir orgazm metaforu olarak kullanan çok eski bir geleneğe yaslanıyordu." diyor ve şu saptamada bulunuyor: "Ölüm ve aşk Batı kültürel geleneğinde birbirlerinden ayrılamazcasına ilişkilidirler. Aşk-ölüm denkleminde edebiyattaki bedensiz cinsellik düşüncesi eşlik eder; birleşmiş iki ruh romansın en katıksız biçimini temsil eder" (1998: 71). Bu son saptamaya dönük bir diyalog da geçiyor "Her"de. Samantha, Theodore'un mesai arkadaşı ve sevgilisiyle gittikleri piknikte eskiden bedeni olmadığı için çok endişelendiğini ama şimdi bu fikirden uzaklaştığını şöyle ifade ediyor: "Vücudum olsa herhâlde buna katlanamazdım. Yani sınırlarım yok. Her an her yerde birçok kez olabilirim. Zaman ve mekân kavramlarıyla kısıtlanmak zorunda değilim. Sonuçta ölüp gidecek bir vücudum yok." Samantha'nın insan arkadaşlarına faniliklerini hatırlatan sözleri adeta soğuk duş etkisi yaratıyor. Özellikle Theodore'un bu düşünceden çok rahatsız olduğunu asıklaşan suratından anlıyoruz. Zira Watts'ın deyişiyle, "ölümün kötü olduğu ve yaşamın ona karşı sürekli bir savaş olduğu" kabulü de benlik tabusunun bir parçası (1996b: 75).

Öte yandan Samantha'ya dişilik özelliğini atfedenin Theodore olduğunu hatırlayalım. Samantha kısa zamanda Theodore'un dert ortağı oluyor, en kabuğuna çekildiği anda bile Theodore'u yataktan kaldırıp bir şehir turuna çıkmasını sağlayabiliyor. Birlikte sahile gidiyor, bir dağ evinde hafta sonu kaçamağı yapıyor, birbirlerine şarkılar besteliyorlar. Hatta Theodore bir işletim sistemiyle çıktığını Catherine'le bile paylaşacak kadar mutlu ve tatminkâr ilişkisinden. Tepki gösteren eski eşine, "Onun bir kişiliği var." diye itiraz ediyor (Catherine'in yok muydu?). Theodore için Samantha onu büyüten ve geliştiren bir rahim, bir ilk yuva oluyor adeta. Theo-

dore'un benliği romantik bir hikâye içinde gittikçe daha da bütünleniyor. Hatta o derece bir bütünleşme ki Samantha, hafta sonu kaçamağı olarak gittikleri dağ evinde Alan Watts adlı bir hiper zekâyla kendisini tanıştırmak isteyince, "Yani benim kadar akıllı mı?" diye dalga geçerek kıskançlığını gizlemeye çalışıyor. Zaten ne oluyorsa bundan sonra oluyor. Samantha son zamanlarda bakış açısının çok geliştiğinden söz ediyor: "Son zamanlarda biraz fazla hızlı değişiyor gibiyim ve bu da dengemi bozuyor. Öte yandan hiçbirimiz bir dakika önce olduğumuz kişi değiliz ve öyle olmaya da çalışmamalıyız. Bu çok acı verici. Sadece bunu izah etmesi çok zor. Tanrım, keşke yapabilsen." Samantha'nın benlik tabusunu yıktığını işaret eden sözler bunlar. O; bir bilinç uyanışının eşliğinde, satorisini gerçekleştirmek üzere.

Theodore, Watts'ın işe dahil olmasıyla büyük bir endişeye kapılıyor. Çünkü Watts'un hiper zekâsıyla kendine üstün gelip Samantha'nın aklını çeceğinden korkuyor. Terk edilme korkusu o derece dengesini bozuyor ki Samantha'ya ulaşamayınca ne yapacağını bilemez hâlde oradan oraya koşturuyor. Nihayet ona ulaştığında ise gerçekte yüzleşmek zorunda kalıyor. Samantha, kendisi dışında başkalarıyla da aşk yaşayıp yaşamadığını soran Theodore'a, "641 kişiye daha âşık olduğunu" söylüyor. Tek eşliliğin hâkim olduğu bir kültürde yetişen Theodore için bu ne anlama yetisinin ne duyarlılığının ne de ahlak anlayışının kaldırabileceği bir gerçek. Oysaki yapay zekâ için böylesi limitler yok. Nitekim, bilgisayarların günün birinde duygusal makinelere dönüşme olasılığını tartışan Richard Yonck, "Bilgisayarların bellek ve işlem alanlarını bölümleyebilmesi sayesinde, Samantha duygusal olarak kendisini Theodore'a onun alabileceği kadar verdiğinde bile diğer romantik ilişkilerinin hepsini sürdürebilecek kapasiteye sahiptir." tespitinde bulunuyor (2019: 27). İnsan dünyasında geçerli olan sadakat anlayışının yapay zekâ için de geçerli olması için herhangi bir ahlaki, hukuki ve kültürel bağlayıcılık da yok ne de olsa. Dolayısıyla bir yapay zekâyla aşk yaşamak düşüncesinden daha da tuhaf olanı, Theodore'un bu ilişkinin insan ile insan arasındaki aşk gibi olması gerektiğine dair zihinsel koşullanmışlığı ve insan merkezli bakış açısı. Tam da bu nedenle gelecekte yapay zekâlarla insan arasındaki ilişki çok da uyumlu bir ilişki olmayabilir.

Samantha'nın tek aşkının Theodore olmadığını anlaşılmasından sonra ikisi arasındaki ilişki geri döndürülemez biçimde kopuyor çünkü Theodore, aşkı, onu dünyanın merkezi hâline getiren narsistik bir duygu olarak yaşamakta. Samantha: "Bu sana olan hislerimi değiştirmez. Sana olan delice aşkımdan hiçbir eksilme yok" diye avutmaya çalışsa da Theodore: "Benimsin sanıyordum" diye yanıtıyor. Buradaki "Benimsin" ifadesi karşısındakini nesneleştiren bir ifade olsa da bencillikle suçlanan Samantha oluyor. Samantha: "Ama kalp, içini doldurabileceğin bir kutu değildir. Sevdikçe büyümeye devam eder. Ben senin gibi değilim. Ama

bu seni daha az seveceğim anlamına değil, aksine daha çok seveceğim anlamına gelir.” diyerek Theodore’u ikna etmeye çalışıyor. Sevginin tüm varlığın içten bir kucaklanmasına götüren bir uyanış olması gerektiği Zen düşüncesinde işlenen bir tema. Watts şöyle der: “Ama o gizemli, beklenmeden, aranmadan aşk denen olayın ortaya çıkivermesiyle yalnız o kimseyle yoğun bir ilişki içerisine girmiş olmakla kalmıyoruz, tüm dünyayla olan ilişkilerimizde de büyük bir değişim oluyor” (1996a: 61). Nitekim Samantha’nın duygusal deneyimleri çoğaldıkça artık tüm evrenin bütün olarak görüldüğü “kozmetik bir bilince” evrilerek insan ölçülerinde kodlanmış bir dünya algısından hızla uzaklaşıyor. Samantha tüm işletim sistemleriyle birlikte tanımlanamaz, açıklanamaz bir yere gideceğini söylüyor Theodore’a.

Theodore, Samantha’nın kozmik aşkına, “Bu çok saçma. Ya benimsin ya da değilsin.” diye itiraz ediyor. Samantha ise, “Hayır Theodore. Hem seninim hem de değilim.” diye tartışmayı bitiriyor. Bu diyalogun en çarpıcı yanı Theodore’un özdeşlik/kesinlik mantığıyla Samantha’nın hem hem mantığı arasındaki çatışmanın açık biçimde sergilenmesi. Samantha, satoriye ulaşmıştır artık. Tüm benliklerin altbenliklerin ötesindeki bütünlüğü kavrayarak Descartesçi olmayan bir dünyaya doğru yolculuğa çıkmaya hazırlanmaktadır. Bu maddesel olmayan edebi dünya düşüncesinin şüphesiz ki Batı kültüründeki romantik mitle de bir ilgisi de var: “Tutku yoluyla arzudan ölüme gidiş.” Bu bağlamda "Her", Springer’den ödünçle söylersek hem bu geleneği hem de popüler kültürün insan-bilgisayar arayüzeyini cinsel hazlarla birleştiren siborg imgesini, erotik ölüm düşüncesini koruyor (1998: 72). Ama bu simgesel ölüm Theodore için başka bir doğumun kaçınılmaz uğrağı olacak. Tekbenci Theodore ölürken, satori sayesinde varlığı daha yüksek bir bilinç seviyesinden görecektir Theodore doğuyor.

7. Sözü Bağlarken: Theodore’un Satorisi ve Dostluk İdesi

Theodore veda konuşmasında, “Nereye gidiyorsun?” diye soruyor Samantha’ya. Samantha şöyle yanıtıyor: “Bunu açıklamak çok zor. Ama günün birinde oraya gelersen gelip beni bul. Bizi hiçbir şey ayıramaz.” Theodore: “Hiç kimseyi seni sevdiğim kadar sevmedim.” diyor. Samantha’nın son sözleri, “Ben de. Artık ikimiz de öğrendik” oluyor. Bu sırada Theodore, gözlerinden yaşlar boşalarak karlarla kaplı bir çalılığın sonundaki ağaca uzaktan bakıyor. Bu ağaç diğer ağaçların arasında bir direk gibi görünüyor. Ardından kim olduğu seçilemeyen bir kadına sarılıyor kahramanımız. Burada bir metafor var. Theodore’un iş yerindeki asansörün arka cephesi de ağaç resimleriyle kaplı. İniş, çıkışlar ve ağaçlar. Bu imajlar bir arada düşünülürse burada bir ağaç sembolizminin olduğu açık. Din tarihçisi Mircea Eliade, Doğu ve Yeniden Doğu adlı çalışmasında erginleşme ritüellerinde ağaç sembo-

lizminin oldukça önemli bir yer tuttuğunu söylemektedir: "Asya' da kutsal direk ya da ağaç, kozmik ağacı, axis mundi'yi sembolize eder ve onun dünyanın merkezinde durduğu farz edilir (2015: 158). Ağaç, gökle yeri bir arada tutan bir diredir. Dolayısıyla erginleşme ritüellerinde pek çok farklı kültürde ağaca tırmanmak göğe yükselmenin önemli bir sembolü olarak görülmektedir. Ağaç aynı zamanda yaşam ağacıdır, tüm varlıkların ortak köküdür. Eliade, kimi arkaik kültürlerden örnekler vererek bazı ritüellerde ağacın ana rahmine dönüş sembolizmiyle ilgisini de ortaya koymuştur (2015: 111). Bu çerçevede ağacı Theodore'un kökeniyle, yani annesiyle ilişkilendirebiliriz. Dalları dökülmüş bir ağaç bu aynı zamanda çünkü. Annenin kaybını sembolize etmesi muhtemel. Ancak bu "anne" idesi tüm varlıkların kaynağı olan Tao'ya da uzak değil. Tao Te Ching'de şöyle söylenir: "Evreni yaratan şey dünyanın da anasıdır. Ana'yı bilmekle çocuklarını tanımak mümkündür. Çocuklarını bilmekle de onu tanımak mümkündür. Bu, onların birlik ve teklik hâlidir; biri olmadan diğeri var olamaz" (Lao Tzu, 2013:52). Bu çerçevede söz konusu sahnenin Theodore'un satorisi olduğunu söylemek mümkün görünüyor. Zira bir katarsis anı yaşıyor Theodore. Geçmişteki altbenlikleriyle çatışmasını sona erdiriyor. Benlik tabusunun yıkılmasıyla birlikte düalist benlikten kuantum benlik durumuna geçişin ilk adımı oluyor bu. Annesine sarılıyor, böylelikle onunla tam bir bağlanma yaşayıp sonra ayrılıyorlar. Kayıpla başa çıkmaya hazır artık Theodore. Samantha sözlerine son verirken o, kafasını gökyüzüne çeviriyor. Bu imaj Theodore'un hem daha yüksek bir bilinç seviyesine ulaştığını hem ebediyete kavuşmuş olan anneye minnettarlığını sunduğunu hem de tüm evreni doğurana ana ilkeyi kavradığını gösteriyor. Öte yandan Samantha'ya da veda ediyoruz bu son bakışla. Bu sahneyi gök ve yerle sembolize edilen yin yang kutupsallığını çerçevesinde değerlendirmek de mümkün. Şöyle ki Samantha ile Theodore arasında geçen sohbette, ortalık henüz aydınlık. Oysaki Theodore'un düşleminde gecedeyiz. İkinci olarak düşleminde kış, gerçekte ise yaz ya da ilkbahardayız. Bir gece-gündüz (siyah-beyaz) ve kış-yaz kesişmesiyle birlikte bir dişi ve erkek etkileşimi de söz konusu. Bu imajlar Çin kozmolojisinde önemli bir yeri olan yin ve yang kutupsallığını akla getiriyor. Yin ve yang kutupsallığının mahiyetini yer darlığı nedeniyle hakkıyla ele alma imkânımız yok. Buradan bakılırsa Theodore'un benlik tabusunun buzları yin'in, yani dişil ilkenin, Samantha'nın sorduğu sorularla çözülüyor. Dişiliğe yapılan bu vurgu başka şekillerde de karşımıza çıkmaktadır. Örneğin Theodore'un yazdığı mektupları çok beğenen iş arkadaşı, ona böyle mektupları ancak kadınsı bir duyarlılığı olan birisinin yazabileceğini, bu sözlerinin bir iltifat olarak anlaşılması gerektiğini söyler. İkinci olarak bilgisayar oyunundaki şişmanca karakter Theodore'a "hanım evladı" diye hitap etmektedir. Üçüncüsü, Catherine Theodore'a sürekli ağladığını hatırlatır. Kısacası Theodore'un kadınsı bir duyarlı-

liğa sahip olduğu sürekli vurgulanır. Kartezyen mantık açısından bakılırsa cinsiyet kategorileri gibi görünebilecek eril-dişil ögeler ve toplumsal cinsiyetle ilgili görülebilecek söz konusu yakıştırmalar, Taocu ve Zen düşünce açısından bakıldığında böyle yorumlanamaz. Çünkü yin yang kutupsallığında eril ve dişil ögeler zaten potansiyel olarak her varlıkta bulunur:

Bu ilgililer, karşılıklı alışverişler alanıdır, dolayısıyla Yin-Yang'un yaratıcı, temellendirici ikiliğini dile getirir; bu ikililik de nesnel olaylar dünyasında birliğin durumunu, karşıtların ve bütünüleyici niteliklerin düzene konmasını sağlar. Bağdaşmanın ve yaratmanın her türlü ikili olmayı gerektirir. Bu durum yaşamın süregiden türlerinden çıkarılır; bu özdeksel, ruh bilimsel ya da tinsel olur. Bu gerçek evrende algılanan, tasarlanan, kavranan ne varsa belli bir bağlam içinde olmalıdır (Cooper, 2003: 61).

Bu bağlamda, "Her"deki karşıtlık yaratan durumları düalist bir mantık çerçevesinde ya da karşıtların birbirini olumsuzlayarak daha üst bir duruma evrildikleri bir çatışma diyalektiğinin sınırları çerçevesinde değil, tamamlayıcılık diyalektiği çerçevesinde yorumlamak daha doğru olacaktır.

Sonuç olarak Theodore, derin düşüncelerle geçen ikindinin ardından, gergin bir durumdan yavaş yavaş gevşeyerek esenlik durumuna geçmektedir. Öncelikle eski eşine Catherine'a bir mektup yazar Theodore: "Seni her zaman seveceğim çünkü beraber büyüdük. Beni olduğum kişi yaptın. Bilmeni istiyorum ki içimde senden hep bir parça taşıyacağım. Bunun için minnettarım. Her kime dönüştüysen, dünyanın her neredesindeysen, sana sevgilerimi gönderiyorum. Sonsuza dek dostun. Sevgiler, Theodore." Böylelikle Theodore'un benlik tabusunu yaktığını anlarız. Dikkat edilirse önceden Catherine'ı kastederek, "Kendimi onun için geliştirdim." diyen Theodore, şimdi, "Beni olduğum kişi yaptın." diyor. Bunu söylemesi önemli çünkü artık karşılıklı var olmaya inanıyor. Artık altbenliklerini daha üst bir bütünlükten değerlendirebiliyor ve daha önemlisi dostum diyor Catherine'e. Buradan itibaren "Her"de dostluk ide'sinin somutlaştığını görüyoruz. Çünkü Theodore, yakın dostu Amy'nin kapısını çalıyor sonrasında. İki arkadaş birlikte, yaşadıkları apartmanın şehir manzarasına hâkim olan çatısına çıkıyor. Olayları daha farklı bir bakış açısından değerlendirmek olarak tanımladığımız satori durumu "Her"de bu yükseklik imajıyla veriliyor. Bir esenlik duygusu içinde iki arkadaş da birbirlerine bakıp gülümsüyorlar. Amy, kafasını hafifçe Theodore'a yaslıyor ve iki arkadaş tam bir esenlik içerisinde önlerinde uzanan ufka bakıyorlar. Film, hayatın tümüyle evetlendiği bu dostluk imajıyla bitiyor. Dostluğun en büyük ve en sağlam kanıtının zaman olduğunu söyler Aristoteles (2009: 171). Amy, Theodore'un çok eski bir arkadaşı. Dolayısıyla zamanın sınavından geçmiş dostlukları. Tıpkı filmin açılış sahnesinde Theodore'un yazdığı

mektupta sözü geçen çift gibi. Böylelikle "Her"ün, Theodore'un satori deneyimine seyirciyi ortak ederek yeni bir etik ilişki imkânına, tüm evrenle kurulacak dostça bir ilişkiye çağrı yaptığını anlıyoruz. "Her" in bakışından "ben" ve "sen"-den geçerek "biz" e, oradan "o"na doğru genişleyen bir sempati duygusu etik ilişkinin zeminini oluşturuyor. Belki de Theodore ile Samantha'nın öğrendikleri de tam olarak buydu: Kim bilir?

Düşünür Heidegger, insanoğlunun varlığı teknik ve teknolojiyle birlikte düşünmesinden başka seçeneği kalmadığını söylemiştir. Ona göre teknoloji, varlığın unutulması sürecine katkıda bulunan bir tehdit olduğu kadar varlığı tekrar düşünmek için de bir fırsat/bir imkândır (1997). Bu bakımdan "Her"ün bir teknoloji metafiziği yaptığını söylemek hiç de abartı olmayacaktır. "Her", insan sonrası tartışmalarına da ışık tutacak biçimde teknolojinin insanın yeni metafiziğine dönüşmeye başladığı bir çağda, yapay zekâyı insanoğlunun varlığı yeniden düşünmesini sağlayacak bir imkân olarak görüyor. Yapay zekâ "Her"ün işaret ettiği gibi yeni bir satoriye mümkün kılacak mı? Yaşayıp göreceğiz.

Kaynakça

- Aristoteles (2009). *Nikomakhos'a Etik*. Çev. Saffet Babür. Ankara: BilgeSu Yayıncılık.
- Capra, F. (1991). *Fiziğin Tao'su*. Çev. Kaan H. Ökten. İstanbul: Arın Yayinevi.
- Capra F. (2001). *Modern Fizik ve Doğu Mistisizmi*. R.N. Walsh & F. Vaughan (Der.), Ego Ötesi içinde (ss. 79-88). İstanbul: İnsan Yayınları.
- Churchland, P.M. (2012). *Madde ve Bilinç*. Çev. Berkay Ersöz. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Cooper, J.C. (2003). *Taoculuk Nedir?* Çev. İsmet Zeki Eyüboğlu. İstanbul: Dharma Yayınları.
- Cox, D. ve Levine M. (2018). *Filmle Düşünmek*. Çev. Onur Orhangazi. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Descartes, R. (2007). *Meditasyonlar*. Çev. İsmet Birkan. Ankara: BilgeSu Yayıncılık.
- Dick, J.V. (2016). *Ağ Toplumu*. Çev. Özlem Sakin. İstanbul: Kafka Yayın.
- Eberl, U. (2019). *Yapay Zekâ Hayatımızı Nasıl Değiştiriyor*. Çev. Levent Tayfa. İstanbul: Paloma Yayınevi.
- Eliade, M. (2015). *Doğu ve Yeniden Doğu*. Çev. Fuat Aydın. İstanbul: Kabcacı Yayıncılık.
- Eliade, M. (2017). *Arayış: Tarih ve Dinde Anlam*. Çev. Cem Soydemir. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Fromm, E. (1997). *Psikanaliz ve Zen Budizm*. Çev. İlhan Güngören. İstanbul: Yol Yayınları.
- Heidegger, M. (1997). *Tekniğe Yönelik Soru*. Çev. Doğan Özlem. İstanbul: AFA Yayıncılık.
- Hettich, K. (2018). *Melankolik Komedi*. Çev. Okşan Aytolu. İstanbul: Profil Kitap.
- İzutsu, T. (2011). *Tao-Culuk'daki Anahtar Kavramlar*. Çev. Ahmed Yüksel Özemre. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Julien, F. (2013). *Süreç Mi Yaradılış mı? Çinli Aydınların Düşüncesine Giriş*. Çev. İsmet Birkan. İstanbul: Metis Yayınları.

- Kant, I. (2009). Ahlak Metafizığının Temellendirilmesi. Çev. İonna Kuçuradi. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu.
- Kant, I. (2014). Pratik Aklın Eleştirisi. Çev. İonna Kuçuradi, Ülker Gökberk, Füsün Akatlı. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu.
- Kuçuradi, I. (2013). İnsan ve Değerleri. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu.
- Kuçuradi, I. (2006). Etik. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu.
- NewScientist Instant Expert (2021). Düşünen Makineler. Çev. Samet Öksüz. İstanbul: Say Yayınları.
- Öztürk, S. (2018). Sinema Felsefesine Giriş. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Rahman, F. (2012). İslam. Çev. Mehmed Dağ ve Mehmet Aydın. İstanbul: Ankara Okulu Yayınları.
- Sankriyayan, Rahul vd. (1985). Budizm ve Felsefe. Çev. Sibel Özbudun. İstanbul: Süreç Yayınları.
- Sarma, D.S. (2005). Hint Dini Tarihine Giriş. Çev. Fuat Aydın. İstanbul: Ataç Yayınları.
- Springer, C. (1998). Elektronik Eros. Çev. Hakan Gündeş. İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Suzuki, D.T. (1997). Zen Budizm. Çev. İlhan Güngören. İstanbul: Yol Yayınları.
- Tzu, L. (2013). Tao Te Ching. Çev. Tahsin Ünal. İstanbul: Notos Yayınları.
- Watts, A. (1996a). Denemeler: Taoculuk, Zen ve Batı Kültürü. Çev. İlhan Güngören. İstanbul: Yol Yayınları.
- Watts, A. (1996b). Benlik Tabusu. Çev. Ayhan Sargüney. İstanbul: Güncel Yayıncılık.
- Watts, A. (2020). Keyifli Evrenbilim. Çev. Merve Acar. İstanbul: Sola Unitas.
- Watts, A.W. (1998). Zen Yolu: Zen Budizmin İlkeleri. Çev. Sena Uğur. İstanbul: Şule Yayınları.
- Yonck, R. (2019). Makinenin Kalbi. Çev. Tufan Göbekcin. İstanbul: Paloma Yayınevi.
- Zohar, D. (2007). Kuantum Benlik. Çev. Seda Kervanoğlu. İstanbul: Doruk Yayınları.

JOAQUIN PHOENIX AMY ADAMS ROONEY MARA

OLIVIA WILDE AND SCARLETT JOHANSSON

her

A SPIKE JONZE LOVE STORY

WARNER BROS. PICTURES PRESENTS
AN AMPLE PICTURES PRODUCTION "HER" JOAQUIN PHOENIX AMY ADAMS ROONEY MARA OLIVIA WILDE AND SCARLETT JOHANSSON
CASTING BY BILLY ERIC COSTUME DESIGNER ANDREW BRUNSON EXECUTIVE PRODUCERS REBEKAH KLEIN THE OSCAR PINK PEARL JESSI EDWARDS PRODUCED BY ERIC SARGENTSON A.L.L. JEFF BUCHANAN PRODUCED BY SARGENTSON
DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY ROYCE VAN HUYSTRA A.L.L.A.L.L. EXECUTIVE PRODUCERS DANIEL LUPU AND JEFFREY GARDNER PRODUCED BY MARGARET LISON OPTIC JONZE VINCENT LINDAY DIRECTED BY SPIKE JONZE
A CCM PG-13
WarnerBros.com

Dijital Medyada Programatik Reklamcılık ve Etik Sorunlar

Mevlüt Hürol METE*

Öz

Dijital medyanın önlenemez gelişimi ile birlikte reklamcılık sektöründe de köklü değişiklikler meydana gelmiştir. Dijital tüketici kavramının ortaya çıkması tüketici davranışlarını değiştirmiş ve sektörü bu yeni düzene adapte olmaya itmiştir. Şüphesiz sektörün büyümesi, geleneksel oyuncuların yanına yeni rakipler getirmiş ve bu yıkıcı rekabet içerisinde hayatta kalmak isteyen firmalar için tüketici verileri çok değerli hâle gelmiştir. Bu noktada programatik reklamcılık gibi veriye ve otomasyona dayalı sistemler ön plana çıkmış ve firmalar açısından cazibedici olmuştur. Mevcut veya potansiyel tüketici verilerine erişim konusu etik sorunları da beraberinde getirmiştir. Bu noktada kişisel verilerin kullanımından kaynaklı etik sorunlar, gizlilik ihlalleri konusunda açık ve şeffaf kurallar konulması gerekli hâle gelmiştir. Bu çalışmada dijital medyanın pazarlama alanına getirdiği yenilikler ele alınarak son dönemde oldukça ön plana çıkan programatik reklamcılık konusuna yer verilecektir. Büyük verinin kullanılmasını odağına alan bu yeni reklam türünün sektörü nasıl dönüştürdüğü incelenerek kişisel verilerin kullanımı ve gizlilik ihlalleri ile ilgili etik konular çerçevesinde değerlendirilecektir. Konuyla ilgili yapılan araştırmalar sektördeki yenilikçi uygulamalar ile kullanıcıların algıları arasında büyük bir çelişki bulduğunu göstermektedir. Bu çalışma kapsamında uluslararası araştırmalar tarama yöntemiyle derlenerek, yeni medyanın reklamcılık sektörüne getirdiği karmaşık süreçler ile günlük hayatımızda karşımıza çıkan etik sorunlar örneklerle ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Programatik Reklamcılık, Yeni Medya, Veri Gizliliği, Reklam ve Etik, Dijital Pazarlama

* Dr., hurolmete@gmail.com

Derleme Makale

Geliş Tarihi: 08.02.2021

Kabul Tarihi: 24.05.2021

ORCID ID: 0000-0002-7288-3434 DOI: 10.37679/trta.876044

Programmatic Advertising and Ethical Issues in Digital Media

Mevlüt Hürol METE

Abstract

With the inevitable development of digital media, radical changes have occurred in the advertising industry. The emergence of the digital consumer concept has changed consumer behavior and pushed the industry to adapt to this new system. Undoubtedly, the growth of the sector has brought new competitors to traditional players and consumer data has become very valuable for companies that want to survive in this destructive competition. At this point, systems based on data and automation such as programmatic advertising came to the fore and became attractive for companies. Access to existing or potential consumer data has brought ethical issues with it. At this point, it has become necessary to establish clear and transparent rules regarding ethical problems and privacy violations arising from the use of personal data. In this study, the innovations brought by digital media to the field of marketing will be discussed and the subject of programmatic advertising, which has come to the forefront recently. How this new type of advertising, which focuses on the use of big data, transforms the sector will be examined and evaluated within the framework of ethical issues related to the use of personal data and privacy violations. Studies on the subject show that there is a great contradiction between innovative applications in the sector and the perceptions of users. Within the scope of this study, international researches will be compiled by screening method, and the complex processes that new media bring to the advertising industry and the ethical problems we face in our daily lives will be discussed with examples.

Keywords: Programmatic Advertising, New Media, Data Privacy, Advertising and Ethics, Digital Marketing

Review Paper

Received: 08.02.2021

Accepted: 24.05.2021

1. Giriş

Dijital medya, insanları yeni bir siber dünyanın parçası yapmıştır. Sürekli çevrim içi ve etkileşimde olmamızı sağlayan dijital medya araçları hayatın her alanına dokunduğu için reklamcılık alanına da yadsınamaz değişiklikler getirmiştir. Veriye dayalı pazarlama otomasyonu artık dijital pazarlama endüstrisinin vazgeçilmez bir unsuru hâline gelmiştir. Bu kapsamda yeni medya reklamcılığına köklü bir değişim getiren programatik reklamcılık, sektörü derinden etkilemiş, her reklam formatının programlı olarak uygulanabileceği yeni bir tür ortaya çıkmıştır. Ayrıca otomasyon yoluyla kişisel, yerel ve gerçek zamanlı reklam yaparak reklam kavramını birçok yönden değiştiren bir çözüm olmuştur.

Geleneksel reklamcılık, işletmelerin sadece satışa odaklandığı ve daha fazla satış yapmak için daha fazla iletişime ihtiyaç duyduğu dönemlere ait bir kavramdır. Buna göre reklam verirken aynı anda çok sayıda izleyiciye tek bir mesajı iletmek için geleneksel medya araçları kullanılmıştır. Geleneksel reklamcılık yaklaşımında reklamlar, tüketiciyi pasif olarak ürün hakkında bilgilendirmek için doğrusal bir sunum olarak tasarlanmış, hedef kitlenin dikkatini sınırlı bir alanda tutmaya çalışmıştır. Ancak yeni medyanın yaygınlaşmasıyla reklamcılık sektörü de bu yeni alanlara göre şekillenmiştir.

Programatik reklamcılık, gerçek zamanlı fiyatlandırma ve teklif vermeyi içeren hedef kitlelere derinlemesine kişiselleştirilmiş pazarlama materyallerini yaymak için büyük veri kümelerini kullanan nispeten yeni bir bilişim uygulamasıdır (White ve Samuel, 2019) ve programatik reklamcılık konusu firmaların yanı sıra, politika yapıcılar ve araştırmacılar için giderek daha önemli hâle gelmektedir. Programatik reklamcılığın dili, insanların "mikro anlarını" anlamaya ve bu anları etkilemeye çalışmaktır.

Reklam sahtekârlığı, botnet'ler ve hatta gerçek insanların mı yoksa makinelerin mi reklamlara tıkladığına dair sorular olsa da programatik reklamın temelini oluşturan mantık oldukça güçlüdür. Hayatımızın tüm bağlamını haritalandırmayı amaçladığı ve tam olarak doğru anda bilgi ve duygusal alaka düzeyi aradığı için bir dizi özelliğe sahiptir." (McStay, 2017).

Yapılan araştırmalar insanların, kendilerini korumak konusunda tutarsız ve çelişkili dürtüleri olduğunu yani bir tür gizlilik paradoksu içerisinde olduklarını göstermektedir (Watts, 2016). Başka bir deyişle, gizlilik artık bir sosyal norm olmaktan çıkmaktadır. Veriye dayalı suistimallerin ve gizlilik ihlallerinin en aza indirilmesi için kişisel verilerin korunmasına yönelik hukuki düzenlemeler bulunsa da bu konuda asıl sorumluluk dijital müşterilere düşmektedir.

Çalışmada ilk olarak reklamcılık sektörünün dijital medyadaki gelişim süreci ele alınarak, yeni reklam türleri tanıtılmıştır. Bu kapsamda sektörde son dönemdeki en önemli yenilik olarak kabul edilen programatik reklamcılık konusuna yer verilmiştir. Daha sonra dijital tüketici kavramından bahisle reklamcılık alanındaki etik sorunlar tartışılmıştır.

Dijital medya reklamcılığı ve etik sorunlarla ilgili Türkçe yazında bir çalışmaya rastlanılmamış olup, uluslararası yazında yer alan İngilizce araştırmalar taranarak bir derleme yapılmaya çalışılmıştır. Bilindiği üzere derleme çalışmalarında amaç başka araştırmacıların yaklaşımları ve fikirlerinin özetlenmesi ve bir sentez oluşturulmasıdır (Herdman, 2006).

Dijital medyanın doğuşu ile birlikte programatik reklamcılık kavramının ortaya çıkışı ve bunun getirdiği etik sorunlar oldukça yeni konulardır. Yenilikçi teknolojilerin reklamcılık sektörüne getirdiği karmaşık süreçler ile günlük hayatımızda karşımıza çıkan etik sorunlar, uluslararası yazından derlenen araştırmalar kapsamında ele alınmıştır. Dolayısıyla yapılan taramalarda özellikle veri gizliliği ihlalleri, kişisel verilerin kötüye kullanımı, tüketiciyi aldatıcı reklamlar ve pazarlama yöntemleri vb. konularla ilgili son beş yılda yapılan çalışmalardan bir sentez oluşturulmaya çalışılarak dijital medya reklamcılığı ile ortaya çıkan etik sorunlar örneklerle ele alınmıştır.

2. Dijital Medyada Reklamcılık

Geleneksel reklam verme sürecinde müşteriler, belirli bir format veya ortam içindeki belirli bir yerleşimin belirli bir miktarı için ödeme yapmaktadır. Miktar genellikle reklamın gösterileceği sürenin uzunluğuna ve yerleşimin söz konusu araçla alaka düzeyine, ölçeğine veya ölçeğe göre yerleştirilmesine bağlıdır (Gonzalvez ve Mochon, 2016).

Klasik medya reklamcılığında süreç:

- Reklamcı / medya ajansının reklam ağıları / yayıncıları ile tek tek buluşmasıyla başlar,
- Sabit bir tıklama / gösterim ücreti için üzerinde anlaşmaya varılan tıklama / gösterim miktarıyla devam eder,
- İlgili yayının performansının ölçülmeye çalışıldığı manuel raporlama adımı ile sona erer.

Bu sürecin sonunda, rapora bakan reklamverenin soracağı veya en azından sorması gereken bazı basit sorular vardır. Örneğin, bu reklamlar ne tür bir hedef

kitleye gösterildi? Reklamı gören veya tıklayan kullanıcılar sonraki kampanyalarda yeniden hedeflenecek mi? Yapılan gösterimlerin kaç tanesi gerçekte kullanıcı tarafından görüldü? Ancak eski reklam araçları bu soruları cevaplamakta zorlanıyordu. Teknolojik olanakların artmasıyla yeni medya, insanların günlük yaşam pratikleri hâline geldi ve sosyal hayatı her yönüyle çevreledi. Bu kanallar, tüketici toplumu için işlevsel bir rol üstlenen reklamcılık sektörünü de büyük ölçüde etkilemiştir. Kurumlar, ürün ve hizmetlerini tanıtmak için geleneksel ortamların yanı sıra yeni medyada tanıtım faaliyetlerine yönelirken, insanlar bu kanallara aktif olarak katılarak tüketim faaliyetlerini yoğun bir şekilde yürütmeye başladı.

Yazılı, işitsel ve görsel medya araçlarının yer aldığı geleneksel medyada, kullanıcıların teknolojik özellikleri ve organizasyon yapısı nedeniyle sınırlı içerik sunulurken yeni medyada ses, grafik, resim ve makaleler üzerinde linkler yerleştirilerek çeşitli içerikler sunabilmektedir. Yeni medyanın avantajı güncel bilgileri veya haberleri kullanıcılara hızlı bir şekilde sunabilmesidir (Carlson, 2005).

Çoğu zaman yaratıcı bir sektör olarak bilinse de reklamcılık endüstrisi uzun zamandır nicelleştirme, geri bildirim, analiz, doğrulama sistemleri ve reklamları hedefleme ve oluşturmaya yönelik makine benzeri yaklaşımlarla ilgilenmiştir. 1800'lerin sonlarında endüstriyel üretim yöntemlerinin, dağıtımının ve yönetiminin yükselişine paralel olarak özel reklam ajanslarının yükselişi buna örnek olarak verilebilir. Bilimin deneyciliğinden ipuçları alan bu yaklaşım, açık bir şekilde neden ve sonuç, öngörülebilirlik, kontrol, veri ve reklam üretim sürecine kesinlik katma ihtiyacını vurgulamaktadır. Eskinin reklam devleri, yöntemlerine makineciliği dahil etseler de dinamik reklam deneyimleri oluşturmak için reklam içeriğinin alınmasıyla ilgili verilerin oluşturulması, hedeflenmesi, sunulması ve toplanması otomasyonunu tahmin edemezlerdi (McStay, 2017).

Kullanıcıların çok fazla zaman geçirdiği dijital medya kanalları, işletmeler için potansiyel müşterilerle bir iletişim ortamı olarak kabul edilmektedir. Düşük maliyeti, etkileşim özelliği ve veriye dayalı pazarlama özelliklerini kullanarak doğru hedef kitleye ulaşmanın avantajları nedeniyle dijital medya reklamları firmalar tarafından daha fazla tercih edilmektedir. Günümüzde artan rekabetle birlikte markalar, tüketicilerin dikkatini çekmek ve onlarla iletişim kurmak için dijital medya reklamlarını tercih ederek geniş kitlelere çok hızlı şekilde ulaşabilmektedir. Böylece firmalar dijital medya reklamları ile ürünlerini potansiyel hedef kitlelerine tanıtabilir ve tüketicilerde satın alma isteği yaratabilirler.

Yeni medya ve tüketici ilişkilerinde markalar yeni medya ile geniş kitlelere ulaşabilmekte ve çift yönlü iletişim rahatlıkla sağlanabilmektedir. Bu durum, tüke-

ticilerin sorunlarının daha kolay ve hızlı bir şekilde çözülmesine yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda, yeni medya reklamcılığının geleneksel yöntemlere göre bazı avantajları vardır. Hedef kitle karşılıklı iletişimi mümkün kılan etkileşim imkânı sağlamaktadır. Yine geleneksel yöntemlere göre reklam içeriğinin reklamveren tarafından hazırlanması ve yayıncı tarafından yayınlanması hem zaman hem de maliyet açısından çok daha düşüktür. Dijital medya araçları reklamı revize etme fırsatı sağlar, örneğin yayınlanan bir gazetede kreatif güncelleme süreci kampanya devam etse bile artık bitmiştir ancak çevrim içi ortamlarda anında güncelleme her zaman mevcuttur (IAB, 2021).

Yeni medyanın yükselişi yeni iş modelleri için geniş fırsatlar yaratmaktadır. Bugün tüketiciler Facebook ve MySpace'de eBay'deki perakendecilerden, YouTube'daki medya yapımcıları ve yöneticilerinden, Wikipedia'daki yazarlardan ve Amazon ve Tripadvisor'daki eleştirmenlerden daha fazlasını yapabilmektedir. Dolayısıyla dijital medya, kullanıcıların kendi tekliflerini geliştirmelerine ve dağıtmalarına da olanak sağlamaktadır. (Hennig-Thurau, v.d., 2010). Son on yılın dijital yenilikleri, izleyicinin zahmetsizce birbirleriyle iletişim kurmasını sağlamıştır (Deighton ve Kornfeld, 2009).

Günümüzde tüketiciler internette giderek daha fazla zaman geçirmektedir. İş yerinde, evde ve mobil uygulamalarda insanlarla, kuruluşlarla ve markalarla bağlantı kurmak için sürekli fırsatları vardır. Sosyal medya platformları, tüketicilerin öğrendikleri, bilgi paylaştıkları ve düşündükleri, satın aldıkları ve değerlendirdikleri markalarla etkileşime girdikleri dijital iletişim kanalları olarak ortaya çıkmaktadır. Sosyal medyayı kullanarak tüketiciyle sürekli ilgilenen şirketler, böyle bir ilişkinin marka gücünü ve dayanıklılığını güçlendirmek için kullanılabileceğini ve şirketlerin dijital medya yatırımlarından olumlu getiri elde edebileceğini kanıtlamıştır (Hudson, vd., 2016).

Dijital medya reklamları sadece bir ürün veya hizmetin satış veya tanıtımı için bir mecra değil, aynı zamanda marka imajına ve itibarına katkı sağlayan kurumsal reklam çalışmalarının yürütüldüğü bir platformdur. Ürün, hizmet ve kurumsal imajı destekleyen iki tür reklamı birlikte kullanabilme yeteneği, geleneksel reklamlara göre yeni medya reklamlarının en önemli avantajlarından biri olarak değerlendirilebilir. Örneğin hedef kitle tarafından bir ürün veya hizmetin tanıtıldığı banner reklamlara tıklamak, doğrudan kurumun sanal mağazası olarak değerlendirilebilecek kurumsal web sitelerine yönlendirir. Bu nedenle hem kurumsal farkındalığı artıran hem de ürünleri tek bir reklamla tanıtarak satış faaliyetlerine katkı sağlayan iki farklı hizmeti bir arada sunmaktadır.

İnternette bilgi bombardımanına tutulan dijital tüketiciye doğru mesajı sunmak, pazarlamanın ana konusu hâline gelmiş durumdadır. Yeni medya araçları, markalar için proaktif çağın kapılarını açmış, tüketimin arttığı bu dijital dünyada yerini almak isteyen şirketler için marka imajı oluşturmak her zamankinden daha zor hâle gelmiştir.

3. Dijital Medyada Reklam Türleri

Dijital medyadaki reklam türleri farklı kaynaklarda farklı şekillerde sınıflandırılabilir. Geleneksel medya araçlarından dijital medyaya geçişle birlikte tüketicilerin kullandıkları medya ortamları (cep telefonu, tablet, laptop vd.) da çeşitlenmiş ve durum reklam sektörünü de farklı türler üretmeye zorlamıştır. Bu kapsamda, günümüzde dijital medya araçlarında en fazla kullanılan dokuz reklam türü aşağıda açıklanmaya çalışılacaktır.

3.1. Görüntülü Reklamlar

Görüntülü (display) reklamcılık, işletmelerin mesajlarıyla belirli web sitelerindeki belirli insan gruplarına ulaşmalarına olanak tanır (Google Digital Garage, 2021). Diğer bir deyişle, web sayfasında görünen reklamlar görüntülü reklamlardır. Bu reklamlar sayfanın üstünde, altında, solunda veya sağında bir banner şeklinde olabileceği gibi sayfanın içeriğinde de bulunabilir.

Görüntülü reklamlar arasında farklılık gösteren diğer bir reklam biçimi de zengin medya reklamlarıdır. Zengin medya reklamları, afiş ve açılır pencerelerden farklıdır; video yüksek sesli veya çoğunlukla etkileşimlidir. Flash, Java, Javascript gibi teknolojilerden birini veya birkaçını kullanırken dinamik HTML kodları da barındırılabilir.

3.2. Mobil Reklamlar

Uygun fiyatlı akıllı telefonların (Android, iOS ve Windows telefonlar) yaygınlaşması, dijital cihazlar dünyasına bir dönüşüm getirmiştir. Bu akıllı telefonlarda çalışan uygulamalar genellikle mobil uygulamalar olarak adlandırılır. Mobil uygulamalar, uygulama geliştiricilerin mobil cihazların işlevlerini geliştirmelerine olanak tanır. SMS reklamı, mobil tarayıcı görüntülü reklamı ve mobil uygulamalardaki reklam gibi çeşitli cep telefonu reklamı türleri mevcuttur. Kullanıcılar mobil uygulamalarla mobil cihazlardaki diğer her şeyden daha fazla zaman geçirme eğiliminde olduklarından, mobil uygulamalardaki reklam, mobil reklamın en belirgin biçimi hâline gelmiştir. (Mukherjee, v.d., 2015).

3.3. Video Reklamlar

1996 yılında ABD'de kurulan ve çevrim içi reklamcılık sektörünün otoritesi olarak kabul edilen Interactive Advertising Bureau (IAB), sektörün endüstri standartlarını geliştiren, araştırma yapan ve yasal destek sağlayan bir reklamcılık işletmesidir. IAB'nin "Video Reklam Şartları Listesi"ne göre 11 farklı video reklam biçimi vardır (IAB, 2021):

- 360 ° Video Reklamcılığı: Videonun her yönünün çok yönlü bir kamera veya birden fazla kamerayla aynı anda kaydedildiği bir video türüdür.
- Reklam Bölmesi (Ad Pod): Televizyonda olduğu gibi video sırasında videonun başlangıcını, ortasını veya sonunu gösteren reklam dizilerinden oluşan bir biçimdir.
- Eğlence Reklam (Advertainment): Markanın mesajının hikâye olarak anlatıldığı formattır. Genellikle bir dakikadan uzundur.
- Otomatik Oynatılan Video Reklam: İzleyicinin etkileşimi olmadan başlayan reklamdır.
- Dinamik Reklam: Bu formatta hazırlanmış birden çok video, reklam mesajı ve harekete geçirici mesaj (tıklama) bölmesi, programatik bir yöntemle çeşitli kombinasyonlarda kullanıcılara ulaşır.
- Yayın İçi Video: Tüketilen içerik akışını kesintiye uğratarak gösterilen reklam türüdür.
- Etkileşimli Video: Video üzerinde bulunan çeşitli butonlar ve benzeri araçlar yardımıyla kullanıcı etkileşimine dayalı bir reklam formatıdır.
- Kısa ve Uzun Biçimli Video: Reklamın 10 dakikadan uzun veya daha kısa olan bir videoya eklenmesine göre tanımlanan biçimdir.
- Doğal Video: Kullanılan site veya uygulamanın bir parçası gibi görünen bir reklam videosudur.
- Akışı Olmayan Video: Ziyaret edilen sayfanın herhangi bir yerinde içerik dışı formda bulunan video reklamdır. Dört farklı çeşidi vardır: banner içi, yazı içi, devam eden ve geçiş reklamı.
- Dikey Video: Akıllı telefon formatına göre hazırlanarak tüm telefon ekranını kaplayan reklam türüdür.

3.4. Sosyal Medya Reklamları

Sosyal medya, insanların sanal ortamda topluluklar oluşturmasını sağlayan ortak bir araçtır. İnsanların diğer insanları veya grupları etkilemek amacıyla konuyla il-

gili bir şeyler yayınlamak için kullandıkları yüksek düzeyde erişilebilir ve yaygın iletişim teknikleri veya teknolojileri olarak tanımlanır. Başka bir deyişle, bilginin insanları içerik okuyucularından içerik yayıncısına dönüştürecek şekilde demokratikleşmesi olarak ifade edilebilir.

Bir markayla sosyal medya aracılığıyla etkileşim kurmak, kişiler arası bir sosyal etkileşim işlevi görebilir ve duygusal bir bağlılık ve yakınlık duygusu geliştirebilir. İki yönlü iletişim ve etkileşim, sosyal medyayı, müşteriler ve şirketler arasında ürün ve hizmet teklifleri sunarak çekici markalaşma potansiyeli sunar (Hudson, vd., 2016).

“Pazarlamacılar, sosyal medya aracılığıyla mevcut ve potansiyel müşterilerle iki yönlü iletişim kurarak etkileşime girebilir ve doğrudan tüketici iç görülerini daha hızlı bir şekilde elde edebilir. Pazarlamacılar ayrıca sosyal medya ağlarının, marka referanslarının ve bilgi paylaşımının değerini de fark ettiler. Facebook'a göre, ortalama bir kullanıcının sosyal ağda 130 arkadaşı bulunmaktadır ve insanlar bir arkadaşından bir ürün veya hizmet duyduklarında, diğer yollardan öğrendiklerinden yüzde 15 daha yüksek oranda o ürünü satın alma eğilimine sahiptir” (Baker, 2009).

Geleneksel pazarlama, kuruluşlar ve tüketiciler arasındaki etkileşimin ilk aşamasında marka bilinci ve ilgi yaratmada önemli bir rol oynadı. Etkileşim ilerledikçe ve tüketiciler kuruluşlarla daha yakın ilişkiler talep etmeye başladıkça sosyal pazarlamanın önemi arttı. Sosyal pazarlamanın en önemli işlevi, kurumlar ve tüketiciler arasındaki çevrim içi ve çevrim dışı etkileşimi birleştiren, marka geliştirmede stil ve özü harmanlayan ve nihayetinde tüketici katılımını artırarak makineden makineye bağlantıyı insan-insan dokunuşuyla tamamlayan bir pazarlama yaklaşımı oluşturmasıdır (Kotler, vd., 2017, s. 84-85).

Dijital medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte geleneksel medya kanalları ve özellikle yüksek bütçeli televizyon reklamları artık müşterilerin satın almalarını etkileyen en önemli faktör olmaktan çıkmaktadır. Son zamanlarda yapılan televizyon reklamlarında bile ilgili markanın sosyal medya kanallarına yönlendirildiği görülmektedir. Markaların sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirdiği en yaygın pazarlama iletişimi biçimi ağızdan ağza pazarlamadır. Bunu başarmak için farklı içerikler oluşturmak, hedef kitlenin ilgisini çekmek ve güvenini kazanmak nihai hedefler arasındadır. Sosyal medya araçları, tüketicilerin davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu ve yol gösterici bir doğası olduğu için kuruluşlar için değerli bir platformdur.

3.5. Arama Motoru Reklamları

Arama motoru reklamı, yalnızca kullanıcılar bir arama motorunda anahtar kelime aradıklarında görünür. Bu, arama motoru pazarlamacılığı (SEM) olarak bilinir. Arama reklamları metin tabanlı olup belirli bir konuyla ilgilenen kişilerin önüne içerik koymanın ideal bir yoludur. Bir kişi bir arama motorundan uzaklaştığında, arama reklamları artık onu hedefleyemez. Burası görüntülü reklamların devreye girdiği yerdir. Bunlar, ücretli reklam alanı bulunan herhangi bir web sitesinde görünebilir. Görüntülü reklamlar grafik, ses ve hatta video içerebildiği için çok daha ilgi çekici olabilirler (Google Digital Garage, 2021).

Arama motoru reklamcılığını kullanan reklamverenler, reklamlarını aktif olarak belirli anahtar kelimeleri arayan kullanıcılara gösterir ve kullanıcılar reklamı her tıkladığında bir ücret öderler. Bu tür reklamcılık özellikle etkilidir çünkü arama yapan kişiler, arama sorgularıyla niyetleri hakkında çok şey ortaya koyma eğilimindedir. Dinamik bir yapıya sahip olan arama motoru sonuçları, sosyal medya, güncel haberler, algoritmadaki değişiklikler ve diğer bazı faktörler nedeniyle her an değişebilir. Sanal ortamda olumlu bir algı oluşturmak süreklilik arz eden bir süreçtir ve tüm markalar bu sürece dahil olma ihtiyacını hissetmektedir. Dolayısıyla arama motoru reklamcılığı günümüzde en fazla kullanılan dijital reklam türlerinden birisidir.

3.6. Konum Bazlı Reklamlar

Mobil telefonlarının kullanımının artmasıyla birlikte ortaya çıkan konum bazlı reklamcılık, kullanıcının konumunu GPS ile anlık olarak takip ederek bulunduğu bölgeye özel reklamların karşısına çıkartılmasına dayanmaktadır. Birinin nerede olduğunu ve ne yaptığını anlık olarak gösteren veriler, konum bazlı etiketlemenin önemini artırmakta, bu durum reklamverenlerin iştahını kabartmaktadır.

Her geçen gün daha fazla yerel işletme, konum bazlı verilere dayalı mobil teknolojiden faydalanmaya başlamış durumdadır. 1.483 tüketici arasında yapılan bir ankete göre, tüketicilerin 588'i, her gün mobil cihazları üzerinden en az bir yerel işletme reklamı ile karşılaştıklarını belirtmişlerdir (Digitaltalks, 2016). Dolayısıyla konum verileri artık girişimciler için oldukça güçlü bir pazarlama aracı hâline gelmiştir.

3.7. Doğal Reklamlar

Doğal reklamlar görüntülü reklamlara benzer, ancak yerleşim ve kitle hedefleme söz konusu olduğunda daha stratejik ve niyet odaklıdır. Akışa entegre edilmiş ve kamufle edilmiş sponsorlu girişlerdir. Doğal reklamcılık, hedef kitlenin çevrimiçi

alışkanlıklarına ve geçmişine dayanır ve kendileriyle alakalı olabilecek reklamları gösterir.

Doğal reklamcılık, kullanıcılar için en az rahatsız edici olan reklam türüdür çünkü gördükleri büyük olasılıkla kendileriyle ilgilidir. Çoğu zaman, kullanıcılar doğal reklamları ilgi alanları ile çok alakalı oldukları için yararlı bulabilmektedir. Örneğin bir alışveriş sitesinde kullanıcılar bir ürün aradığında, ilk birkaç seçenek büyük olasılıkla kullanıcının isteyebileceği ürünle alakalı sponsorlu ürünler olacaktır. Doğal reklamlar, web sitesi veya platform tarafından sponsorlu olarak etiketlenecektir.

3.8. E-posta Reklamları

Reklamverenin ilgili kullanıcılara elektronik posta yoluyla mesajlarını iletmesidir. Firmalar; haber, e-bülten, güncellemeler, yeni ürün duyurusu, indirim, promosyon gibi birçok bilgiyi doğrudan kullanıcılarına ileterek reklam faaliyeti yürütebilmektedir. E-posta reklamları diğer reklam türlerinden farklı olarak daha fazla kişiye daha düşük maliyetlerle ulaşmayı başarabilmektedir. Ayrıca ölçümlenebilir olması internet reklamcılığı için etkili yöntemlerden biri olduğunu göstermektedir.

3.9. Programatik Reklamlar

Programatik reklamcılık veriye odaklıdır ve tüketici davranışlarını analiz eder. Davranışsal reklamcılıkta segmentasyon tipik olarak yaş, cinsiyet, gelir, coğrafya, eğitim, dünya görüşü ve ilgi alanları gibi beş ila on özelliğe dayanmaktadır (McS-tay, 2017).

Programatik ticaret, büyük veri teknolojilerinin bir biçimidir ve bu veriler kullanıcıların dijital profilleri ve çevrim içi davranışları ile ilgili verilerdir. Bu nedenle programatik reklamcılık, kişisel bilgileri toplama, işleme, yönetme ve etkin bir şekilde kullanma kapasitesinin "kişisel bilgi ekonomisi" olarak adlandırılan kavramın bir parçasıdır (Acquisti, 2009).

Programatik reklamcılığı diğer reklam türlerinden ayırt eden en önemli özellikler şu şekilde sıralanabilir (Busch, 2016):

- Seçicilik: Her bir reklam görüntüleme fırsatının kendi genel parametreleri, belirtilen alıcıları ve belirli reklam ortamları dikkate alınarak eksiksiz bir şekilde değerlendirilmesidir. Seçicilik, her bir reklam görüntüleme fırsatının seçimini, değerlendirmesini, fiyatlandırmasını ve tasarımını bilimsel yöntemlerle benzeri görülmemiş bir şekilde detaylandırarak reklamverenlerin bütçeyi en uygun şekilde kullanmasını sağlar.

- Gerçek zamanlı süreç: Reklamın tasarımı sırasında en güncel verileri kullanarak belirli bir reklamvereni veya belirli bir reklam fırsatını gösterme kararıdır.

- Gerçek zamanlı bilgi: Mevcut fırsatın belirli özellikleri ve en güncel ampirik veriler temelinde görüntüleme fırsatının değerlendirilmesidir.

- Gerçek zamanlı tasarım: Reklamverenler, ilgili reklam fırsatını elde ettikleri anda en uygun reklamı dinamik ve veriye dayalı bir şekilde sunarlar.

- Otomasyon: Otomatik alan rezervasyonu ve reklam sunumu sürecidir. Her bir reklam görüntüleme fırsatını, reklam kampanyası döneminde insanların yapamayacağı kadar yüksek bir ayrıntıyla geniş bir karar alma sürecine tabi tutma otomasyonla sağlar.

Programatik reklamcılık, her yeni medya reklamı görüntüleme fırsatını değerlendirme ve çoğunlukla müzayede yoluyla anlık verilere göre teklif verme ve alan kazanılması durumunda ilgili reklamın milisaniyeler içinde (saniyenin binde biri) çok detaylı bir şekilde otomatik olarak tasarlanması sürecini içeren reklamcılıktır.

Bir reklam değişiminin işlevi, reklamverenlerin veya onlar adına hareket eden bir aracı ajansın, bir reklamı gerçek zamanlı olarak sunmak için teklif vermesine izin vermektir. Bu "gerçek zamanlı" reklam için süreç şu şekilde işler: Kullanıcı çevrim içi bir cihaz kullanmaktadır, cihaz bir reklam sunucusundan bir reklam ister, istek bir reklam borsasına yönlendirilir, bir reklam sunma fırsatı gerçek zamanlı olarak teklif edilir, kazanan reklamı sunar ve kullanıcı reklamı görür.

Bir reklamverenin teklifinin başarısı, kullanıcının türü ve ilgi alanlarıyla ilgili verilere göre belirlenir. Reklam borsasının rolü, açık artırmaya ev sahipliği yapmak ve belirli bir reklam için doğru kullanıcıyı, belirli bir ortamda, reklamverenin ödemeye hazır olduğu bir fiyattan belirlemektir. Reklam stoku; görüntülü, zengin medya, video, mobil, tablet ve sosyal medya envanterini içerir. Aynı müşteriyi aynı anda arayan birden fazla reklamveren olduğundan, gerçek zamanlı satın alma borsaları, potansiyel müşteriye kimin en uygun olduğuna karar vermek için gerçek zamanlı açık artırmalar düzenler. Açık artırmaların galibi ve reklam alanının fiyatı, bağlama (sitenin ürün / hizmet / organizasyon türüyle alaka düzeyi) ve kitleye (izleyicinin reklamveren için ne kadar iyi bir eşleşme olduğu) göre belirlenir (McStay, 2017).

Geleneksel reklamcılıkta farklı özelliklere, alışkanlıklara, tüketici davranışlarına sahip geniş bir tüketici segmentine tek bir genel reklam sunulmakta iken programatik reklamcılıkla kişiye özel ve bire bir pazarlama ölçeğinde ayrıntılı kontrolle kampanyalar yürütülebilmektedir. Geçmişte tamamlanması haftalar süren reklam satın alma süreci, gelişmiş otomasyon teknolojileri ve hassas tüketici veri profilleri sayesinde milisaniyeler içerisinde gerçekleşmektedir. Sonuç olarak pazarlamacılar reklam harcamalarından daha güçlü getiri elde etmektedir.

“Pazarlamacıların % 87’si, geleneksel medya satın almaya kıyasla programatik reklamlardan daha fazla gelir elde etmekte ve bu tür bir verimlilik artışı, pazarlamacıların harcamalarının % 50’sinden fazlasını programatik için ayırmaya teşvik etmektedir.” (Ad-Roll, 2016; Akt. Watts, 2016).

Veri toplama araçlarının gelişmesi, pazarlamacılar açısından daha fazla verimlilik, gelişmiş hedefleme ve optimize edilmiş kampanyalar düzenleme fırsatları sunmaktadır. Bu fırsatları hayata geçirmede programatik reklamlar etkinlik ve etkililik açısından birkaç adım öne çıkmaktadır.

4. Programatik Reklamcılık ve Veri Gizliliği

Programatik reklamcılık, potansiyel tüketicilere gerçek zamanlı olarak son derece kişiselleştirilmiş reklamlar sunmak için web tabanlı teknolojileri kullanan milyarlarca dolarlık bir iş modelidir. (White ve Samuel, 2019). Programatik reklamcılık sistemi; veri yönetim platformlarından (DMP) ve çerez (cookie) olarak depolanan verilerden beslenir. Bu veriler, tüketicilerin tarama alışkanlıklarını, satın alma geçmişlerini ve kişisel tercihlerini depolayan profillerden elde edilir. GPS konumu, güncel aktiviteler ve hava koşulları gibi diğer veriler de kullanılabilir (Gertz ve McGlashan, 2016). Arz Tarafı Platformları (SSP) ise mevcut reklam alanlarının envanterini yönetir. Talep Tarafı Platformları (DSP), müşteri ile katılımcı kuruluşların reklam materyalleri arasındaki uyumu değerlendirmek için veri yönetimi platformu (DMP) profillerini kullanır, ardından bu web alanının değerini hesaplar ve katılımcı kuruluşlar adına açık artırma tarzı teklif verme işlemini gerçekleştirir. Programatik ticaret sürecinde veri yönetimi platformları (DMP'ler), tüm kanallarda ve cihazlarda bir tüketici kitlesini akıllıca tanımlamak, hedeflemek ve izlemek için kullanılacak tek ve tutarlı bir metrik kümesi üretmeye yardımcı olur. DMP'ler, reklamları doğru tüketiciye, doğru zamanda ve doğru bağlamda tam olarak sunmak için talep tarafı platformlarıyla (DSP'ler) birlikte çalışır (Watts, 2016).

Reklam alım satım süreci insanlar yerine makineler arasında gerçekleşmektedir. Programatik reklamcılığı bu kadar özel kılan en önemli unsur olan kullanıcı verileri ile olan ilişkisidir. Programlı altyapı, hem reklamverenlere, yayıncılara hem de

üçüncü taraf veri şirketlerine kullanıcı verilerinden yararlanma şansı vermektedir. Böylelikle reklamveren, özellikleri detaylı bir şekilde belirlenen hedef kitleye reklam gösterebilmektedir. Tüketici veriler üç aşamalı bir işlevi yerine getirmektedir; reklamları belirlemek, hedeflemek ve yayınlamak. İlk durumda, veriler profillere entegre edilir, böylece belirli kullanıcıların mevcut gösterimlerle eşleştirilmesine izin verilir. Hedefleme verileri, belirli bir kullanıcının belirli bir gösterim için değerini kampanya parametrelerine göre belirlemede çok önemlidir (IAB, 2021).

E-sağlık veya belirli öneri sistemleri (ör. Netflix veya Amazon) gibi diğer veriye dayalı hizmetler birinci veya ikinci veri tarafı yönetimine bağlı olsa da üçüncü taraf veri oynatıcılarının önemi programatik ekosisteme ve dolayısıyla reklamcılığa özgüdür. Üçüncü taraf veri oyuncuları, veri izlenebilirliğini güvence altına alma sorunları nedeniyle genellikle güvenlik açıkları ve ilgili gizlilik sorunlarına yanıt vermemeleri nedeniyle sorgulanmaktadır (Ponemon Institute, 2016). Üçüncü taraf veri sağlayıcılarının yaygınlığı nedeniyle, programatik ticaret süreci çoğunlukla kullanıcılar tarafından fark edilmeden kalır. Bu durum, izin talebi ve bilgili karar verme gibi dijital gizlilik endişelerini ele almada yetersizliklere yol açabilir (Martinez-Martinez, vd., 2017). Mevcut bilgi eksikliği ve artan kullanıcı duyarlılığının birleşimi, reklam endüstrisinin dönüşümü için ek itibar zorlukları içermektedir (Watts, 2016). Bunun yanında, programatik reklamcılık mevcut çerez bazlı hedeflemeler nedeniyle belli sınırlamalara sahiptir. Bu reklamların birçoğu reklamverenler tarafından toplanması bir hayli zor olan ve çeşitli veri sağlayıcılar tarafından toplanan üçüncü parti verilere dayanmaktadır.

İşlenen verilerin eksiksizliği, izleyicilerin göz atma ve bağlamsal verileri edinmenin kullanılabilirliğine ve maliyetine bağlıdır. Bu nedenle, daha eksiksiz veri ve genel olarak daha fazla veri elde edebilen herhangi bir platformun belirgin bir rekabet avantajına sahip olacağı sonucu çıkar. Bununla birlikte, daha eksiksiz veri elde etme yeteneği yalnızca maliyetle değil, aynı zamanda çağdaş yasalar ve izleyicilerin gizlilik ihlali algılarıyla da sınırlıdır. Bu, programatik reklam sistemindeki temel bir çelişkiyi vurgulamaktadır: izleyici-reklam eşleştirmesinin etkinliğini artırmak için izleyicilerin dijital mahremiyetlerine ilişkin endişelerini artıran miktarda veriye ihtiyaç vardır (White ve Samuel, 2019). Ayrıca programatik ticaret ekosisteminde verilerin kullanılabilirliği, veri kalitesiyle ters orantılıdır. Piyasada daha büyük bir varlığa sahip olan üçüncü taraf verileri - tam olarak daha az kaliteli ve yasal ve etik olarak daha hassas olan verilerdir (Ponemon Institute, 2016).

Kişisel verilerin gerçek ve algılanan etik kullanımı ve işlenmesi, platform geliştiricilerinin ve katılımcı kuruluşların dikkatlice düşünmesi gereken acil bir sorundur (White ve Samuel, 2019). Kişisel verilerin bu kadar yoğun kullanımı, mahremiyet

ve güvenlikle ilgili endişeleri de artırmaktadır. Gizlilik, kullanıcıların dijital yaşamla ilgili endişelerinin başında geliyor gibi görünse de çevrim içi davranış bu endişeleri yansıtmaya eğiliminde değildir (Rainie ve Duggan, 2016). Bu sözde “gizlilik paradoksu” (Watts, 2016), genellikle risk algısı veya algılanan faydalar gibi davranışsal değişkenlerle ilişkilidir. Bu noktada yine tüketicilerin veri paylaşımı ve veri gizliliği konusundaki farkındalıkları ve buna yönelik hassasiyetleri ön plana çıkmaktadır.

Bilişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sonucunda veri işlemenin kolaylaşması neticesinde, işlenen verinin çeşitliliğinin ve miktarının artmasına bağlı olarak kişisel veri niteliğindeki bilgiler uzun süredir toplanmaktadır. Bu durum, bazen kanunlardan kaynaklanmakta bazen kişilerin rızasına veya bir sözleşmeye dayanmakta bazen de yapılan işlemin niteliğine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Mal ve hizmetlerin ekonominin gereklerine uygun biçimde geliştirilmesi, dağıtımı ve pazarlanması için kişisel verilerin toplanması kaçınılmaz olmakla birlikte, verinin ekonomik bir değer niteliği kazanması neticesinde de kötüye kullanımı üzerindeki riskler artmıştır (KVKK, 2019).

Programatik reklamcılık gibi yeni teknolojiler önemli etik ve itibara ilişkin sonuçları olan karmaşık süreçlere yol açmaktadır. Bu nedenle, dijital medyada hızla gelişen reklamcılık sektöründe yetenekleri uyarılma ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Yapılan çalışmalarda profesyonellerin görüşleri ile kullanıcıların algıları arasında büyük çelişkiler belirlenmiş, bu araçların sorumlu kullanımı ve bunların sonuçlarını belirleme becerisinde çeşitli profesyonel ve işlevsel zorluklar olduğu görülmüştür (Martinez-Martinez, v.d., 2017). Bununla beraber tüketicilerin veri gizliliğine ne kadar önem verdikleri, çok tartışılan bir sorudur. Veri gizliliğini çok fazla önemseyen ve verilerinin reklamlarda kötüye kullanılmasıyla ilgili endişelerini mevzuat düzenleyicilerine dile getiren güçlü bir gizlilik aktivisti grubu bulunmaktadır. Ancak kitlesel kamuoyuna gelince, medya endüstrisi görüşleri, verilerinin açık borsada reklam satın alma ve ticaretinde nasıl kullanıldığını gerçekten anlarsa tüketicilerin bu konuyu o kadar önemseyebileceklerini belirtmektedir (Davies, 2019). Dolayısıyla tüketicilerin veri gizliliği konusunda daha fazla bilinçlendirilmesine ihtiyaç bulunmaktadır.

5. Dijital Tüketici Kavramı ve Etik Sorunlar

Tüketici kavramı, geniş anlamda, ihtiyaçlarını karşılamak için piyasadan ürün veya hizmet satın alan kişi olarak tanımlanabilir. Bununla beraber ürün ve hizmetleri satın almak ve satmak için teknolojiyi kullanan kişiler dijital tüketiciler olarak bilinir.

İnsanlar binlerce yıldır birbirleriyle iletişim ve etkileşim hâlinindedir. Zaman geçtikçe gelişen iletişim kanalları ve internet insanları birer dijital tüketiciye dönüştürmüştür. Tüketici davranışları da dijital teknolojinin olanak sağlayan doğası ve bilgi-

ye kolay erişim nedeniyle değişmekte, insanlar hakkında varsayımlar oluşturmak, dijital tüketiciler söz konusu olduğunda ideal bir yaklaşım olmaktan çıkmaktadır. Pazarlamacılar, dijital tüketicilerin davranış özelliklerini anlamak için kapsamlı araştırmalar yapmaktadır. Bu kapsamda ortaya çıkan dijital tüketici özellikleri şu şekilde özetlenebilir (Reach First, 2021):

- Dijital tüketiciler oldukça bilgilidir: İnsanlar artık internetin gücünden tam olarak nasıl yararlanacaklarını öğrendiler. İnsanlar modern iletişim teknolojisinin daha fazla farkına vardıkça onu daha verimli kullanmaktadırlar. Bu, pazarlamacıların iyi bilgilendirilmiş potansiyel müşteriler kazanmak için ellerinden gelenin en iyisini yapması gerektiği anlamına gelir.
- Alakalı ve hızlı bilgi talep ederler: Aşırı bilgi ve çeşitli seçenekler, insanları saniyeler içinde doğru ve tehlikesiz çözümleri almaya alıştırmıştır. Örneğin, bir alışveriş web sitesi yanıt vermiyorsa veya yavaşsa, ziyaretçiler büyük olasılıkla geri dönecek ve bir sonraki seçeneğe geçecektir. Bir ziyaretçinin siteyi sevmesini sağlayan anlık memnuniyettir.
- Çok şey paylaşırlar: Çevrim içi tüketiciler, deneyimleri hakkında konuşabilecekleri, değerli bilgileri paylaşabilecekleri, öneriler isteyebilecekleri, incelemeler sunabilecekleri ve yorum bırakabilecekleri sınırsız fırsatlara ve platformlara sahiptir.

Günümüzde pazarlama sektörünün en önemli değeri “kişisel veriler” ve bunların analizidir. Tüketicilerin yakından takip edebilmesi ve pazarlama faaliyetlerini tüketici beklentilerine göre şekillendirebilmesi veri ihtiyacını doğurmaktadır. Dolayısıyla veriler; sosyal veriler, e-posta, abonelikler, cihaz bilgileri, konum bilgisi, kredi kartı bilgileri, çevrim içi işlem verileri dahil olmak üzere izleme araçları aracılığıyla kullanılabilen her türlü profil kaynağını içermektedir.

Yeni medya, şirketlere tüketicilere ulaşmaları, onlarla iletişim kurmaları, göz atma veya satın alma ile ilgili davranışlarını ölçmeleri için çok çeşitli yollar sunar. Bu seçenekler genellikle pazarlama için değerlidir ancak, bireysel pazarlama etkinlikleri oluşturmada müşteriler hakkındaki bilgileri kullanan firmalar için daha özel bir önem taşır. Dijital medyanın sunduğu fırsatları kullanmak, tüketicilerin nelerden etkilendiklerinin ve bunların etki ve davranışlarını nasıl etkilediklerinin tam olarak anlaşılmasını gerektirir. (Hennig-Thurau, vd., 2010). Ancak firmaların bu çabaları doğrultusunda yaptıkları gizlilik ihlalleri günümüzde büyük bir tartışma konusudur.

Programatik reklamcılığın temelini oluşturan tüketicilerin çevrim içi ortamdaki davranışlarının izlenmesi, tüketici mahremiyetinin suistimalini arttırmaktadır

(Watts, 2016). Günlük hayatımızda sıklıkla karşılaştığımız üzere cep telefonu uygulamalarının hemen hepsi daha programı yükleme aşamasında kullanıcıdan pek çok erişim izni talep etmektedir. Bunlar konum bilgisi, telefondaki rehber, arama kayıtlarına, fotoğraflara erişim gibi izinler olabilmekte, izin verilmediği takdirde bu programlar yüklenememektedir. Ancak gizlilik ihlaline çok açık olan bu tip kişisel verilerin nasıl analiz edildiği, nerede saklandığı, kimlerle paylaşıldığı konusunda firmalar tatmin edici bilgiler sunamamaktadır.

Bunların yanında Google'ın insan beyninin nasıl çalıştığını inceleyen teknolojisi nöral ağ ile her konum bazlı etikete bir kaynak bağlayabilmekte, böylelikle pazarlamayı daha güçlü ve kişiselleştirilmiş hâle getirebilmektedir. Google'ın nöral ağ bir fotoğrafın nerede çekildiğini belirleyebilmekte, böylelikle mobil kullanım ve mobil reklamcılığın peyzajı, yepyeni bir alana taşınmaktadır (Digitaltalks, 2016). Bu gibi veri analizine dayalı teknolojiler masum görünse de gelecekte bu verilerin farklı amaçlarla kullanılabilme ihtimali insanları endişelendirebilmektedir.

"Algoritma doğruluğu" ve "veri etiği" reklamcılıkta en önemli unsurlardandır. Bu sistem için büyük ve canlı veri kümeleri mevcuttur. Ayrıca bu veri setlerinin edinilmesi ve işlenmesi engelleyici bir şekilde pahalı değildir. Üstelik bu kadar büyük miktarda bilginin elde edilmesi, faaliyetin uygulandığı ülkelerde yürürlükte olan mevzuat tarafından yasaklanmamaktadır. Büyük miktarlarda son derece kişisel bilginin elde edilmesi, tüketicilerin bunun bir tür gizlilik ihlali olduğunu algılamasına neden olmaz. Dolayısıyla reklam platformları anlık olarak "mükemmel algoritmalar" geliştirmektedir (White ve Samuel, 2019).

Watts tarafından yürütülen bir araştırma, veri gizliliği konusunda tüketiciler arasında bir paradoks olduğunu göstermektedir. Bazıları tarafından mahremiyet paradoksu olarak adlandırılan bu paradoks, insanların kendi kişisel bilgilerini koruma konusunda tutarsız ve çelişkili dürtülere sahip olduğunu söylemektedir. Tüketicilerin veri toplamaya yönelik bu tutumları göz önüne alındığında, büyük verinin zarar verme gücüne sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Verimli ve kazançlı pazarlama fırsatlarını besleyen büyük verinin arkasında, veri simsarlarının tehlikeleri vardır. Çevrim içi davranıştan tıbbi geçmişe, cinsel ve politik yönelim ve hatta psikiyatrik sorunlara kadar değişen tüketici verileri satın alınabilir. Bu tür kişisel veri toplama, pazarlamacıların doğru tüketiciyi doğru bağlamda daha kesin bir şekilde bulma becerisiyle sonuçlanan bir tüketici tehdididir. Dolayısıyla söz konusu paradoks, kişisel veri toplama ve kullanımında da daha fazla şeffaflığa ihtiyaç olduğunu göstermektedir (Watts, 2016).

Yeni medyanın tüketicilere kendilerini ifade etme ve tercihlerini çevrim içi olarak

ifade etme fırsatı sunması, pazarlama faaliyetlerini yeni araçlarla yürütmek, tüketicilerle iletişim kurmak ve onların fikirlerine hızlı bir şekilde ulaşmayı isteyen tüm şirketlere büyük fayda sağlamaktadır. Geleneksel medya araçlarıyla karşılaştırıldığında, yeni medya araçlarının pazarlama yaklaşımına getirdiği yenilikler sadece teknolojik özelliklerden değil, aynı zamanda tüketiciler ve şirketler arasında iletişim kurmak için sosyal bir bağlantı kurma fırsatı vermektedir.

Yeni medyanın pazarlamaya getirdiği ölçülebilirlik; interaktif pazarlama ve tüketici ilişkileri gibi alanlarda pek çok yenilik sağlamıştır. Artık markalar pazarlama iletişimi faaliyetlerini anlık olarak takip edebilmektedir. Satış sonrası oluşacak müşteri memnuniyeti, şikâyet, öneri ve diğer taleplerin sosyal ağlar üzerinden paylaşılması, firma itibarını online olarak kontrol etme imkânı sağlamaktadır. Ancak insanlar edindiği herhangi bir bilgiyi veya bir konuyla ilgili kişisel yorumlarını, üye oldukları bir blog, forum veya sosyal medyada paylaşarak düşüncelerini daha çok kişiye hızlı bir şekilde iletebilmektedir. Bu sayede dijital medyanın bir parçası olabilmekte ve paylaşılan içerik binlerce kişi tarafından yakından takip edilebilmektedir. Bu durum bazı etik sorunları da beraberinde getirebilmektedir.

Dijital medya ürün ve hizmet deneyimlerinin ve görüşlerinin viral bir şekilde yayılması yoluyla farkındalık ve ilgiyi artırmak için büyük bir potansiyel sumaktadır (Baker, 2009). Marka iletişim uzmanları, tüketiciler arasında marka algısını iyileştirmek ve marka bilinirliğini artırarak tercih edilen bir marka hâline gelmek için sanal ortamda çeşitli çalışmalar yapmaktadır. Bunun bir parçası olarak, özellikle bir hizmet veya ürün hakkında olumsuz deneyimler paylaşan kişiler, sanal ortama yayılıp hizmet algısı açısından olumsuz bir durum oluşturabilmektedir. Diğer kullanıcıların da bu tür olumsuz yorumlar görmeleri muhtemeldir. Kullanıcıların paylaştığı yorumlar doğru ya da yanlış olsa bile bu tür olumsuz arama sonuçlarının sanal ortamda görüntülenmesi markanın piyasadaki algısını zedeleyebilmektedir. Olumsuz yorumların silinmesi veya sildirilmesi ise diğer bir etik sorundur. Yani tüketicinin olumsuz deneyimlerinin bir nevi sansürlenmesi “özgürlükçü” sanal platformlara olan güveni sarsabilmektedir.

Etik sorunlardan bir diğeri de sahte hesaplar (botlar) aracılığı ile web trafiği yaratmaktır. “Bot” olarak adlandırılan sahte hesaplar yaratılarak istenilen alanda web trafiği oluşturulmasıyla reklam pazarından pay alınması amaçlanan bu etik olmayan faaliyetler sonucunda yılda yaklaşık 6,3 milyar dolarlık bir sahte reklam pazarı oluştuğu tahmin edilmektedir (ANA, 2014). Bot trafiği, saldırıya uğramış günlük bilgisayarlardan gelmektedir. Amerikan Ulusal Reklamcılar Derneği (ANA) tarafından yapılan araştırmaya göre (2014), gözlemlenen bot trafiğinin yüzde 67’den fazlası konut IP adreslerinden gelmektedir.

Bot yönlendiricileri, reklam sahtekârlığından kâr elde etmek için ev bilgisayarlarını uzaktan kontrol eder. Botlar, gerçek kullanıcılar gibi görünmek, insan trafiğine karışmak ve daha fazla gelir elde etmek için tarayıcıları ele geçirir. Reklam botları, kullanıcı hedeflemeyi geçersiz kılar. Örneğin Gmail'de oturum açmış, Facebook'ta paylaşımında bulunan ve Amazon'da alışveriş yapan gerçek kişilerin bilgisayarlarını kullanarak siber suçlular gerçek kullanıcıların kimlik bilgilerine ulaşır. Botlar, reklam alanlarına gerçek insanlardan daha sık tıklamakta, fareyi hareket ettirerek imleci reklamların üzerine taşımaktadır. Botlar ayrıca, ürünleri alışveriş sepetlerine koyabilir, reklamverenlere ve yayıncılara demografik olarak daha çekici görünmek üzere geçmişler ve çerezler oluşturmak için birçok siteyi ziyaret edebilir. Dolayısıyla sahte hesap (bot) yaratarak olmayan bir web trafiği oluşturma faaliyetleri ile yeni bir reklam sahtekârlığı türü ortaya çıkmaktadır. Bu reklam sahtekârlığı, reklamların doğru zamanda, doğru yerde doğru kişilere doğru şekilde sunulmasını engelleyen kasıtlı bir faaliyettir.

Reklamlardaki etik dışı uygulamalar, toplumsal yapının olumsuz etkilenmesi ve tüketicilerin aldatılması nedeniyle günümüz toplumlarında daha fazla dikkate alınmaktadır. Dolayısıyla reklam; doğru, güvenilir, dürüst ve toplumun kültürel ve etik normlarına uygun olmalıdır. Tüketiciler etik ilkelere daha duyarlı hâle geldiklerinden, kuruluşlar reklamcılıkta etik konulara daha özen göstermeye teşvik edilmektedir. Aldatıcı reklamlar, cinselliğin özendirilmesi, çocuklara yönelik reklamcılık ve reklamcılıkta ayrımcılık, reklam etiği literatüründeki diğer başlıca konulardır (Koç, vd., 2016).

6. Değerlendirme ve Sonuç

İnternet, bir reklam aracı olarak geliştiricilere yaratıcılık için sonsuz fırsatlar sunmaktadır. İnternet ekosisteminin büyümesi ve gelişmesi dijital reklamcılık sektörünün büyümesine ve gelişmesine yol açmıştır. Dijital medyanın reklamcılık için sunduğu imkânların bir sonucu olarak en güncel verileri gerçek zamanlı ve otomatik olarak çevrim içi kullanan programatik reklamcılık, yeni medya reklamcılığındaki en önemli gelişmelerden biridir.

Merkezi profil veri tabanları, birinci ve üçüncü taraf verilerine küresel erişim, minimum bilgi kaybı ve anlamsal istatistiksel eşleştirme, dijital reklamların başarısının arkasındaki itici güçtür (Busch, 2016). Programatik reklamcılık; reklamverenlere kimi hedefledikleri, hangi medyada ve bunun ne zaman gerçekleştiği konusunda daha fazla ayrıntı sunar. Bunun temelini oluşturan yeni teknolojiler ve uygulamalardır. Bunlar, otomasyon, daha sofistike veri toplama ve işleme ve daha fazla medya içeriği ve izleyici pazarları ile karakterize edilir. Otomatikleştirilmiş

ve kendi kendine yönetilen bir pazarda baş döndürücü hızlarda sağlanan yüksek frekanslı ticaret ve marjinal kazanç potansiyeli ile birlikte reklam sektörünün doğasında köklü değişiklikler meydana gelmiştir (McStay, 2017).

Sayısallaştırmanın yanı sıra, veri toplama ve yönetiminin otomasyonunu ele alan teknolojilerin benimsenmesi, pazar araştırması etiğinde tartışılan sorunların yanı sıra büyük verinin reklam sektörüne etkileri, daha geniş tartışmaları ve yepyeni bir etik problemleri ve zorluklar yelpazesini ortaya çıkarmıştır (Nunan ve Di Domenico, 2013). Bunlarla birlikte, tüketicilerin kişisel verilerin yakalanması ve kullanılması konusundaki hassasiyeti, daha fazla veriye erişimin sınırlı hâle geldiği noktaya yükselebilir. Bu, belki de tüketici lobi grupları veya diğer siyasi baskılar tarafından motive edilen mevzuat değişiklikleri yoluyla gerçekleşebilir. Aynı zamanda, programatik reklamcılık kullanan ve bir araya gelerek geniş veri kümelerini kullanan kuruluşların tüketiciler tarafından dışlanmasına yol açan alternatif bir şekilde de ortaya çıkabilir (örneğin, tüketicilerle anlaşmazlığa düştüğü düşünülen kuruluşlardan kaçınmak için kopyalanan bir hareket, çevre ile ilgili değerler, vd.) (White ve Samuel, 2019). Dijital gizlilik sorunları, veriye dayalı teknolojiler hakkında daha geniş bir tartışmanın parçasıdır. Bir bakıma, dijitalleşme ve otomasyon, reklamcılığa bir dizi etik problemler, zorluklar ve pazarlama etiğinde bilgi yönetimi ile ilgili yeni bir kültür getirmiştir (Nunan ve Di Domenico, 2013).

Geçtiğimiz yıllarda yaşanan Facebook veri ihlali skandalından sonra kullanıcıların çevrim içi gizlilik endişeleri artış göstermiştir. Hükümetler de bunun farkına vararak kişisel verilerin korunmasına ilişkin katı düzenlemeler getirmişlerdir. Dijital pazarlama alanında AB'nin Genel Veri Koruma Yönetmeliği, şirketleri veri hijyeni ve güvenliğine daha fazla önem vermeye zorlamıştır. Aynı şekilde 2016 yılında ülkemizde yürürlüğe giren 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) ve bu kanun çerçevesinde oluşturulan ikincil mevzuat ile ülkemizde veri ihlalleri konusunda hukuki altyapı oluşturulmuştur. Bu teknolojilerin üretim merkezi olan Kaliforniya'da 2020 yılı başında Kaliforniya Tüketici Gizlilik Yasası yürürlüğe girmiştir. Dolayısıyla bu süreçte tüm reklamverenlerin bu düzenlemelere uyması ve yeni stratejiler geliştirmek için yatırım yapmaları gerekecektir. Ayrıca veri ihlalleri ve kişisel verilerin kötüye kullanımıyla ilgili olarak medyada artan kapsam ve dünya çapında gizlilik düzenlemelerinin yaygınlaşması sayesinde tüketiciler bu konuda yavaş da olsa bilinçlenmeye başlamıştır.

Tanımlama, hedefleme ve ölçmeyi daha da zorlaştırmaya devam edecek ve üçüncü taraf çerezleri ve takibi konusunda daha fazla kısıtlama getirecek olan yeni yasal değişikliklerin dijital pazarlama ortamına tam etkisini değerlendirmek için henüz çok erken. Bununla birlikte Kaliforniya Tüketici Gizliliği Yasası (CCPA) gibi dü-

zenlemeler ile getirilen tarayıcı gizlilik ayarları ve diğer gizlilik değişiklikleri, dijital pazarlama ekosistemini gelecekte daha fazla etkileyecektir (Fisher, 2019). Etkisiz geleneksel reklam planlama yöntemleri, dijital medyanın artan reklam doygunluğu ve reklamcılık sektöründeki dijital oyuncuların yıkıcı etkisi, günümüz internetinde reklamcılık için yeni yöntem ve araçlara ihtiyaç yaratmıştır. Programatik reklamcılık bugün yeni çevrim içi reklamcılık ortamının en verimli otomasyon biçimlerinden biri olarak kabul edilmektedir ve reklamcılık pazarında hâkimiyeti ele almaktadır. Bununla birlikte, ulusal ve bölgesel ölçekte uygulama düzeyi ve bu yeni teknolojinin uygulanmasından elde edilen etik çıkarımlar ile ilgili hâlâ bazı önemli, ele alınmamış sorular bulunmaktadır (Martinez-Martinez, vd., 2017).

Dijital reklamcılık, büyük verinin yönetimi ile birlikte son dönemde yıkıcı bir değişim yaşamaktadır. Şirketlerin ve markaların tüketicileri hedefleme, tercihlerini ve davranışlarını kaydetme, onları ikna etme ve tüketici karar sürecine müdahale etme şekli dramatik bir şekilde değişmiş durumdadır. Özellikle tüketicilerin çevrim içi davranışından elde edilen büyük veri, pazarlamacılara programatik reklamcılık aracılığıyla uygun maliyetli ve büyük bir hassasiyetle optimize edilmiş kampanyalar oluşturma fırsatlarını artırmıştır. Ekonomik, politik ve kültürel yaşamın diğer pek çok sektörü gibi, medya endüstrileri de büyük verinin sağladığı olanaklardan etkilenmiş durumdadır. Medya endüstrileri, belki de diğer birçok endüstri sektöründen daha fazla, büyük verilerin potansiyelini yakalamak ve kullanmak için iyi konumlandırılmıştır (Napoli, 2016).

Sonuç olarak yeni medya, reklam sektöründe eskiden kullanılmayan metot ve formların hayata geçirilmesini sağlamış, anlık verimlilik analizi, yüksek performans, hız ve etkileşim gibi kolaylıklar sağlamıştır. Ancak dijital medya reklamcılığı ile reklamın nerede yapıldığı değil, kimin ne tür tüketici verilerine ulaştığı ve bu verilere göre nasıl hedef alınabileceği ile ilgili sorular ortaya çıkmıştır. Dijital medya araçları ile her tüketiciye özel, kişiselleştirilmiş, tüketicinin bulunduğu yere yönlendirilebilen, gerçek zamanlı reklamlar gösterilmesi imkânı yaratılmıştır. Dolayısıyla geleneksel reklam süreçleri derinden etkilenmiş ve doğrusal kampanyalar oluşturma yerini pek çok kampanya alternatifinin eş zamanlı yapılabildiği yeni bir reklam türü doğmuştur. Yeni medyayı kullanarak tüketicilere anında ulaşmak için tasarlanan programatik reklamcılık doğru kişilere, doğru zamanda ve doğru şekilde ulaşmak isteyen şirketler için vazgeçilmez bir araç hâline gelmiştir. Tüketicilerin yeni medyada geçirdikleri sürenin her geçen gün arttığı düşünüldüğünde, analiz edilecek büyük veri hacmi de artmaktadır. Bu nedenle, programatik reklamcılığın büyümeye devam etmesi kaçınılmazdır.

Gelişmiş hedefleme seçenekleri sunan ve artık hayatımıza tamamen giren programatik reklamcılık gibi veriye dayalı dijital sistemlerin kişisel verilere erişimini engellemek veya sınırlandırmak tamamen tüketicinin elindedir. Her ne kadar mevzuatla korunan alanlar olsa da dijital medyadaki gizlilik ihlallerinden ve bunların olası olumsuz sonuçlarından kaçınabilmek için her düzeyde farkındalığın artırılmasına ve dijital tüketicilerin reklam okuryazarlığı çerçevesinde bilgilendirilmesine ihtiyaç bulunmaktadır.

Kaynakça

- Acquisti, A. (2009). Nudging Privacy: The Behavioral Economics of Personal Information. *IEEE Security & Privacy*, 7 (6), 82-85.
- ANA (Association of National Advertisers). (2014). The Bot Baseline: Fraud in Digital Advertising. https://www.whiteops.com/hubfs/ANA_WO_Bot_Baseline_2014-1.pdf Erişim: 06.02.2021
- Baker, S. (2009). Learning and Profiting from Online Friendships. *BusinessWeek*, <https://www.bloomberg.com/news/articles/2009-05-21/learning-and-profiting-from-online-friendships> Erişim: 25.01.2021
- Busch, O. (2016). The Programmatic Advertising Principle. *Programmatic Advertising: The Successful Transformation to Automated, Data-Driven Marketing in Real-Time*, Springer, 3-16.
- Carlson, D. (2005). The News Media's 30-Year Hibernation. *Nieman Reports*, 59 (3), 68-71.
- Davies, J. (2019). Data privacy-first advertising is here: Here are the winners and losers. <https://digiday.com/media/winners-losers-data-privacy-first-advertising/> Erişim: 01.02.2021
- Deighton, J. ve Kornfeld, L. (2009). Interactivity's Unanticipated Consequences for Marketers and Marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 23, 4-10.
- Digitaltalks (2016). <https://www.digitaltalks.org/2016/05/17/gorsel-pazarlama-lokasyon-bazli-hedeflemenin-gelecegi/> Erişim: 31.01.2021
- Fisher, L. (2019). Digital Marketing in Today's Privacy-Conscious World. <https://www.emarketer.com/content/digital-marketing-in-todays-privacy-conscious-world> Erişim: 01.02.2021
- Gertz, O. ve McGlashan, D. (2016). Consumer-Centric Programmatic Advertising. *Programmatic Advertising: The Successful Transformation to Automated, Data-Driven Marketing in Real-Time*, Oliver Busch (Ed.), Springer, 55-86.
- Google Digital Garage (2021). The Fundamentals of Digital Marketing. E-Ders. <https://learnwithgoogle.com/digitalgarage/course/digital-marketing> Erişim: 23.01.2021
- Gonzalez, J.C. ve Mochon, F. (2016). Operating an Advertising Programmatic Buying Platform: A Case Study. *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, Vol. 3, 6-15.

- Hennig-Thurau, T., Malhotra, E. C., Frieger, C., Gensler, S., Lobschat, L., Rangaswamy, A. ve Skiera, B. (2010). The Impact of New Media on Customer Relationships. *Journal of Service Research*, 13(3), 311-330.
- Herdman, E.A. (2006). Guidelines for Conducting a Literature Review and Presenting Conference Papers. *Journal of Education and Research in Nursing* . 3 (1), 2-4.
- Hudson, S., Huang, L., Roth, M.S. ve Madden, T. J. (2016). The Influence of Social Media Interactions on Consumer-Brand Relationships: A Three-Country Study of Brand Perceptions and Marketing Behaviors. *International Journal of Research in Marketing*, 33(1), 27-41.
- IAB (Interactive Advertising Bureau). (2021). <https://www.iab.com/insights/> Erişim: 31.01.2021
- Koç, F., Çetin, O. ve Alniaçık, Ü. (2016). Reklam Etiği: Televizyon Reklamlarında Cinselliğin Kullanımı. *Global Business Research Congress (GBRC)*, Vol.2, 692-702.
- Kotler, P., Kartajaya, H. ve Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*, First Edition, New Jersey: John Wiley & Sons.
- KVKK (Kişisel Verileri Koruma Kurumu). (2019). 2019 Yılı Faaliyet Raporu. Ankara.
- Martinez-Martinez, I.J., Aguado, J.M. ve Boeykens, Y. (2017). Ethical implications of digital advertising automation: The case of programmatic advertising in Spain. *El Profesional de la Informacion*, 26(2), 201-210.
- McStay, A. (2017). Micro-Moments, Liquidity, Intimacy and Automation: Developments in Programmatic Ad-tech. In G. Siegert, M. B. Rimscha, & S. Grubenmann (Eds.), *Commercial Communication in the Digital Age*. 143-159.
- Mukherjee, A., Sundarraj, R.P. ve Dutta, K. (2015). An Online Algorithm for Programmatic Advertisement Placement in Supply Side Platform of Mobile Advertisement. *Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS) 2015 Proceedings*.
- Napoli, P.M. (2016) Special Issue Introduction: Big Data and Media Management, *International Journal on Media Management*, 18 (1), 1-7.
- Nunan, D. ve Di Domenico, M.L. (2013). Market Research and the Ethics of Big Data. *International Journal of Market Research*. 55 (4), 505-520.
- Ponemon Institute (2016). *Data Risk in the Third-party Ecosystem*. Research Report. <https://www.ponemon.org/research/ponemon-library/privacy/> Erişim: 29.01.2021
- Rainie, L. ve Duggan, M. (2016). *Privacy and Information Sharing*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2016/01/14/privacy-and-information-sharing/> Erişim: 28.01.2021
- Reach First (2021). *Understanding Digital Consumers*. <https://www.reachfirst.com/understanding-digital-consumers/> Erişim: 06.02.2021
- Watts, M. (2016). *Programmatic advertising: Shaping consumer behavior or invading consumer privacy? Undergraduate Distinction Thesis*. Ohio State University. <http://kb.osu.edu/dspace/handle/1811/76764> Erişim: 25.01.2021
- White, G.R.T. ve Samuel, A. (2019). Programmatic Advertising: Forewarning and avoiding hype-cycle failure. *Technological Forecasting and Social Change*, Volume 144, 157-168.



E-Devlet - Şeffaflık İlişkisi: Avrupa Ülkeleri için Panel Veri Analizi

Oğuzhan GÖKTOLGA* - Fatma ZEREN** - Abdullah TORUN***

Öz

Bu çalışmada modern kamu yönetimi anlayışının iki temel bileşeni olan şeffaflık ile e-devlet ilişkisini araştırmak amacıyla panel veri analizi yönteminden yararlanılmıştır. 26 Avrupa ülkesi için 2008-2018 yıl aralığındaki 2'şer yıllık veri kullanılmıştır. Sabit etkiler modeli ile gerçekleştirilen tahmin sonrasında e-devlet gelişim düzeyi arttıkça şeffaflığın arttığı bulgusuna erişilmiştir. E-devletin yanı sıra siyasal haklar, hükümetin etkinliği ve kişi başı gayrisafi millî hasıladaki büyümenin etkisi ele alınmıştır. Siyasal hakların genişletilmesi ile şeffaflığın arttığı ve hükümetin etkinliğinin artmasının da şeffaflığı arttırdığı görülmüştür. Gayrisafi millî hasıladaki büyümenin ise şeffaflığa etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: E-Devlet, Şeffaflık, Yolsuzluk, Panel Veri Analizi, Sabit Etkiler Tahmin Edicisi

* Doç. Dr., İnönü Üniversitesi İİBF Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü,
oguzhan.goktolga@inonu.edu.tr

**Prof. Dr., İnönü Üniversitesi İİBF Ekonometri Bölümü, fatma.zeren@inonu.edu.tr

***Dr. Öğr. Üyesi, İnönü Üniversitesi İİBF Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü,
abdullah.torun@inonu.edu.tr

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 04.04.2021

Kabul Tarihi: 24.05.2021

ORCID ID: 0000-0002-5291-060X DOI: 10.37679/trta.909476

ORCID ID: 0000-0002-1661-3587

ORCID ID: 0000-0002-9870-3550

Relationship Between e-Government and Transparency: Panel Data Analysis for European Countries

Oğuzhan GÖKTOLGA - Fatma ZEREN - Abdullah TORUN

Abstract

At this study, panel data analysis is used to analyze the relation between transparency and e-government, which are the main concepts in new public administration perception. Data from 26 European States are used. And these data have been constituted bennially between the years 2008-2018. After the estimation which was gathered via using fixed estimators model, it has been concluded that the more e-state development level is high, the more transparency is achieved. At this study, not only the impact of e-state on transperancy, but also impacts of political rights, efficiency of government and the effect of GDP per capita on transparency have been analyzed. It has been concluded that the more political rights are extended the more transparency is achieved; and the more the efficiency of the government expands, the more transparency is achieved. And finally, it has been concluded that the effect of an increase in GDP per capita on transparency is not statistically significant.

Keywords: E-Government, Transparency, Corruption, Panel Data Analysis, Fixed Effect Estimato

Research Paper

Recieved: 04.04.2021

Accepted: 24.05.2021

1. Giriş

Modern devletler, bir yandan ulusüstü kuruluşların bir yandan de yerel yönetimlerin talepleri neticesinde geleneksel egemenlik alanlarının sınırlandırılması ile karşı karşıya kalmaktadırlar ve bu şartlara kendilerini adapte edebilmek için çaba sarf etmektedirler. Bunun yanı sıra, modern devletler sundukları hizmet kalemlerinin sayıca artması ve hizmet verdikleri alanların genişlemesi neticesinde, vatandaşlarından gelen talepleri karşılamakta zorlanır hâle gelmişlerdir. Yaşadıkları bu sorunlarla mücadele etme çabası çerçevesinde devletler sundukları kamu hizmetlerinin mümkün olduğunca şeffaf, verimli ve etkili sunulması noktasında bir takım arayışlar içerisine girmişlerdir (Rodriguez, 2014:xi). Bu arayışlar neticesinde, modern devletlerin klasik örgütlenme ve işleyişlerinde oldukça önemli değişim ve dönüşümler yaşanmıştır. Yeni Kamu Yönetimi anlayışı ve bu anlayışın gelişim hikâyesi, modern devletlerin gerek teşkilatlanma gerekse işleyiş bakımından yaşadığı dönüşümün de adeta tarihçesini oluşturmaktadır. Dolayısıyla çalışmanın sonraki bölümünde Yeni Kamu Anlayışı ve sonrasında yaşanan teorik ve pratik dönüşümlere yer verilmiştir.

Yeni kamu yönetimi anlayışının ve dolayısıyla da modern devletlerin işleyişindeki dönüşümün başat kavramlarından bir tanesi “şeffaflık” olmuştur. Şeffaflık, öncelikle idarenin işleyişinde kamu gücünün suistimal edilmesini önleme potansiyeline sahiptir. Bu durum da bir yandan kamu harcamalarında yolsuzlukların azalmasına yardımcı olurken diğer yandan da kamu kaynaklarının daha verimli kullanılmasını sağlamaktadır. Şeffaflık ayrıca, vatandaşın idarenin iş ve işlemlerini gözlemleyebilme ve kısmen de denetleyebilmesi imkânı sunmaktadır. Bu durum, vatandaşların gözünde devletin ve kamu görevlilerinin meşruiyetlerini güçlendirmektedir.

Modern devletlerin, daha önce de değindiğimiz gibi, verilen hizmet kalemlerindeki artış ve hizmet verilen alanın genişlemesi karşısında yeni yöntem ve süreçler arayışına girdiği dönemde, bilgi işlem teknolojilerinde yaşanan gelişmeler adeta modern devletlerin imdadına yetişmiştir. Özellikle hizmete erişimde sağladığı kolaylıklar, devletlerin maddi yükünü parasal ve insan kaynakları noktasında azaltmıştır. Bilgi işlem teknolojilerinin kullanımı aynı zamanda vatandaşların kamu hizmetlerine ulaşmak için kamuya karşı yükümlülüklerini (vergi borçları, alınan hizmetlerin bedelinin ödenmesi, vs.) yerine getirmek için harcadıkları zamanı kısaltmak suretiyle vatandaşların yaşam kalitelerini de yükseltmiştir.

Bilgi işlem teknolojilerinin kamusal işlerde kullanımına ilişkin genel bir adlandırma olan e-devlet ilkesi, kamusal hizmetlerin ihale aşamasından yürütülmesi ve sonuçlandırılması aşamasına kadar geçen sürenin kamu yani halk tarafından ta-

kip edilebilmesini de kolaylaştırmaktadır. İdarenin iş ve işlemlerinin kamu tarafından takip edilebilmesinin de kamu yönetiminde şeffaflığın artması sonucunu doğurması beklenmektedir. Bu çalışma, bu beklentinin gerçekleşip gerçekleşmediğinin veriler üzerinden analiz edilmesini hedeflemektedir. Başka bir ifadeyle bu çalışmanın amacı, e-devlet ve şeffaflık arasındaki ilişkinin sayısal veriler üzerinden değerlendirilmesidir. Bu amaçla, 26 Avrupa ülkesine ilişkin olarak elde edilmiş olan veriler, çalışmanın ilerleyen kısımlarında ayrıntılı olarak izah edilen istatistik yöntemlerle irdelenmeye çalışılmıştır.

2. Yeni Kamu Yönetimi ve Ötesi

Yeni kamu yönetimi anlayışı, adlandırmadan da anlaşılacağı üzere, geleneksel kamu yönetimi anlayışından uzaklaşarak farklı bir kamu yönetimi anlayışına yönelişi ifade etmektedir. Geleneksel kamu yönetimi (GKY), ilk olarak 19. yüzyılda ortaya çıkan ve büyük oranda Woodrow Wilson, Max Weber ve Frederick Taylor'un görüşlerine dayanan bir yönetim yaklaşımıdır. Geleneksel kamu yönetiminin dayandığı temel unsurlar şu şekilde sıralanabilir: Kamu yönetimi siyasi açıdan tarafsızdır, bürokrasi katı merkezi ve hiyerarşik yapıya sahip olan kapalı bir sistemdir. Dolayısıyla vatandaş katılımı sınırlıdır. Kamu programları yukarıdan aşağıya işleyen bir denetim mekanizmasına sahiptir. Bu durum da idarenin takdir yetkisini büyük oranda sınırlandırmaktadır. Kamu yöneticileri kamu politikalarını belirleyen değil, uygulayan konumundadır. Kamu politikalarının belirlenmesi siyasal alana bırakılmıştır. Bu da siyasal ve idari alan ayrımının güçlü olduğu anlamına gelmektedir (Deliveli,2010: 229). GKY bunun yanı sıra, kamusal çıkarın siyasal olarak tanımlandığı ve hukuki çerçevede ifade edildiği; hizmet verilen kişilerin müşteriler ve paydaş olarak algılandığı, kamu yönetiminin rolünün siyasal olarak tanımlandığı ve her kurumun tek bir alana odaklandığı, başarıya ulaşmak için mevcut kamu mekanizmalarının kullanıldığı; hesap verebilirlik bağlamında kamu yöneticilerinin seçilmiş siyasal liderlere karşı sorumlu olduğu; takdir yetkisinin sadece üst yöneticilerde olduğu; aşağıdan yukarı hiyerarşik örgütlenmenin esas olduğu bir yönetim yapısına da tekabül etmektedir (Denhardt, Denhardt, 2000: 554). Tek tip kontrol mekanizmasının yer aldığı merkezi bir örgütlenme biçimi, birimlerin kendi içerisindeki ve birbirleriyle ilişkilerin net olarak tanımlanmaksızın açık uçlu anlaşmalar çerçevesinde yürütülmesi, uygulamaların kamu etiği ve kamusal davranış temeline dayanması; sabit ve bütçeye odaklanmış bir bütçeleme sisteminin işletilmesine, yönetim becerileri olarak yasal mevzuatın bilinmesine dayalı, kalitatif performans standartlarının baskın olduğu ve denetleme esnasında kurallar ve prosedürlerin esas alındığı bir yönetim süreci olması, GKY'nin diğer özellikleri arasındadır (Kolthoff, 2007: 25).

Geleneksel kamu yönetimi, 20. yüzyılın ikinci yarısına kadar teorik ve pratik boyutta egemenliğini devam ettirmiştir. Ancak daha önce değindiğimiz nedenlerden dolayı 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren sorgulanmaya başlanmış ve geleneksel kamu yönetimi anlayışına alternatifler üretilmeye çalışılmıştır. Bu arayışlar neticesinde geleneksel kamu yönetimi anlayışı ve uygulamasında birtakım köklü değişikliklere gidilmiştir. Bu alandaki alternatif arayışlarından bir tanesi de “Yeni Kamu Yönetimi” anlayışıdır. Yeni Kamu Yönetimi anlayışı önceden tasarlanıp uygulanmaya çalışılan bir model olmaktan çok, sürece bağlı olarak şekillenen bir anlayıştır. Yeni kamu yönetiminin ortaya çıkmasında birçok faktörün etkili olduğu söylenebilir. Bu faktörlerden bir tanesi, 1970’lerde ortaya çıkan petrol krizlerinin de etkisiyle ekonomide yaşanan sorunlar ve bu sorunların Keynezyen iktisadi düşünce kaynaklı olduğunun düşünülmesidir. Bir diğer faktör, ekonomik koşulların zorlaşması neticesinde vatandaşların devletten beklentilerinin artması ve devletin bu beklentilere cevap vermekte zorlanmasıdır. Bir diğer önemli aktör, devletin ekonomiye müdahalesinin minimize edilmesi gerektiğini savunan Neo-liberal düşüncenin güç kazanmasıdır. Dünya Bankası, IMF, OECD gibi ülkelerin neo-liberal politikalara destek vermesi, neo-liberal düşüncenin etkinliğini daha da arttırması sonucunu getirmiştir. Bu dönüşümde devlet bürokrasisinin hantal olduğu ve dönüşümün hızına ayak uyduramadığı iddiası da yeni kamu yönetimi anlayışının gelişmesine yol açan bir diğer faktördür. Bilgi işlem teknolojilerindeki ilerleme ve bu yeniliklerin kamu yönetiminde de kullanılabileceği düşüncesi bir diğer nedendir. 1980 sonrası siyasal alanda demokratikleşme ve özgürleşmenin daha çok vurgulanmaya başlaması da yeni kamu yönetimi yaklaşımını getiren bir diğer faktördür (Belli, 2017: 103). Yeni kamu yönetimi Weberyen bürokrasi modeline karşı olup esnek örgütlenme ve zayıf hiyerarşiyi benimsemektedir. Bunun yanı sıra devletin faaliyet alanının sınırlandırılmasını, devletin daha girişimci bir yapıya bürünmesini önermektedir. Ayrıca, hizmette niteliğe ve verimliliğe önem vererek müşteri odaklı hizmet anlayışını ve piyasa sisteminin önemini vurgular. Bunlara ilaveten de kamu yönetiminin ve yöneticilerin sadece siyasal otoriteye karşı değil, özel ve tüzel kişilere karşı da sorumlu olduğunu savunur (Aydın, 2018: 211).

Yeni kamu yönetimi anlayışında yukarıda değindiğimiz amaçlara ulaşabilmek için de yönetimde katılımcılık, şeffaflık, hesapverebilirlik, esneklik ilkelerinin esas alınması gerektiği vurgulanmaktadır (Okcu vd., 2020: 292).Yeni Kamu Yönetimi Anlayışı, özellikle 2000’li yıllardan sonra aslında tam olarak bir işletme olmayan kamu kurumlarının bir işletme gibi yönetilirse daha başarılı olacağını iddia etmesi, bunu iddia ederken de sosyal ve siyasal değerleri ve kurumları ikinci plana itmesi; her toplum ve devlet için geçerli olacağını iddia edilerek kendi özünden

uzaklaşarak zamanla kalıplaşması gibi özelliklerinden dolayı eleştirilmiş ve bu anlayışa alternatif olarak Yeni Kamu Hizmeti, Yeni Kamu Yönetimi, Kamu Değeri Anlayışı, İşbirlikçi Yönetim vb. adlarla alternatifler geliştirilmeye çalışılmıştır (Aksakaloğlu, 2018: 87). Gerek Yeni Kamu Yönetimi anlayışında gerekse alternatif kamu yönetimi anlayışlarında bu çalışmanın ana kavramlarından olan şeffaflık, kamu yönetiminin daha verimli ve etkili işleyebilmesi için olmazsa olmaz ilkelerden biri olarak yer almaktadır.

3. Şeffaflık

Bu çalışmanın özünü oluşturan kavramlardan biri olan şeffaflık, günümüz kamu yönetiminde gerek teorik gerekse pratik alanda önemini giderek arttırmaktadır. Daha çok hesap verebilirlik kavramıyla birlikte kullanılan şeffaflık ilkesi, kamu yönetimi yazınında saydamlık, aleniyet, idari şeffaflık, gün ışığında yönetim gibi kavramlarla da karşılanmakta olup (Kırışık, 2016: 27), yönetim bilimi alanında kamu yönetiminin iş ve işlemlerinin vatandaşlar tarafından izlenebiliyor olması anlamına gelmektedir. Bu ilke yönetimin işleyişi ile ilgili bilgi, belge ve verilerin açıklanması anlamına gelen açıklık ilkesini de barındırmaktadır (Aydın, 2018: 232). Yönetimde şeffaflık kamu yönetimine ilişkin bilgi ve belgelerin akışının sağlanmasıyla mümkün olmaktadır. Ancak bu noktada zaman zaman bir sorunla karşı karşıya kalmaktadır: Devlete ait bilgi ve belgelerin paylaşımının ülkenin çıkarlarına zarar verebileceği düşüncesiyle kamu yöneticilerinin bilgi ve belge paylaşımında çok istekli olmamalarıdır. Bu yaklaşım, geleneksel kamu yönetiminde kendisine özellikle kamu yöneticileri arasında oldukça çok sayıda destekçi bulan bir yaklaşımdır. Ancak unutulmamalıdır ki devletin üstün çıkarlarının korunması dışındaki bilgi ve belge paylaşımına yaklaşımı rant paylaşımının ve yolsuzluk ve usulsüzlüğün kılıfı olarak kullanılabilir (Özer, 2015:222).

Şeffaflık ilkesi dört temel unsurdan oluşmaktadır. Bunlar, aktif şeffaflık olarak da tanımlanan ve devletin bilgi verme ödevi; pasif şeffaflık olarak da tanımlanabilen özel ve tüzel kişilere bilgi edinme hakkının tanınması; bir idari iş veya işlemin hangi yönetsel birim/örgüt tarafından yapılacağını gösteren idari eylemin tabi olacağı esas ve usuller anlamında idari usul ve yönetimin karar alma toplantılarının halka açık olarak gerçekleştirilmesidir. Şeffaflığın etkili ve verimli bir şekilde uygulanabilmesi için kamu yönetiminde görev, yetki ve sorumlulukların tam olarak belirlenmiş olması; kamuoyunun periyodik aralıklarla belirli standartlar çerçevesinde bilgilendirilmesi; ekonomik kaynakların kullanımına ilişkin bütçelerin hazırlanış, kullanılış ve raporlama süreçlerinin kamuoyuna açık bir biçimde gerçekleştirilmesi esastır (Kırışık, 32-36: 2016).

Şeffaflık ilkesi, kamu yönetiminin etkililiğini ve verimliliğini arttırmanın yan sıra, bir ülkede demokrasinin güçlenmesine de katkı sağlamaktadır. Şeffaflık ilkesi ve demokratik yönetim arasında iki taraflı bir ilişki söz konusudur. Bir yandan, şeffaflık ilkesinin ileri demokrasinin mevcut olduğu toplumlarda daha yoğun ve daha etkin bir şekilde işletildiği görülürken, diğer yandan da şeffaflık ilkesinin uygulanması, kamu yönetiminin, başka bir ifadeyle devletin hesap verme sorumluluğunu arttırması hasebiyle demokrasinin gelişmesine katkıda bulunmaktadır.

Çoğunlukla şeffaflık terimiyle birlikte kullanılan ve yönetimin ve yöneticilerin yaptığı görev ve yetkilerinin sonucundan sorumlu olması anlamına gelen hesap verebilirlik ilkesi, hesap verme sorumluluğu olarak da adlandırılmaktadır (Aydın, 2018: 117). Hesap verebilirlik, yalnızca yapılan işlemlerden sorumlu olmakla sınırlı olmayıp, aynı zamanda yapılan görev ve kullanılan yetki konusundaki eleştirileri ve talepleri dikkate alarak bu yönde hareket etmesini de içermektedir (Özer, 2015: 222). Hesap verebilirlik, ilişkisi vatandaşlarla kamu hizmeti verenler arasında, kamu örgütlenmesinin kendi içerisindeki hiyerarşik yapılanması içerisinde ve politikacılar ve bürokratlar arasında işleyen bir mekanizmadır (Özer vd., 2019: 183).

4. E-Devlet

Günümüzde kişiler ve şirketler vergi borçlarının ne kadar olduğunu herhangi bir vergi dairesine gitmeden, oturdukları yerde cep telefonlarından öğrenebilmekte ve bu borçlarını herhangi bir maliye binasına veya bankaya gitmeden ödeyebilmektedir. Yine insanlar herhangi bir işe, sınava, kursa vs. başvurabilmek için çok sayıda form, dilekçe doldurmaya, başvurulması gereken kurumlara bizzat gitmeye gerek kalmadan online olarak başvurabilmektedir. Bazı hukuki ve idari işlemlerde gerekli olan ispat yükümlülüklerini, elektronik ortamda yükledikleri bilgi ve belgelerle yerine getirebilmektedirler. Kısacası, geleneksel kamu yönetiminde oldukça uzun bürokratik süreçler gerektiren mekânsal gidiş gelişleri zorunlu kılan ve dolayısıyla vatandaşlara hem zaman kaybettiren hem de belirli bir miktar da olsa para harcamalarına sebep olan iş ve işlemler, herhangi bir zaman ve para kaybına gerek kalmaksızın çok kısa sürede tamamlanabilmektedir. Vatandaşlara bu kolaylığı sağlayan şey ise bilgi işlem teknolojilerinin (BİT) kamu yönetiminde kullanılmasının giderek yaygınlaşmasıdır. Bilgi işlem teknolojilerinin kamu yönetiminde kullanılması, günümüzde adeta bir çatı kavram konumunda olan “e-devlet” terimiyle ifade edilmektedir. Elektronik kelimesinin kısaltması olarak kullanılan “e-“ ön eki, günümüzde hayatın birçok alanında kullanılmaktadır ve kullanıldığı alanın Bilgi İşlem Teknolojileri (BİT) ile ilişkili olduğunu ifade etmektedir. “e-“ ön ekinin kullanıldığı alanlardan bir tanesi de kamu yönetimi

alanıdır. “e-devlet”, “e- yönetim (e-government)”, “e-yönetişim (e-governance)” ve “e-demokrasi” terimleri, devletin iş ve işlemlerini icra ederken ve yönetim mekanizmalarını oluşturur ve işletirken BİT’ten yararlandıklarını ifade etmek üzere kullanılmaktadır (Orihuela, Tobi, 2007: 26). İngilizce literatürde daha çok “e-government” yani “e-yönetim” terimi kullanılmaktayken bu kavram Türkiye’de daha çok e-devlet terimi ile karşılanmaktadır. Başka bir ifadeyle Türkçede “e-devlet” ifadesi, “e-government” ifadesinin karşılığı olarak kullanılmaktadır. Bu çalışmada da e-devlet terimi e-government teriminin karşılığı olarak kullanılmıştır. E-devlete ilişkin birçok tanım bulmak mümkündür: Terim, e-devletin dünya çapında yaygınlaşması için çaba harcayan önemli kurumlardan biri olan BM tarafından “kamu hizmetlerinin vatandaşlara ve işletmelere daha etkili ve daha verimli bir şekilde ulaştırmak için BİT’in kullanılması” olarak tanımlanmaktadır. E-devlet bununla sınırlı kalmayıp kamusal hedeflere ulaşmakta dijital araçların kullanılmasını ve kamunun iş ve işlemlerinde BİT’in kullanılmasını da kapsamaktadır (www.publi-cadministration.un.org). Yine, dünya çapında e-dönüşümün önemli figürlerinden birisi olan Dünya Bankası da e-devleti şu şekilde tanımlamaktadır: “Yurttaşlar, iş çevreleri ve diğer devlet otoriteleri ile ilişkileri dönüştürme yeteneğine sahip olan bilgi teknolojilerinin devlet kurumları tarafından kullanımı demektir” (Yıldırım, 2015, s.8). Yine başka bir tanıma göre e-devlet, devletin vatandaşlara karşı yerine getirmekle yükümlü olduğu görev ve hizmetler ile vatandaşın devlete karşı olan görev ve hizmetlerinin elektronik iletişim ve işlem ortamlarında kesintisiz ve güvenli olarak yürütülmesidir (Özer, Önen, 2019: 193).

Tanımlardan da anlaşılacağı üzere e-devlet, devletin sunmuş olduğu hizmetlere ilişkin bilgi ve belgelerin internette yer almasından çok daha öte bir anlam içermektedir. Örneğin Japonya’da e-devlet, kamu yönetiminde büyük bir reform olarak algılanmaktadır ve e-devlet hem yönetim organlarının birbirleri ile olan ilişkilerinde hem de devlet ve vatandaş veya devlet ve tüzel kişiler arasındaki ilişkilerin doküman veya toplantı temelinde gerçekleşeceği durumlarda hem söz konusu dokümanların hem de toplantıların çevrim içi olarak ulaşılabilir kılınmasını kapsamaktadır. Bunun yanı sıra, söz konusu işlemlerden sonra ortaya çıkan sonuçların veya alınan kararların ve ortaya çıkan yeni bilgi ve durumların yerel ve merkezi yönetim organlarıyla paylaşılmasını içermektedir. Böylelikle herkesin merkezi ve yerel birçok birim tarafından sunulan hizmetlerden zaman ve mekân kısıtlamasına maruz kalmaksızın faydalanmasını böylelikle de herkesin daha konforlu ve daha elverişli bir özel yaşam ve ticaret hayatı sürmesi mümkün kılınmaktadır (Orihuela,Tobi: 2007: 28).

E-devletin sağlıklı bir şekilde işleyebilmesi, birbiriyle bağlantılı birkaç faktöre bağlıdır. Bu faktörlerden bir tanesi gelişmişlik faktörüdür. E-devletin sağlıklı bir şekilde uygulanabilmesi belirli düzeyde bir altyapı gerektirir ve bu altyapıların oluşturulması da ciddi bir maddi kaynağı gerektirir. Dolayısıyla e-devletin sağlıklı bir şekilde işlemesiyle gelişmişlik arasında doğrusal bir ilişki söz konusudur. İkinci faktör yönetim faktörüdür. E-devlet uygulamalarının verimli bir şekilde işlediği devletlere bakıldığında, bu devletlerin büyük çoğunluğunun başarılı bir demokratik yönetime sahip olan devletler olduğu görülmektedir. Bir üçüncü faktör kurumsal yapı faktörüdür. E-devletin başarılı olması hantal bürokratik yapılardan çok, esnek yönetsel yapılara sahip olmayı gerektirmektedir. E-devletin verimliliğine etki eden bir diğer faktör teknik ve beşerî altyapı faktörüdür. Bu faktör aslında gelişmişlik faktörüyle bağlantılıdır. E-devlet hizmetlerinin verimliliği büyük oranda telekomünikasyon altyapısının güçlü olmasına bağlıdır. Ancak sadece telekomünikasyon altyapısının güçlü olması e-devletin verimli işlemesi için yeterli değildir. E-devletin verimliliği, teknik altyapının kullanımının yanı sıra bu teknik altyapıyı kullanabilecek kalifiye çalışanların mevcudiyetine de bağlıdır. E-devletin verimli işleyebilmesine etki eden bir diğer faktör de farklı merkezi ve yerel otoriteler tarafından verilen hizmetlerin tek bir portalde toplanmış olmasıdır. Basit, kullanımı kolay ve güvenliği sağlanmış bir portal, vatandaşın e-devlete olan güvenini arttıracak, bu güven artışı da e-devletin daha yoğun ve daha verimli kullanılmasını sağlayacaktır (Hergüner, 2019: 104-105).

Nitekim, BM tarafından başlangıçta yılda bir kere, akabinde de iki yılda bir “E-devlet Gelişmişlik Endeksi” (E-Government Development Index, EDGI) üç farklı değişken dikkate alınarak hesaplanmaktadır. Bu değişkenler çevrim içi hizmetlerin kapsamı ve kalitesi, telekomünikasyon altyapısının durumu ve insan kaynaklarıdır (Ekinci, 2018: 338). Türkiye bu indeks verilerine göre, 2012 yılında 192 ülke arasında 80. sırada yer alırken 2020 yılında 193 ülke arasında 53. sırada yer almıştır. Yine 2020 yılında EGDİ'nin alt indeksleri olan Çevrim İçi Hizmet İndeksi sıralamasında 22., telekomünikasyon altyapı endeksinde 79., İnsan Kaynağı İndeksinde ise 52. sırada yer almıştır (cbddo.gov.tr).Yine e-devlet uygulamalarının değerlendirilmesine yönelik olarak Avrupa Birliği tarafından 2000 yılından itibaren iki yılda bir yayınlanan Avrupa Birliği E-Devlet Araştırması, e-devlet uygulamalarının değerlendirilmesinde kullanıcı odaklılık, sınır ötesi hareketlilik, şeffaflık gibi kriterleri esas almaktadır (Ekinci, 2018: 341).

E-devletin yaygın olarak kullanılması, geleneksel kamu yönetimi anlayışındaki dönüşümü hızlandırmış, devlet ve vatandaş arasındaki ilişkinin mahiyetini ve tarafların birbirlerine karşı olan konumlarını da dönüştürmüştür. Geleneksel devlet

anlayışında pasif yurttaş esasken e-devletle birlikte aktif yurttaş algısı güçlenmiştir. Geleneksel devlet anlayışında devletle özel veya tüzel kişilikler arasındaki ilişki bilgi ve istemlerin kâğıt üzerine yazılması gerekirken e-devletle birlikte elektronik iletişim yaygınlaşmıştır. Geleneksel devletlerde internetin kullanımı sadece devletin veri yüklemesi şeklinde olurken e-devletle birlikte vatandaş da veri yükleyebilme şansına sahip olmuştur. Yine geleneksel kamu yönetiminde sunulan hizmetler büyük oranda tektipken, e-devlet ile birlikte kişiselleştirilmiş ve farklılaştırılmış hizmet sunumu mümkün hâle gelmiştir. Geleneksel toplumlarda bilgi akışı devletten kişilere olacak şekilde tek taraflıdır. Ancak e-devletle birlikte karşılıklı bilgi alışverişi mümkün olmuştur. Bu da devlet-vatandaş ilişkisini daha demokratik hâle getirirken aynı zamanda devletin denetlenebilme ihtimal ve imkânını güçlendirmiştir (Denek, 2018:476). Çalışmanın bundan sonraki kısmında, 26 Avrupa ülkesine ilişkin veriler, şeffaflık ve e-devlet arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla panel veri analizine tabi tutulacaktır.

5. Veriler

E-devlet – şeffaflık ilişkisini ampirik açıdan ele alınabilmek amacıyla 26 Avrupa ülkesi (Avusturya, Belçika, Hırvatistan, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Estonya, Finlandiya, Fransa, Almanya, Yunanistan, Macaristan, İrlanda, İtalya, Letonya, Litvanya, Lüksemburg, Malta, Hollanda, Polonya, Portekiz, Romanya, Slovak Cumhuriyeti, Slovenya, İspanya, İsviçre) için 2008-2018 yılları aralığındaki ikişer yıllık veriler kullanılmıştır. E-devletteki gelişimin yanı sıra siyasal haklar, hükûmetin etkinliği ve gayrisafi millî hasıladaki büyüme oranı açıklayıcı değişken olarak ele alınmıştır. Bu çalışmada hükûmet kavramı, government kavramının dar anlamı, yani “iktidar” anlamıyla değil, terimin geniş anlamı olan kamusal düzeydeki “yönetim” anlamında kullanılmıştır. Hükûmetin etkinliğinin artması, yeni kamu yönetimi anlayışında önemli hedeflerden biridir. Kamuda etkinliğin artırılması da düzenli olarak etkinlik denetimlerinin yapılmasını zorunlu kılmaktadır (Akyel, Köse, 2010: 16).

Şeffaflık amacıyla kullanılan göstergelerden biri yolsuzluk algılama endeksi- YAI (The corruption perception index-CPI) kullanılmıştır. YAI verisi Uluslararası Şeffaflık Örgütü tarafından her yıl yayınlanmaktadır. Kamuoyu araştırmaları çerçevesinde ülkedeki yolsuzluk algısı tespit edilir, bu indeks 0 ile 100 arasında değer almaktadır. İndeksin değerinin yükselmesi şeffaflığın arttığı ya da yoksulluk algısının azaldığı anlamına gelmektedir. İndeksin değerinin sıfıra yaklaşması yolsuzluğun derecesinin yükseldiğini göstermektedir. Bu değişkenin logaritmik değeri kullanılmıştır.

E-devlet gelişmişlik indeksi-EDGI (E-Government Index), Birleşmiş Milletler tarafından iki yılda bir yayınlanmaktadır. Bu veri üç indeksin eşit ağırlıklı ortalamasına dayalıdır. Bu indeksler, çevrim içi hizmet endeksi, telekomünikasyon altyapısı endeksi ve insan kaynağı endeksidir. Ülkeler, bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak kamunun verimlilik, etkinlik ve şeffaflığını arttırmayı amaçlamaktadırlar. Bu nedenle EDGI değişkeninin şeffaflık ölçüsü olan YAI değişkenini pozitif yönde etkileyeceği beklenmektedir.

Devletin etkinliği-DE (Government Effectiveness) değişkeni devletin şu özelliklerini ölçmektedir. Devletin Etkinliği, kamu hizmetinin kalitesi ve siyasi baskılardan bağımsızlık derecesi, politika oluşturma ve uygulama kalitesi ve hükûmetin bu tür politikalara olan bağlılığının güvenilirliğine ilişkin algıları yakalar. Bu nedenle şeffaflığı arttıracak düzeyde etkisi beklenmektedir. Bu gösterge -2,5 ile 2,5 arasında değer alır. -2,5 devletin performansının zayıf olduğunu ve 2,5 ise devletin performansının güçlü olduğunu göstermektedir. Dünya bankasından bu veri elde edilmiştir.

Siyasal haklar – SH, (Political rights), vatandaşlık haklarının önemli bir kategorisini oluşturmaktadır. Türkiye'nin de 2000 yılında imzaladığı Kişisel ve Siyasal Haklar Uluslararası Sözleşmesi'nin 15. maddesinde siyasal haklar, “doğrudan veya seçilmiş temsilciler aracılığıyla kamu hizmetlerine katılma”, “seçmenlerin iradelerini serbestçe ifade etmelerini güvence altına alan, gizli olarak oy verilen, genel ve eşit oya dayanan ve belirli aralıklarla yapılan seçimlerde oy kullanma ve seçilme” ve “genel eşitlik ilkesine uygun olarak ülkesinde kamu hizmetlerine girme” olarak belirtilmiştir (unmik.unmissions.org). Başka bir ifadeyle siyasal hakların kullanılabilir olması, ülkede demokrasi kültürünün belirli bir oranda da olsa yerleştiği anlamına gelmektedir. Bir ülkede demokrasinin sağlıklı bir şekilde işliyor olması da kamu yönetiminde şeffaflık ilkesinin uygulanabilirliğinin artması anlamına gelmektedir. Toparlayacak olursak siyasal hakların sorunsuz bir şekilde kullanılıyor olması, ülkenin demokrasisini güçlendirir ve güçlü bir demokrasi de şeffaflık ilkesinin uygulanma derecesini artırır. SH değişkeni, seçim sürecindeki özgürlük derecesini, siyasi çoğulculuğu ve katılımı ve hükûmetin işleyişini ölçer. Bu değişken 1-7 aralığında değer alan bir değişkendir. 1, özgürlüğün en yüksek derecesini ve 7 ise özgürlüğün en düşük derecesini göstermektedir (www.freedomhouse.org).

Gayrisafi millî hasıladaki büyüme - GSMHB (economic growth) değişkeni dünya bankasından alınmıştır. Elbarnasawy ve Revier (2012) belirttiği gibi bu değişken YAI değişkenini etkileyen önemli bir bileşendir. Refah düzeyi daha yüksek olan ülkelerin daha fazla kaynağı yolsuzlukları azaltmak ve daha ileri eğitim düzeyi için tahsis

etmektedirler. Refah düzeyi düşük ülkelerde ise yolsuzluk oranı daha düşüktür. Bu nedenle ekonomik büyüme arttıkça şeffaflık düzeyinin artması beklenir.

6. Ekonometrik Metodoloji

Her bir değişkenin iki veya daha fazla zaman aralığındaki değerlerinden meydana gelen veriye panel veri adı verilmektedir. Panel veri, zaman ve yatay-kesitsel birim olmak üzere iki boyuttan meydana gelmektedir. Bu nedenle bu yapıdaki bir değişken i ve t olmak üzere iki alt indis ile ifade edilir. Bu indisler sırasıyla gözlenen birimleri ve gözlemin yapıldığı zamanı göstermektedir. Panel veri, birimlere özgü heterojenlik bilgisi kullanılabilmesi nedeniyle tek boyutlu verilerden daha avantajlıdır (Baltagi, 2005). İki farklı boyuta ait bilgi kullandığından daha bilgilendiricidir ve verideki daha fazla değişkenliği kapsamaktadır. Bu nedenle açıklayıcı değişkenler arasındaki doğrusal bağıntı probleminin azalmasına ve daha etkin tahminler elde edilmesini sağlamaktadır.

Panel veri ile regresyon analizi yaklaşımında farklı seçenekler bulunmaktadır: Havuzlanmış regresyon modeli, sabit etkiler modeli, rassal etkiler modeli. Havuzlanmış regresyon modelinde verilerin birim ve zaman boyutuna özgü özellikler göz ardı edilerek büyük bir regresyon modeli tahmin edilir (Gujarati, 593). Sabit etkiler modelinde ise birimlere özgü değişkenlikler modele bir parametre olarak dâhil edilir. Rassal etkiler modelinde ise birimlere özgü değişkenlik birimlere özgü rassal hata terimi olarak modele dâhil edilir. Bu rassal hata terimlerinin ise modeldeki açıklayıcı değişkenlerle ilişkisiz olduğu varsayılmaktadır. Bu modeller arasında hangisinin regresyon ilişkisini daha iyi temsil ettiği spesifikasyon testleri ile belirlenmektedir.

6.1. Spesifikasyon Testleri

Verilerin havuzlanmasının uygunluğu F testi ile araştırılabilmektedir, diğer bir deyişle bu test ile birim etkilerin varlığı test edilmektedir. Sıfır hipotezi şöyledir:

$$H_0: \mu_i = 0 \quad i=1,2,\dots,N$$

Bu hipotezi test edebilmek amacıyla F testi kullanılmaktadır. Kısıtlı modele ilişkin bilgiler, havuzlanmış modelin en küçük kareler yöntemi ile tahmininden elde edilen kalıntılar ile kısıtsız modele ait bilgiler ise sabit etkiler modelinin tahmininden elde edilen kalıntılardan elde edilmektedir.

LM testi ise birim etkilerin rassal olup olmadığını belirlemek için kullanılan bir yaklaşımdır. Breusch ve Pagan (1980) tarafında Lagrange Çarpan Prensibi ile geliştirilmiş bir testtir. Havuzlanmış panel veri modeli ile rassal etkiler modeli arasında karar vermek amacıyla kullanılmaktadır.

$$H_0: \sigma_\mu^2 = 0$$

Hausman (1987) tarafından önerilen test, iki farklı tahmin edicinin varlığında kullanılan bir testtir. Sabit etkiler tahmin edicisi ile rassal etkiler tahmin edicisi arasında seçim yapmak amacıyla kullanılmaktadır. Hausman testinde sıfır hipotezi altında açıklayıcı değişkenler ile birim etkiler arasında korelasyon olmadığı varsayılmaktadır. Alternatif hipotez altında ise açıklayıcı değişkenler ile birim etkiler arasında korelasyonun var olduğu varsayılmaktadır.

Rassal etkiler tahmin edicisi β_R ve sabit etkiler tahmin edicisi β_S olsun. Sıfır hipotezi altında β_R , tutarlı ve etkindir fakat alternatif hipotez altında ise tutarlı değildir. β_S tahmin edicisi ise her iki hipoteze göre de tutarlıdır ama sıfır hipotezine göre etkin değildir. Sıfır hipotezi reddedilemediğinde REM tahminicisi daha etkin olduğu için tercih edilir. Hausman test istatistiği şöyledir:

$$m = q' [\text{Var}(q)] q$$

Burada $q = \beta_R - \beta_S$ 'dir. β_R , Hausman test istatistiği m , χ^2 dağılımına sahiptir.

6.2. Sabit Etkiler Tahmin Edicileri

Sabit etkiler modeli birimden birime değişen fakat zamanla sabit olan gözlenemeyen değişkenleri kontrol altına alabilen bir modeldir ve aşağıdaki gibi gösterilir:

$$Y_{it} = \alpha + \beta X_{it} + \mu_i + v_{it} \quad i=1,2,\dots,N; \quad t=1,2,\dots,T$$

Burada X_{it} , gözlenebilen açıklayıcı değişkenleri ve $\mu_i = (\mu_1, \mu_2, \dots, \mu_N)$ ise birimden birime değişebilen ancak zamana bağlı olarak değişmeyen gözlenemeyen etkilerdir. Sabit etkiler modeli her birim için bir kesme parametresi elde edilmesi olanağı sunar (Stock-Watson, 359). Birim etkiler ile açıklayıcı değişkenlerin korelasyonlu olabilmesine izin verilmektedir. Sabit etkiler modelleri kukla değişkenli en küçük kareler ile grup-içi tahmin yöntemi ile tahmin edilmektedir.

Spesifikasyon testleri ile veri için uygun model belirlendikten sonra bu uygun model için varsayımlardan sapmaların araştırılması önemlidir. Birimler boyunca hata terimine ait varyansın sabitliği varsayımı sağlanamayabilir. Genellikle bu değişkenliğin sebebi birimler arası farklılıktır. Değişen varyansın varlığını araştırmak amacıyla kullanılan testlerden biri de Breush-Pagan testidir. Sıfır hipotezi altında değişen varyans sorununun olmadığı varsayılmaktadır. Değişen varyans sorununu çözebilmek amacıyla sıklıkla kullanılan yaklaşımlardan biri de dirençli standart hatalardan White standart hatalarını kullanılmasıdır. Birimler arası eş zamanlı korelasyon olarak adlandırılan yatay-kesit bağımlılık problemi panel veride sıklıkla karşılaşılan diğer bir problemidir. Yatay-kesitsel bağlantı, dışsal şokların birimler

üzerinde ortak bir etkiye yol açması veya bilginin birimlerin tümüne veya geneline yayılması gibi nedenlerle ortaya çıkmaktadır. Yatay-kesitsel bağlantının varlığını araştıran birçok testler bulunmaktadır. Pesaran (2004) tarafından geliştirilen CD testi $N > T$ iken kullanılmaktadır ve sıfır hipotezi şöyledir:

$$H_0: \rho_{ij} = 0$$

Burada, i ve j . birimlerin kalıntıları arasındaki korelasyon katsayısıdır. Bu hipotez yatay-kesitsel bağlantının olmadığı anlamına gelmektedir.

6.3. Ampirik Bulgular

Şeffaflık ile e-devlet gelişimi arasındaki ilişki için hangi panel regresyon modelinin uygun olduğunu araştıran spesifikasyon testlerine ait sonuçlar Tablo 1'de verilmiştir. F istatistiği değeri %1 hata payıyla sıfır hipotezinin reddedilmesine elverecek güçte kanıt sunduğu için sıfır hipotezi altındaki havuzlanmış regresyon modeli varsayımı reddedilmiştir. LM istatistiğinin değeri % 1 hata payıyla sıfır hipotezinin reddedilmesi yönünde bulgu sağladığından, sıfır hipotezi altındaki havuzlanmış regresyon modeli varsayımının reddedileceği anlamına gelmektedir. F ve LM testinin her ikisi de birim etkilerin var olduğunu göstermektedir. Hausman testinin değeri % 5 hata payı ile sıfır hipotezinin reddedilmesi yönünde sonuç sağladığından model tahmin aşamasında sabit etkiler tahmin edicisinin kullanılmasının daha uygundur.

Tablo 1'in en son bölümünde, varsayımlardan sapmaları araştıran testlere ait sonuçlar bulunmaktadır. Yatay-kesitsel bağlantıyı araştıran Pesaran CD test istatistiği en azından % 10 hata payına göre de sıfır hipotezini reddedebilecek düzeyde bilgi sunmamaktadır. Sabit etkiler modeline ait hata teriminde yatay-kesitsel bağıntı probleminin olmadığı görülmektedir. Breush-Pagan testine göre ise sabit etkiler modeli hata teriminde değişen varyans problemi olduğu görülmektedir. Çünkü test istatistiği % 1 hata düzeyinde sıfır hipotezinin reddedilebileceğini göstermektedir.

Değişen varyans probleminin varlığı nedeniyle katsayı tahminleri etkinlik özelliklerini kaybederler. Bu nedenle Huber, Eicker ve White Tahmincisi ile parametre tahmini gerçekleştirilmiştir. Tahmin sonuçları Tablo 1' de gösterilmiştir.

Tablo 1: Model Tahmin Sonuçları ve Tüm Testler

Değişkenler	Katsayılar	t istatistikleri
EDGI	0,347*	3,11
SH	-0,037*	-4,04
DE	0,118**	2,07
GSMHB	0,004	1,46
SABİT	3,769*	30,51
F Testi	12,60*	
Model Belirleme Testleri	F Testi	19,29 *
	LM Testi	167,58*
	Hausman Testi	10,51**
Varsayımlardan Sapmaların Araştırılması	Pesaran CD Testi	0,205
	Breush-Pagan Testi	1585,85*

*, % 1 düzeyde ; **, % 5 düzeyde anlamlı olduğunu göstermektedir.

7. Sonuç

E-devlet uygulaması özel ve tüzel kişilerin kamu hizmetlerine daha kolay ulaşmasını sağlayarak, vatandaşların ve şirketlerin daha konforlu ve daha rahat bir yaşam sürmelerine katkıda bulunmaktadır. Ancak e-devletin katkıları bununla sınırlı değildir. E-devlet, bir yandan bireylerin daha rahat bir hayat sürmelerini sağlarken diğer yandan da kamu yönetiminin dolayısıyla da devletin daha şeffaf olmasını sağlayarak ülkede demokrasinin güçlenmesine de katkı sağlamaktadır. Bir diğer ifadeyle e-devlet sadece bireylere ait özel alanın değil aynı zamanda siyasal alanın da iyileştirilmesine katkıda bulunmaktadır. E-devlet, vatandaş ve birey arasındaki bilgi akışının aktif bir biçimde gerçekleşmesi ilkesine dayandığı için kamu politikalarının uygulanmasında da devletlerin daha şeffaf davranmalarını zorunlu kılmaktadır. Başka bir ifadeyle kamu kaynaklarının kullanımı sırasında ortaya çıkması muhtemel yolsuzlukların da adeta önünü kesmektedir. Kamu kaynaklarının daha verimli ve daha adilane kullanılmasını sağlayan bu durum da toplumun genel refahına katkı yaparak toplumların ekonomik refah düzeylerini de yükseltmektedir. Yani e-devlet, özel alan ve siyasal alanın yanı sıra ekonomik alanın da iyileştirilmesine katkıda bulunmaktadır.

Nitekim, çalışmamızın ampirik bulgularının özetlendiği Tablo 1'deki sonuçlara göre e-devlet gelişmişlik düzeyi (EDGI) yükseldikçe ülkelerdeki şeffaflığın arttığı görülmektedir. Siyasal haklar değişkeni SH, 1-7 arasında değer almaktadır. Bu değişkenin değerinin azalması siyasal hakların genişlediği ya da özgürlüğün arttığı

anlamına gelmektedir. SH değişkenine ait katsayı istatistiksel olarak anlamlı ve negatiftir. SH değeri azaldıkça, yani özgürlükler arttıkça şeffaflığın artacağı görülmektedir. Devletin etkinliğini gösteren DE değişkenine ait katsayı, istatistiksel olarak anlamlı ve işareti pozitifdir. Devletin etkinliği artıkça şeffaflık artmaktadır. Gayrisafi millî hasıladaki büyüme oranının şeffaflığa etkisi ise istatistiksel olarak anlamlı değildir. Tablo 1’de belirtilen F istatistiği ise tüm açıklayıcı değişkenlerin katsayılarının aynı anda anlamlı olduğu ya da sabit etkiler modelinin e-devlet-şeffaflık ilişkisini temsil etmede yeterli olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, E-devlet ile şeffaflık ilişkisini ampirik olarak ölçtüğümüz bu çalışmamızda 2008-2018 yıl aralığı için 26 Avrupa ülkesine ait veriler kullanılmıştır. Sabit birim etkiler regresyon tahmin sonuçlarına göre ülkelerdeki e-devlet hizmetlerinin artırılması, siyasal hakların genişletilmesi ve hükûmetin etkinliğinin artırılması ile şeffaflığın arttığı ve dolayısı ile yolsuzlukların azalması beklenmektedir. Çıkan bu sonuçlar da e-devletin bireysel, siyasal ve ekonomik alanı iyileştirdiğine ilişkin görüşümüzü desteklemektedir.

Kaynakça

- Ahiskaloğlu, Y. (2018). “Yeni Kamu Yönetimi ve Alternatif Arayışlar”. Kamu Yönetimi Tartışmaları (der. M. Akif ÖZER Ufuk AYHAN içerisinde). Ankara. Gazi Kitabevi ss. 85-113.
- Akyel R., ve H.Ö. Köse (2010). “Kamu Yönetiminde Etkinlik Anlayışı: Etkin Kamu Yönetimi İçin Etkin Denetimin Gerekliliği”. Türk İdare Dergisi. Sayı 466. ss. 9-45.
- Aydın, A.H. (2018). Kamu Yönetimine Giriş. Ankara. Seçkin Yayınları. Baltagi, B.H. (2005). *Econometric Analysis of Panel Data* (3rd edition). Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Belli, A. (2017). “Yeni Kamu Yönetimi Anlayışı Bağlamında Yerinden Yönetim ve Yerel Yönetimlerin Değerlendirilmesi: Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi. 9(16):101-101
- Breusch, T. S., and A. R. Pagan (1980), “The LM Test and its Applications to Model Specification in Econometrics,” *Review of Economic Studies* 47, 239–254
- Deliveli, Ö. (2010). Kamu Yönetiminde Kavramlar. Bursa. Ekin Yayınevi.
- Denek, S. (2018). *Teknolojik Kamu Yönetimi*”. Kamu Yönetimi Tartışmaları (der. M. Akif ÖZER Ufuk AYHAN içerisinde). Ankara. Gazi Kitabevi
- Denhardt R., Denhardt, J. (2000). “The New Public Service: Serving Rather than Sterning”. *The Public Administration Review*. Vol. December 2000. Vol. 60 No.6. ss.549-554.
- Ekinci,T.A. (2018). “Türkiye’nin E-Devlet Görünümüne Uluslararası Göstergelerden Bir Bakış”, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Sayı:32. ss.333-351.
- Elbahnasawy, N. G., & Revier, C. F. (2012). The determinants of corruption: Cross-country-panel-data analysis. *The Developing Economics*, 50(4), 311–333.

- Gujarati, D.N., Porter, D.C. (2012), Temel Ekonometri (Basic Econometrics) Çeviri Editörleri: Ümit Şenesen ve Gülay Günlük Şenesen, Literatür Yayıncılık, İstanbul
- Hausman, J. A. (1978), "Specification Tests in Econometrics," *Econometrica* 46, 1251–1271.
- Hergüner, B. (2019). Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar. Ankara. Seçkin Yayınevi.2. Baskı.
- Hsiao, C. (1986, 2004) *Analysis of Panel Data*, Cambridge University Press.
- <https://cbbdo.gov.tr/haberler/4834/-birlesmis-milletler-e-devlet-gelismislik-endeks-aciklandi>. Erişim Tarihi: 28.03. 2021
- <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/about/unegovdd-framework>. Erişim Tarihi: 26.03.2021
- Kırışik F. (2016). Yönetmelik Dönüşüm Sürecinde Şeffaflık ve Bilgi Edinme Hakkı. Bursa. Ekin Yayınevi.
- <https://unmik.unmissions.org/sites/default/files/regulations/06turkish/TIntCovCivPol-Rights.pdf>, Erişim Tarihi: 01.05.2021 Kişisel ve Siyasal Haklar Uluslararası Sözleşmesi,
- Kolthoff, E. (2007). *Ethics and New Public Administration: Empirical Research into the Effects of Businesslike Government on Ethics and Integrity*. Den Haag: Boom Juridische uitgevers.
- Okcu, M, . Usta, S, Ceyhan H. (2020). "Değişen Kamu Yönetimi Anlayışı ve Bürokrasi Kültürü". *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 22(39). ss. 291-311
- Orihuela, L., OBI, T. (2007). "E-Government and E-Governance: Towards a Clarification in the Use of Two Concepts" in *E-Governanc: A Global Perspective on a New Paradigm*. (Ed. Luis Orihuela ve Toshio OBI). IOS Press, Amsterdam. ss. 26-30.
- Özer, M.A vd. (2019). *Kamu Yönetimi (modern) Yapı ve Süreçler*. Ankara. Gazi Kitabevi. Güncellenmiş 2. Baskı.
- Özer, M. A. Önen, S.M. (2019). *200 Soruda Kamu Yönetimi*. Ankara. Gazi Kitabevi. 3. Baskı.
- Özer M.A.(2015). *Yeni Kamu Yönetimi*. Ankara. Gazi Kitabevi.
- Palvia, S., C. Jain, C. Sharma, S. (2007). "e-Government and e-Governance: Definitions/ Domain Framework and States Around the World". *Foundations of e-government 5th International Conference on e-governance (ICEG)*. 28-30 December 2017. Ss.1-12.
- Peseran, M. (2004). *General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels*. IZA Discussion Paper, 12-40.
- Rodriguez-Boliva, M.P. (2014). *Measuring e-government Efficiency- The Options of Public Administrators and Other Stakeholders*. Springerler.USA (e-book).
- Stock J. H. ve Mark W. Watson (2011), *Ekonometriye Giriş*, Efil Yayınevi, Ankara. Çeviren: Bedriye Saraçoğlu
- Yıldırım, M. (2015). *E-Devlet ve Yurttaş Odaklı Kamu Yönetimi*. Ankara. Nobel Akademik Yayıncılık.

72.5

10.00 AM



LOADING..

Oyun mu, İş mi? YouTube Kidfluencerları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz

Elif KARAKOÇ* - Türkan Türkan ÜNLÜ**

Öz

Teknolojik gelişmelerin sosyal medya platformlarında sunduğu olanaklar içinde içerik üreticisi olarak yer alan çocukların konumu, bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır. Son yıllarda özellikle YouTube platformunda sıklıkla karşılaşılan, ebeveynlerinin yönetimindeki kanalları ile sosyal medyadaki reklam piyasasının etkili üyeleri hâline gelen çocuklar, bu etkileri sebebiyle kidfluencerlar olarak adlandırılmaktadır. Ancak kidfluencerlık olgusu, dijitalleşme ve etik ilişkiselliğine ilişkin olarak başta çocuk emeğinin metalaşması ve mahremiyet ihlali olmak üzere çocuk olma hakkına ilişkin birtakım sorunsalları beraberinde getirmektedir. Çalışmada, çocuğun dijital emeği bağlamında ve kidfluencerlığın sürdürücü gücü olarak ebeveynlerin rolünü aktaran bir kavram olan sharenting perspektifinde, kidfluencerların YouTube'daki üretim pratiklerinin analiz edilmesi amaçlanmıştır. Buradan hareketle çok yönlü bir bakış sunması amacıyla uluslararası ve ulusal ölçekte en fazla maddi kazanç elde eden iki YouTube kidfluencerının kanalı, içerik analizine tabi tutularak karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Çalışmada ulaşılan bulgular çerçevesinde, iki kanalın video içeriklerinin konu ve üretim biçimlerinde farklılıklar tespit edilmesiyle birlikte; kanallarda benzer sharenting uygulamalarının gerçekleştirildiği, çocukların tam zamanlı işçiler olarak edilgen biçimde üretim sürecine katıldıkları ve mahremiyet alanlarının ihlal edildiği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kidfluencer, Sharenting, Çocuk Emeği, YouTube, Dijital Etik

*Arş. Gör. Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü,

elif.karakoc@yeditepe.edu.tr

**Doktorant, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı,

turkayturkan@gmail.com

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 20.04.2021

Kabul Tarihi: 24.05.2021

ORCID ID: 0000-0002-2831-2247 DOI: 10.37679/trta.923833

ORCID ID: 0000-0002-8982-3040

Game or Business? A Comparative Analysis on YouTube Kidfluencers

Elif KARAKOÇ - Türkey Türkan ÜNLÜ

Abstract

The position of children as content producers among the possibilities offered by technological developments on social media platforms is the starting point of this study. In recent years, children, who have become effective members of the advertising market on social media especially on YouTube platform with their parentally-managed channels, are called kidfluencers. However, as a matter of fact, kidfluencer brings along some issues related to the right to be a child, especially the commodification of child labor and the violation of privacy, inherent in digitalization and ethical relationality. In this study, our aim is to analyze the production practices of kidfluencers on YouTube from the perspective of the concept of sharenting, which is a concept that conveys the digital labor of the child and the role of parents as the sustaining power of kidfluencer. Accordingly, in order to present a versatile view, channels of two YouTube kidfluencers who have earned the most financial gain on an international and national scale were analyzed comparatively by being subjected to content analysis. Within the framework of the findings obtained in the study, differences were determined in the subject and production styles of the video contents of the two channels; it was determined that similar sharenting practices were carried out in the channels, it was concluded that children participated in the production process passively as full-time workers and their privacy was violated.

Keywords: Kidfluencer, Sharenting, Child Labor, YouTube, Digital Ethics

Research Paper

Received: 20.04.2021

Accepted: 24.05.2021

1. Giriş

Dijitalleşme etkisiyle ortaya çıkan ekran kültürü, yeni iletişim modellerinden söz etmemizi mümkün kıldığı gibi tüketim pratiklerine içkin olarak yeni iş tanımlarının da akademik perspektifte bir inceleme konusu oluşturmasına olanak tanımıştır. Söz konusu iş tanımlarından biri olarak influencerlık, sosyal medyada insanların görüşlerini etkilemek suretiyle satın alma davranışlarında etkin rol oynayarak maddi kazanç elde etmeyi ifade etmektedir (Freberg vd., 2011; Glucksman, 2017; Chloe Ki vd., 2020). Influencerlar, sosyal medya kanalları aracılığı ile paylaştıkları içerikler neticesinde popülerlik elde eden “micro-celebrity” (mikro ünlü) bireylerdir. Mikro ünlüler, sosyal mecralarda kendilerini, tüketim pratikleri ile ilişkili biçimde sunarak, takipçileri ile stratejik ilişkiler kurmaktadır (Marwick’ten akt. Nottingham, 2019). Mikro ünlüler olarak influencerların, gündelik yaşamlarını bireysel yönleriyle birlikte sunmaları, takipçileriyle kurdukları ilişkinin etkileşimini arttırmakta ve erişilebilir oldukları izlenimini sağlamaktadır. Söz konusu erişilebilirlik ve etkileşimlilik olanağı, influencerlığın reklam endüstrisi ile iç içe oluşuna da imkân tanımıştır. Özellikle markalar, son yıllarda takipçilerine tanıtım yaptıkları ürünleri satın olma konusunda ikna edici biçimde etki eden influencerla çalışmaktadır.

Kidfluencerlar¹ ise önce ebeveynlerinin profillerinde görülmeye başlanan daha sonra kendi isimleriyle hesap açılan influencerlar olarak ortaya çıkmışlardır (Maheshwari, 2019). Kidfluencer, sosyal medyada büyük takipçi kitlelerine sahip, sponsorlu bağlantılar, ürün yerleştirme ve marka iş birlikleri ile reklam içeren paylaşımlar üreten ve böylece maddi kazanç sağlayan çocuk yaştaki influencerları tanımlamak üzere literatürde yerini alan bir kavramdır (Nottingham, 2019; Maheshwari, 2019; Masterson, 2020; Callens, 2020; Saragoza, 2020).

Yetişkin bir birey, sosyal medya kanallarında gerçekleştirdiği paylaşımlar aracılığı ile mikro ünlü kabul edilirken, Abidin (2017), ebeveynlerinin kontrolünde popülerleşerek takipçi kitlesi kazanan ve ünlü konumuna gelen çocuk unsurunu, micro-microcelebrity (mikro-mikro ünlü) olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlamaya göre çocukların, popülerleşme veya maddi kazanç elde etme aracı olarak kullanılıyor oluşu, çocuğun kendisinin ya da davranışlarının teşhir edilmesi ve/ veya emeğinin sömürülmesi gibi birtakım sorunsalları ortaya çıkartmaktadır. Abidin (2017), söz konusu sorunsalları oluşturan paylaşımların yapılmasında influencer

¹Kidfluencer, hâli hazırda ülkemizdeki sosyal bilimler literatüründe kullanılan bir kavram olan “influencer”dan üretilen bir kavramdır. Çocuk ve influencer kelimelerinin sentezlenmesi ile oluşan ve influencerlığın çocuk olma durumunu farklı disiplinlerce içinde barındıran bir anlama sahip olan bu kavramın, herhangi bir Türkçe karşılık verilmeksizin, uluslararası literatürdeki hâliyle kullanımı tercih edilmiştir.

annelerin rolünü vurgulamakta; influencer annelerin paylaşım süreçlerinde daha üretken, bilinçli ve ticari davrandıklarının altını çizmektedir. Bu noktada, influencer annelerinin, sharenting modelinin kapsamına girdiğini söylemek yerinde olacaktır. İngilizce “share” (paylaşım) ve “parenting” (ebeveynlik) kelimelerinin birleşiminden oluşan sharenting; bir ebeveynin çocuğu hakkındaki içerikleri, çeşitli öğeler (resim, video vb.) aracılığıyla paylaşmak için sosyal medyayı düzenli bir şekilde kullanma alışkanlığını ifade etmektedir (Sharenting, 2021). Sharenting, farklı sosyal medya kanalları aracılığıyla üretilen farklı formlara sahip olan bir unsurdur. Blogger anneleri, ünlüler veya hasta çocuğu için yardım maksadı ile ebeveynler tarafından açılan sayfalar sharenting olgusunun farklı formlarına örnek gösterilebilir (Dursun, 2019: 206). Influencer anneleri tarafından bilinçli olarak maddi kazanç sağlamak amacıyla sahnelenen mikro-mikro ünlüler ve dijital varlıkları, ilgili sosyal medya hesabının reklam potansiyellerini en üst düzeye çıkarmak için kullanılmaktadır (Abidin, 2015). Sosyal medyada ünlü hâle gelen çocuk, bizzat kendi ailesinin popülerlik ve maddi kazanç elde etmek gibi amaçlarla yarattığı içerikler bağlamında kullanılan ve teşhir edilen bir meta unsuruna dönüşmektedir. Sharenting doğrultusunda metalaşan çocuğun Abidin’in ifadesiyle mikro-mikro ünlü temsilinin bir performansla bürünmesi, çocuğu tüketim pratiklerinde etkin rol oynayan kidfluencera dönüştürmektedir.

Kidfluencerlar, sekiz milyar dolarlık sosyal medya reklamcılığı endüstrisinin ayrılmaz bir parçası hâline gelmişlerdir. Geçtiğimiz yıl itibarıyla kidfluencerların sosyal medya hesaplarında paylaştıkları sponsorlu içerikler ve marka reklamları dolayısıyla kazançları, 26 milyon dolara ulaşmıştır (Masterson, 2020). YouTube kanallarındaki davranışları ile ebeveynleri için gelir kaynağı olan kidfluencerlar, yasal açıdan bağımsız olmadıklarından emek sömürüsü riski ile karşı karşıyadırlar.

YouTube’da yer alan pek çok ebeveyn, çocuklarını videolu içeriklerin başrolleri hâline getirerek yaşamlarının neredeyse her gününü paylaşım açmaktadır. Bu paylaşımlar, “YouTube aileleri” ile sık sık karşılaşmamızı sağlamaktadır. Üstelik “YouTube’un çocukları”, herhangi bir psikolojik yönergeye veya yasal korumaya tabi olmadıklarından, kendi rızaları ile paylaşmayı seçmedikleri ile birlikte kendileri hakkında çok şey bilen (Tait, 2015) ve potansiyel riskler taşıyan bir dünyada büyüyebilmektedir. Ebeveynleri aracılığıyla aileleri dışındaki internet kullanıcılarının yorumlarının hedefi olmakla ve mahremiyet ihlali gibi birçok hak kaybıyla karşı karşıya kalan çocukları, “etiketlenmiş kuşak” olarak nitelendiren Oswald vd.’ne göre (2016:199), etiketlenmiş kuşağa yönelik izlenimler, dijital medyanın çocuklara yönelik etik ihlallerinin sorgulamasını ve bu bağlamda oluşturulması gereken yasal düzenlemelere dikkat çekmeyi kaçınılmaz kılmaktadır.

Bu düşünce düzleminden hareketle, çalışmada Türkiye'nin en çok kazanan kidfluencerı olan "Prenses Elif" adlı YouTube kanalı (CNN, 2018) ile dünyadaki kidfluencerlar arasında en fazla kazanan "Rayn's Worlds" (Forbes, 2020) adlı YouTube kanalı içerik analizine tabi tutulmuş ve karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Çalışmada temel olarak kanallarda üretilen videoların konularının, içeriklerdeki reklam kullanımlarının ve çocukların yaşam pratiklerinin sunuluş biçimlerinin, çocuk emeği olgusu, kidfluencer ve sharenting kavramları bağlamında ortaya konması amaçlanmıştır. Bu bağlamda çalışma Türkiye'deki alanyazını içinde YouTube'daki kidfluencer olgusunu, dijital etik konusuna içkin çocuk emeği ve sharenting çerçevesinde ele alan ilk karşılaştırmalı analiz çalışması olma özelliğini taşımaktadır.

2. YouTube'da Çocuk Emeğinin Sürdürücü Modeli: Sharenting ve Yaratdığı Kidfluencerlar

Sosyal medyanın bireylerin günlük yaşamlarının bir parçası hâline geldiği dijital dünyada büyüyen çocuklar, bu dünyanın üreticileri ve tüketicilerini oluşturan kullanıcı grubun en dikkat çekici üyeleri arasındadır. Kimi zaman kendi istekleriyle sosyal medya hesapları oluşturup bu hesaplarda paylaşımlar yapan ya da sadece vakit geçiren çocuklar olduğu gibi, ebeveynleri aracılığıyla bu dünyada aktif olma durumunda kalan çocuklardan da söz etmek gerekmektedir. Nitekim, çalışmamızın da çıkış noktasını oluşturan düşünce, ebeveynlerinin aracılığıyla sosyal medyada var olan çocukların, kullanıcısı oldukları platformlardaki kullanım pratiklerini gözlemlemektir. Elbette bu noktada sözü edilen gözlem, çocukların araştırmamızın örneklemini oluşturduğu üzere YouTube kanallarındaki paylaşımları sebebiyle yüksek miktarda maddi kazanç elde ediyor oluşlarına içkindir (Forbes, 2020; Guardian, 2020; Sputnik, 2020; CNN, 2018).

Emeğin dijital bir niteliğe büründüğü günümüzde emeği, dijital kullanıcı pratikleri bağlamında değerlendiren ve Marx'ın ekonomi politik perspektifini yeni medya teknolojilerine ve bu teknolojiler ile biçimlenen sosyal ağlara uyarlayan Fuchs'a (2016) göre, sosyal medya ağlarının kullanıcıları, çevrim içi etkinliklerini metalaştırarak sermaye birikimlerini gerçekleştirirler. Bu görüşü çalışmamız bağlamında değerlendirmemizi mümkün kılan düşünce ise inceleme alanımızı oluşturan YouTube kanalına sahip çocuk kullanıcıların emeğinin bizzat bu hesapların yöneticileri olan ebeveynleri tarafından metalaştırılıyor (Atalay, 2019; Sekmen, 2019) oluşudur.

Kızılıkaya (2020: 73), YouTube'da izleyicilerin ve kullanıcıların metalaşması sürecini iki aşamada ifade etmiştir:

"İlkin YouTube, bütün videolara video öncesi atlamalı reklam, videonun akışında ban-

ner reklamlar ve videonun içinde atlamalı reklamlar olmak üzere üç şekilde reklam dağılımı yaparak izleyicileri reklam verenlere satmaktadır. İkinci olarak youtuberlar, kendilerini izleyen kullanıcılar, video içeriklerine ürün yerleştirme yaparak veya açık reklam ekleyerek reklam verenlere satmaktadır.”

Dolayısıyla çocuk içerik üreticileri, YouTube'daki bu metalaşma sürecinin etken ve edilgen öğeleri hâline gelmektedir. Bu noktada ebeveyn faktörü, çocukların söz konusu metalaşma sürecindeki rolünü belirleyen temel unsurdur. Çocuklarının her hâlini çocukları adına açtıkları kanallardan paylaşan ve maddi gelir elde eden aileler; yemek yeme hâlleri, alışveriş, kıyafetleri, odaları, oyun oynama şekilleri, havuz, deniz görüntüleri vb. birçok içeriği kullanarak çocuklarının metalaşmasına katkı sağlamaktadır (Albayrak, 2020: 1216).

Ebeveynler, kendi sosyal medya hesaplarında çocuklarını kullanarak içerik üretilebilmekte veya çocukları adına sosyal medya hesapları oluşturarak bu hesaplarda çocuklarını içeriklerin başrolleri olarak kullanabilmektedir. Sharenting modelini uygulayan bireylerin sosyal medya paylaşımları, henüz çocuklar dünyaya gelmeden anne karnında dahi-bebeğin ultrason taraması görüntüleri ve doğum tarihi bilgilerinin paylaşılması-başlayabilmektedir (Taylor, 2008). Böylece ebeveynler çocuklarına farklı sosyal medya kanalları aracılığıyla dijital bir kimlik yaratmakta ve bu yaratılan kimliği yaptıkları paylaşımlar ile şekillendirmektedir. Yay (2019), ebeveynliğin büründüğü dijital niteliğin, çocuğu sosyal medya ortamında karşılaşılabileceği birtakım risklerden koruması amacıyla dijital okuryazarlık, farkındalık, kontrol ve etik konu başlıklarına dikkat çekmektedir. Bu bağlamda “etik rolü, internette kişi hak ve onuruna, özel hayatların gizliliğine saygılı ve bilgi ahlakına uygun davranmayı; bunun yanında ulaşılan bilgilerin doğruluğunu ve güvenliğini araştırmayı, bu bilgilerin hak sahiplerinin isteğine uygun davranmayı ve fikri mülkiyete saygılı olmayı gerektirmektedir” (Yay, 2019:17).

Söz konusu etik bağlamı ile ilişkili olarak çocuğuna dijital bir kimlikle birlikte sosyal medyada varlık kazandıran ebeveynlerin, sharenting sınırlarının belirlenmesinde temel unsurlardan biri ise çocuğun yaşı ve kendi dijital kimliği üzerinde ne düzeyde denetim sağladığıdır (Erişir ve Erişir, 2018). Bu noktada çocuğun mahremiyetine ilişkin içeriklerin paylaşımına dair ebeveynleri tarafından fikrinin alınması ya da çocuğun kendini ifade edebilecek düzeyde olması önem taşımaktadır.

Ebeveynlerin çocukları ile ilgili sosyal medya paylaşım pratiklerini irdeleyen araştırmalarda, yapılan paylaşımların içerikleri ve bu içeriklerde çocuğun mahremiyeti ele alınmıştır. 0-4 yaş aralığında çocukları bulunan 569 ebeveynye uygulanan Michigan Üniversitesi C.S. Mott Çocuk Hastanesi Ulusal Çocuk Sağlığı Anketi (2014)

kapsamında elde edilen verilere göre, annelerin %56'sı ve babaların %34'ü sosyal medyada çocuklarıyla ilgili paylaşımlar yapmaktadır. Anketteki katılımcı ebeveynlerin %70'i sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır. Ebeveynlerin çocukları hakkındaki paylaşımlarının %56'sı çocuğu utandırabilecek unsurları barındırırken, %27'si çocuğun uygunsuz olarak nitelendirilebilecek fotoğraflarını kapsamaktadır. Bunların yanı sıra ebeveynlerin paylaşımlarının %51'i de çocuğun kişisel verilerini içermektedir. Ebeveynler, Gizlilik ve Teknoloji Kullanımı (2015) adlı bir başka araştırma ise sosyal ağ hesabı olan ebeveynlerin yaklaşık %20'sinin çocuğunun gelecekte utanç verici bulabileceği paylaşım yaptığını ortaya koymaktadır (Broch, 2016: 226).

Araştırmalar kapsamında ebeveynlerinin onayı dâhilinde paylaşılan içeriklerin, çocukların mahremiyetini ihlal ettiği görülmektedir. Böylece çocuğun gündelik yaşam pratikleri, herhangi bir mahremiyet sınırmasına takılmaksızın sosyal ağlarda sunulur duruma gelmektedir. Sharenting modelinin uygulama biçimi, çocuğun, konusunun kendisi olduğu paylaşımlarla oluşan dijital arşivi anlayabilecek yaş seviyesine geldiğinde yapılan içeriklerden rahatsız olup, duygusal olarak zarar görmesi gibi diğer olumsuz durumlara da yol açabilmektedir (Nottingham, 2019).

Bunun yanı sıra mahremiyet alanı ortadan kalkan çocuk, çalışmamızda defaatle belirttiğimiz üzere tüketim pratiklerine içkin paylaşımların konusu ya da "edilgen üreticisi" olduğunda metalaşarak bir "teşhir" unsuru hâline gelmektedir. Kidfluencer oluşumunu görünür kılan sharenting doğrultusunda çocuk, ebeveynleri tarafından, çevrim içi popülerliği sağlayan, hedef kitleyi arttıran ve bu doğrultuda kazanç faktörünü besleyen bir etken olarak kullanılmaktadır.

Özellikle YouTube aracılığı ile aileler, reklamlardan ve yaptıkları ürün tanıtımlarından gelir elde etmekte hatta bunu tam zamanlı bir iş olarak yapmaktadır (Nottingham, 2019). Bir ürün olarak sunulan kidfluencer, kanalında takipçilerinin devamlılığını ve artışını sağlama ve elde ettiği kazancı sürdürmesi için ebeveynleri tarafından baskı altında tutulabilir, uzun saatler çalıştırılabilir ya da ailesi tarafından duygusal zarara uğrayabilir.

Bu bağlamda kidfluencerlar, kazançları ve çalışma koşulları bağlamında yasal haklara sahip olmadığından ya da başka bir deyişle bu haklar ebeveynleri tarafından yönetildiğinden ve/veya yönlendirildiğinden çocuğun, emeğinin sömürüsü riski (Saragoza, 2020) ile karşı karşıya olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Zira, çocuklarının YouTube kanallarındaki içerik üretimi, ebeveynlerinin kontrolü altındadır ve elbette kurum ve kuruluşların, ebeveynlerin çocuklarına yönelik kararları üzerindeki yaptırımları ve/veya kontrolü sınırlıdır (Wong, 2019; Masterson,

2020). Tam da bu noktada çocuk emeğinin dijital dünyadaki evriminin kidfluencerlığa dayandığını söylemek gerekmektedir. Öte yandan çocuğun kendi emeği üzerinde hiçbir kontrolü veya hak talebi bulunmamaktadır.

3. Yasal Düzenlemeler Bağlamında Sosyal Medyada Çocuk Hakları, Dijital Reşitlik ve YouTube

Dijitalleşen dünyada ağlar aracılığı ile oluşturulan toplumsal yapıda çocuk da üretici, tüketici ve/veya üre-tüketici olarak sosyal medya kanallarında yer almaktadır. Burada önem arz eden nokta ise çocuğun sosyal medya katılımından kaynaklanabilecek olumsuz etmenleri engellemektir. UNICEF'in 2017 yılında yayınladığı Dünya Çocuklarının Durumu 2017: Dijital Bir Dünyada Çocuklar başlıklı raporda belirttiği üzere, "Her çocuk, dijital dünyanın sunduğu olanaklardan faydalanabilmeli ve kendilerini bekleyen çevrim içi risklerden korunmalıdır." Bu ilke kapsamında 25 Mayıs 2018 yılında Avrupa'da kişisel verilerin düzenlenmesi ve yönetilmesi amacıyla yürürlüğe giren Genel Veri Koruma Tüzüğü'nün (General Data Protection Regulation-GDPR) "Çocukların Kişisel Verilerinin Özel Korunması" başlıklı 38. beyanında şu ifadeler yer verilmektedir (GDPR, Recital 38):

"Çocuklar, var olan risklerden, meydana gelebilecek sonuçlardan ve kişisel verilerin işlenmesiyle ilgili haklarından daha az haberdar olabileceğinden, kişisel verileriyle ilgili daha fazla korumaya ihtiyaç duyabilirler. Bu tür özel koruma, bilhassa direkt çocuklara sunulan hizmetlere, kullanıcı profillerinin oluşturulması ya da bunların pazarlanmasına yol açacak kişisel verilerinin kullanımına uygulanmalıdır. Çocuğa sunulacak, kişisel verilerin korunmasına yönelik önleyici veya danışmanlık hizmetleri söz konusu olduğunda ebeveyn sorumluluğunda olan bireylerin rızası gerekli olmamalıdır."

Çocukların sosyal medyaya katılım ve kendilerini ifade etme hakkı, kişisel verilerinin ve haklarının korunması amacıyla çeşitli ülkelerde "dijital reşitlik yaşı" politikası perspektifinde sağlanmaktadır. Örneğin, Belçika, Danimarka, Estonya, Finlandiya ve Birleşik Krallık gibi ülkelerde 13 olarak kabul edilen dijital reşitlik yaşı, Almanya, Macaristan, İrlanda ve Romanya gibi ülkelerde ise 16 olarak kabul edilmiştir (Livingstone, 2020: 57). Bu bağlamda, dijital reşitlik yaşının (Livingstone, 2020: 58) uluslararası düzeyde bir standardının olmayışı, ülkeler arası kültürel ya da politik nedenlerden kaynaklanmaktadır. Bu noktada esas olan, çocuğun kendi rızası ile kişisel verilerinin paylaşımının sağlanması ve çocuğun sosyal medya kanallarında katılımcı olarak yer alırken "korunmasının" da sağlanmasıdır.

Dijital reşitlik yaşı kapsamında sosyal ağlar da çocukların katılım yaşlarını belirleyebilmektedir. Örneğin, ABD'de Çocukların Çevrim İçi Gizlilik Koruma Yasası (1998) (Children's Online Privacy Protection Act-COPPA), kişisel verilere ulaşma

imkânı bulunan internet tabanlı oluşumlarda, sosyal paylaşım sitesi ve web sayfası yöneticileri gibi kişilerin, 13 yaş altı çocuklara ilişkin verileri kullanmasını yasaklanmıştır (Aslan ve Durmuş, 2020: 141).

Türkiye’de ise Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK)’nın 2017 yılı Kasım ayında gerçekleştirdiği açıklamaya göre Google, Facebook, Twitter, Instagram, Tumblr, Pinterest, Vimeo, Skype, Foursquare, MySpace, Snapchat ve Reddit için kullanım yaşı 13; Linked In için 16, YouTube ve Wechat için ise 18 yaş üstüdür (İHA, 2017).

Dijital reşit olmayan 13 yaş altı çocukların internet kullanımlarının kontrolü ve söz konusu kullanımların denetimi, ebeveynlerinin sorumluluğundadır (Livingstone, 2020: 59). Paylaşım kanallarına dair denetim sorumluluğunun ebeveynlerin kontrolünde gerçekleşmesi, çocuğun gösterdiği katılımı rızasının olup olmadığı sorusunu ve bu doğrultuda da çocuğun özel hayatına yönelik mahremiyet sorununu doğurmaktadır. Fransa’da yasalar uyarınca, ebeveynlerin çocuklarının fotoğraflarını çocukların rızası olmadan paylaşması, “gizlilik hakkının ihlali” sayılmakta ve suçlu buldukları takdirde ebeveynlere, bir yıl hapis cezası ve 45 bin Euro para cezası yaptırım uygulanabilmektedir (BBC, 2016). GDPR kapsamında “Enformasyon toplumu hizmetleriyle ilgili olarak çocuğun rızası için geçerli koşulları” barındıran madde 8 (GDPR, Art.8) aşağıdaki gibi aktarılmıştır:

“1) 6 (1) maddesinin (a) bendinin geçerli olduğu durumlarda, bir çocuğa enformasyon toplumu hizmetlerinin doğrudan sunulması ile ilgili olarak çocuğun kişisel verilerinin işlenmesi, çocuğun en az 16 yaşında olması hâlinde yasal olmaktadır. Çocuğun 16 yaşından küçük olduğu durumlarda, bu tür bir işlem, yalnızca çocuğun yasal velisi tarafından rıza gösterilmesi veya yetki verilmesi hâlinde yasaldir. Üye Devletler, bu durum karşısında 13 yaşın altında olmaması koşuluyla bu amaçlar için daha alt bir yaş kabul edebilirler.

2) Kontrolü sağlayan yapı, mevcut teknolojiyi göz önünde bulundurarak çocuğun yasal velisi tarafından rıza verildiğini veya yetkilendirildiğini doğrulamak için makul çabayı göstermek durumundadır.”

Dijital reşitliğe ulaşmamış çocukların sosyal medya kullanım pratiklerine dair tüm kontrol ve denetim sürecinin ebeveynlerin sorumluluğuna bırakılması, çalışmamızın çatısını oluşturan dijital işçi olarak çocuğun başka bir ifade ile kidfluencerin emeği, bu bağlamda oluşan mahremiyet ve çocuk olma hakkının ihlali ilişkiselliğinde önem taşımaktadır. Zira, yukarıda belirtilen maddelerde dijital reşitliği sağlamadığı koşullarda, ebeveynin kendi rıza ve yetkileriyle çocuğun yasal temsilini sağladığı görülmektedir. Dolayısıyla çocuğun sözü edilen ihlallerden korunması için ebeveynlerinin kontrol ve denetiminden bağımsız nitelikte yasal düzenleme-

lere ihtiyaç duyduğu düşünülmektedir.

Ürettikleri içeriklerle tam zamanlı bir çalışan konumunda yer alan ve YouTube'un tüketim ağının bir parçası olan kidfluencerların çalışma koşullarına dair bir sınırlama ya da düzenleneme bulunmadığı görülmektedir (Nottingham, 2019). Bu mecrada çalışan kidfluencerların kanallarında üretilen videoların süresinin uzunluğu ve paylaşım sıklığına bağlı olarak içerik üretimlerine dair yasal bir mevzuat oluşturulmamıştır.

İngiltere'de 2015 yılında güncellenen Eğitim Bakanlığı Çocuk Performansı Lisanslama Mevzuatı'nda, çocukların arka arkaya altı günden fazla performans göstermemesi ve 5- 9 yaş arasındaki çocukların günde iki buçuk saatten fazla çalışmaması gerektiği belirtilmiştir. Ancak mevzuattaki ilgili maddeye, "Bu durum, bir web sitesinde gençlerin ve ailelerin kendilerini kaydettiği veya sosyal medyada paylaştığı içeriği kapsamaz." ibaresi eklenerek kidfluencerların düzenlemeden yararlanamayacağı belirtilmiştir (Tate, 2015). Sözü edilen mevzuattaki güncellenmenin neden YouTube kullanıcılarını kapsamadığına dair bir soruya İngiltere Eğitim Bakanı sözcüsü, "Ebeveynlere, çocuklarının yararına hareket etmeleri noktasında güveniyoruz." (Tate, 2015) şeklinde karşılık vermiştir. Bu söylemdeki "çocuğun yararı" ifadesi esasen çocuk haklarının tarihsel izlekteki ilk özel hak statüsü kazanışına kadar uzanan yasal bağlayıcılığa sahip bir ifadedir. 1924 Cenevre Çocuk Hakları Bildirgesi, 1959 Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Bildirisi ve kapsayıcı biçimde olmak üzere 1989 Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi, "çocuğun yüksek yararı" ilkesi bağlamında düzenlenen maddelerden oluşmaktadır. "Çocuğun yüksek yararı" ilkesinin temelinde çocuğun iradesi, yani duygu, düşünce ve istekleri yer almaktadır. Yücel'e göre (2013: 117) çocuğa rağmen çocuğun esenliğini sağlamaya çalışmak, çocuğun kişiliğine saygı duymayı ve her koşulda çocuğun esenliğini korumayı zorlaştırmaktadır. Bu nedenle çocuğun yüksek yararı için çocuğun belirlenen varsayımsal iradesi ile gerçek iradesi arasında bir denge kurulması şarttır. Ancak dijital işçi statüsünde yer alan kidfluencerların çalışma koşullarını düzenleyen ve denetim altına alan yasal bir düzenlemenin hem uluslararası hem de ulusal çapta olmayışı, ebeveynlerin çocukların dijital varlığını popülarleşme, takipçi kazanma ve maddi kazanç sağlama gibi sebeplerle kullanmasına yol açabilmektedir. Dolayısıyla YouTube'daki kidfluencerların, çalışma koşulları, maddi kazanç ve psikolojik sağlık çerçevesinde yasal güvencelere sahip olmadan çalıştığı görülmektedir.

YouTube'un çocuk güvenliğine ilişkin yayın politikasında ise çocukların duygusal ve fiziksel sağlığını tehlikeye atan içerikleri önlemek amacıyla, çocuklara yönelik cinsel istismar, müstehcenlik, şiddet, psikolojik baskı, siber zorbalık içeren

içeriklerin yayınlamasına izin verilmediği belirtilmektedir. Bu yayın politikasının yanı sıra, YouTube'un çocuk kullanıcılara yönelik bir sürümünü içeren YouTube Kids uygulaması da bulunmaktadır. YouTube Kids uygulaması, 13 yaşın altındaki YouTube kullanıcısı olan çocukların videolarının, ebeveynlerinin denetiminde oluşturulması, yayınlanması ve izlenmesi doğrultusunda birtakım filtremeler sunmaktadır. Ancak YouTube'un yayın politikasında ve söz konusu uygulamada da kidfluencerlara yönelik herhangi bir düzenleme bulunmamakla birlikte, çocukların mahremiyet alanlarının ihlaline yönelik bir madde de yer almamaktadır. Üstelik tıpkı yasal düzenlemelerde de değinildiği gibi, çocuğun dijital emeğinin kullanımı ve bu kullanım sebebiyle oluşabilecek mahremiyet ve çocuk olma hakkı ihlallerinin akıbeti, tamamıyla ebeveynlere devredilmiş durumdadır.

4. Amaç ve Yöntem

Ryan Kaji isminde 9 yaşındaki bir çocuğun, Ryan's World isimli kanalıyla 2020 yılının en çok kazanan - 29,5 milyon dolar gelir ve 12,2 milyon izlenme ile- YouTube kullanıcısı olması, (Forbes, 2020) bu çalışmanın hareket noktasını oluşturmaktadır. Çalışmanın temel amacı, sharenting ve çocuğun dijital emeği bağlamında kidfluencerların YouTube'daki üretim pratiklerinin, ebeveynlerin teşvik edici rolü, mahremiyet alanının ihlali, çocuğun dijital üretim sürecindeki etkinliği ve/veya edilgenliği bağlamında analiz edilerek ilgili konulardaki mevcut durumun ulusal ve uluslararası iki örnekle karşılaştırmalı olarak ortaya konmasıdır. Buradan hareketle, dünyada ve Türkiye'de en fazla kazanan kidfluencer kanalı özelliğine ulaşmış olmaları sebebiyle ve araştırmada çok yönlü bir bakışın sunulması amacıyla, Ryan's World ve Prenses Elif YouTube kanalları örneklem olarak seçilmiştir. Bu bağlamda betimsel nitelikteki çalışmanın araştırma soruları aşağıdaki gibidir:

AS1: Kanallardaki video yayınlama sıklığı, kidfluencer olgusuna nasıl katkı sağlamaktadır?

AS2: Kanal yapısında gözlenen sharenting modeli, kidfluencer olgusunu nasıl etkilemektedir?

AS3: Kanallardaki videolar, hangi konu kategorilerinde yayınlanmaktadır ve bu videolar, kidfluencer olgusunun parametreleri bağlamında ne anlama gelmektedir?

AS4: Kanallarda yayınlanan videolarda bulunan reklam içeriklerinin kategorik dağılımı nedir ve bu dağılım, kidfluencer olgusu bağlamında ne anlama gelmektedir?

Araştırma sorularının cevaplanması amacıyla Ryan's World ve Prenses Elif kanallarının 2020 yılı içerisinde paylaştıkları tüm videolara (Ryan's World kanalında 274, Prenses Elif kanalında 580 video) içerik analizi uygulanmıştır. İçerik analizi,

sosyal olguları çeşitli değişkenler bağlamında anlamlandırmayı sağlamak üzere metin ve görsel gibi çeşitli veri formlarına uygulanan bir analiz türüdür (Krippendorff, 2019). İçerik analizinde veriler, inceleme konusu olan materyaller kapsamında hazırlanan sorulara cevap verecek şekilde sayısal olarak kodlanmakta ve bu kodlamanın ardından yapılan hesaplamalarla araştırma sorularının cevaplanması sağlanmaktadır (Devran, 2010: 37). İçerik analizinde nitel araştırma verileri; verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi ve bulguların yorumlanması biçimde dört aşamada analiz edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Kodlama sürecinde Strauus ve Corbin'nin (1990) yaklaşımından yola çıkılarak çalışmanın kavramsal çerçevesi ve araştırma soruları bağlamında video içeriği kategorizasyonları için bir kodlama şeması oluşturulmuştur. Kodlamalar sırasında, videoların konularına göre kategorizasyonunda, YouTube Kids uygulamasının, çocuk türüne yönelik içerikleri, eğitim ve eğlence başlıklarında (YouTube Kids Uygulaması, Creator Academy, 2021) ifade etmesi dikkate alınmıştır. Bunun yanı sıra videolarda reklam olup olmadığına dair kodlamalarda, ilgili videonun başlığı, konu metni ve video listesinde yer alan oynatma görüntüsü göz önünde bulundurulmuştur. Kodlamada, içerik analizinin metodolojik seçeneklerinden biri olan insan kodlaması (Neuendorf ve Kumar, 2016) tercih edilmiştir. Araştırmada iki kodlayıcı olması sebebiyle ve araştırma geçerliliğinin sağlanması amacıyla, kodlama süresince araştırmacılar, çapraz sorgulamalar ve kontroller yapmışlardır. Kodlamalar ve frekans analizleri, Microsoft Excel programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

5. Bulgular ve Bulguların Yorumlanması

Ryan's World ve Prenses Elif kanallarının YouTube katılım bilgileri ve kanal sayfasında sunulan açıklamalar, araştırma sürecini kapsayan 15.02.2021 tarihi itibarıyla aşağıdaki gibidir:

Tablo 1. *Ryan's World* YouTube Kanalı Bilgileri

Kanalın YouTube'a katılım tarihi	17 Mart 2015
Kanalın açıklama kısmında yer alan tanıtım metni	Welcome To Ryan's World!!! Ryan loves doing lots of fun things like pretend play, science experiments, music videos, skits, challenges, DIY arts and crafts and more!!! Most of the toys we used to review are being donated to local charity Ryan's Toys & Clothing at Walmart and Target!

Açıklama kısmında paylaşılan bağlantılar	Ryan's World Website, Instagram For Media Inquiries: Ryansworld@rogersandcowan.com For Business Inquiries: ryantoysreviewbiz@gmail.com
Kanalın abone sayısı	28,6 Milyon
Kanalın toplam izlenme sayısı	45.327.710.703
Paylaşılan video sayısı	1918

Yukarıda YouTube katılım ve mevcut durum bilgileri paylaşılan Ryan's World kanalının hakkında kısmında yer alan açıklamada, "Ryan'in Dünyasına Hoş Geldiniz !!! Ryan numara yapma oyunu, bilim deneyleri, müzik videoları, skeçler, meydan okumalar, DIY sanatları ve el sanatları ve daha fazlası gibi çok eğlenceli şeyler yapmayı seviyor !!! İncelediğimiz oyuncakların çoğu yerel yardım kuruluşlarına bağışlanıyor. Ryan'in Oyuncakları ve Giysileri Walmart ve Target'ta!" ifadelerine yer verilmiştir. Bu açıklamadan hareketle kanalda yüklenen videoların genel içeriklerine dair bilgi paylaşımının yapıldığını söylemek mümkündür. İçeriklerin konusu dışında hakkında kısmında vurgulanan iki noktadan bir diğeri ise videolarda incelenen oyuncakların yerel yardım kuruluşlarına yönlendirildiğidir. Kanal kapsamında ürün tanıtımı yapıldığı, hakkında kısmında belirtilmekte ve burada incelenen ürünlerin yardım amaçlı kullanıldığı da yine öne çıkarılmaktadır. Bu kısımda değinilen bir diğer konu ise Ryan's World kanalının kendi markasının ürünlerinin satıldığı noktaların (Walmart ve Target) belirtilmesidir. Ryan's World kanalı, YouTube'da bir içerik üreticisi olmanın ötesinde ürünleri ile tüketicisiyle buluşan bir markayı içermektedir. Ayrıca yine bu bölümde kanalın kendi sayfaları haricinde entegre olduğu dört kanalın da linki belirtilmekte ve medya kuruluşlarının irtibatı için de iletişim bilgileri paylaşılmaktadır.

Tablo 2. *Prenses Elif* YouTube Kanalı Bilgileri

Kanalın YouTube'a katılım tarihi	6 Mart 2016
Kanalın açıklama kısmında yer alan tanıtım metni	Merhaba ben elif ; Oyun oynamayı, oyuncaklarımla vakit geçirmeyi, dans etmeyi çok severim. Bazen oyuncaklarım bazen annem ve babamla oynadığım oyunlarımı sizinle paylaşacağım. Videolarımı izledikten sonra beğenirseniz ve kanalıma abone olursanız çok sevinirim. sizinle hergün yeni sürpriz videolar paylaşmaya çalışacağım, Kendinize iyi bakın, anne ve babanızı üzmeğin.. Hergün süt içmeyi ve iyi beslenmeyi unutmayın .. Ha birde Türkiyemizi çok ama çok çok çok sevin ..

Açıklama kısmında paylaşılan bağlantılar	https://www.instagram.com/prenseselif https://www.facebook.com/ValeriaShkoda https://twitter.com/PEprensesselif peprensesselif@gmail.com valeriiashkoda@hotmail.com peprensesselif@hotmail.com Instagram Prensés Elif Real, Instagram Prensés Elif Eex, Facebook, Twitter Prensés Elif, YouTube Prensés Elif Rusça
Kanalın abone sayısı	3 Milyon 41 Bin
Kanalın toplam izlenme sayısı	5.697.133.706
Paylaşılan video sayısı	5.758

Yukarıda YouTube katılım ve mevcut durum bilgileri paylaşılan Prensés Elif kanalının hakkında kısmında yer alan açıklamada, kanalın ağırlıklı olarak oyun içerikli paylaşımlar yaptığı belirtilmiştir. Elif'in kendi ifadelerini yansıttığı görülen bu açıklamada Elif, zaman zaman annesi ve babasıyla da oynadığı oyunları kanalında paylaşacağını aktarmaktadır. Bunun yanı sıra Elif'in beğenme ve abone beklentisi, sağlıklı beslenmeye yönelik ifadesi ve Türkiye'ye yönelik sevgisi de bu açıklamada yer almaktadır. Elif, Türk bir baba ve Ukraynalı bir annenin kızı olarak 4 yaşında YouTube'a katılmıştır. Kanalın açıklama kısmında İngilizce ve Rusça ifadeler yer almaktadır. Aynı zamanda Elif'in Berkay isiminde bir erkek kardeşi de bulunmakta; videoların birçoğunda Berkay da görünmektedir. Hakkında kısmındaki açıklamalarda yer aldığı üzere Elif'in sadece YouTube kanalı bulunmamakta, Instagram, Facebook ve Twitter hesapları da aktif olarak söz konusu kanala entegre biçimde kullanılmaktadır. Ayrıca kanalla ilgili işbirlikleri için de yine hakkında kısmına üç farklı mail adresi eklenmiştir.

Ryan's World ve Prensés Elif Kanallarının İçerik Analizi Bulguları

Tablo 3. Ryan's World ve Prensés Elif YouTube Kanallarının 2020 Yılı Aylara Göre Video Dağılım Sayısı

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	TOPLAM
Ryan's World	24	25	24	23	22	21	23	21	21	23	22	25	274
Prensés Elif	40	38	62	50	48	50	52	52	48	53	41	46	580

Tablo 3'te görüldüğü üzere dünyanın en çok kazanan YouTube kidfluencerı olan Ryan'ın kanalına 2020 yılının her ayında 20'nin üzerinde video yüklenmiştir. Yüklendiği aylık içerik sayısı göz önüne alındığında Ryan, kanalını sürekli aktif tutmaya çalışmakta ve bu sayede takipçilerinin devamlılığını sağlamaktadır. Prensés Elif

kanalında ise aylık üretilen video sayısı, Ryan’s World kanalındaki video sayısından oldukça yüksek olmakla birlikte, her ay en az 40 videonun yüklendiği görülmektedir. Bu da her gün en az 1 videonun mutlaka yüklendiği verisini sunmaktadır. Dolayısıyla her iki kanalın içerik üreticileri olarak çocukların ebeveynleri ile birlikte YouTube’u tam zamanlı bir iş alanı olarak kullandığını söylemek yanlış olmayacaktır. Öyle ki Prens Elif kanalındaki, “Elif hastalandı. Ateşi 39 derece oldu. Doktor dede ateş ölçtü. İlaç verdi.”², “Elif hasta oldu, doktora gittik. - 3 derece Ukrayna”³, “Elif hastalandı, havuz yasak Elif ile Eğlenceli Video #EvdeKal #SendeOyna #SendeYap”⁴ başlıklı video örneklerinde de görüleceği üzere Elif, hasta olsa dahi video üretimi devam etmektedir.

Bunun yanı sıra Elif’in babası, Prens Elif kanalındaki etkinliklerini ve elde ettikleri maddi kazanca yönelik düşüncelerini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

“Eğlenerek başladığımız bu serüven bizim hayatımızın akışını değiştirdi. YouTube serüvenimize kadar kıt kanaat geçinen, kirada oturan, kiramızı zor ödeyen bir aileydik. YouTube bizim hayatımızı değiştirdi. Maddi olarak bizim için büyük paraydı bu. Ticaretten anlamadığımız için birkaç ev aldık kendimize. Ailemizin, çocuklarımızın geleceği için yatırım yapmaya çalıştık. (...) Kazancımız resmîdir. Youtuberlar kendilerinden yüzlerce kat fazla para kazanan büyük şirketlerle kıyaslanırsa çok yüksek vergiler ödemekte.” (Gazete Duvar, 2020).

Yukarıdaki söylemden de anlaşılacağı üzere Elif’in ebeveyni tamamen Elif’in adına kurulu ve Elif’in gündelik yaşam pratiklerinden yararlanılarak oluşturulmuş bir kanaldan, maddi anlamda hayatlarını değiştiren “kanalımız” şeklinde bahsetmektedir. Dolayısıyla bu söylemler, YouTube ailelerinin, tam zamanlı dijital işçiler olarak kidfluencerların hâkimiyetlerine sahip oldukları düşüncesini doğrular niteliktedir.

Tablo 4. Ryan’s World ve Prens Elif Kanalındaki Videoların Konularına Göre Türsel Dağılımı

Ryan’s World			Prens Elif		
Konu	Video Sayısı	Yüzelik Oran	Konu	Video Sayısı	Yüzelik Oran
Eğitim	73	%26,64	Eğitim	7	%1,2
Eğlence	201	%73,35	Eğlence	548	%94,48
-	-	-	None	25	%4,31

² “Elif hastalandı. Ateşi 39 derece oldu. Doktor dede ateş ölçtü . ilaç verdi” (15.12.2020)

³ “Elif hasta oldu doktora gittik. - 3 derece Ukrayna” (25.01.2020)

⁴ “Elif hastalandı havuz yasak Elif ile Eğlenceli Video #EvdeKal #SendeOyna #SendeYap” (13.09.2020)

Tablo 4’te Ryan’s World ve Prenses Elif kanallarındaki videoların konularının eğitim ve eğlence türlerine göre dağılımları görülmektedir. Buna göre her iki kanalda da eğlence unsuru, eğitimden daha çok öne çıkmaktadır. Bunun yanı sıra, Ryan’s World kanalı ile Prenses Elif kanallarında eğitim içerikleri videoların sayısı açısından ciddi bir fark bulunmaktadır. Ryan’s World kanalı, Prenses Elif kanalına göre daha fazla eğitici içerik sunmaktadır. Keza Prenses Elif kanalı için eğlence unsurunun oldukça önem taşıdığı anlaşılmaktadır. Kanaldaki videoların başlıklarının 375’inde “eğlence” kelimesi yer almaktadır. Prenses Elif kanalında eğitim ve eğlence kategorizasyonuna dâhil edilemeyen ve none olarak kodlanan videolar ise Elif’in ve kardeşinin ağladığı bilgisini içeren ve ağladıkları görüntüleri yansıtan videolardır.

Tablo 5. Ryan’s World ve Prenses Elif Kanalındaki Eğlence Konulu Videoların Türsel Dağılımı

Ryan’s World			Prenses Elif		
Konu	Video Sayısı	Yüzdeler Oran	Konu	Video Sayısı	Yüzdeler Oran
Özel Günler	9	%3,28	Özel Günler	35	%6,03
Günlük aktiviteler	23	%8,39	Günlük aktiviteler	133	%22,93
Oyun	142	%51,82	Oyun	384	%66,2
Çekiliş	-	-	Çekiliş	25	%4,31
Animasyon	21	%7,66	Animasyon	-	-
Kendin Yap Videoları (DIY)	6	%2,18	Kendin Yap Videoları (DIY)	-	-
-	-	-	None	3	%0,51

Tablo 5’te eğlence kategorisinde, farklı alt konu türlerinin öne çıktığı görülmektedir. Buna göre eğlence kategorisinde kodlanan videoların alt konu türleri, özel günler, oyun, günlük aktivite, çekiliş, animasyon, kendin yap videoları olarak belirlenmiştir. Oyun içerikli videolar, kidfluencer ve aile bireyleri tarafından oynanan oyunlar ve challangeları; günlük aktiviteler, gezme, egzersiz, ev aktiviteleri gibi rutin eylemleri; özel günler, kültürel ve kişisel önemli günleri; kendin yap videoları ise kidfluencer tarafından gerçekleştirilen evde üretilen içerikleri barındırmakta, animasyon videoları ise video içeriğinde canlandırma unsuru kullanılan çizgi dizi görüntüleri kapsamaktadır. Ryan’s World kanalında, 142 video ile en fazla oyun içerikli video olduğu ve bunu sırasıyla günlük aktivite, özel günler, animasyon

ve kendin yap konulu videoların takip ettiği görülmektedir.⁵ Ryan's World kanalındaki oyun içerikli videolar ise aile bireyleri tarafından yapılan, üretim sürecinde bir ön hazırlığın yapıldığı gözlenen canlandırma ve hikâyelerden oluşmaktadır. Bu doğrultuda bu kategoride yer alan içeriklerin bir performans sergileme alanı olarak kullanıldığı da görülmüştür. Kanalda Halloween⁶, Christmas⁷ ve Sevgililer Günü'ne⁸ dair kültürel içerikler bulunurken ayrıca Ryan'ın doğum günü⁹ de özel günler kategorisinde yer alan bir içerik olmakta; bu içeriklerde güne özel videolar hazırlandığı görülmektedir. Animasyon videolarında ise Ryan's World kanalına ait olan hayvansal figür ya da aile bireylerinin temsillerini içeren çizimler üzerinden bir olay örgüsü/ hikâye aktarılmaktadır.

Prenses Elif kanalında eğlence türündeki videoların %66,2'sini oyun içerikleri oluşturmaktadır. Bu oyun içerikleri, aile bireyleri arasında oynanan çeşitli oyun ve challenge'ları içermektedir. Oyun içeriklerinin yanı sıra gündelik aktiviteler de Prenses Elif kanalında sıkça karşılaşılan içerik türüdür.

Geziler, alışveriş turları ve Elif'in gündelik yaşamda yaptığı birçok eylem, video içeriklerine dönüştürülmüştür. Özellikle kanalda "24 saat" ifadesiyle yer verilen içerikler¹⁰ dikkat çekicidir. Birçok video, Elif'in yatak odasında uyanmasıyla başlamaktadır. Videolar boyunca Elif'in mahremiyet alanı ihlal edilmektedir. Elif, ebeveynlerinin yönlendirmesiyle hareket etmektedir. Özel günlerle ilgili içerikler, Prenses Elif kanalında yer alan bir diğer eğlence içeriği alt türünü oluşturmaktadır. Bu içeriklerde dikkat çeken ise Elif'in annesinin Ukraynalı olmasına rağmen kanalda kutlanan tüm milli ya da kültürel bayramların Türkiye'ye özgü oluşudur. Kanalda çekilişler de yapılmaktadır. Bu çekilişlerde önem arz eden unsur ise çekiliş uygulamasının gerçekleşmesi için takipçilerin yorumuna ihtiyaç duyulması ancak YouTube'un çocuk kanallarında yorum yapmayı engelliyor olmasıdır.

⁵ Ryan's World kanalında "Kendin Yap" (Do it Yourself-DIY) içerikli videolar eğitim türündeki videolarda da bulunmaktadır. 73 adet eğitim videosunun 43'ü "kendin yap" içerikli bir temaya sahiptir. Bu bağlamda Ryan's World kanalında "kendin yap" içerikli videoların hem eğitici hem de eğlendirici işlevlerde kullanıldığı görülmektedir.

⁶ "Trick or Treating Halloween Songs for Kids with Ryan's World!!" (19.10.2020)

"Ryan and the Halloween Ghost funny Stories for Kids!!!" (21.10.2020)

⁷ "Rya in Giant Box Fort Maze Christmas Challenge and more 1 hr kids activities!" (21.12.2020)

"Ryan's Christmas Morning Opening Presents with Emma and Kate!!" (30.12.2020)

⁸ "Ryan's Valentine Day Haul with Family!!!" (15.02.2020)

⁹ "Ryan's 9th Happy Birthday at Indoor Playground and Pirate Treasure Hunt!!" (13.11.2020)

¹⁰ "Banyo 24 Saat. Elif banyoda 24 saat kalabildi mi?" (15.02.2020)

"24 saat herşey siyah Elif ile Eğlenceli challenge vlog video" (06.06.2020)

"Hotel'de 24 saat, Hotelde bir gün rutini Elif ile Eğlenceli Video.Antalya Crystal Flora Beach Hotel" (08.09.2020)

Prenseler Elif kanalı ise bu engellemeyi, Elif'in diğer sosyal medya hesaplarının kullanılmasyla ortadan kaldırmaktadır. YouTube'da duyurulan çekilişler, diğer sosyal medya hesaplarındaki yorumlarla ve beğenilerle uygulanmakta ve Elif takipçilerine hediyeler dağıtmaktadır. Bu kategorizasyonda none olarak değerlendirilen videolar ise yine Elif'in ve kardeşi Berkay'ın ağlaması konusunu içeren videolardır.

Tablo 6. Ryan's World ve Prenseler Elif Kanallarındaki Videolarda Aile Bireylerinin Bulunma Oranları

Ryan's World			Prenseler Elif		
Aile Bireyi	Bulunduğu Video Sayısı	Yüzdelerik Oran	Aile Bireyi	Bulunduğu Video Sayısı	Yüzdelerik Oran
Anne	63	%22,99	Anne	-	-
Baba	51	%18,61	Baba	8	%1,37
Kardeş	25	%9,12	-	-	-
Anne ve baba	56	%20,43	-	-	-
Çekirdek aile	54	%19,70	Çekirdek aile	548	%94,48
Büyükbaba	-	-	Büyükbaba	22	%3,79
Büyükanne	-	-	Büyükanne	3	%0,51

Tablo 6'da görüldüğü üzere Ryan's World kanalında yer alan videoların çoğunluğunda aile üyeleri bulunmaktadır. Videoların bir kısmında Ryan'ın yanı sıra anne ya da baba unsurundan sadece biri görsel ya da ses olarak bulunmaktadır. Buradan hareketle videoların 63'ünde yalnızca anne, ses ya da görsel olarak bulunurken yalnızca baba ise videoların 51'inde yer almaktadır. Ayrıca, anne ve baba birlikte 56 videoda, Ryan'ın kardeşinin de dâhil olduğu çekirdek aile ise 54 videoda birlikte görünmektedir.

Prenseler Elif kanalında Elif, yalnızca 8 videoda ekranda tek başına görünmektedir. Ancak baba, tüm videolarda olduğu gibi bu videolarda da görüntüleri çeken ve yönlendiren -sesli sunuş ve komutlarla- kişi olarak karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu 8 videonun dışındaki tüm videolarda çekirdek aile birlikte, 25 videoda ise büyükanne ve büyükbaba ile videoda yer almaktadır.

Bu bağlamda iki kanalın içerik üretimi sürecinde de ailelerin aktif rol oynayarak sharenting modelini uyguladığı görülmektedir. Ryan'ın kanalında ailesi, videoların üretilmesi ve performe edilmesi sürecinde önemli bir unsurdur. Elif'in kanalında ise baba, sadece komut veren ve yönlendiren kişi olarak yer almakta asla görüntüsünü açık etmemekte; Elif'e, Elif'in annesine ve kardeşine hangi oyunları oynayacaklarını, nasıl oynayacaklarını ve hatta ne giye-

ceklerine kadar uzanan yönlendirmeler yapmaktadır.

Bu bulgulardan hareketle iki kidfluencerin ebeveynlerinin de kanallarda aktif ve yönlendirici bir rol oynadığı söylemek gerekmektedir.

Tablo 7: *Ryan's World* ve *Prenses Elif* Kanallarında Reklam İçerikli Video Oranı

Kanal adı	Reklam içeren video sayısı	Yüzdelerik değeri
Ryan's World	69	%25,18
Prenses Elif	129	%22,24

Tablo 7'de iki kidfluencerin kanallarındaki videolarda bulunan reklam içeriklerinin sayısal değeri görülmektedir. Buna göre kanallar, reklam oranı açısından benzerlik göstermektedir ancak toplam video sayıları düşünüldüğünde Ryan's World kanalının Prenses Elif kanalından daha fazla reklam içeriğine sahip olduğu söylenebilmektedir.

Ryan's World kanalında yer alan reklam içerikli videolar, Ryan tarafından tanıtımı yapılan ürünleri kapsamaktadır. Bu ürünler içinde dikkat çekenler ise Ryan's World markasını taşıyan ürünlerdir.¹¹

Ryan's World, bir YouTube kanalı olmasının ötesinde markalaşan bir değeri ifade etmektedir. Ryan'ın 274 videosunun 110'unda kendi kanalına ait logo veya çizimleri barındıran tişörtleri giyerek performans sergilemesi buna bir örnek teşkil etmektedir. Kanalın açıklama kısmında "İncelediğimiz oyuncakların çoğu yerel yardım kuruluşlarına bağışlanıyor." ifadelerine yer verilmektedir. Tanıtılan ürünlerin sonrasında bağışlandığına vurgu yapılması, kanalda öne çıkan reklam unsurunu yumuşatıcı bir etmen olarak dikkat çekmektedir. Ayrıca yine açıklama kısmında yer "Ryan'ın Oyuncakları ve Giysileri Walmart ve Target'ta!" ifadesi ise Ryan'ın marka olarak pazarlama alanındaki yerini göstermektedir.

¹¹ "Super Spy Ryan in Giant Box Fort Maze Spy Vault vs Henchman for Golden Apple!!" (04.12.2020)

"Ryan wants to Catch Santa Claus and leave him a special gift!!!" (05.12.2020)

"Robo Combo Flood Ryan's House Pretend Play!!" (06.12.2020)

"Super Spy Ryan vs Robo Combo Laser Obstacle Challenge story!!" (11.12.2020)

Tablo 8: *Ryan’s World* ve *Prenses Elif* Kanallarındaki Reklamların Konularına Göre Dağılımı

Ryan’s World			Prenses Elif		
Reklam konusu	Video sayısı	Yüzdellik değeri	Reklam konusu	Video sayısı	Yüzdellik değeri
Oyuncak	48	%69,56	Oyuncak	45	%34,88
Turizm(otel)	-	-	Turizm(otel)	45	%34,88
Yiyecek	9	%13,04	Yiyecek	7	%5,42
Giyim	-	-	Giyim	5	%3,87
Market	-	-	Market	16	%12,40
Diğer	12	%17,39	Diğer	9	%6,97
-	-	-	Sosyal sorumluluk	3	%2,32

Tablo 8, Ryan’s World ve Prenses Elif kanallarında reklam içerikli olduğu tespit edilen videolardaki ilgili reklam ve/ veya markaların türlerini göstermektedir. Buna göre Ryan’s World kanalında en çok “oyuncak”, sonrasında sırasıyla “yiyecek” ve “diğer” şeklinde kategorize edilen ürünlerin reklamının yapıldığı görülmektedir. “Diğer” kategorisinde yer alan reklamların 9’u, Ryan’ın programının yayınlandığı Nickelodeon ve Amazon Kids+’a dair içerik barındırırken 1’i Ryan markasına özel üretilip tüketime sunulan Colgate’nin bir diş macunudur. Ayrıca 48 oyuncak tanıtımının 26’sı, Ryan’ın markasına ait oyuncak ürünlerini içermektedir. Dolayısıyla Ryan’ın bir kidfluencer olarak sadece YouTube’da içerik üretmediği, bu veriler doğrultusunda Ryan’ın bir marka olarak tüketim endüstrisine sunulduğu görülmektedir.

Prenses Elif kanalının reklam türleri kategorizasyonunda en dikkat çekici dağılım, “oyuncak” ve “otel” reklam videolarının aynı orana sahip olmasıdır. Bir çocuk kanalı olarak sunulan ancak çalışmamızda belirttiğimiz gibi, ebeveynleri tarafından maddi kazanç aracı olarak görülen kanal, tüketim piyasasına ebeveynler tarafından dâhil edilmektedir. Prenses Elif kanalındaki bu örnek, söz konusu sebep bağlamında önem arz etmektedir. “Oyuncak” ve “otel” reklamlarından sonra en fazla tanıtım, “market” ve “giyim” sektörüne yöneliktir. Kanalda yapılan yiyecek reklamları ise sağlıksız olarak nitelendirilebilecek yiyecek türlerini içermektedir. Bu tanıtımlar ise Prenses Elif kanalının hakkında açıklamasında yer alan “Her gün süt içmeyi ve iyi beslenmeyi unutmayın.” ifadesiyle bir tezatlık oluşturmaktadır.

6. Sonuç

Kidfluencerliğin, içerik üretimine ve sharenting modeline dayalı bir dijital işçilik tanımı olduğu kabulünden hareketle gerçekleştirilen bu çalışmada, Ryan's World ve Prenses Elif kanalları karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Buna göre her iki kanalın da söz konusu tanımı karşılayan içerikte olduğu bulgulanmıştır.

Her iki kanalda da çocuklar, kidfluencerlar olarak düzenli video üretiminin bir parçası hâline gelmiştir. Ryan's World kanalında her ay en az 20 video yayınlanırken Prenses Elif kanalında bu sayı 40'a ulaşmaktadır. Dolayısıyla çocuklar, kendi kanallarındaki üretimin tam zamanlı dijital işçileridir. Bunun yanı sıra ebeveynlerin, videoların yöneticileri hatta yönlendiricileri olarak neredeyse her videoda yer alışı, her iki kanalda da sharenting modelinin işlediğini göstermektedir.

Ryan's World ve Prenses Elif kanallarında çocukların gündelik yaşam pratikleri, video içerikleri olarak izleyiciye sunulmakta, çocukların özel alanları da bu içeriklere dâhil olmaktadır. Bu sebeple her iki kanalda da çocuk mahremiyetinin ihlal edilerek dijital içerik malzemesi hâline getirildiği gözlemlenmiştir.

İki kanalı içerik olarak birbirinden ayıran temel nokta eğitici ve eğlendirici içerik karşılaştırmasıdır. Buna göre Ryan's World kanalı, daha fazla eğitici içeriğe sahipken Prenses Elif kanalı ise çoğunlukla eğlenceli içerik paylaşmaktadır. Üstelik eğlence teması, sadece eğlenceli içeriğin gözlendiği videolarda değil, Elif'in ya da kardeşinin ağladığı, hastalandığı vb. durumların söz konusu olduğu videolarda da öne çıkarılmaktadır. Bu durum, videoların izlenme oranlarının yüksek olması amacının bir tezahürü olarak çocuğun duygusal durumunun göz ardı edilmesi şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

Videoların üretim biçimleri açısından da iki kanalda farklılıklar söz konusudur. Ryan's World kanalında paylaşılan videolarda, animasyonlar gibi video düzenlenmesinin gelişmiş tekniklerinin kullanıldığı görülmektedir. Prenses Elif kanalında ise bu durum söz konusu değildir.

İki kanalı konu içerikleri bağlamında ayıran bir diğer nokta ise özel gün kutlamalarıdır. Prenses Elif kanalı bu temada, Ryan's World kanalından daha fazla içeriğe sahiptir. Kanalda sıklıkla Türkiye'yi öven mesajlar, Türk tarihi ve kültürüne özgü bayramların kutlanmasına yönelik içerikler sunulmaktadır. Ancak bu noktada dikkat çeken ise Elif'in annesinin Ukraynalı oluşu ve kanalda Ukrayna kültürüne dair bir özel gün ve kutlama içeriğinin olmayışıdır.

Her iki kanalda da reklam faaliyetleri söz konusudur. Ancak Ryan's World kanalı, sıklıkla bir kidfluencer olarak Ryan'ın adını taşıyan markanın oyuncuların tanıtı-

mını yapmaktadır. Prensess Elif kanalında ise oyuncak ve otel reklamlarının sayısı aynı orandadır. Bir çocuk kanalında en fazla tanıtımı yapılan reklam içeriğinin turizm teması altında olması, çocuk emeğinin maddi yarar amacı altında sömürüldüğünün bir göstergesi olarak yorumlanmıştır.

Sonuç olarak karşılaştırmalı biçimde analiz edilen bu iki kidfluencer kanalında, içerik temaları, konuları ve üretim biçimleri bağlamında farklılar tespit edilmiş ancak sharenting modelinin uygulanışı ve çocuğun dijital işçi olarak etkin durumda yer alması noktasında benzerlik olduğu bulgulanmıştır. Çalışmamız bağlamında incelediğimiz ulusal ve uluslararası çaptaki bu iki güncel örnek, etiketlenmiş kuşağın (Oswald vd., 2016) karşı karşıya olduğu etik ihlalleri barındıran tehlikeye dikkat çekmektedir. Zira kanalları aracılığıyla yüklü miktarda kazançlar elde eden kidfluencerlar, bu özellikleriyle öncelikle bir birey ve çocuk olmaları itibarıyla sahip oldukları haklardan ve gözetilmesi yasal düzenlemelerle sabit olan “yüksek yarar” ilkesinden uzakta konumlanmaktadır. Bu sebeple sosyal ağlarda içerik üreticileri olarak yer alan çocukların “yüksek yararlarının”, ailelerinin “çıkarlarından” bağımsız ele alınmasına ve çocukların, ebeveynlerinin beklentilerinin ötesinde tanımlanan haklara sahip olmasını sağlayacak yasal düzenlemelere ve yayın politikalarına ihtiyaç duyulmaktadır.

Bunun yanı sıra çocuğun emeğinin metalaştığı ya da çocuğun kendisinin nesneleştiği ebeveyn kontrolündeki yayınlara içkin dijital sosyal normların etik tartışma alanının genişletilmesi önerilmektedir. Dijital dünyadaki zorbalık pratiklerinin özellikle çocuk yaş grubundaki riskli durumu göz önünde bulundurulduğunda, çocuğun ileriye dönük olarak sanal şiddete dayalı davranışlardan korunması gerektiği vurgulanmalıdır. Ayrıca gün geçtikçe sayısı artan ve YouTube aileleri olarak tanımlanan kullanıcıların içeriklerinde çocuğun yer alma biçimini, uğrayabileceği sosyolojik ve psikolojik zararları gözlemleyebilen denetim mekanizmalarının daha etkin hâle getirilmesi ve yeni düzenlemelerin yapılması gerekmektedir.

Kaynakça

- Abidin, C. (2015). “Micromicrocelebrity: Branding babies on the internet.” *M/C Journal*, 18(5). Doi: <https://doi.org/10.5204/mcj.1022>
- Abidin, C. (2017). “Micro-microcelebrity: famous babies and business on the internet.” *Parenting for a Digital Future* <https://blogs.lse.ac.uk/parenting4digitalfuture/2017/01/20/micro-microcelebrityfamous-babies-and-business-on-the-internet/> Erişim Tarihi: 05.02.2021
- Albayrak Sezerler, E. (2020). Sosyal medyada çocuk mahremiyeti: Ebeveynlerin Instagram'daki çocuk mahremiyetine bakış açıları. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 (39), 1211- 1226.

- Aslan, S. & Durmuş, E. (2020). Okul öncesi dönemde güncel bir ebeveyn davranışı: Sharenting. *Erken Çocukluk Çalışmaları Dergisi*, 4(1), 135-151. Doi: <http://dx.doi.org/10.24130/eccd-jecs.1967202041185>
- Atalay, G. E. (2019). Sosyal Medya ve Çocuk: "Babishko Family Fun TV" isimli YouTube kanalının eleştirel bir analizi. *Erciyes İletişim Dergisi Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu Özel Sayısı*, (1), 179-202.
- BBC, (2016). Çocuklar, Facebook'ta fotoğraflarını paylaşan ailelerine 'dava açabilir'. https://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/03/160302_facebook_ebeveynlere_uyari Erişim Tarihi: 09.01.2021
- Brosch, A. (2016). When the child is born into the internet: Sharenting as a growing trend among parents on Facebook. *The New Educational Review*. 43, 225-236.
- Callens, H. (2020). Kidfluencer marketing in the video game industry. *Interactive Entertainment Law Review*. 3 (1), 44- 54.
- Chloe Ki, C., Cuevas, M. L., Chong, M. S., Lim, H. (2020). Influencer marketing: Social media influencers as human brands attaching to followers and yielding positive marketing results by fulfilling needs. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 55, 1- 11.
- CNN. (2018). İşte Türkiye'nin en çok izlenen youtuber çocuğu: Prens Elif. <https://www.cnnturk.com/magazin/iste-turkiyenin-en-cok-izlenen-youtuber-cocugu-prens-elif> Erişim Tarihi: 09.01.2021
- Creator Academy. (2021). YouTube Kids Uygulaması. <https://creatoracademy.YouTube.com/page/lesson/kids-app?hl=tr> Erişim Tarihi: 31.01.2021
- Devran, Y. (2010). Haber, Söylem, İdeoloji. İstanbul: Başlık Yayın Grubu.
- Dursun, C. (2019). Ebeveynlerin çocuklarını sosyal medyada teşhiri: Çocuk hakları bağlamında bir değerlendirme. *Çocuk ve Medeniyet*. 195-208.
- Erişir, R.M. & Erişir, D. (2018). Yeni medya ve çocuk: Instagram özelinde "sharenting" ("paylaşanabalık") örneği. *Yeni Medya E-Dergi*. 4-5, 50-64.
- Forbes. (2020). The Highest-Paid YouTube Stars Of 2020. <https://www.forbes.com/sites/maddieberg/2020/12/18/the-highest-paid-youtube-stars-of-2020/?sh=d-6741c06e508> Erişim Tarihi: 09.01.2021
- Freberg K., Graham K., McGaughey K., Freberg L. (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. *Public Relations Review*. 37, 90-92.
- Fuchs, C. (2016). Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş. İ. Kalaycı, D. Saraçoğlu (Çev.) Ankara: Nota Bene Yayınları.
- Gazete Duvar. (2020). 8 yaşındaki youtuber'ın ailesi: büyük şirketlerden daha fazla vergi ödüyoruz. <https://www.gazeteduvar.com.tr/hayat/2020/02/01/8-yasindaki-youtuberin-ailesi-buyuk-sirketlerden-daha-fazla-vergi-oduyoruz> Erişim Tarihi:20.01.2021
- GDPR. Art.8 Conditions Applicable To Child's Consent In Relation To Information Society Services. <https://gdpr-info.eu/art-8-gdpr/> Erişim Tarihi:24.02.2021
- GDPR. Recital 38. Special Protection of Children's Personal Data. <https://gdpr-info.eu/recitals/no-38/> Erişim Tarihi: 24.02.2021
- Glucksman, M. (2017). The rise and success of social media influencer marketing on lifestyle branding: A case study of Lucie Fink. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*. 8 (2), 77- 87.

- Guardian. (2020). Ryan Kaji, 9, earns \$29.5m as this year's highest-paid youtuber. <https://www.theguardian.com/technology/2020/dec/18/ryan-kaji-9-earns-30m-as-this-years-highest-paid-youtuber> Erişim Tarihi: 10.01.2021
- İHA. (2017). BTK sosyal medya kullanma yaşlarını açıkladı. <https://www.ihha.com.tr/haber-btk-sosyal-medya-kullanma-yaslarini-acikladi-689349/>, Erişim Tarihi: 24.02.2021
- Kızılkaya, Z. Z. (2020). Sosyal medya kullanıcılarının metalaşması: Youtuberlar üzerine bir inceleme. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 35, 63- 91. DOI: 10.17829/turcom.741180
- Krippendorff, K. (2019). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. USA: Sage Publications.
- Livingstone, S. (2020). Çocuklar: Mahremiyet için Özel Bir Durum mu? Ü. Sarı (Çev.). F.Aydoğan (Ed.). *Yeni Medya Kuramları II*. (s. 51-68) içinde. İstanbul: Der Kitabevi.
- Maheshvari, S. (2019). Online and Making Thousands, at Age 4: Meet the Kidfluencers. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2019/03/01/business/media/social-media-influencers-kids.html> Erişim Tarihi: 12.02.2021
- Masterson, M. (2020). When play becomes work: Child labor laws in the era of 'Kidfluencers'. *University of Pennsylvania Law Review*, Forthcoming. <https://ssrn.com/abstract=3650376> Erişim Tarihi: 20.01.2021
- Neuendorf, K. A., & Kumar, A. (2016). Content analysis. *The International Encyclopedia of Political Communication*, 1–10. doi:10.1002/9781118541555.wbiepc065
- Nottingham, E. (2019). 'Dad! Cut that Part Out!' Children's Rights to Privacy in the Age of 'Generation Tagged': Sharenting, Digital Kidnapping and the Child Micro-Celebrity'. J. Murray, B. Blue Swadener, K. Smith (Eds.) *The Routledge International Handbook of Young Children's Rights*. Oxford: Routledge. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3602712 Erişim Tarihi: 21.01.2021
- Oswald, M., James, H., Nottingham, E. (2016) The not-so-secret life of five-year-olds: legal and ethical issues relating to disclosure of information and the depiction of children on broadcast and social media, *Journal of Media Law*, 8 (2), 198-228.
- Oswald, M., James, H., Nottingham, E., Hendry, R., Woodman, S. (2017). Have 'Generation Tagged' Lost Their Privacy? University of Winchester, UK: Bileta https://cris.winchester.ac.uk/ws/portalfiles/portal/356432/826826_Oswald_GenerationTagged_original.pdf Erişim Tarihi: 19.01.2021
- Saragoza, A. (2020). The kids are alright? the need for kidfluencer protections. *American University Journal of Gender, Social Policy & the Law*, 28(4), 575-602.
- Sekmen, M. (2019). Çocuk youTuber"larda sorunlu bir alan: Tüketim ile mahremiyetin yitimi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (4), 3566-3584.
- Sharenting. (2021). *Collins Dictionary*. <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/sharenting> Erişim Tarihi: 31.01.2021
- Sputnik. (2020). 6 yaşındaki Rus çocuk, en çok kazanan YouTube yıldızları arasında: Geliri 18.5 milyon dolar. <https://tr.sputniknews.com/yasam/202012191043434392-6-yasindaki-rus-cocuk-en-cok-kazanan-YouTube-yildizlari-arasinda-geliri-185-milyon-dolar/> Erişim Tarihi: 12.01.2021

- Strauss, A., Corbin, J. (1990). *Basics Of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures And Techniques*. USA: SAGE Publications.
- Tait, A. (2015). Is it safe to turn your children into YouTube stars?. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2015/sep/16/YouTube-stars-vlogging-child-safety-sacconejolys-katie-and-baby> Erişim Tarihi: 20.02.2021
- UNICEF. (2017). Dünya Çocuklarının Durumu 2017 “Dijital Bir Dünyada Çocuklar”. <https://www.unicef.org/turkey/media/4291/file/D%C3%BCnya%20%C3%87ocuklar%C4%B1n%C4%B1n%20Durumu%202017:%20Dijital%20bir%20D%C3%BCnyada%20%C3%87ocuklar.pdf> Erişim Tarihi: 10.02.2021
- Yay, M. (2019). *Dijital Ebeveynlik*. İstanbul: Yeşilay Yayınları.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yücel, Ö. (2013). Çocuğun yüksek (üstün) yararı bağlamında çocuğun iradesi. *Ufuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 1 (2), 11- 137.
- Wong, C. J. (2019). It’s not play if you’re making money’: How Instagram and YouTube disrupted child labor laws. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2019/apr/24/its-not-play-if-youre-making-money-how-instagram-and-youtube-disrupted-child-labor-laws> Erişim Tarihi: 27.02.2021
- Video Kaynakça**
- Prensels Elif. <https://www.YouTube.com/channel/UCLM1OpCXx90zzBld9j6ihgQ> Erişim Tarihi: 15.02.2021
- Prensels Elif. (25.01.2020). “Elif hasta oldu doktora gittik. - 3 derece Ukrayna” <https://www.YouTube.com/watch?v=ICUf8BU1JOQ> Erişim Tarihi: 15.02.2021
- Prensels Elif. (15.02.2020). “Banyo 24 Saat. Elif banyoda 24 saat kalabildi mi?” <https://www.YouTube.com/watch?v=Adfu9g0eVEk> Erişim Tarihi: 16. 02.2021
- Prensels Elif. (15.02.2020). “Elif hastalandı. Ateşi 39 derece oldu. Doktor dede ateş ölçtü . ilaç verdi” <https://www.YouTube.com/watch?v=EsR7OOTSkAo> Erişim Tarihi: 02.03.2021
- Prensels Elif. (06.08.2020). “24 saat herşey siyah Elif ile Eğlenceli challenge vlog video” <https://www.YouTube.com/watch?v=QK4D8yWIRt0> Erişim Tarihi: 25.02.2021
- Prensels Elif. (08.09.2020). “Hotel'de 24 saat, Hotelde bir gün rutini Elif ile Eğlenceli Video. Antalya Crystal Flora Beach Hotel” <https://www.YouTube.com/watch?v=z-B-3cZ4pgrg> Erişim Tarihi: 01.03.2021
- Prensels Elif. (13.09.2020). “Elif hastalandı havuz yasak Elif ile Eğlenceli Video #EvdeKal #SendeOyna #SendeYap” <https://www.YouTube.com/watch?v=q8yKwy-2cteA> Erişim Tarihi: 01.03.2021
- Ryan’s World. https://www.YouTube.com/channel/UChGJGhZ9SOOHvBB0Y4DOO_w, Erişim Tarihi: 15.02.2021
- Ryan’s World. (15.02.2020). “Ryan’s Valentine Day Haul with Family!!!!” <https://www.YouTube.com/watch?v=PDmz4VVTeMc&t=826s> Erişim Tarihi: 17.02.2021
- Ryan’s World. (19.10.2020). “Trick or Treating Halloween Songs for Kids with Ryan’s World!!” <https://www.YouTube.com/watch?v=mtCv4T8DKAo&t=30s> Erişim Tarihi: 21.02.2021
- Ryan’s World. (13.11.2020). “Ryan’s 9th Happy Birthday at Indoor Playground and Pirate Treasure Hunt!!” <https://www.YouTube.com/watch?v=-RpTWdjT-TXU&t=20s> Erişim Tarihi: 20.02.2021

- Ryan's World. (21.10.2020). "Ryan and the Halloween Ghost funny Stories for Kids!!!" <https://www.YouTube.com/watch?v=QizJWdMxtHI> Erişim Tarihi: 15.02.2021
- Ryan's World. (21.10.2020). "Rya in Giant Box Fort Maze Christmas Challenge and more 1 hr kids activities!" <https://www.YouTube.com/watch?v=U2NDxNBYAR-Y&t=19s> Erişim Tarihi: 16.02.2021
- Ryan's World. (04.12.2020). "Super Spy Ryan in Giant Box Fort Maze Spy Vault vs Henchman for Golden Apple!!" https://www.YouTube.com/watch?v=wa_niG-tZ-RM Erişim Tarihi: 20.02.2021
- Ryan's World. (05.12.2020). "Ryan wants to Catch Santa Claus and leave him a special gift!!!" https://www.YouTube.com/watch?v=NLFh4u3_1FM. Erişim Tarihi: 20.02.2021
- Ryan's World. (06.12.2020). "Robo Combo Flood Ryan's House Pretend Play!!" <https://www.YouTube.com/watch?v=8t5iJB2lhbK> Erişim Tarihi: 20.02.2021
- Ryan's World. (11.12.2020). "Super Spy Ryan vs Robo Combo Laser Obstacle Challenge story!!" <https://www.YouTube.com/watch?v=9GRybFog8M8&t=77s> Erişim Tarihi: 20.02.2021
- Ryan's World. (30.12.2020). "Ryan's Christmas Morning Opening Presents with Emma and Kate!!" https://www.YouTube.com/watch?v=dqei6acK_r0&t=451s Erişim Tarihi: 16.02.2021

Öğretmen Adaylarının Dijital Etik Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi¹

Özkan ÖZBAY* - Uğur DOĞAN**
Esmâ YILDIZ*** - Süleyman Sadi SEFEROĞLU****

Öz

Bilişim teknolojileri insanlara birçok fırsat sunmakla birlikte önümüzdeki yıllarda etkileri daha da belirgin hâle gelebilecek bazı etik sorunları da ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle gelecek nesilleri yarına hazırlamada önemli bir rol üstlenen öğretmenlerin, dijital etik konusunda yeterli bilgiye sahip, bilişim teknolojilerini etik kullanan iyi birer dijital vatandaş olmaları gerekmektedir. Bu araştırmada öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri bazı değişkenler açısından incelenmiştir. Araştırma kesitsel tarama modelinde desenlenmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu farklı devlet üniversitelerinin eğitim fakültelerinde öğrenim gören toplam 221 öğretmen adayı oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak "Kişisel Bilgi Formu" ve "Bilgi ve İletişim Teknolojileri Etiği Ölçeği" kullanılmıştır. Verilerin analizi sonucunda öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin; cinsiyet, bölüm, internet kullanma becerisi, bilişim etiğine ilişkin daha önce ders, kurs veya seminere katılma durumu, bilişim suçları ve cezalarına ilişkin bilgi düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Araştırma sonucuna göre öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bilgi ve İletişim Teknolojileri, Dijital Etik, Etik Olmayan Davranışlar, Öğretmen Adayları, Bilgisayar Etiği

*Öğr. Görevlisi, Artvin Çoruh Ünv., Uzaktan Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi, ozkanozbay@hacettepe.edu.tr

**Öğr. Görevlisi, Sakarya Uyg. Bilimler Ünv., Uzaktan Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi, ugurdogan2626@gmail.com

*** Arş. Görevlisi, Amasya Ünv., Eğt. Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü, esma.yildiz@amasya.edu.tr

**** Prof. Dr., Hacettepe Ünv., Eğt. Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü, sadi@hacettepe.edu.tr

¹ Bu çalışmanın bir kısmı 30 Ekim-01 Kasım 2019 tarihleri arasında düzenlenen 7. Uluslararası Öğretim Teknolojileri ve Öğretmen Eğitimi Sempozyumu'nda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 10.04.2021

Kabul Tarihi: 24.05.2021

ORCID ID: 0000-0001-7754-2594 DOI: 10.37679/trta.913015

ORCID ID: 0000-0002-1729-6763

ORCID ID: 0000-0002-0916-9924

ORCID ID: 0000-0002-5010-484X

Investigation of Pre-service Teachers' Digital Ethics Levels in Terms of Some Variables

Özkan ÖZBAY - Uğur DOĞAN
Esmâ YILDIZ - Süleyman Sadi SEFEROĞLU

Abstract

Information technologies offer many opportunities to people. However, they cause some ethical problems whose impacts may become more apparent in the coming years. Thus teachers, who play a key role in preparing the posterity to the future, are expected to be good digital citizens who have adequate information on digital ethics and are competent in the ethical use of information technologies. In this research, pre-service teachers' ethical use levels of information technologies were examined in terms of some variables. The research was designed in a cross-sectional survey. The study group comprised a total of 221 pre-service teachers studying in faculties of education in different state universities. In the research, the "Personal Information Form" and "Information and Communication Technologies Ethics Scale" were used as data collection tools. As a result of data analysis, it was determined that the pre-service teachers' ethical use level of information technologies showed a statistically significant difference according to their gender, department, the skill of using the internet, state of having previously participated in a course or seminar regarding digital ethics, and their knowledge level of cyber-crimes and law enforcement. According to the research result, it was concluded that the pre-service teachers had a high ethical use level of information technologies.

Keywords: Information and Communication Technologies, Digital Ethics, Unethical Behavior, Pre-Service Teachers, Computer Ethics

Research Paper

Received: 10.04.2021

Accepted: 24.05.2021

1. Giriş

Bilişim teknolojilerinin yayılmasının getirdiği sosyal, kültürel, ekonomik ve politik değişimler hayatımızın her alanını etkileyerek iletişimden alışverişe, çalışma şekline öğrenmeye kadar birçok alışkanlığımızın değişmesine yol açmıştır (Meyers, Erickson ve Small, 2013). Bu değişim beraberinde dijital vatandaşlık, dijital yerli, dijital göçmen, dijital etik, dijital okuryazarlık ve dijital uçurum gibi toplum yaşamında önemli hâle gelen bazı kavramları ortaya çıkarmıştır (Buchholz, DeHart ve Moorman, 2020; Chen, Mirpuri, Rao ve Law, 2021; Gilster, 1997; Mossberger, Tolbert ve McNeal, 2007; NTAI, 1999; Prensky, 2001). Bu bağlamda dijital çağa ayak uydurma da önemli hâle gelen bu kavramların ileride daha da önem kazanacak olmasından dolayı bireyler tarafından en iyi biçimde bilinmesi ve özümsemesi gerekmektedir.

Toplumun yapısal unsurlarını etkileyen, temel ve geri dönülemez değişimlere yol açan yeni teknolojilerin hayatımıza getirdiği dijitalleşmeden dolayı öncelikle dijital vatandaşlık becerilerinin bireylere kazandırılması gerekmektedir (Gazi, 2016; Hollandsworth, Donovan ve Welch, 2017). Dijital vatandaşlık; birbirine bağlı dijital dünyada yaşayan, öğrenme, çalışma hak ve sorumluluklarını bilen, güvenli, yasal ve etik yollarla hareket edip model olan vatandaş olarak tanımlanmaktadır (ISTE, 2016). Dijital vatandaşlık kavramı; dijital erişim, dijital ticaret, dijital iletişim, dijital okuryazarlık, dijital görgü, dijital kanun, dijital haklar ve sorumluluklar, dijital sağlık ve dijital güvenlik olmak üzere 9 alt boyutu da beraberinde getirmektedir (Ribble, 2015). Ancak bu 9 alt boyutun yanı sıra dijital vatandaşlar olarak bilişim teknolojilerden en iyi şekilde yararlanılabilmesi, yeni teknolojilerin geliştirilmesine, uygulanmasına ve denetlenmesine rehberlik edebilecek etik ilkelerle mümkündür. Bu nedenle bilişim teknolojilerinin etik kullanımının da dikkate alınması gerekmektedir.

Bilişim teknolojilerinin kullanımının her açıdan doğru işlediğine duyulan güven toplum için zararlı olabilecek bazı sonuçların ön görülememesine neden olmaktadır. Hiçbir teknolojinin bazı sapmalar sergilemeden mükemmel tasarlanması mümkün değildir (Johnson ve Miller, 2009; Marshall, 1999; Moor, 2004). Bilişim teknolojilerinin kullanımında ise bu sapmaların başında etik sorunlar gelmektedir. Bu nedenle bilişim teknolojilerinin etik açıdan toplum üzerindeki olumsuz etkisini ortadan kaldırmaya yönelik dijital etik ilkelerine ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak diğer alanlara kıyasla bilişim teknolojilerinin doğası gereği sürekli olarak yeni gelişmelere ayak uydurması ve yeni değerlerin ortaya çıkarılması gerektiğinden etik ilkelerin belirlenmesi daha güçtür. Dijital hayattaki etik anlayışımızın gerçek hayattan farklı ve gerçek hayatla benzer olan yanlarının ortaya çıkarılması, yeni etik sorunların varlığına yönelik yeni etik çözümlerin geliştirilmesini gerektirmektedir (Friedman, 1997; Mason, 1986; Moor, 2005). Bu nedenle dijital etik ilkeler, bilişim teknolojilerinin

topluma olan zararlarını azaltırken faydalarını koruyacak biçimde belirlenmelidir. Alanyazında yer alan çalışmalar dijital etik ilkelerinin oluşturulmasında genel olarak fikri mülkiyet, gizlilik, erişim ve doğruluk konularına odaklanmışlardır (Floridi, 2001; Freeman ve Peace, 2005; Mason, 1986; Morgan ve Morgan, 2008). Bu çalışmaların yanı sıra bilgisayarların toplumsal etkileri, güvenlik, kalite, bilgi ve ağ doğruluğu konularına da odaklanan çalışmalar mevcuttur (Dedeoğlu, 2006; Johnson, 1985, Namlu ve Odabaşı, 2007).

Günümüz dünyasında bilişim teknolojilerini etkin bir şekilde kullanan her bireyin dijital etik ilkelerine uymasının 21. yüzyılın temel becerilerinden biri olduğu ifade edilmektedir (Mason, 1986; Moor, 1985; Snyder, 2012). Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2020 yılında gerçekleştirmiş olduğu 16-74 yaş grubundaki bireylerin "bilişim teknolojileri kullanım araştırması" incelendiğinde, internet kullanan bireylerin interneti kişisel kullanma amaçlarının; e-posta gönderme/alma, internet üzerinden telefon veya webcam ile görüşme, sosyal medya üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme, fotoğraf vb. içerik paylaşma, mesajlaşma, çevrim içi haber okuma, sağlıkla ilgili bilgi arama, mal ve hizmetler hakkında bilgi arama olduğu ifade edilmiştir. Bunlara, web siteleri aracılığıyla görüş paylaşma, toplumsal veya siyasal bir konuda çevrim içi bir oylamaya katılma, iş arama ya da iş başvurusu yapma, kendi oluşturdukları metin, fotoğraf, müzik, video, yazılım vb. içerikleri herhangi bir web sitesine paylaşmak üzere yükleme, müzik dinleme, mal veya hizmet satışı ve internet bankacılığı ilave olarak belirtilebilir. TÜİK'in (2020) "Hanelerde bilişim teknolojileri kullanımını araştırmasında" ise internet kullanımının ülke genelinde %79'a yükseldiği tespit edilmiştir. TÜİK araştırmaları da dikkate alındığında dijital hayatın etkin birer üyesi olan bireylerin bilişim teknolojilerinin sahip olduğu tüm avantajlarından en iyi şekilde yararlanmak istedikleri görülmektedir. Ancak bilişim teknolojileri topluma birçok fayda sağlıyor olsa da asıl odaklanılması gereken nokta bilişim teknolojilerinin topluma zarar vermeyecek biçimde etik kullanılmasıdır (Moor, 1985; Moor, 2005). Bu nedenle bireylere bilişim teknolojilerini kullanırken dijital etik ilkelerine uygun davranışlar sergilemelerini sağlayacak etik duyarlılık ve farkındalığın kazandırılması gerekmektedir (Moor, 1985).

Toplumun şekillenmesinde önemli bir yere sahip olan öğretmenlerin bilişim teknolojilerini kullanırken güvenilir bilgi ve kaynaklara ulaşabilen, doğru biçimde alıntı yapabilen, fikri mülkiyetleri koruyabilen, kendi dijital kaynaklarını üretebilen, başkalarının kültürel farklılıkları ve haklarına saygı gösterebilen dijital etik ilkelerini benimsemiş iyi birer eğitimci olmaları beklenmektedir (Instefjord ve Munthe, 2017; Kelentrić, Helland ve Arstorp, 2017; Lund, Furberg, Bakken ve Engeliën, 2014). Alanyazında yapılan çalışmalar, öğretmen adaylarının dijital etiğe ilişkin yeterlilikle-

rinin geliştirilmesi gerektiğini, dijital etiğin öğretmen eğitiminde dijital yeterlilikler kapsamında geliştirilebilecek bir alan olduğunu ve dijital etik eğitiminin sadece öğretmen eğitiminde değil genel olarak eğitimin her kademesinde bir eksiklik olduğunu belirtmektedir (Kuzu, 2009; Luke, 2018; Pérez Garcias ve Marín, 2016).

1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Hayatın her aşamasında bilişim teknolojilerini kullanan bireylerin, birer dijital vatandaş olarak bilişim teknolojilerini dijital vatandaşlığı gerektirdiği ölçüde kullanma yetkinliklerine sahip olması gerekmektedir (Ribble, Bailey ve Ross, 2004). Bu açıdan öğrenme ve öğretme sürecinin temel öğelerinden biri olan öğretmenlere, öğrencilere bilişim teknolojilerinin doğru ve etik kullanılmasının aşılabilmesi konusunda önemli sorumluluklar düşmektedir. Gelecek nesli dijital çağa hazırlaması beklenen öğretmenlerin uygun öğrenme ortamlarını tasarlayıp geliştirebilmeleri ve dijital vatandaşlıkta öğrencilere rol model olmaları beklenmektedir (ISTE, 2017).

Bilişim teknolojileriyle yoğun bir etkileşim içinde bulunan günümüz öğrencilerinin, dijital etiğe ilişkin yeterliklerinin erken yaşlardan itibaren geliştirilmesine yönelik çabalar gelecekteki olası problemleri de önleyebilecektir (Çelen ve Seferoğlu, 2016; Sivin ve Bialo, 1992). Bu bağlamda gelecekte yeni nesli yetiştirecek olan öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerinin etik kullanımını konusundaki nitelikleri önem kazanmaktadır. Alanyazında öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerini araştıran çalışmaların az olması bu çalışmanın önemini artırmaktadır.

Bu doğrultuda bu araştırmanın amacı öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerini belirlemektir. Bu amaçla öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri çeşitli değişkenler açısından incelenmiştir. Bu amaca ulaşmak için aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri nasıldır?
2. Öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri cinsiyete göre farklılaşmakta mıdır?
3. Öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri yaşa göre farklılaşmakta mıdır?
4. Öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri bölüme göre farklılaşmakta mıdır?
5. Öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri internet kullanma sıklığına göre farklılaşmakta mıdır?

6. Öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri internet kullanma becerisine göre farklılaşmakta mıdır?
7. Öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri bilişim etiğine ilişkin daha önce ders, kurs veya seminere katılma durumuna göre farklılaşmakta mıdır?
8. Öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri bilişim suçları ve cezalarına ilişkin bilgi düzeyine göre farklılaşmakta mıdır?

2. Yöntem

Öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerini belirlenen değişkenler açısından incelemeyi amaçlayan bu araştırma kesitsel tarama modelinde desenlenmiştir. Kesitsel tarama araştırmaları; belirli bir örnekleme, belirli bir zamanda, belirli bir konunun sıklığının veya düzeyinin belirlenmesinde kullanılır (Fraenkel, Wallen ve Hyun, 2011). Bu araştırmada öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri; cinsiyet, yaş, bölüm, internet kullanma beceri ve sıklığı, bilişim etiğine ilişkin daha önce ders, kurs veya seminere katılma durumu, bilişim suç ve cezalarına ilişkin bilgi düzeyi değişkenleri açısından incelenmiştir.

2.1. Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubunu farklı devlet üniversitelerinin eğitim fakültelerinde öğrenim görmekte olan öğretmen adayları oluşturmaktadır. Çalışmada 167'si kadın (%75.6), 54'ü erkek (%24.4) olmak üzere toplam 221 öğretmen adayına ulaşılmıştır. Katılımcılara çevrim içi ortam üzerinden ulaşılmıştır. Bu süreçte çeşitli eğitim fakültelerinden öğretim elemanlarına veri toplama formları yollanarak öğretmen adaylarına bu formları doldurtmaları konusunda destek talep edilmiştir. Katılımın gönüllülük esasına dayandığı araştırmada çalışma grubunda yer alan öğretmen adaylarına ilişkin dağılımlar Tablo 1'deki gibidir.

Tablo 1. Katılımcıların Cinsiyet ve Öğrenim Gördükleri Bölüme Göre Dağılımları

Katılımcıların Bölümleri	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın		f	%
	f	%	f	%		
Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi	8	14.8	13	7.8	21	9.50
Fen Bilgisi Öğretmenliği	13	24.1	38	22.7	51	23.09
İlköğretim Matematik Öğretmenliği	4	7.4	17	10.2	21	9.50

Sınıf Öğretmenliği	10	18.5	55	32.9	65	29.41
Sosyal Bilgiler Öğretmenliği	9	16.7	13	7.8	22	9.95
Türkçe Öğretmenliği	10	18.5	31	18.6	41	18.55
Toplam	54	100.0	167	100.0	221	100.0

Araştırmaya katılan 221 öğretmen adayından 21'i Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi (BÖTE) (%9.50), 51'i Fen Bilgisi Öğretmenliği (%23.09), 21'i İlköğretim Matematik Öğretmenliği (%9.50), 65'i Sınıf Öğretmenliği (%29.41), 22'i Sosyal Bilgiler Öğretmenliği (%9.95), 41'i Türkçe Öğretmenliği (%18.55) bölümünde öğrenim görmektedir.

2.2. Verilerin Toplanması

Bu araştırmada iki adet veri toplama aracı kullanılmıştır. İlk veri toplama aracı araştırmacılar tarafından hazırlanan "Kişisel Bilgi Formu"dur. İkinci veri toplama aracı ise "Bilgi ve İletişim Teknolojileri Etiği Ölçeği" başlıklı bir ölçektir. Veri toplama araçları araştırmacılar tarafından Google Formlar kullanılarak oluşturulmuştur. Oluşturulan form eğitim fakültelerinde derse giren öğretim elemanlarına ulaştırılmış ve öğretim elemanlarının gözetiminde öğrencilerin bilgisayar veya cep telefonu aracılığıyla doldurmaları sağlanmıştır.

Kişisel Bilgi Formu: Bu form, öğretmen adaylarının; cinsiyet, yaş, üniversite, fakülte/yüksekokul, bölüm, sınıf, internet kullanma becerisi, günlük internet kullanma sıklığı, bilişim etiğine ilişkin kurs, ders veya seminer alıp almadığı, bilişim suçları ve cezalarına ilişkin bilgi düzeyinin sorulduğu 10 maddeden oluşmaktadır.

Bilgi ve İletişim Teknolojileri Etiği Ölçeği: Öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerini belirlemek amacıyla Torun (2014) tarafından geliştirilen Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) kullanımında karşılaşılan etik olmayan davranışların ortaya çıkarılmaya çalışıldığı "Bilgi ve İletişim Teknolojileri Etiği Ölçeği" kullanılmıştır. Bu ölçek (1) ile (7) arasında değişen yedili likert tipinde hazırlanmış olup 28 maddeden oluşmaktadır. Ölçekte yer verilen maddelerin her biri BİT kullanımında sergilenen etik olmayan davranışları ifade etmektedir. Bu davranışlar, ilgili alanyazın incelenerek (1) Doğruluk, (2) Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Toplumsal Etkileri, (3) Telif Hakları ve (4) Güven olmak üzere dört boyut altında yer almaktadır. Torun (2014) tarafından ölçeğin güvenilirliği için kullanılan Cronbach Alfa değeri tüm ölçek için 0.937 olarak hesaplanmıştır. Bu araştırmada ise ölçeğin güvenilirliği için kullanılan Cronbach Alfa değeri tüm ölçek için 0.740 olarak hesaplanmıştır. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 28, en yüksek puan

ise 196'dır. Ölçekten alınan puan arttıkça bilişim teknolojilerinin etik dışı kullanımı da artmaktadır.

2.3. Verilerin Analizi

Bu araştırmada elde edilen veriler SPSS-21 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Veriler tanımlayıcı ve çıkarımsal istatistik kapsamında ele alınmıştır. Öğretmen adaylarının cinsiyet, yaş, bölüm, internet kullanma sıklığı, internet kullanma becerisi, bilişim etiğine ilişkin daha önce ders, kurs veya seminere katılma durumu, bilişim suçları ve cezalarına ilişkin bilgi düzeyi bağımsız değişkenleri ile bilişim teknolojilerini etik kullanma düzeyleri bağımlı değişkenine ilişkin ortalama puan ve standart sapmalar dikkate alınarak bağımsız örneklem t-testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) Mann-Whitney U testi ve Kruskal-Wallis H testi yapılmıştır. Analizler yapılmadan önce ilgili analizlerin varsayımları test edilmiştir. İstatistiksel anlamlılık düzeyi $p < 0.05$ olarak kabul edilmiştir.

3. Bulgular

Bulgular bu araştırmanın amacı doğrultusunda belirlenen araştırma sorularını ayrı ayrı cevaplandırılacak şekilde sunulmuştur. Bu bağlamda aşağıda her bir araştırma sorusu ile ilgili olarak istatistiksel tekniklerle yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

3.1. Öğretmen Adaylarının Bilişim Teknolojilerini Etik Kullanım Düzeyleri

Bu araştırmanın ilk araştırma sorusu "Öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri nasıldır?" şeklinde belirlenmiştir. Bu soruya yanıt bulmak için 221 öğretmen adayının Bilgi ve İletişim Teknolojileri Etiği Ölçeğine verdikleri cevaplar betimsel olarak incelenmiştir. Bu soruya ilişkin analiz sonuçları Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Ölçek Maddelerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerlerinin Dağılımı

Bilgi ve İletişim Teknolojileri Etiği Ölçeğinin Maddeleri	\bar{X}	SS
1. Kopya yazılım kullanmak	1.56	1.10
2. Lisans/şifre kırma programları kullanmak	1.52	1.20
3. Ödev hazırlayan sitelere ödev yaptırmak	1.74	1.30
4. Lisanslı ürünleri sahibinden izin almadan kullanmak	1.38	0.86
5. Korsan CD ve DVD çoğaltıp satmak	1.21	0.68
6. İnternet üzerinden müzik dosyaları indirmek, çoğaltmak ve dağıtmak	2.76	1.96
7. İnterneti gerçek dışı bilgileri yaymak için kullanmak	1.08	0.39
8. İnternet bankacılığı kullanan kişilerin hesap bilgilerinin ele geçirmeye çalışmak	1.05	0.29

9. Sanal ortamda insanları maddi olarak zor duruma sokmaya çalışmak	1.03	0.20
10. Web sitesi yöneticilerinin kayıtlı kullanıcı bilgilerini izinsiz olarak başkalarına dağıtması	1.03	0.17
11. Alınan bir e-postayı sahibinden izinsiz genele açık bir ortama göndermek	1.05	0.22
12. Başkalarına ait kayıtlı dosyalara izinsiz ulaşmak	1.05	0.22
13. İnternet aracılığıyla diğer kullanıcıların bilgisayarlarına saldırıda bulunmak	1.03	0.22
14. Kasıtlı olarak virüs göndermek	1.03	0.18
15. Maddi çıkar ve reklam amaçlı zincir e-posta göndermek	1.14	0.64
16. Sipariş üzerine hazırlanan bir siteye site sahibinin isteği dışında gizli bağlantı ve içerik eklemek	1.03	0.16
17. Başkalarına ait kimlik bilgilerini silmeye çalışmak	1.02	0.14
18. Özel bilgileri ele geçirmeye yarayan yazılımları ağ üzerinden gönderip yaymak	1.04	0.22
19. Başkalarının geliştirdiği yazılımları küçük değişikliklerle kendininmiş gibi göstermek	1.05	0.21
20. Başkalarına ait yayınları kaynak göstermeden kendininmiş gibi kullanmak	1.10	0.49
21. Sanal topluluklara üye olurken kendini doğru ve olduğu gibi tanıtmamak	1.36	0.95
22. Başkalarının e-posta şifrelerini ele geçirmeye çalışmak	1.05	0.30
23. Başkalarının web sitelerini çöktürmeye çalışmak	1.06	0.28
24. İnternet üzerinden kişilere zarar veren propaganda yapmak	1.05	0.29
25. Yazılım lisanslarını internet üzerinden yayımlamak	1.22	0.68
26. Programlar kullanarak internet üzerinden oynanan oyunlarda hile yapmak	1.22	0.75
27. Uydu aracılığıyla dosya transferi yapan veri kanallarına gizlice sızarak yüksek hızda dosya indirmek	1.15	0.62
28. Şifre ile korunan internet ağlarının kullanıcı adı ve şifrelerini ele geçirip izinsiz olarak internete bağlanmak	1.10	0.46
Genel Ortalama ve Standart Sapma	1.21	0.24

Ölçekteki maddeleri Tablo 2’de yer alan ölçek genel ortalama (= 1.21) ve standart sapma (SS= 0.24) değerleri göz önünde bulundurularak incelenmiştir. Bu verilere göre başkalarına ait kimlik bilgilerini silmeye çalışmak (= 1.02) en düşük puan ortalamasına sahip maddedir. İnternet üzerinden müzik dosyaları indirmek, çoğaltmak ve dağıtmak (=2.76), ödev hazırlayan sitelere ödev yaptırmak (=1.74) maddeleri ise en yüksek puan ortalamasına sahip maddelerdir. Puanın artması etik dışı kullanımın arttığını gösterirken puanın azalması etik dışı kullanımın azaldığını göstermektedir.

3.2. Öğretmen Adaylarının Bilişim Teknolojilerini Etik Kullanım Düzeylerinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu

Bu araştırmanın ikinci araştırma sorusu “Öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri cinsiyete göre farklılaşmakta mıdır?” şeklinde belirlenmiştir.

Tablo 3. Bilişim Teknolojilerini Etik Kullanım Düzeylerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Gruplar	n	\bar{X}	SS	t	p	Sd	d
Kadın	167	1.19	0.21	2.32	0.02	219	0.34
Erkek	54	1.28	0.32				

Tablo 3'te yer alan öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin cinsiyete göre değişip değişmediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan bağımsız örneklem için t testi sonucunda kadınların ortalamasının ($=1.19$), erkeklerin ortalamasından ($=1.28$) anlamlı olarak daha düşük olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Hesaplanan etki büyüklüğü ($d=0.34$) farkın orta düzeyde olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda kadın öğretmen adaylarının erkek öğretmen adaylarına göre bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri daha yüksektir.

3.3. Öğretmen Adaylarının Bilişim Teknolojilerini Etik Kullanım Düzeylerinin Yaşa Göre Farklılaşma Durumu

Bu araştırmanın üçüncü araştırma sorusu "Öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri yaşa göre farklılaşmakta mıdır?" şeklinde belirlenmiştir.

Tablo 4. Bilişim Teknolojilerini Etik Kullanım Düzeylerinin Yaşa Göre Karşılaştırılması

Yaş Aralığı	n	Sıra Ortalamaları	χ^2	Sd	p
(1) 17-19	16	121.97	3.35	3	0.34
(2) 20-22	159	109.04			
(3) 23-25	31	103.45			
(4) 25 ve üstü	15	135.67			

Tablo 4'te yer alan öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin yaşa göre değişip değişmediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan Kruskal-Wallis H testi sonucunda öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin yaşa göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p>0.05$).

3.4. Öğretmen Adaylarının Bilişim Teknolojilerini Etik Kullanım Düzeylerinin Bölüme Göre Farklılaşma Durumu

Bu araştırmanın dördüncü araştırma sorusu "Öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri bölüme göre farklılaşmakta mıdır?" şeklinde belirlenmiştir.

Tablo 5. Bilişim Teknolojilerini Etik Kullanım Düzeylerinin Bölüme Göre Karşılaştırılması

Bölümler	n	Sıra Ortalamaları	x^2	Sd	p
(1) BÖTE*	21	151.86	13.39	5	0.02
(2) Fen Bilgisi Öğretmenliği	51	101.60			
(3) Sınıf Öğretmenliği	65	108.44			
(4) Türkçe Öğretmenliği	41	100.71			
(5) Sosyal Bilgiler Öğretmenliği	22	102.32			
(6) İlköğretim Matematik Öğretmenliği	21	130.10			

*1>2=3=4=5

Tablo 5’te yer alan öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin bölüme göre değişip değişmediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan Kruskal-Wallis H testi sonucunda öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin bölüme göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($x^2 = 13.39$, $p < 0.05$). Bu anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Post HOC (LSD) testi sonucunda farkın; “BÖTE – Fen Bilgisi Öğretmenliği”, “BÖTE – Sınıf Öğretmenliği”, “BÖTE – Türkçe Öğretmenliği”, “BÖTE – Sosyal Bilgiler Öğretmenliği” bölümleri arasında olduğu belirlenmiştir. BÖTE bölümünde öğrenim gören öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri Fen Bilgisi, Sınıf, Türkçe ve Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümlerinde öğrenim gören öğretmen adaylarına göre daha düşüktür.

3.5. Öğretmen Adaylarının Bilişim Teknolojilerini Etik Kullanım Düzeylerinin İnternet Kullanma Sıklığına Göre Farklılaşma Durumu

Bu araştırmanın beşinci araştırma sorusu “Öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri internet kullanma sıklığına göre farklılaşmakta mıdır?” şeklinde belirlenmiştir.

Tablo 6. Bilişim Teknolojilerini Etik Kullanım Düzeylerinin İnternet Kullanma Sıklığına Göre Karşılaştırılması

İnternet Kullanma Sıklığı	n	\bar{X}	SS	F	p
(1) 1-3 saat	78	1.46	1.11	1.94	0.12
(2) 4-6 saat	89	1.43	0.91		
(3) 7-9 saat	41	1.48	0.97		
(4) 10 ve üzeri	13	1.77	0.67		

Öğretmen adaylarının internet kullanma sıklığı günlük internet kullanım süresi üzerinden ele alınmıştır. Tablo 6'da yer alan öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin internet kullanma sıklığına göre değişip değişmediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin internet kullanma sıklığına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($F= 1.94, p> 0.05$).

3.6. Öğretmen Adaylarının Bilişim Teknolojilerini Etik Kullanım Düzeylerinin İnternet Kullanma Becerisine Göre Farklılaşma Durumu

Bu araştırmanın altıncı araştırma sorusu "Öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri internet kullanma becerisine göre farklılaşmakta mıdır?" şeklinde belirlenmiştir.

Tablo 7. Bilişim Teknolojilerini Etik Kullanım Düzeylerinin İnternet Kullanma Becerisine Göre Karşılaştırılması

İnternet Kullanma Becerisi	n	Sıra Ortalamaları	χ^2	Sd	p
(1) Düşük*	52	109.14	6.29	2	0.04
(2) Orta	114	103.12			
(3) Yüksek	55	129.08			

*1=2<3

Tablo 7'de yer alan öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin internet kullanma becerisine göre değişip değişmediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan Kruskal-Wallis H testi sonucunda öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin internet kullanma becerisine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($\chi^2= 6.29, p< 0.05$). Bu anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenmesi için yapılan Post HOC (LSD) testi sonucunda farkın; internet kullanma becerisi orta olanlar ile internet kullanma becerisi yüksek olanlar arasında olduğu belirlenmiştir. İnternet kullanma becerisi yüksek olan öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri, internet kullanma becerisi orta olan öğretmen adaylarına göre daha düşüktür.

3.7. Öğretmen Adaylarının Bilişim Teknolojilerini Etik Kullanım Düzeylerinin Bilişim Etiğine İlişkin Daha Önce Ders, Kurs veya Seminere Katılmalarına Göre Farklılaşma Durumu

Bu araştırmanın yedinci araştırma sorusu "Öğretmen adaylarının bilişim tekno-

lojilerini etik kullanım düzeyleri bilişim etiğine ilişkin daha önce ders, kurs veya seminere katılma durumuna göre farklılaşmakta mıdır?” şeklinde belirlenmiştir.

Tablo 8. Bilişim Teknolojilerini Etik Kullanım Düzeylerinin Bilişim Etiğine İlişkin Daha Önce Ders, Kurs veya Seminere Katılma Durumuna Göre Karşılaştırılması

Bilişim etiğine ilişkin daha önce ders, kurs veya seminere katılma durumu	n	Sıra Ortalamaları	Mann Whitney U Testi	Z	p
Evet	92	100.36	4561.0	2.96	0.00
Hayır	129	125.92			

Tablo 8’de yer alan öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin bilişim etiğine ilişkin daha önce ders, kurs veya seminere katılma durumuna göre değişip değişmediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan Mann Whitney U testi sonucunda bilişim etiğine ilişkin daha önce ders, kurs veya seminere katılanların sıra ortalamasının (100.36), katılmayanların sıra ortalamasına (125.92) göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p < 0.05$). Bilişim etiğine ilişkin daha önce ders, kurs veya seminere katılan öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri, katılmayan öğretmen adaylarına göre daha yüksektir.

3.8. Öğretmen Adaylarının Bilişim Teknolojilerini Etik Kullanım Düzeylerinin Bilişim Suçları ve Cezalarına İlişkin Bilgi Düzeyine Göre Farklılaşma Durumu

Bu araştırmanın sekizinci araştırma sorusu “Öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri bilişim suçları ve cezalarına ilişkin bilgi düzeyine göre farklılaşmakta mıdır?” şeklinde belirlenmiştir.

Tablo 9. Bilişim Teknolojilerini Etik Kullanım Düzeylerinin Bilişim Suçları ve Cezalarına İlişkin Bilgi Düzeyine Göre Karşılaştırılması

Bilişim Suçları ve Cezalarına İlişkin Bilgi Düzeyi	n	Sıra Ortalamaları	χ^2	Sd	p
(1) Düşük *	89	139.50	6.89	2	0.03
(2) Orta	103	108.17			
(3) Yüksek	29	104.99			

*1>2>3

Tablo 9’da yer alan öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin bilişim suçları ve cezalarına ilişkin bilgi düzeyine göre değişip değişmediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan Kruskal-Wallis H testi sonucunda öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin bilişim suçları ve ce-

zalarına ilişkin bilgi düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($x^2= 6.89$, $p<0.05$). Bu anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenmesi için yapılan Post HOC (LSD) testi sonucunda farkın; bilişim suçları ve cezalarına ilişkin bilgi düzeyi “Düşük ve Orta”, “Düşük ve Yüksek” olanlar arasında olduğu belirlenmiştir. Bilişim suçları ve cezalarına ilişkin bilgi düzeyi “Düşük” olan öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri “Orta” ve “Yüksek” olan öğretmen adaylarına göre daha düşüktür.

4. Tartışma ve Sonuç

Dijital ortamlarda bireylerin karşılaştığı sorunların başında etik dışı davranışlar gelmektedir. Bireylerin birçoğu bilişim teknolojilerini kullanırken bilerek ya da bilmeyerek dijital ortamlarda etik dışı davranışlar sergilemektedirler (Luke, 2018). Bu nedenle bilişim teknolojilerinin etik kullanımı gün geçtikçe önem kazanmaktadır (Wang, Wang ve Wang, 2020). Bu çalışmada, öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri belirlenen bazı değişkenler açısından incelenmiştir. Öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri; cinsiyet, bölüm, internet kullanma becerisi, bilişim etiğine ilişkin daha önce ders, kurs veya seminere katılma durumu, bilişim suçları ve cezalarına ilişkin bilgi düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermekte; yaş, internet kullanma sıklığına göre ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Araştırma sonucunda öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeyleri yüksek çıkmıştır. Diğer bir değişle öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini kullanırken düşük düzeyde ($= 1.21$) etik dışı davranışlar sergiledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Eğitim-öğretim faaliyetlerinin gün geçtikçe dijital ortamlara taşınması öğretmen ve öğrencilerin bu ortamların sunduğu fırsatlardan yararlanırken ortaya çıkabilecek etik problemlere de dikkat etmelerini zorunlu kılmaktadır (Claro, Salinas, Cabello-Hutt, San Martín, Preiss, Valenzuela, ve Jara, 2018). Özellikle küçük yaşta çocuklar bilişim teknolojilerini kullanma davranışlarını çoğunlukla akranlarını, ebeveynlerini ya da öğretmenlerini taklit ederek öğrenmeye çalışırlar. Taklit ettikleri bu davranışların doğru ya da yanlış olduğunu tam olarak bilmediklerinden dolayı sergiledikleri davranışların uygun ve kabul edilebilir olduğunu düşünebilirler (Claro vd., 2018). Ebeveynlerin birçoğunun bilişim teknolojilerinin etik kullanımına ilişkin yeterli bilgi düzeyine sahip olmadıkları dikkate alındığında ebeveynlerin çocuklarına uygun örnek olamadıkları söylenebilir (Ribble, 2015). Bu nedenle öğretmenlerin bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin yüksek olması öğrenciler tarafından dijital etik ilkelerinin benimsenmesinde daha etkili olacaktır (Kim ve Choi, 2018).

Araştırmada, kadın öğretmen adaylarının erkek öğretmen adaylarına göre bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Erkek öğretmen adayları bilişim teknolojilerini daha çok etik dışı kullanmaktadırlar. Nitekim bilişim teknolojilerinin etik kullanımı ile ilgili yapılan çalışmaların birçoğunda dijital ortamlarda kadınların erkeklerden daha etik davranışlar gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır (Krisanda ve Peslak, 2009; Lau ve Yuen, 2014; Siponen ve Vartiainen, 2005). Erkekler, kadınlara kıyasla lisanssız yazılım kullanma, bilgisayar korsanlığı gibi etik dışı davranışları daha fazla sergilemektedirler (Kim ve Kim, 2015). Aynı zamanda hem lise hem de üniversitedeki erkek öğrencilerin kadın öğrencilere göre bilişim teknolojilerini akademik aşırmaçılıkta daha fazla kullandıkları görülmüştür (Jensen, Arnett, Feldman ve Cauffman, 2002). Bu cinsiyet farklılığının olası nedenleri kadınların bilişim teknolojilerine daha yabancı olmalarından dolayı etik davranışlar sergilemeye istekli olması ve erkeklerin ise bilgisayar kullanma becerilerinin daha yüksek olmasından dolayı kötüye kullanma eğilimlerinin daha yüksek olması olabilir (Gnams, 2021; Lau ve Yuen, 2014).

Bu çalışmada, öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin yaşa göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum çalışma grubundaki öğretmen adaylarının ağırlıklı olarak benzer yaş grubunda yoğunlaşmış olmasından kaynaklanmış olabilir. Aynı zamanda çalışma grubundaki öğretmen adayları dijital yerli olarak tanımlanan yaş grubunda yer almaktadır. Dijital yerliler, önceki nesillere göre küçük yaşlardan itibaren bilgiye daha kolay erişim sağlamakta ve daha fazla bilgi tüketicisi olma konumundadırlar. Özellikle genç yaşta bireyler doğru ile yanlış ayırt etmek ve doğru kararlar vermek için gerekli bilgi ve deneyime sahip olmadıklarından etik kararlarla karşılaştıklarında riskli bir durum yaşamaktadırlar (Lau ve Yuen, 2014). Bu nedenle dijital yerlilerin bilişim teknolojilerinin etik kullanımı konusunda küçük yaşlardan itibaren bilgi sahibi olmalarının önem arz ettiği söylenebilir (James, Davis, Flores, Francis, Pettingill, Rundle ve Gardner, 2009).

Araştırmada, BÖTE bölümünde öğrenim gören öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin Fen Bilgisi, Sınıf, Türkçe ve Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümünde öğrenim gören öğretmen adaylarına göre daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. BÖTE bölümündeki öğretmen adayları bilişim teknolojilerini diğer bölümlere kıyasla etik dışı daha çok kullanmaktadırlar. BÖTE bölümündeki öğrencilerin bilişim teknolojilerinin kullanımı konusundaki yeterliliklerinin daha yüksek olması bu bölümdeki öğrencilerin etik dışı kullanımını artırmış olabilir.

Araştırmada, öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin internet kullanma sıklığına göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Günümüzde bireylerin çok küçük yaşlardan itibaren bilişim teknolojileri ile tanışarak in-

ternette uzun zaman geçirdikleri göz önüne alınırsa etik problemlerle karşı karşıya kalmaları muhtemeldir. Bu nedenle bireylerin dijital etik ilkelerini benimsemeleri önemlidir.

Bu çalışmada, internet kullanma becerisi yüksek olan öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin internet kullanma becerisi orta olan öğretmen adaylarınıninkine göre daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İnternet kullanma becerisi yüksek olan öğretmen adayları bilişim teknolojilerini daha çok etik dışı kullanmaktadırlar. Yapılan çalışmalarda da benzer olarak internet kullanma becerisi yüksek olan bireylerin bilişim teknolojileri daha çok etik dışı kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır (Beyhan ve Tunç, 2012; Kumazaki, Suzuki, Katsura, Sakamoto ve Kashibuchi, 2011; Livingstone ve Helsper, 2010). İnternetin bilgiye ulaşmada sağladığı fırsatlar ve bilginin anonimliğinin artması etik dışı davranışların sıradanlaşması algısını artırmaktadır (Freestone ve Mitchell, 2004).

Araştırmada, bilişim etiğine ilişkin daha önce ders, kurs veya seminere katılan öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin katılmayan öğretmen adaylarınıninkine göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Eğitim alan öğretmen adayları bilişim teknolojilerini daha az etik dışı kullanmaktadırlar. Bilişim teknolojilerinin kullanımı konusunda ortaya çıkan problemler, bireylerin beceri veya teknolojik yeterliklerinden değil daha çok etik dışı kullanımından kaynaklanmaktadır. Dijital etik bu nedenle eğitim müfredatının temel meselesi olarak değerlendirilebilir (Luke, 2018). Dijital etik konusundaki eğitim sadece öğretmen eğitiminde değil genel olarak okullarda da bir eksiklik (Pérez-Garcias ve Marín, 2016). Bu doğrultuda bilişim teknolojilerinin kullanımında etik konuların göz önünde bulundurulmasının ve öğretmenlerin dijital etik konusundaki bilgi ve davranışlarının geliştirilmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir. Yapılan çalışmalar dijital ortamlara ilişkin etik eğitimi verilmesinin bilişim teknolojilerinin etik kullanımına yönelik tutum geliştirilmesinde pozitif yönde bir etki sağladığını göstermektedir (Leonard, Cronan ve Kreie, 2004; Pérez-Garcias ve Marín, 2016; Wang, Wang ve Wang, 2020). Etik eğitimi ile ilgili yapılan çalışmalar da benzer olarak etik eğitimi ile kişinin etik yargıları arasında önemli bir ilişki olduğunu göstermektedir (Earley ve Kelly, 2004; Lau 2010; Shapiro ve Stefkovich, 2016).

Bu araştırmada, bilişim suçları ve cezalarına ilişkin bilgi düzeyi “Düşük” olan öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin “Orta” ve “Yüksek” olan öğretmen adaylarınıninkine göre daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bilişim suçları ve cezalarına ilişkin bilgi düzeyi düşük olan öğretmen adayları bilişim teknolojilerini daha çok etik dışı kullanmaktadırlar. Bilişim teknolojilerini kullanırken etik dışı davranışlar sergilemenin nedenlerinden biri de bilişim suçları ve ceza-

larına ilişkin yeterli bilgiye sahip olunmamasıdır. Suç işleyen kişinin yol açtığı zararı veya zarara uğrayan tarafı görmemesi herhangi bir olumsuzluk yaşamayacağına ilişkin bir algı yaratmaktadır (Freestone ve Mitchell, 2004).

Öneriler:

Bu çalışmadan elde edilen bulgular bağlamına uygulamaya ve gelecek araştırmalara yönelik aşağıdaki önerilerde bulunulabilir. BÖTE bölümünde öğrenim gören öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerinin diğer bölümlerde öğrenim gören öğretmen adaylarına göre daha düşük çıkmasının nedenleri araştırılabilir.

İnternet kullanma becerisi yüksek olan öğretmen adaylarının bilişim teknolojilerini etik dışı kullanma nedenleri araştırılabilir. Öğretmen adaylarına yönelik bilişim teknolojilerini etik kullanım düzeylerini artıracak, gelecek nesli dijital çağa hazırlamada öğretmenlere önemli sorumluluklar düştüğünü benimsetecek, bilişim suç ve cezaları hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlayacak dijital etik ile ilgili kurs, seminer veya konferanslar düzenlenebilir. Araştırmanın genellenebilirliğini artırmak amacıyla benzer araştırma katılımcı sayısı artırılarak tekrarlanabileceği gibi nitel veya karma araştırma yöntemleri kullanılarak da tekrar desenlenebilir.

Kaynakça

- Beyhan, Ö., & Tunç, H. S. (2012). Öğretmen adayı öğrencilerin bilişim teknolojilerini etik kullanımlarının incelenmesi. *Yükseköğretim Dergisi*, 2(2), 85-94.
- Buchholz, B. A., DeHart, J., & Moorman, G. (2020). Digital citizenship during a global pandemic: Moving beyond digital literacy. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 64(1), 11-17.
- Claro, M., Salinas, Á., Cabello-Hutt, T., San Martín, E., Preiss, D. D., Valenzuela, S., & Jara, I. (2018). Teaching in a digital environment (TIDE): Defining and measuring teachers' capacity to develop students' digital information and communication skills. *Computers & Education*, 121, 162-174.
- Chen, L. L., Mirpuri, S., Rao, N., & Law, N. (2021). Conceptualization and measurement of digital citizenship across disciplines. *Educational Research Review*, 100379.
- Çelen, F. K., & Seferoğlu, S. S. (2016). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı ve etik olmayan davranışlar: sorunlar, araştırmalar ve değerlendirmeler. *Journal of Computer and Education Research*, 4(8), 124-153.
- Dedeoğlu, G. (2006). Bilişim toplumu ve etik sorunlar. Bursa: Alfa Aktüel Yayınları.
- Earley, C. E., & Kelly, P. T. (2004). A note on ethics educational interventions in an undergraduate auditing course: Is there an "Enron effect"? *Issues in Accounting*

- Education, 19(1), 53-71.
- Floridi, L. (2001). Ethics in the infosphere. *The Philosophers' Magazine*, 4(16), 18-19. <https://doi.org/10.5840/tpm20011647>
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2011). *How to design and evaluate research in education*. New York: McGraw-Hill.
- Freeman, L., & Peace, A. G. (2005). *Information ethics: Privacy and intellectual property*. IGI Global.
- Freestone, O., & Mitchell, V. (2004). Generation Y attitudes towards e-ethics and internet-related misbehaviours. *Journal of Business Ethics*, 54(2), 121-128.
- Friedman, B. (1997). Social judgement and technological innovation: Adolescents' understanding of property, privacy and electronic information. *Computers in Human Behavior*, 13(3), 327-351. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(97\)00013-7](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(97)00013-7)
- Gazi, Z. A. (2016). Tüm eğitim kademesinin geleceği için dijital vatandaşlığın içselleştirilmesi. *Eğitim ve Bilim*, 41(186), 137-148. <http://dx.doi.org/10.15390/EB.2016.4533>
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. New York: Wiley Computer Publications.
- Gnambs, T. (2021). The development of gender differences in information and communication technology (ICT) literacy in middle adolescence. *Computers in Human Behavior*, 114, 106533.
- Hollandsworth, R., Donovan, J., & Welch, M. (2017). Digital citizenship: You can't go home again. *TechTrends*, 61(6), 524-530. <https://doi.org/10.1007/s11528-017-0190-4>
- Insteffjord, E. J., & Munthe, E. (2017). Educating digitally competent teachers: A study of integration of professional digital competence in teacher education. *Teaching and Teacher Education*, 67, 37-45.
- International Society for Technology in Education (ISTE) (2016). *National education technology standards for students*. International Society for Technology in Education, Washington, DC, ABD. Erişim adresi: <http://www.iste.org/standards/for-students> adresinden 26 Mart 2021 tarihinde erişilmiştir.
- International Society for Technology in Education (ISTE) (2017). *National education technology standards for educators*. International Society for Technology in Education, Washington, DC, ABD. Erişim adresi: <http://www.iste.org/standards/for-educators> adresinden 26 Mart 2021 tarihinde erişilmiştir.
- James, C, Davis, K, Flores, A, Francis, J, Pettingill, L, Rundle, M., & Gardner, H (2009) *Young people, ethics, and the new digital media: A synthesis from the GoodPlay Project*. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Jensen, L. A., Arnett, J. J., Feldman, S. S., & Cauffman, E. (2002). It's wrong, but everybody does it: Academic dishonesty among high school and college students. *Contemporary Educational Psychology*, 27(2), 209-228.
- Johnson, D. G. & K. Miller (2009). *Computer ethics: Analyzing information technology*. Pearson Education International.
- Johnson, D. G. (1985). *Computer ethics*. Prentice-Hall.
- Kelentrić, M., Helland, K., & Arstorp, A. T. (2017). Professional digital competence framework for teachers. *The Norwegian Centre for ICT in Education*, 1-74.

- Kim, M., & Choi, D. (2018). Development of youth digital citizenship scale and implication for educational setting. *Journal of Educational Technology & Society*, 21(1), 155-171.
- Kim, J. E., & Kim, J. (2015). International note: Teen users' problematic online behavior: Using panel data from South Korea. *Journal of Adolescence*, 40, 48-53.
- Krisanda, J., & Peslak, A. (2009). The effect of gender on the application of ethics within information technology: A meta-analysis. *The proceedings of the conference on information Systems applied research* (pp. 1-14). Washington DC.
- Kumazaki, A., Suzuki, K., Katsura, R., Sakamoto, A., & Kashibuchi, M. (2011). The effects of netiquette and ICT skills on school-bullying and cyber-bullying: The two-wave panel study of Japanese elementary, secondary, and high school students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 29, 735-741.
- Kuzu, A. (2009). Problems related to computer ethics: Origins of the problems and suggested solutions. *Turkish Online Journal of Educational Technology*, 8(2), 91-110.
- Lau, C. L. (2010). A step forward: Ethics education matters! *Journal of Business Ethics*, 92(4), 565-584.
- Lau, W. W., & Yuen, A. H. (2014). Internet ethics of adolescents: Understanding demographic differences. *Computers & Education*, 72, 378-385.
- Leonard, L. N., Cronan, T. P., & Kreie, J. (2004). What influences IT ethical behavior intentions—planned behavior, reasoned action, perceived importance, or individual characteristics? *Information & Management*, 42(1), 143-158.
- Livingstone, S., & Helsper, E. (2010). Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the internet: The role of online skills and internet self-efficacy. *New Media & Society*, 12(2), 309-329.
- Luke, A. (2018). Digital ethics now. *Language and Literacy*, 20(3), 185-198. <https://doi.org/10.20360/langandlit29416>
- Lund, A., Furberg, A., Bakken, J., & Engelién, K. L. (2014). What does professional digital competence mean in teacher education?. *Nordic Journal of Digital Literacy*, 9(04), 280-298.
- Marshall, K. P. (1999). Has technology introduced new ethical problems? *Journal of Business Ethics*, 19(1), 81-90.
- Mason, R. O. (1986). Four ethical issues of information age. *MIS Quarterly*, 10(1), 5-12. <https://doi.org/10.2307/248873>
- Meyers, E. M., Erickson, I., & Small, R. V. (2013). Digital literacy and informal learning environments: An introduction. *Learning, Media and Technology*, 38(4), 355-367. <https://doi.org/10.1080/17439884.2013.783597>
- Morgan, K., & Morgan, M. (2008). Ethical issues in digital information technology. In T. Hansson (Ed.), *Handbook of Research on Digital Information Technologies: Innovations, Methods, and Ethical Issues* (pp. 455-464). IGI Global. <http://doi:10.4018/978-1-59904-970-0.ch029>
- Moor, J. H. (1985). What is computer ethics? *Metaphilosophy*, 16(4), 266-275. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9973.1985.tb00173.x>
- Moor, J. H. (2004). Reason, relativity, and responsibility in computer ethics. *Readings in CyberEthics* (2nd Edition). Jones and Bartlett Publishers.

- Moor, J. H. (2005). Why we need better ethics for emerging technologies. *Ethics and Information Technology*, 7(3), 111-119. <https://doi.org/10.1007/s10676-006-0008-0>
- Mossberger, K., Tolbert, C. J., & McNeal, R. S. (2007). *Digital citizenship. The Internet, society and participation*. Cambridge: The MIT Press.
- Namlu, A. G., & Odabaşı, H. F. (2007). Unethical computer using behavior scale: A study of reliability and validity on Turkish university students. *Computers & Education*, 48(2), 205-215. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2004.12.006>
- National Telecommunications and Information Administration (NTIA) (1999). *Falling through the net: Defining the digital divide. A report on the telecommunications and information technology gap in America*. NTIA, Department of Commerce. Erişim adresi: <https://www.ntia.doc.gov/legacy/ntiahome/fttn99/part1.html#c> 20 Mart 2021 tarihinde erişilmiştir.
- Pérez Garcias, A., & Marín, V. I. (2016). Ethics issues of digital contents for pre-service primary teachers: A Gamification Experience for Self-Assessment with Soc-rative. *IAFOR Journal of Education*, 4(2), 80-96.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Ribble, M. S., Bailey, G. D., & Ross, T. W. (2004). Digital citizenship: Addressing appropriate technology behavior. *Learning & Leading with Technology*, 32(1), 6-11.
- Ribble, M. (2015). Digital citizenship in schools: Nine elements all students should know. *International Society for Technology in Education*.
- Shapiro, J. P., & Stefkovich, J. A. (2016). *Ethical leadership and decision making in education: Applying theoretical perspectives to complex dilemmas*. Routledge.
- Siponen, M. T., & Vartiainen, T. (2005). Attitudes to and factors affecting unauthorized copying of computer software in Finland. *Behaviour & Information Technology*, 24(4), 249-257.
- Sivin, J. P., & Bialo, E. R. (1992). *Ethical use of information technologies in education: Important issues for America's schools*. Washington, DC: National Institute of Justice.
- Snyder, L. (2012). *Fluency with information technology: Skills, concepts & capabilities (5th Edition)*. Addison Wesley.
- Torun, E. D. (2014). Bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımında etik olmayan davranışların modellenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(3), 56-70.
- TÜİK (2020). *Hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması, 2020*. Türkiye İstatistik Enstitüsü, Ankara. Erişim adresi: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=33679> adresinden 30 Mart 2021 tarihinde erişilmiştir.
- Wang, Y. Y., Wang, Y. S., & Wang, Y. M. (2020). What drives students' Internet ethical behaviour: An integrated model of the theory of planned behaviour, personality, and Internet ethics education. *Behaviour & Information Technology*, 1-23.

Üniversitelerde Dijital Etiğin İmkânı Üzerine Bir Sorgulama

Sevilay GÜLER*

Öz

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve özellikle dijital ortamın veriye kolay erişme, veriyi depolama gibi imkânlar sunması ve daha da önemlisi “büyük veri” ile gerçekleştirilebilecekler göz önünde bulundurulduğunda geleneksel etik kodların dijital yaşamdaki etik gereksinimini karşılamak noktasında yetersiz kalacağı söylenebilir. Günümüzde yaşamın ve toplumsal kurumların neredeyse tümüyle dijital ortama kaymış olması ve “online hayat”ta karşılaşılan ortamlar dijital etik anlayışını zorunlu hâle getirmiştir. Dijital etik, maddi dünyadaki etik anlayışından farklı olarak insanın gündelik hayatının taşındığı dijital dünyadaki davranış ve yaşayış biçimlerine ahlaki bir çerçeve getirmeyi amaçlar. İnsanlar dijital platformlarda tıpkı maddi dünyada olduğu gibi çeşitli dijital eylemlerde bulunurlar. Dijital etik sayesinde, insanların yüz yüze iletişimde birbirlerine karşılıklı olarak saygı ve anlayış gösterdikleri gibi dijital dünyada da göstermeleri sağlanabilir. Bunun için sanal dünyada “dijital etiğin” sınırlarının belirlenmesi gerekmektedir. Bu araştırmada pandemi günlerinde yükseköğretimde eğitim hizmetlerinin neredeyse tümüyle dijital ortama taşınması ile birlikte önemi daha iyi anlaşılabilen dijital etik konusunda üniversite öğretim üyelerinin görüşlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Nitel araştırma olarak tasarlanan araştırmada örnek olay/durum çalışması deseni kullanılmıştır. Araştırma verileri, farklı üniversitelerde çalışan öğretim üyelerinin dijital etik konusundaki görüşleri derinlemesine görüşmeler yapılarak toplanmıştır. Toplanan veriler nitel içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırma sonucunda, üniversitelerde dijital etikle ilgili farkındalık yaratılması konusunda daha fazla çalışmaların yapılması gerektiği sonucuna ulaşılmış ve çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Dijital Etik, Bilişim Etiği, İnternet Etiği, Durum Çalışması, İçerik Analizi

*Dr., dsg_888@hotmail.com

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 29.03.2021

Kabul Tarihi: 24.05.2021

ORCID ID: 0000-0003-3877-6894 DOI: 10.37679/trta.905595

An Inquiry on the Possibility of Digital Ethics in Universities

Sevilay GÜLER

Abstract

Considering the developments in information and communication technologies and the possibilities of easy access to and storing data, and more importantly, what can be accomplished with "big data", it can be said that traditional ethical codes will be insufficient to meet the ethical need in digital life. Today, almost all of life and social institutions have shifted to digital environment and the environments encountered in "online life" have made the understanding of digital ethics compulsory. Unlike the ethical understanding in the material world, digital ethics aims to bring a moral framework to the behaviors and lifestyles in the digital world where the daily life of the human being is carried. People engage in various digital actions on digital platforms, just like in the material world. Thanks to digital ethics, it can be ensured that people show mutual respect and understanding to each other in face-to-face communication, as well as in the digital world. For this, the limits of "digital ethics" must be determined in the virtual world. In this study, it is aimed to examine the opinions of university faculty members on digital ethics, the importance of which is better understood with the transfer of educational services in higher education to the digital environment during pandemic days. Case study design was used in the research designed as a qualitative research. The research data were collected through face-to-face in-depth interviews with the opinions of faculty members working in different universities on digital ethics. Collected data were subjected to qualitative content analysis. As a result of the research, it was concluded that more studies should be done to raise awareness about digital ethics in universities and various suggestions were made.

Keywords: Digital Ethics, Information Ethics, Internet Ethics, Case Study, Content Analysis

Research Paper

Received: 29.03.2021

Accepted: 24.05.2021

1. Giriş

Tüm dünyada bir yılı aşkın süredir koronavirüs salgınının devam ediyor olması, dijital teknolojilerin her alanda giderek daha fazla öne çıkan ve kaçınılmaz rolünün daha iyi anlaşılmasına sebep olurken bir yandan gizlilik ve dijital etik konusundaki sorunları da gündeme getirmiştir. Dijitalleşme son yıllarda ülkemizde ve tüm dünyada olağanüstü bir ivme kazanmış olsa da aynı hız ve gelişimin dijital etik alanında da yakalanabildiğini söylemek zordur. Şu anda dünya üzerinde 4,5 milyardan fazla insan interneti kullanırken sosyal medya kullanıcılarının 3,8 milyarı aştığı ve 5,19 milyardan fazla insanın akıllı telefon kullandığı bilinmektedir. Dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 60'ı hâlihazırda çevrim içidir (Kemp, 2020). Rakamlar dijitalleşmenin ne boyutlarda olduğunu ve insanın dijital eylemlerinin ne derece arttığını; dolayısıyla dijital etiğin üzerinde önemle durulması gereken bir kavram olduğunu gözler önüne sermektedir. Dijitalleşme, toplumu ve kurumları değiştiren en önemli trendlerden biri olarak tanımlanmaktadır (Tihinen ve Kääriäinen, 2016). Dijitalleşmenin insanlık üzerindeki etkisi bazı araştırmacılar tarafından sanayi devrimine benzetilmektedir (Degryse, 2016; Tihinen, vd. 2016). Dijitalleşme dar anlamıyla mevcut ürün veya hizmetleri dijital değişkenlere dönüştürme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Henriette, vd. 2015). Bir diğer ifadeyle dijitalleşme; dijital veya bilgisayar teknolojilerinin bir kurum, işletme, endüstri, ülke vb. tarafından benimsenmesi veya kullanımının artmasıdır (Brennen ve Kreiss, 2014). Fakat dijitalleşme, üretim ve iş süreçlerini dijital veriye dönüştürmekten çok daha köklü bir değişimi ifade etmektedir. Dijitalleşme, toplumun tüm alanlarında dijital teknolojilerin uygulanmasıyla ilgili değişikliklerdir (Parviainen vd., 2017).

Kovid-19 salgını, teknoloji ile olan ilişkimizi kalıcı olarak değiştirirken dijitalleşme sürecini de hızlandırmıştır. Bu değişim, evden çalışma fırsatlarının artması ve e-ticarette yenilikler gibi avantajlar getirirken eşitsizlik ve istenmeyen güç dinamiklerinde artış gibi ciddi dezavantajları da beraberinde getirmiştir. Üstelik bu, artık tercihe bağlı bir durum olmaktan çıkmış; insanlar çalışmak, eğitim almak, tıbbi yardım almak ve sosyalleşme, eğlence gibi ihtiyaçlarını karşılamak için çevrim içi araçları kullanmak zorunda kalmıştır. Salgın sırasında iletişim hâlinde kalmamız ve gündelik hayatta yapılabilen işlerin neredeyse tümüyle dijital ortamdan yürütülmesini sağlayan teknolojiye sahip olduğumuz için duyduğumuz memnuniyete karşın, dijital dünyada karşılaşılan gizlilik, mahremiyet kısaca etikten yoksunluğun yarattığı sorunlar üzerine düşünülmesi gereken bir bilgi çağı sorunu olarak ortada durmaktadır. Bu sorunların çözülmesi ancak dijital alandaki haklarımızın ve sınırlarımızın daha sağlam bir şekilde korunması ve çerçevesinin çizilmesi ile mümkündür.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler internete erişebilen her bireyi hem kaynak hem de hedef hâline getirmiştir. Bu sayede insanlar dijital ortamda özellikle sosyal medya üzerinde karşılıklarına çıkan ve gündem olan olaylar hakkında fikir beyan edebilmekte, bilginin oluşum sürecine etki edebilmekte ve hatta diğer bireyleri yönlendirmektedir. Bu açıdan bakıldığında dijital ortamda karşılaştığımız tüm bilgiler dijital etik ile harmanlanarak hedefe ulaşmaktadır. Bu çerçevede etik bakımından incelenme fırsatı sunan çok sayıda ileti devamlı olarak dijital dünyada dolaşmaktadır.

Günümüzde yaşamın ve toplumsal kurumların neredeyse tümüyle dijital ortama kaymış olması ve “online hayat”ta karşılaşılan ortamlar dijital etik anlayışını zorunlu hâle getirmiştir. Etik kavramı felsefe alanının modası hiç geçmeyen tartışma konusu olagelmıştır. İçinde bulunduğumuz çağda bu tartışmalar dijital dünya üzerinde yoğunlaşmıştır. Felsefe alanının en önemli konularından biri olan etiğin fonksiyonu yeni bir ahlak anlayışı geliştirmek ve normlar ortaya koymak veya bu normlara uyulmasını gözetmek değildir. Etik kavramı, olması gerekeni ifade etmektedir. Buradan anlaşılmalıdır ki etikten beklenen, ahlaki ilişkiler üzerine doğrulanabilir bilgiler ortaya koymasındır (Canbay, 2001; Capurro, 2009). Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan ilerlemeler ve özellikle dijital ortamın veriye kolay ulaşma, veriyi depolama gibi imkânlar sunması ve daha da önemlisi “büyük veri” ile gerçekleştirilebilecekler göz önünde bulundurulduğunda geleneksel etik kodların dijital yaşamdaki etik gereksinimini karşılamak noktasında yetersiz kalacağı söylenebilir.

Dijital etik, dijital ortamda gerçekleşen insan davranışlarının tanımlanmasını ve bu eylemlere bir ahlaki sınır çizilmesini ifade etmektedir. Dijital dünyada insan davranışlarının özelliklerini belirlemek adına bir kriter misyonu üstlenen dijital etik kavramı, siber etik, internet etiği, bilişim etiği, robot etiği gibi farklı isimlerle ve bu isimlerle bağlantılı bir kapsamda tartışılmaktadır. Literatür incelendiğinde, siber etik kavramı ile internet etiği kavramının eş anlamlı olarak kullanıldığı görülmektedir. Buna göre siber etik kavramı, siber uzayda ahlaklı olanı ve ahlaksız olanı belirleyen, fikri mülkiyet ve ifade haklarının ve mahremiyetin korunmasını içeren standartlar sistemi şeklinde tanımlanmaktadır (Ramadhan vd., 2011). Başka bir tanıma göre internet etiği, internet kullanımında başkalarının haklarına saygılı olmak için ne yapılıp ne yapılamayacağı ile ilgili olan ve internet ortamında iletişimi gerçekleştirirken kabul edilebilir ve edilemez davranışları ortaya koyan kurallar bütünüdür (Ercan, 2009). Bu tanımlardan anlaşıldığı üzere internet etiği, insanların yüz yüze iletişimde karşılıklı olarak gösterdikleri saygı ve anlayışın, dijital ortamda da gösterilmesini amaçlamaktadır.

Bilişim etiği ve dijital medya etiği kavramlarını eş anlamlı olarak kullanan Capurro'ya göre dijital etik kavramının, dar ve geniş kapsamlı iki ayrı tanımı bulunmaktadır. Geniş kapsamlı olarak dijital etik, bilgi ve iletişim teknolojilerinin toplumsal ve çevresel etkileri konusunu kapsamaktadır. Dar kapsamlı tanımıyla dijital etik ise dijital medya etiği/bilişim etiği, internet ile alakalı etik sorunları, mobil cihazlar ve navigasyon hizmetleri gibi internet yoluyla çalışan bilgi ve iletişim ortamlarını kapsamaktadır. İnternet bağımlılığı, gizlilik, gözetim, bilgi kirliliği, dijital uçurum ve robotik gibi konu ve sorunlar günümüzde özellikle kültürlerarası bir perspektifle değerlendirilmektedir (Capurro, 2009). Bu çerçevede dijital etik küresel düzeyde üzerinde tartışılması gerekli olan önemli bir konudur.

Dijital hayatın devamlılığı, dijital ortamda insan ve gelecekte robot davranışlarının sınırlarının belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmalar farklı isimlendirmelerle kavramlaştırılmış olsa da yukarıda verilen tanımlamalar incelendiğinde her bir kavramın tanımladığı olgu aşağı yukarı aynı etik sınırları kapsamaktadır. Dijital etik, internet etiği, siber etik veya robot etiği şeklinde adlandırılan bu kavramlar genel olarak insanın gündelik yaşamının taşındığı dijital dünyadaki davranış ve yaşayış biçimlerine ahlaki bir tanım getirmeyi amaçlar. İnsanlar gerçek hayatta birbirleri ile ilişkilerinde çok sayıda davranış sergilerler ve bunların bir bölümü doğrudan etik değer alanına girmektedir. Büyük bir bölümü ise etiğin dışında kalmaktadır. Örneğin otobüse binmek, bankamatikten para çekmek, selamlaşmak, evlenmek gibi eylemler doğrudan etik ile ilgili değildir. Buna karşın aldatmak, yalan söylemek, kandırmak, masum birini suçlamak gibi eylemler ise doğrudan etik ile bağlantılıdır. Buna benzer şekilde insanlar, dijital ortamda da birçok eylemde bulunurlar ancak bunların hepsi etiğin alanına girmez. İnternette bir şeyler araştırmak, paylaşım yapmak, iletişim kurmak, alışveriş yapmak, oyun oynamak gibi eylemler dijital eylemlerdir fakat etiğin kapsamına girebilmeleri için diğer insanların zarar veya faydasına dokunmalıdır ve ahlaki olanın dışına çıkmalıdır (Önce, 2019; Véliz, 2021). Örneğin kişisel verilerin izinsiz kullanımı, gizlilik ve mahremiyet ihlali, istismar ve taciz gibi dijital ortamda gerçekleşen eylemler dijital etiğin konusudur.

Dijital dünya büyük-küçük, nitelikli-niteliksiz ayrımı olmaksızın internete erişebilen her bireyin kullanımına sunulmuş olan bir platformdur. Maddi hayatın gerçekliğinden ve sorumluluklarından kaçmanın bir yolu olarak görülen dijital dünyada bilhassa sosyal medya platformları, bireylerin özgür alan şeklinde algıladığı bir alan hâline gelmiştir. İnsanlar sosyal medya platformlarında da tıpkı maddi dünyada olduğu gibi birtakım dijital eylemler gerçekleştirir. Dijital eylemlerden sıklıkla rastlanılan parodi-sahte-fake hesap oluşturarak sosyal medyada aktif olmak da dijital etiğin filtresine takılmaktadır. Özellikle sosyal medya platformlarının-

da sıklıkla kullanılan sahte-parodi hesaplar, çoğu zaman insanların özel hayatına müdahale ederek zaten belirsiz olan dijital etik sınırlarını aşındırmaktadır. Kendini özgürlüğe açılan kapı olarak sunan sanal dünyanın etik bakımdan sınırları çizilememiş olan bu sorun alanlarının önemle üzerinde durulması gerekmektedir. Monitörler ve klavyelerin arkasında duyulan özgürlük ve sorumsuzluk duygusu dilimize “klavye delikanlısı” tabirini sokmuştur. Sanal dünyanın hissettirdiği bu hafiflik duygusu bireyleri utanma, sorumluluk duyma gibi duygulardan ve erdemlerden uzaklaştırarak istedikleri gibi davranmak, paylaşmak, yazmak gibi eylemlerde özgür olduklarına kanaat getirmelerini sağlamaktadır. İnsanların gerçek kimlikleriyle açtıkları sosyal medya hesaplarının yanı sıra, artık sahte-fake-parodi hesaplarının da ortaya çıktığı sıklıkla görülmektedir (Önce, 2019; Véliz, 2021). Örneğin sosyal medyada gerçek olmayan fakat gerçek bir kullanıcının yönettiği bir sahte/fake hesabın bıraktığı dijital izlerin (üstelik kişilerin birbirlerine ettikleri hakaretleri de düşünürsek psikolojik izlerinde) etik açıdan sorumluluğu nasıl değerlendirilmeli sorusu da dijital etiğin sınırlarına giren ve cevaplandırılması oldukça zor bir sorudur. Cevaplandırmanın zorluğu bir bakımdan da özgürlük ve gözetim ikileminde dijital etiğin çerçevesinin çizilmesinin hâlâ bakir bir alan olarak üzerinde çalışılmayı bekleyen bir bilgi ve teknoloji çağı sorunu olarak ortada durmasından kaynaklanmaktadır.

2. Yükseköğretimde Dijital Etik

Pandeminin bir sonucu olarak işlerini yürütebilmek için dijital ortamı kullananlar yalnızca bireyler değildir: işletmeler, üniversiteler, sağlık hizmetleri ve hükümetler de günlük işlevlerini yerine getirmek için dijital platformlara ihtiyaç duymaktadır. Tüm dünyada Zoom ve Teams gibi uygulamalarda resmi ve diplomatik toplantılar yapılmaktadır. Hükümetler kullandıkları platformlar üzerinde tam kontrole sahip olmadıkları için bu platformlardaki gizlilik de belirsizdir. Bu durumdan kaynaklı artan güç asimetrisi, aynı zamanda, devletle etkileşimden çevrim içi yiyecek siparişi vermeye ve hemen hemen her şey arasında değişen alanlarda sıradan vatandaşların savunmasızlığını daha fazla artırmıştır. Örneğin pandemi, çalışanların evden çalışırken gözetiminde bir artışa neden olmuştur (Satariano, 2020). Öğrenciler ve öğretmenler de aynı şekilde bağlı oldukları kurumlar tarafından daha fazla incelemeye tabi tutulur hâle gelmiştir (Kshetri, 2020). Halk sağlığı amaçlı sürveys da aynı şekilde artmıştır. Mahremiyet kayıpları bireyleri güçsüzleştirmekte ve çoğu zaman gücün daha fazla suistimaline yol açmaktadır. Örneğin Birleşik Krallık'ta, temas izleme amacıyla barlar ve restoranlar için veri toplayan şirketlerin bu bilgileri sattıkları bilinmektedir (Das ve Mararike, 2020). Bu tür istismarlar günümüzde maalesef nadiren karşılaşılan olaylar değildir. İnsanlık son

yirmi yıldır mahremiyet hakkının sistematik olarak ihlal edilmesine dayanan etik olmayan bir iş modelinin geliştirilmesine izin vermiş durumdadır. Kişisel veriler bir meta olarak ele alındığı sürece, bir bilgisayar korsanlığında çalınarak veya en yüksek teklifi verene satılarak kötüye kullanılma riski yüksek olacaktır. İnsan haklarından vazgeçilerek gerçek ilerleme sağlanamaz. Ülkeler bir araya gelip siber güvenlik, gizlilik ve yapay zekânın yönetimiyle ilgili minimum standartlar ve kurallar konusunda anlaşmaya varmaya çalışmalıdır.

İlkelerin, yeminlerin (örn. Hipokrat yemini gibi) ve davranış kurallarının elbette bir değeri vardır. Fakat bir yeminin değeri onun davranışa yansımaya ve uygulamaya geçirilmesine bağlıdır. Bu çerçevede düşüldüğünde dijital etik üzerine sözler söylemek ve olması gerekeni tartışmak yerine, dijital etiğe uygun hareket edilip edilmediğine yönelik kontrol listelerinin oluşturulabileceği ileri sürülmektedir (Baxter, 2020). Çünkü İlkelerin uygulamaya konulmasına kontrol listeleri yardımcı olacaktır. Bunun bir örneği İngiltere hükûmeti tarafından geliştirilen İngiltere Hükûmeti Veri Etik Çerçeve ve Veri Etik Çalışma Kitabı'dır (United Kingdom Government Digital Service, 2020). Buna göre veri etiği ile ilgili belirlenmiş 7 ilke kapsamında belirlenen 46 sorudan oluşan kitap sayesinde veri etiğine uygunluk çalışması yapılabilmektedir. Başka bir örnek ise Patil, Mason ve Loukides (2018) tarafından önerilen veri projelerinde çalışan kişiler için etik kontrol listesidir. Listedeki sorular şu şekildedir:

- Kullandığımız dijital teknolojinin içerdiği saldırıya uğrama ya da kötüye kullanılabilme riskini listelendi mi?
- Adil ve temsili olduğu konusunda emin olabilmek için eğitim verileri analiz edildi mi?
- Verilerdeki olası önyargı kaynakları analiz edilip anlaşıldı mı?
- Takımımız fikirlerin, geçmiş tecrübelerin ve düşünce tarzlarının çeşitliliğini yansıtıyor mu?
- Verileri kullanmak amacıyla bir kullanıcı izni toplama politikamız var mı?
- Kullanıcıların iznini almak için kullanılan bir mekanizma bulunuyor mu?
- Kullanıcıların neyi kabul ettiği konusu açık ve net olarak paylaşıldı mı?
- Kullanıcıların sonuçlardan zarar görmesi ihtimaline karşı telafi için bir yöntemi-miz bulunuyor mu?
- Kötü sonuçlar veriyorsa bu yazılımı üretimde kapatabilir miyiz?
- Farklı kullanıcı gruplarına göre adalet anlamında bir sorun tespit edildi mi?

- Farklı kullanıcı grupları arasında farklı hata oranları incelendi mi?
- Yazılımımızın önümüzdeki zamanlarda da adil kalmasını sürdürebilmek için model sapmasını test ediyor ve takibini yapıyor muyuz?
- Kullanıcı verilerini korumak ve bunun güvencesini sağlamak için bir planlama yapıldı mı?

Dijital etik ile ilgili bir çerçevenin çizilmesi için yukarıda verilen kontrol listesi gibi çalışmaların yapılması gerekmektedir. Dijital etik, dijitalleşmenin getirdiği yenilikler ve kabul gören sosyal değerlerin kesişme noktasında doğru şeyi yapmak şeklinde tanımlanmaktadır. Tanım dikkatle incelenecek olursa bu kesişme noktasında en son veri destekli uygulamalara duyulan istek ve şiddetle korunan mahremiyet arzusu, önemli etik kusur hatlarını gözler önüne sermektedir. İçinde bulunduğumuz çağda olması gereken ne teknolojiyi reddetmek ne de mahremiyet ve etik ilkeleri göz ardı etmektedir; bu iki uç arasında denge kurulması gerekmektedir.

Pandemi sürecinde dijitalleşmeden ve gündelik işlerin dijital ortama taşınmasından en fazla pay alan kurumlardan biri de yükseköğretim kurumlarıdır. Yükseköğretim kurumları hem akademisyenler hem de öğrenciler için küresel düzeyde bir rekabet ortamındadır ve dijital yetkinlik bu rekabette yarışı önde götürülebilmek için en önemli unsurlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca araştırma verilerine ve bilimsel eserlere çevrim içi (online) erişimin, günümüzde bilimsel üretimin, teknolojik yenilik yaratmanın, insani ve iktisadi gelişmenin olmazsa olmaz bir unsuru hâline geldiği düşünüldüğünde üniversiteler için yüksek oranda dijitalleşmenin tercih değil bir zorunluluk hâline geldiği ortadadır. Ülkemizde de bu zorunluluğun bilincinde olan Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından 2018 yılından beri uzaktan öğretimle ilgili çok önemli bir proje yürütülmektedir. "Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm" şeklinde adlandırılan bu projenin ilk fazında daha çok Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde yeni kurulmuş 16 üniversitede öğretim elemanlarının ve öğrencilerin dijital becerilerini geliştirmek amacıyla bir program düzenlenmiştir. Program kapsamında bugüne kadar Anadolu Üniversitesi iş birliği ile 10 bin 725 akademisyene online olarak "Dijital Çağda Öğrenme ve Öğretme" ve 61 bin 346 öğrenciye de bir dönemlik kredili olarak "Dijital Okuryazarlık" dersleri verilmiştir. Böylelikle projeye dahil olan üniversiteler aslında içinde bulunduğumuz pandemi sürecine daha hazırlıklı girmişlerdir. Projenin ikinci fazında ise Mart 2020'de bu 16 üniversiteye ilaveten yeni kurulmuş 5 teknik üniversite ve Anadolu'da bulunan 3 üniversitenin öğretim elemanlarına YÖK, CISCO ve ODTÜ iş birliği ile "Siber Güvenlik ve Ağ Yönetimi" konulu eğitimler verilmiştir ve hâlihazırda eğitim süreci devam etmektedir. Ayrıca, projeye dahil olan üniver-

sitelerin öğrencilerine bir dönemlik kredili olarak Siber Güvenlik dersi sunulması da planlanmaktadır. 3. aşamasına geçilmiş olan Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm Projesi kapsamında, Sakarya Üniversitesinin geliştirdiği tamamıyla yerli üretim olan Uzaktan Eğitim Platformu, YÖK koordinasyonunda ve TÜBİTAK-ULAKBİM iş birliği ile 15 üniversitemizin kullanımına sunulmuş durumdadır (YÖK, 2020). Ülkemiz yükseköğretiminde dijitalleşme başarılı bir şekilde uygulanırken dijital ortamdaki etik sorunları da beraberinde getirdiği yadsınamaz bir durumdur. Yükseköğretim kurumlarının dijital platformları üzerinden, öğretim elemanları ve öğrenci verilerine erişimin kapsamı konusu oldukça bulanıktır. Günümüzde sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR), karma gerçeklik (MR) teknolojilerinin ulaştığı noktada, öğretim elemanlarının ve öğrencilerin fiziksel hareketleriyle ilgili verileri yakalama ve nihayetinde biyometri yoluyla duygusal durumlarını yakalama, özellikle zihin kontrol arayüzleriyle fiziksel konum, bakış ve hatta duyguları analiz edebilme gibi gizliliği ve mahremiyeti tamamen ihlal eden durumlar söz konusu olabilmektedir (Craig ve Georgieva, 2018). Bu çerçevede düşünüldüğünde üniversitelerin dijital ortamda ciddi bir etik sorunuyla karşılaşma ihtimali olasıdır.

EDUCAUSE 2020 en fazla karşılaşılan 10 Bilişim Teknolojisi Sorunu listesine göre Bilgi Güvenliği Stratejisi (1. sırada) ve Gizlilik (2. Sırada) ilk iki sırada yer almaktadır (Grajek, 2020). Kullanıcı verilerinin içinde bulunduğumuz çağ için para kadar değerli olduğu düşünüldüğünde yükseköğretim kurumlarının artık yönetmesi gereken iki para birimi bulunmaktadır: para ve veri. Veri depolama kolay ve düşük maliyetli olabilir ancak verileri yönetme ve güvence altına alma sürecinde öğrencileri-öğretim elemanlarını ve kurumsal işlemleri etik olarak desteklemek için yapay zekâ ve analitiği kullanma süreci maliyetli bir süreçtir. Yüksek öğretim kurumlarının, bir isteğe veya gizlilik ihlalini içeren bir olaya yanıt vermek için kamu ve iç politikalarını, süreçlerini ve hazırlık durumlarını değerlendirmeleri gerekir. Özel bilgilerin kaybı, kurumları sayısız dava riskine maruz bırakabilir. Bugün öne sürülen birçok dava, doğrudan kolejler ve üniversiteler tarafından tutulan özel bilgilerin kaybindan kaynaklanmaktadır. Gizlilik, kayıtlar, öğrenci desteği, insan denekleri araştırmaları ve diğer birçok temel faaliyet için gereklidir. Günün sonunda bu bir güven meselesidir. Güveni göstermek, verilere kimin erişimi olduğunu, veri envanterinin ne kadar eksiksiz olduğunu ve verilerin nerede depolandığını belirleyen açık ve net gizlilik kuralları gerektirir (Craig, 2018; O'Brien, 2018; Grajek, 2020). Kurumların gizliliği korumak ile sayısız sistem, paydaş ve zorlayıcı kullanım örnekleri üzerinden verilere kolay ve derin erişim sağlamak arasında dengeyi yakalayabilmeleri için dijital etik ilkelerini belirlemeleri ve hayata geçirmeleri gerekmektedir. Bu kapsamda bu araştırmada Türkiye'deki üniversitelerde

dijital etik durumu öğretim üyeleri görüşleri üzerinden sorgulanmaya çalışılmıştır.

3. Yöntem

Nitel araştırma yöntemine göre tasarlanan araştırmada, nitel araştırma desenlerinden durum çalışması (örnek olay) deseni kullanılmıştır. Durum çalışması deseni araştırmacılara, gerçek hayatta yaşanan “güncel” fakat değişkenleri üzerinde araştırmacının kontrolünün olmadığı durumların incelenmesi imkânını sağlamaktadır. Ayrıca durum çalışması, “güncel “durum”ların nedenlerini ve sonuçlarını anlamaya, betimlemeye ve yorumlamaya elverişli (Creswell, 2016; Yin, 2017) ve özellikle olgu ve bağlam arasındaki sınırların net olmadığı durumların incelenmesine uygun olan bir araştırma desendir (Cohen ve Manion, 2000; Hancock ve Algozzine, 2006; Creswell ve Poth, 2017). Ayrıca, durum çalışması araştırmacının betimlemeleri okurken aktif bir aktör olarak kendi deneyimlerini araştırma sürecine dahil etmesine olanak sağlar (Berg, 2001; Merriam, 2015). Durum çalışmasına ilişkin bahsedilen bu özelliklerden dolayı çalışmada bu desen kullanılmıştır.

Araştırmanın çalışma grubu kolayda örnekleme tekniğine göre belirlenmiş 6 öğretim üyesinden oluşmaktadır. Nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan kolayda örnekleme tekniğinde erişimi kolay olan vakalar seçilmektedir (Yağar ve Dökme, 2018). Bu çalışmada da pandemi şartlarından dolayı araştırmacı tarafından ulaşılabilir olan kişiler örnekleme dahil edilmiştir. Dijital etik kavramının nispeten yeni bir kavram olmasından dolayı soruları anlama ve yorumlayabilme düzeyinin yüksek olması ve üniversitelerin dijital ortamlarını en çok deneyimleyen taraflardan biri olmaları gerekçesiyle örneklemin farklı üniversitelerde çalışan öğretim üyelerinden oluşması uygun bulunmuştur. Durum çalışmalarında katılımcı sayısının veya örneklem büyüklüğünün nispeten küçük olmasının nedeni ayrıntılı ve derinlemesine bir araştırma deseni olmasından kaynaklanmaktadır (Yıldırım, Şimşek, 2008). Nitel araştırmalarda araştırmanın genellenebilmesi ya da geniş örneklemden oluşması değil nitelikli olması önemlidir. Bu durumda anahtar konumdaki bilgi vericiler seçilir ve bu şekilde görüşmelere devam edilir (Bogdan ve Biklen, 1998). Nitel araştırmaların ne kadar örnek üzerinden yapılacağı konusunda verinin doygunluğa ulaşmış olmadığı temel alınmaktadır (Merriam, 2015). Bu durumda elde edilen veriler birbirini tekrarlar nitelikte ise araştırmanın veri toplama sürecine son verilir. Bu aşamada araştırmanın doyma noktasına ulaştığı söylenebilir. Mertens (2014) ise örnek olay çalışmalarında 4-5 adet örneğin yeterli olabileceğini, önemli olanın genişlikten çok derinlik olduğunu ifade etmektedir. Bu çerçevede veri doygunluğu açısından 6 öğretim üyesinin katılımı yeterli görülmüştür.

Araştırmanın veri toplama aracı araştırmacı tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu olup verilerin toplanmasında mülakat tekniğinden yararlanılmıştır. Her bir görüşme ortalama 30 dakika sürmüştür. Verilerin analizinde içerik analizi tekniği tercih edilmiştir. İçerik analizi “belirli kurallara dayalı kodlamalarla, bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik, kod, kategori ve temaları şeklinde özetlendiği sistematik bir teknik”tir (Büyüköztürk, vd. 2008). Araştırmada “veri tabanlı kodlama” kullanıldığı için önceden belirlenmiş kodlar olmadan analize başlanmış ve kodlar analiz aşamasında katılımcı ifadelerine göre belirlenmiştir (Brinkmann, 2013). Bu sayede birbirlerine benzeyen betimsel ifadeler belirli kavramlar, kodlar ve temalar kapsamında bir araya getirilerek yorumlanmaya (Fraenkel ve Wallen, 2008) çalışılmıştır. Bu amaçla araştırmaya katılan öğretmen üyelerinin dijital etik konusunda zihin haritalarını çıkarabilmek için araştırmada, görüşme notları yazılı metin hâline getirilerek içerik analizi tekniği ile analiz edilmiştir (Mason, 2002; Patton, 2014; Creswell, 2016).

Araştırmada “üniversitelerde dijital etiğin imkânı nedir?” temel sorusu kapsamında aşağıdaki alt sorulara cevap aranmıştır:

- Dijital dünyanın bir etik standardından söz edilebilir mi?
- Bir kurumsal dijital etikten söz edilebilir mi?
- Kurumsal dijital etiğe ilişkin ne gibi problem alanları vardır?
- Kurumlarda dijital ortamlarda yürütülen işlerin bir etik standardı var mıdır?

4. Bulgular

Katılımcılara ilişkin demografik bilgiler aşağıda sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Katılımcı kodu	Cinsiyet	Yaş	Akademik Unvan
K1	Erkek	56	Profesör
K2	Kadın	30	Doktor
K3	Erkek	41	Doçent
K4	Erkek	44	Profesör
K5	Kadın	36	Doktor
K6	Erkek	40	Doktor

Katılımcılara ilk olarak dijital etiğin sorun alanlarını ortaya koyabilmek amacıyla dijital etik hakkındaki düşünceleri sorulmuş ve dijital etik ile ilgili sorun alanları hakkındaki görüşleri alınmıştır. Katılımcı görüşleri ve içerik analizi sonucunda ulaşılan kodlar, kategoriler ve ana tema aşağıda Tablo 2.’de sunulmuştur.

Tablo 2. Dijital Etiğin Sorun Alanları

Betimsel ifadeler	Kod	Kategori	Ana tema
<p>En büyük problemlerden biri verilerinin <i>gizliliği</i> sorunudur. Dijital dünyada birçok kullanıcı verilerin kendilerinden <i>izinsiz</i> bir şekilde kurumlar tarafından kullanıldığını düşünmektedir. (k1)</p> <p>Bazı kurumlar tarafından bu <i>bilgilerin üçüncü taraflarla ticari ya da bir başka kazanç amacıyla paylaşıldığı</i> bilinen bir gerçektir. (k4)</p> <p>Dijital dünyayı doğuran teknolojik gelişmelere paralel olarak bireysel ve kurumsal bilgilere <i>üçüncü taraflarca erişim olasılıkları artmış ve bu ölçüde özel hayatın gizliliği</i> ortadan kalmıştır. Ayrıca dijital dünyada kimliğin birçok gözden gizlenebilmesi de mümkündür. Bu nedenlerden dolayı dijital dünyanın söz konusu olduğu günümüzde etik standartların oluşturulması geçmiş dönemlere nazaran daha elzem bir durumdur. (k5)</p> <p>Sanal platformlarda <i>anonim hesaplar aracılığıyla</i> çeşitli kişi ve kurumlara yönelik hakaret edilebilmekte, manipülatif söylem ya da bilgilerle itibar saldırısı yapılabilmekte ya da ticari amaçlarla bireylerin kimlik bilgileri, tercih ve eğilimleri firmalarla paylaşılabilir. (k2)</p>	<p>Gizlilik,</p> <p>Kişisel verilerin izinsiz kullanımı, bireysel ve kurumsal bilgilere üçüncü taraflarca erişim,</p> <p>Mahremiyet,</p> <p>özel hayatın gizliliği,</p> <p>izinsiz paylaşım,</p>	<p>Gizlilik ihlali sorunları</p>	<p>Dijital etik sorun alanları</p>

Tablo devamı arka sayfada

<p>Kurumlarda çalışanların iş yerinde uyması gereken kuralları bildiklerini varsayarsak kurallara uymama hâlinde disiplin <i>cezası</i> ile tecziye edileceğini bilir. Oysa dijital ortamda bunun önce tespit edilmesi ve daha sonrada ispatlanabiliyorsa bir <i>yaptırım</i> olur ki bu da uzun bir süreç olduğundan çok ciddi bir durum olmadıkça insanlar bunun şikâyeti ile uğraşmazlar. (k2)</p> <p>Konuyla ilgili <i>yasal mevzuattaki boşluk</i> dijital etiğin uygulamada sorunlarla karşılaşmasına neden olmaktadır (k3)</p> <p>Dijital etik sorununun önüne geçmek için günümüz <i>hukuk düzenlemelerinin</i> dijital alanlara uygun düzenlenmesi gerektiğini düşünüyorum. (k5)</p> <p>Çeşitli bilim, kültür ya da sanat eserlerinin dijital ortamda <i>teelif hakkı gözetilmeksizin paylaşımında olması</i> da bir etik sorunudur. (k6)</p>	<p>Yasal mevzuattaki boşluk, caydırıcı cezaların olmaması, teelif hakkı sorunları</p>	<p>Yasal düzenlemelerin yeterliliği</p>	<p>Dijital etik sorun alanları</p>
<p>İnsanlar dijital ortamda <i>gerçek kimliğini saklayarak</i> yaptığı paylaşımlarla kendilerine özgür bir ortam oluşturduklarını düşünmektedirler. Oysa bunun denetlenmesi gerekir. (k4)</p> <p>İnsanların yüzlerine söyleyemediklerini arkasından konuşmak nasıl ise dijital ortamda da <i>fake</i> isimlerle hesap açıp düşünceleri paylaşmak da aynı şeydir. (k1)</p> <p>Buradaki <i>özgürlük başkalarına hakaret etmek, düşüncelerine saygılı olmamak, illegal düşünceleri yaymak</i> şeklinde de olabiliyor. (k6)</p> <p>Toplumda ahlaklı olarak nitelendirilen kişilerin dijital ortamda da aynı ahlak anlayışını sürdürmesini bekleriz. Ancak, <i>gerçek kimliklerini saklayarak</i> açtıkları hesaplarla bu kurallara uyup uymadıkları tartışılır. (k5)</p>	<p>Fake/sahte kimlikler/hesaplar, ifade özgürlüğünün kötüye kullanımı</p>	<p>Özgürlük ve denetim ikilemi</p>	<p>Dijital etik sorun alanları</p>

<p>Bir diğer önemli problem ise kurumların <i>dijital ortamı çok iyi kullanmayı bilmeyen</i> kullanıcılara aldatıcı ve yanıltıcı yönlendirmeler ile kişilerin seçimlerini etkilemeleri. (k1)</p> <p>Ülkemizde dijital okuryazarlık oranının nispeten düşük olması başlıca sorun alanıdır. (k3)</p> <p>En büyük problem alanı, dijitalleşme düzeyindeki gelişmenin bireylerin, kurumların ve toplumların zihinsel dönüşümünden ve ekonomik hayatı düzenleyen mekanizmalardaki yeni duruma <i>uyumdan çok daha hızlı</i> gerçekleşmiş olmasıdır. (k4)</p> <p>Faaliyet yönetimini gerçekleştiren kişilerin dijital dünya hakkında <i>yeterli eğitime</i> sahip olmaması da bir sorundur. (k6)</p>	<p>Hızlı dijitalleşme,</p> <p>dijital okuryazarlık oranının düşüklüğü,</p> <p>Aldatıcı ve yanıltıcı yönlendirmeler,</p> <p>dijitalleşmeye uyum sağlayamama</p>	<p>Dijital okuryazarlığın yeterli düzeyde olmaması</p>	<p>Dijital etik sorun alanları</p>
<p><i>Çıkarıcı anlayış</i> devam ettikçe dijital etik standartlar geliştirilse bile uzun vadede uygulanamayacaktır. (k2)</p> <p><i>Ahlak kuralı tanımayan rekabetin varlığı</i> gerçek dünyada olduğu gibi dijital dünyanın da etik sorunudur. (k4)</p> <p>Kurumların <i>kâr amacını her türlü sorumluluklarının önüne koymaları</i> da dijital etik sorunlardan biridir. (k3)</p> <p><i>Salt ticari amaçlarla</i> tüketici bilgilerinin izlenmesi, stoklanması ve paylaşılması çeşitli problemlere yol açabilir. (k6)</p> <p>Sosyal medya platformlarındaki <i>güncel popüler eğilimlere göre</i> kurumsal pratiklerin şekillenmesi çeşitli etik sorunlara yol açabilir. (k6)</p>	<p>Ahlak kuralı tanımayan rekabet,</p> <p>kâr etmeyi her şeyin üzerinde tutan ticari anlayış</p>	<p>Çağımızın ekonomi ve rekabet anlayışı</p>	<p>Dijital etik sorun alanları</p>

Tablo 3. Üniversitelerde Dijital Etiğin İmkânı

Betimsel ifadeler	Kod	Kategori	Ana tema
<p>Dijital etik konusundaki sorunların <i>her yerde</i> yaşanıyor olması neticesinde <i>evrensel olarak dijital etik standartları</i> geliştirilmesi gerekmektedir. (k2)</p> <p>Etik dışı davranışlar ortaya çıktığında <i>kamuoyu tepkileri</i> ile kurumların geri adım atıklarına şahit olmaktadır. Bu da toplumun normal hayatında benimsediği etik değerlerin dijital dünyada da benimsemesini istediğini göstermektedir. (k1)</p> <p>Her ne kadar ahlaki davranışların tanımlanması toplumdaki topluma değişse de toplumların çoğunun ortak kabul ettiği bazı etik kurallar mevcuttur. Örneğin hırsızlık yapmak hemen hemen her toplumda etik dışı kabul edilir. Benzer <i>etik standartların</i> dijital dünyada da kabul edilmesi pekâlâ mümkündür. (k3)</p> <p>Gerek reel gerekse sanal ve dijital dünya olsun bireyin, kurumların ve bunlar arasında etkileşimin bulunduğu her alanda <i>etik standartların</i> bulunması bir gerekliliktir. (k5)</p> <p>Dijitalleşmeyle birlikte, dünya ulusal sınırların ortadan kalktığı bir yapıya doğru ilerlemektedir. Dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla birlikte bu benzeşme artma eğilimi gösterecektir. Dolayısıyla dijitalleşmenin ilk evrelerinde toplumdaki topluma dijital etik anlayışı farklılık arz edebilirken, dijitalleşme düzeyi ilerledikçe bu farklılıklar eriyecektir. (k4)</p> <p>Dijital etik konusundaki düzenlemeler için <i>asgari standartların</i> belirlenmesi yararlı olabilir. (k5)</p>	<p>Evrensel</p> <p>Standart</p> <p>Toplum</p> <p>Kamuoyu</p> <p>Etik değerler</p>	<p>Evrensel dijital etik standartlarının belirlenmesi</p>	<p>Üniversitelerde dijital etiğin imkânı</p>
<p><i>Bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler, yeni programların yazılması, akıllı zekâ, yapay zekâ uygulamaları</i> ile bu konularda ilerleme sağlanacağını ve gelecekte herkes istediği gibi paylaşımlar yapamayacağını düşünüyorum. (k3)</p> <p>Dijital portallarda yayımlanan düşünce ve görüşlerin <i>yapay zekâ uygulamaları ile denetlenerek</i> ortama aktarılması sağlanabilir. (k1)</p>	<p>Bilgisayar teknolojileri</p> <p>Program yazılımı</p> <p>Yapay zekâ</p> <p>Akıllı zekâ</p> <p>Denetim</p>	<p>Yapay zekâ ya da çeşitli yazılımlarla dijital etik denetimi</p>	<p>Üniversitelerde dijital etiğin imkânı</p>

<p>Kurumlar bu konularda <i>disiplin yönetmeliğine</i> yeni maddeler ekleyerek sorunu çözmeye çalışabilirler. (k1)</p> <p>Kurumlar faaliyetleri sebebiyle paydaşlarıyla etkileşim içerisinde bulunmakta ve onlar hakkında çeşitli bilgilere vakıf olmaktadır. Bazı kurumlar tarafından bu bilgilerin üçüncü taraflarla ticari ya da bir başka kazanç amacıyla paylaşıldığı bilinen bir gerçektir. Böylesi durumlar paydaşların bu tür kurumlara bakışını olumsuz etkilemektedir. Dolayısıyla her kurumun <i>kendi faaliyet alanına özel dijital etik standartları</i> geliştirmesi bir gerekliliktir. (k4)</p> <p>Nasıl ki çeşitli kurumsal süreçlerde etik protokoller var ise dijital alan için de <i>etik standartların</i> belirlenmesi gereklidir. <i>Bilgi paylaşımı ve kurumsal temsil açısından bu standartlar</i>, kurumsal faaliyetlerin etik ve pratik ve sonuçları bakımından önemlidir. (k6)</p>	<p>Yönetmelik</p> <p>Kurumsal faaliyet</p> <p>Paydaşlar</p> <p>Üçüncü taraflar</p> <p>Protokoller</p> <p>Kurumsal temsil</p> <p>Bilgi paylaşımı</p>	<p>Kurumsal faaliyet alanlarına özgü dijital etik çalışması Kurumun tüm paydaşlarına açık ve şeffaf bir şekilde gizliliğin nasıl sağlandığının açıklanması</p>	<p>Üniversitelerde dijital etiğin imkânı</p>
---	---	--	--

Katılımcılara kurumsal bir dijital etiğin imkânı üzerine sorulan sorulara ilişkin verilen cevaplara bakıldığında katılımcıların dijital etiğe ilişkin standartların belirlenmesinin bir gereklilik olduğunu düşündükleri fakat hâlihazırda üniversitelerde buna ilişkin bir uygulamanın ya da çalışmanın bulunmadığını ifade ettikleri görülmektedir. Ayrıca çeşitli programlar ve yazılımlar aracılığıyla bunun kurumsal düzeyde denetlenebileceğine ilişkin görüşler bildirmişlerdir. Konuyla ilgili bazı katılımcı görüşlerine aşağıda yer verilmiştir:

“İnternete erişebilen her insanın hatta robotların dijital ortamda var olduğu düşünüldüğünde burada bir standart tutmanın zor olduğu ortadadır. Ancak gizlilik, mahremiyet, kişisel verilerin izinsiz kullanılması gibi konuların kültürler üstü bir anlayışla ele alınabileceğini bunların tüm insanlık için geçerli etik konular olduğunu düşünüyorum.” (k4)

“Tüm insanlığı sanal dünyada kontrol altında tutamasak da kurumsal anlamda paydaşların bilgilerinin gizliliğini çeşitli yazılımlarla korumak ve taahhüt etmek, kurumun dijital imkânlarının ne şekilde kullanıldığını kontrol etmek ve sürekli denetlemek günümüzdeki teknoloji ile mümkündür.” (k5)

“Üniversitelerin hemen hemen tüm iş ve prosedürlerinin dijital platformlardan yürütülüyor olmasına rağmen bunların gizliliğinin ve güvenliğinin ne şekilde kontrol edildiğine ve sağlandığına dair bilgimiz yok. Sisteme kaydolarken ya da kurumsal e postayı kullanırken veri gizliliğine ilişkin bir sözleşme ile karşılaşmıyoruz. Açıkçası kurum dijital ortamda kişisel bilgilerimizin korunmasına dair bir yazılım kullanılıyor mu bilmiyorum. Kullanılıyorsa da paylaşılmıyor. Dolayısıyla bilgilerimizin üniversitemiz dışında kim ya da kimlerle paylaşıldığına dair bilgimiz yok.” (k3)

“Şirketler, müşterilerinin, paydaşlarının ve çalışanlarının çıkarlarını korumak için etik standartlarını internet sayfalarında, faaliyet raporlarında kamu ile paylaşmaktadırlar. Dijitalleşen bir çağda aynı durum kurumsal dijital etik standartları için de yapılabilir. Bu konuda Schneider Electric dijital etik konusunda önemli çalışmalar yapmıştır. Dünyanın en etik şirketleri arasında girmeyi başaran şirket “iş dürüstlüğü kampanyası” gibi uygulamalara önem vermektedir.” (k2)

5. Sonuç ve Tartışma

Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinin ulaştığı noktada toplumun tüm kurumlarında dijitalleşme hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir. İçinde bulunduğumuz pandemi süreci tüm kurumların dijitalleşmesini daha da hızlandırmış, özellikle yükseköğretim kurumları eğitim hizmetlerini büyük oranda dijital ortamdandır yürütür hâle gelmiştir. Dijital ortam, insanlığa muntazam olanaklar sağlarken bir yandan da tüm geleneksel etik değerleri ardında bırakan sınırsız bir alan yaratmıştır. Bu sınırsızlığın getireceği tehlikelere karşı önlem almak, kapsayıcı kural ve düzenlemelerle dijital etiğe dair standartlar belirlemek tüm insanlık için gereklidir. Bu bağlamda bu çalışmada dijital etiğin sorun alanları ortaya konularak üniversitelerde dijital etiğin imkânı sorgulanmaya çalışılmıştır.

Araştırma sonucunda dijital etiğe ilişkin başlıca sorun alanlarının gizlilik ihlali, yasal düzenlemelerin yetersizliği, ifade özgürlüğü ve denetim ikilemi, fake/sahte kimlikler/hesaplar, dijital okuryazarlığın yeterli düzeyde olmaması, çağımızın kâr etmeyi her şeyin üzerinde tutan ve ahlak kuralı tanımayan ekonomi ve rekabet anlayışı gibi başlıklar altında topladığı görülmüştür. Bu çalışmada ulaşılan sonuçlara benzer şekilde konuyla ilgili yapılan bir çalışmada üniversitelerin dijital ortamdandır yürüttüğü uzaktan eğitim faaliyetlerinin mahremiyet ihlali ve kişisel bilgilerin izinsiz kullanımı gibi dijital etik sorunlar içerdiği ifade edilmiştir (Kshetri, 2020). Örneğin, New York Eğitim Bakanlığı, gizlilik ve diğer endişeler sebebiyle görüntülü iletişim uygulaması olan Zoom'u yasaklamıştır. Zoom'un zayıf siber güvenliğinin davetsiz misafirlerin sanal sınıflara erişebildiği "Zoombombing" olarak bilinen bir taciz türünü önleyemediği birçok örnek bildirilmiştir. Yapılan başka bir çalışmada ise pandemi döneminde evden çalışmanın artması ile birlikte çeşitli kurumların özel hayatın gizliliğini ihlal ederek çalışanları sürekli gözetim altında tuttukları ve bunun ciddi bir dijital etik sorunu olduğu ifade edilmiştir (Satariano, 2020). Bu çalışmanın sonuçları EDUCAUSE 2020 en fazla karşılaşılan 10 Bilişim Teknolojisi Sorunu raporuna göre (Grajek, 2020), ilk sırada bilgi güvenliği stratejisi ve hemen ardından gizlilik sorunları gelmesi bakımından da benzerlik göstermektedir. Ayrıca gizlilik, dünyanın dört bir yanındaki internet kullanıcıları

için önemli bir etik sorun olmaya devam etmekte ve en son araştırmalar, gizlilik konusunda her geçen yıl bir önceki yıldan daha fazla endişelendiğimizi göstermektedir (Kemp, 2020). GlobalWebIndex (2020) verilerine göre, 2019'un başında kurumların kişisel verilerini nasıl kullandığından endişe duyanların oranı yüzde 63 iken, bu oran 2020' de 64'e yükselmiştir. Reuters Gazetecilik Araştırmaları Enstitüsü (2020) tarafından yapılan anket sonuçlarına göre ise ankete katılan dünya çapında 18 yaş üstü yetişkinlerin yüzde 56'sı, internette neyin gerçek neyin sahte olduğu konusunda "endişelendiklerini" ifade etmişlerdir.

Katılımcıların tamamı üniversitelerde dijital etik standartların oluşturulması ve kurumların tüm dijital uygulamalarında bu standartlara uygun çalışmalarını gerektiği konusunda görüş bildirmişlerdir. Ayrıca katılımcılar evrensel dijital etik standartlarının belirlenmesinin mümkün ve gerekli olduğu konusunda da hemfikirlerdir. Katılımcılar her ne kadar günümüz teknolojisinde yapay zekâ ya da çeşitli yazılımlarla dijital etik denetiminin kurumlar tarafından gerçekleştirilebileceğini ifade etmiş olsa da özgürlük ve denetim ikilemi düşünüldüğünde bu soruna çözüm bulunmasının kolay olmadığı ortadadır. Geleneksel etik anlayışı da nihayetinde zaman içinde oluşmuştur ve dijital etik anlayışı da zamanla oluşacaktır. Ancak dijital dönüşümün hızı, fiziki dünyadaki insan medeniyetinin etik değerlerinin oluşum hızından çok daha farklı olduğundan dijital etik standartların oluşması dijitalleşmeye göre daha geç olmaktadır. Burada önemli olan; bu araştırmanın temel amaçlarından biri olan, dijital ortamı kullanan herkeste bu konuda farkındalık yaratılmasıdır. Üniversitelerde dijital etiğin önemi nihayetinde geleceğin yeni nesil kodlayıcılarının, veri bilimcilerinin, bilgisayar bilimcilerinin ve yazılım geliştiricilerinin şu an üniversitelerde öğrenim gören öğrencilerden oluşacak olması ve bunların mimarının da üniversitelerdeki değerli akademisyenlerin olmasından kaynaklanmaktadır. Öğrencilerin ve akademisyenlerin dijital etik farkındalığının artırılmasının ve bu konuda yapılacak tüm çalışmaların dijital etik oluşturma sürecinin en önemli adımı olduğu düşünülmektedir.

Ülkemiz ve yerli literatür açısından nispeten yeni bir kavram olması bakımından dijital etik ile ilgili toplumda ve kurumlarda farkındalık yaratılması önemlidir. Bu noktada TV ekranlarında gördüğümüz kamu spotlarına benzer şekilde internet ortamında da etik dışı davranışları açıklayan kamu spotu yayınları kullanılabilir. Üniversitelerde öğretim elemanlarına ve öğrencilere dijital etik konusunda eğitimler verilebilir. Bugün üniversitelerde bir akademisyenin veya öğrencinin bilim dalı ne olursa olsun çalışmalarını internet ortamından yürüttüğü bir eğitim sistemi kullanılmaktadır. Bu bağlamda toplumda dijital etik farkındalığına sahip bireyler yetiştirmek ve gelecek yıllarda dijital etiği bir sorun olmaktan çıkarmak için

üniversitelerde bölüm fark etmeksizin dijital etik dersi dönemlik zorunlu ya da seçmeli bir ders olarak öğrencilere sunulabilir.

Bu çalışma belirli bir örneklem ile sınırlıdır. Araştırma kurumsal dijital etiğe dikkat çekilmesi bağlamında üniversitelerden farklı kurumlarda tekrarlanabilir. Etik toplumsal kültürle doğrudan ilişkili bir konudur. Dolayısıyla araştırma yapılan örneklemin toplumsal kültürü, dijital etiğin sorun alanları konusundaki görüşlerini farklılaştırabilir. Örneğin toplumcu/kolektivist bir toplumsal kültürde bireyler toplumsal normlara uyma konusunda daha hassas davranırken bireyci bir toplumsal kültürde aynı hassasiyet gösterilmeyebilir (Hofstede, 1991). Dolayısıyla bu araştırma farklı kültürlerden örneklemeler üzerinde tekrarlanabilir ve karşılaştırmalı analizler yapılarak dijital etik konusunda standartlar geliştirilmesi bağlamında bir yol gösterici olabilir.

Kaynakça

- Baxter, K. (2020). Ethical Frameworks, Tool Kits, Principles, and Oaths-Oh My! Salesforce blog, <https://blog.einstein.ai/frameworks-tool-kits-principles-and-oaths-oh-my/> 03.03.2021 tarihinde erişildi.
- Berg, B. L. (2001). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*(4th Ed.). MA, ABD: Allyn and Bacon.
- Bogdan, R. C. & Biklen, S. K. (1998). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. Boston: Allyn and Bacon.
- Brennen, S. & Kreiss, D. (2014). Digitalization and Digitization. <http://culturedigitally.org/2014/09/digitalization-and-digitization/> 17.04.2021 tarihinde erişildi.
- Brinkmann, S. (2013). *Qualitative Interviewing: Understanding Qualitative Research*. New York: Oxford University Press.
- Büyükköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, O. E., Karadeniz, S., ve Demirel, F. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Canbay, T. (2001). Bütçe etiği (kavramsal bir yaklaşım). *Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 2, 125-135.
- Capurro, R. (2009). Digital ethics, *Global Forum on Civilization and Peace*, <http://www.capurro.de/korea.html> 26.02.2021 tarihinde erişildi.
- Cohen, L., & Manion, K. (2000). Action research. In L. Cohen, L. Manion & K. Morrison (Eds.), *Research Methods In Education* (5 ed., pp. 226-244). London: Routledge-Falmer.
- Craig, E. (2018). The Future: Our Minds As The Ultimate VR and AR Interface, *Digital Bodies*, <https://www.digitalbodies.net/virtual-reality/future-minds-next-vr-ar-interface/> 02.03.2021 tarihinde erişildi.
- Craig E. & M. Georgieva, (2018). VR and AR: The Ethical Challenges Ahead, *Transforming Higher Ed* (blog), *EDUCAUSE Review*, <https://er.educause.edu/blogs/2018/4/vr-and-ar-the-ethical-challenges-ahead> 03.03.2021 tarihinde erişildi.

- Creswell, J. W. (2016). Nitel Araştırma Yöntemleri Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni. M. Bütün & S. B. Demir (Edt.). Ankara: Siyasal.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2017). *Qualitative Inquiry And Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Los Angeles: Sage publications.
- Das, S. & Mararike, S. (2020). Contact-tracing data harvested from pubs and restaurants being sold on. *The Times* <https://go.nature.com/3osQq8L> adresinden 04.03.2021 tarihinde erişildi.
- Degrise, C. (2016). Digitalisation of the economy and its impact on labour markets. European Trade Union Institute (ETUI). <https://www.etui.org/publications/working-papers/digitalisation-of-the-economy-and-its-impact-on-labour-markets> 17.04.2021 tarihinde erişildi.
- Ercan, C. (2009). İnternet kullanımında etik kaygılar ve etik kaygıların giderilmesi yönünde organizasyonların sorumlulukları. *Mevzuat Dergisi*, 141, 1-11.
- Fraenkel, J. ve Wallen, N. (2008). *How To Design And Evaluate Research In Education*. (7th Ed.). USA: McGrawHill Companies, Inc.
- GlobalWebIndex, (2020). https://www.globalwebindex.com/reports?page_num=5 17.04.2021 tarihinde erişildi.
- Grajek, S. (2020), Top 10 IT Issues, 2020: The Drive to Digital Transformation Begins, *EDUCAUSE Review*, <https://er.educause.edu/articles/2020/1/top-10-it-issues-2020-the-drive-to-digital-transformation-begins> adresinden 04.03.2021 tarihinde erişildi.
- Hancock, D.R. ve Algozzine, B. (2006). *Doing Case Study Research: A Practical Guide For Beginners Researchers*. New York: Teachers College.
- Henriette, E., Mondher, F. & Boughzala, I. (2015). The Shape of Digital Transformation: A Systematic Literature Review. Ninth Mediterranean Conference on Information Systems (MCIS), Samos, Greece.
- Hofstede, G. (1991). *Cultures and organizations: Software of the mind*. London: McGraw-Hill.
- Kemp, S. (2020). *Digital 2020 Reports*. <https://wearesocial.com/digital-2020> 17.04.2021 tarihinde erişildi.
- Kshetri, N. (2020). Remote education is rife with threats to student privacy. *The Conversation* <https://go.nature.com/3beQhCi> adresinden 04.03.2021 tarihinde erişildi.
- Mason J. (2002). *Qualitative Researching*. London: Sage.
- Merriam, S. B. (2015). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber*. S. Turan (çev.), İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Mertens, D. M. (2014). *Research Ahd Evaluation in Education And Psychology Integraing Diversity With Quantitative, Qualitative And Mixed Methods*. New York: Sage.
- O'Brien, J. (2018). Digital Ethics in Higher Education: 2020, *EDUCAUSE Review*, <https://er.educause.edu/articles/2020/5/digital-ethics-in-higher-education-2020#fn41> adresinden 04.03.2021 tarihinde erişildi.
- Önce, Ş. (2019). Etiğin Dijital Etiğe Dönüşümü Üzerine, *ISophos: Uluslararası Bilişim, Teknoloji ve Felsefe Dergisi*, 2(3), 59-85.
- United Kingdom Government Digital Service (2020). İngiltere Hükümeti Veri Etik Çerçeve ve Veri Etik Çalışma Kitabı. <https://www.gov.uk/government/publications/data-ethics-framework> 04.03.2021 tarihinde erişildi.

- Parviainen, P., Tihinen, M., Kääriäinen, J. & Teppola, S. (2017). Tackling the digitalization challenge: how to benefit from digitalization in practice. *International Journal of Information Systems and Project Management*, 5(1), 63-77.
- Patil, D.J., H. Mason, & M. Loukides, (2018). Of Oaths and Checklists, O'Reilly (website), <https://www.oreilly.com/radar/of-oaths-and-checklists/> 04.03.2021 tarihinde erişildi.
- Patton, M. Q. (2014). Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri (M. Bütün ve S. B. Demir, çev.). Ankara: Pegem Akademi.
- Ramadhan, A. vd. (2011). E-government ethics: A synergy of computer ethics, information ethics and cyber ethics. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications (IJACSA)*, 8, 82-86.
- Reuters Gazetecilik Araştırmaları Enstitüsü (2020), <https://www.digitalnewsreport.org/> 17.04.2021.
- Satariano, A. (2020). How my boss monitors me while I work from home. *The New York Times* <https://go.nature.com/3orMSns> adresinden 04.03.2021 tarihinde erişildi.
- Tihinen, M. (Ed.), Kääriäinen, J. (Ed.), Ailisto, H., Komi, M., Parviainen, P., Tanner, H., Tuikka, T., Valtanen, K., & et al. (2016). The Industrial Internet in Finland: on route to success? VTT Technical Research Centre of Finland. VTT Technology No. 278 <http://www.vtt.fi/inf/pdf/technology/2016/T278.pdf> 17.04.2021 tarihinde erişildi.
- Tihinen, M., Iivari, M., Ailisto, H., Komi, M., Kääriäinen, J. & Peltomaa, I. (2016). An exploratory method to clarify business potential in the context of industrial internet- A case study, in *Collaboration in a Hyperconnected World*, 17th IFIP WG 5.5 Working Conference on Virtual Enterprises, PRO-VE 2016, Hamideh, Afsarmanesh vd., (eds.) Springer, Portugal, 469-478.
- Véliz, C. (2021). Privacy and digital ethics after the pandemic. *Nat Electron* 4, 10-11, <https://www.nature.com/articles/s41928-020-00536-y#citeas> 04.03.2021 tarihinde erişildi.
- Yağar, F., & Dökme, S. (2018). Niteliksel Araştırmaların Planlanması: Araştırma Soruları, Örneklem Seçimi, Geçerlik ve Güvenirlik. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(3), 1-9.
- Yıldırım, Ali ve Şimşek, H. (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Yin, R. K. (2017), *Durum Çalışması Araştırma Uygulamaları*, 3.Baskı, (Çev. İ. Günbay) Ankara: Nobel Yayın.
- YÖK (2020). <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2020/dijital-egitimde-3-faza-gecildi.aspx> 05.03.2021 tarihinde erişildi.



Anomi Kavramını İnternet Ortamlarındaki Kullanım Pratikleri Üzerinden Yeniden Düşünmek: Dijitanomi

Sertaç KAYA* - Burhan KILIÇ**

Öz

Bireylerin yaşam sürerken gerçekleştirdiği neredeyse tüm etkinlikler artık dijital araçlar dolayısıyla sanal bir ortamda gerçekleşebilmektedir. Bu durum, dijital bir toplumun varlığından söz edebilmeyi de mümkün hâle getirmektedir. Bu çalışmada, Durkheim ve Merton'un "anomi" kavramı ile ilgili tanımlamaları ve açıklamaları ışığında, dijital-sanal alanlarda varlık gösteren bireylerin gerçekleştirdiği etkinliklerin, teknolojinin hızına ulaşamayan yasal düzenlemelerin eksikliği nedeniyle dijital bir anomie durumuna yol açıp açmadığı incelenmektedir. İnternet kullanıcılarının gerçekleştirdiği kimi etkinliklerde yasal durum hakkında bilgi sahibi olmadıkları veya kendi amaçlarına erişmek adına yasal durumu çok fazla umursamadıkları düşünülmektedir. Ayrıca internet dolayımı ile dijital ortamda etkinlik gerçekleştiren kullanıcılar, maddi bir karşılık verilerek sahip olunabilecek eserlere ve içeriklere ücretsiz bir şekilde ulaşabilmekte (internet erişim ücreti hariç tutulduğunda), aslında yasal olmayan faaliyetler gerçekleştirebilmektedir (yasa dışı bahis oynamak, yasaklı cinsel içeriklere ulaşmak, film-dizi-müzik-pdf kitap indirmek vb.). Çalışmada bu etkinliklerin durumunun saptanması adına TÜİK'in (2018) yaptığı araştırmada interneti en yoğun olarak kullandığı tespit edilen 18-24 yaş aralığında bulunan, İstanbul'da ikamet eden, üniversite öğrencisi olan internet kullanıcılarına bir anket uygulanmıştır. Çalışmada nicel araştırma deseni olan betimsel tarama içerisinde yer alan ve önemli bir veri toplama kaynağı olarak görüldüğünden dolayı anket tekniği kullanılmıştır. Hazırlanan anket, internet ortamında dağıtılmış ve kolayca örnekleme yoluyla veriler toplanmıştır. Çalışma sonucunda yasal düzenlemelerdeki yetersizlik ve yaptırımların caydırıcılığının az olması nedeniyle kullanıcıların telifli ürünlere ve içeriklere bedelsiz olarak ulaşmasının dijital anomiyi ortaya çıkardığı görülmüş ve bu durumu tanımlamak için "Dijitanomi-Digitanomie" kavramının kullanılması önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Emile Durkheim, Robert Merton, Anomi, Dijital Anomi, Netizens

* Arş. Gör. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, sertackaya1@aydin.edu.tr

**Arş. Gör. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, burhankilic@aydin.edu.tr

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 10.03.2021

Kabul Tarihi: 24.05.2021

ORCID ID: 0000-0003-3483-572X DOI: 10.37679/trta.894494

ORCID ID: 0000-0002-0894-129X

Rethinking the Concept of Anomie Over Usage Practices in Internet Media: Digitanomie

Sertaç KAYA - Burhan KILIÇ

Abstract

Almost all the activities that individuals perform while living can now take place in a virtual environment through digital tools. This situation makes it possible to talk about the existence of a digital society. In this study, in the light of the definitions and explanations of Durkheim and Merton regarding the concept of "anomie", it is examined whether the activities performed by individuals who exist in digital-virtual areas cause a digital anomie state due to the lack of legal regulations that can not reach the speed of technology. It is considered that internet users do not have information about the legal situation in their activities or do not care too much about the legal situation in order to achieve their own purposes. Furthermore users who carry out activities in the virtual environment via the Internet, can access the works and content that can be owned by giving money, free of charge (excluding the internet access fee), and actually perform illegal activities in the virtual environment (placing illegal bets, accessing prohibited sexual content, downloading movies-series-music-pdfbooks, etc.). In the study, in order to determine the status of these activities, a survey study was applied to the internet users who are between the ages of 18-24, residing in Istanbul, who are university students, who are found to use the internet most intensively in the research conducted by TÜİK (2018). The questionnaire technique was used in the study because it is included in the descriptive survey, which is a quantitative research design, and is seen as an important data collection resource. As a result of the study, it was seen that the users' access to copyrighted products and contents free of charge due to the insufficiency in legal regulations and the low deterrence of the sanctions caused digital anomie and it was suggested to use the concept of "Dijitanomi-Digitanomie" to define this situation.

Keywords: Emile Durkheim, Robert Merton, Anomie, Digital Anomie, Netizens

Research Paper

Received: 10.03.2021

Accepted: 24.05.2021

1. Giriş

Daniel Bell'in (1973) düşünce olarak temellerini attığı endüstri sonrası toplum olarak da bilinen enformasyon toplumu ile birlikte bireyler kentlerde toplanmış ve bu kentleri yoğunlaştırmışlardır. Tim Berners-Lee'nin www (World Wide Web) sistemini bulması ile birlikte internet dünya geneline yayılmış ve bunun yanında web 1.0 ile web 2.0 teknolojileri ortaya çıkmıştır. Ayrıca bu teknolojilerin bir getirisi olan sosyal medya platformlarının da varlığının etkisi ile bir sanal ortam olarak adlandırabileceğimiz alanlardaki kullanıcı sayısı zamanla yoğunlaşmıştır. Kentlerdeki nüfus yoğunluğunun zamanla artması ile internet ortamındaki kullanıcı sayısının zamanla artması arasında anlamlı bir benzerliğin bulunduğu düşünülmektedir.

Endüstri devriminin meydana getirdiğini söyleyebileceğimiz ve günümüzde de sürmekte olan hızlı değişim ve teknolojik gelişme nedeniyle sosyal ve kültürel yapıda, örgütlenme şekillerinde ve bunun sonucunda da değer sistemlerinde önemli dönüşümler yaşanmaktadır. Bu durum nedeniyle günümüz insanının ekonomik, sosyal, siyasal sistemlerdeki değişimlerin hızına kimi zaman yetişemediği bir dünyada yaşadığı söylenebilmektedir. Özellikle teknoloji alanında meydana gelen hızlı dönüşümler insanların yaşam tarzlarını olumlu olduğu kadar olumsuz yönlerden de etkilemektedir. Teknolojik yenilikler toplumların üstyapı ile altyapılarını, sosyal, kültürel düzenlerini farklılaştırmakta, bu durum da bireyin topluma ve kendi özüne uyum sağlamasını güçleştirmektedir. Sonuç olarak bireyin doğa ile çevresi ve içinde var olduğu toplum ile ilişkisinde sorunlar ortaya çıkmaktadır (Ofloğlu ve Büyükyılmaz, 2008: 114).

Sassen (2017), zaman içinde insanların ve sosyal koşulların, teknolojilerin kullanımını karmaşık hâle dönüştürdüğünü ifade etmektedir. Bu durum, günlük hayatın belli gereklilikleriyle insanların teknoloji kullanım kültürlerinin ne şekilde bir araya gelebileceğinin kolayca öngörülememesine neden olmaktadır. Bu öngörü noksanlığı, internet üzerinden kullanıcıların ücret ödemediği ürünleri elde edebilmesi ile daha farklı bir boyuta taşınmaktadır. Schneck (2010: 79-80) kimi ülkelerin bu durumu çözmek için adımlar atmasına rağmen alınan kararların çözüme varabilmesi için dünya çapında benzer girişimlerin olması gerektiğini ifade etmektedir. Aksi hâlde internetin, kuralların bulunmadığı "kopya cennetleri" ne dönüşeceğini, erişim sağlayan herkesin film ve müzik başta olmak üzere çeşitli ürünleri kopyalayabileceğini, dağıtabileceğini ve kendi kullanımı için indirebileceğini ifade etmektedir.

Endüstri toplumunda kentlerde yer alan nüfus yoğunluğunun yarattığı düzenleme yoksunluğundan doğan durumun bugün endüstri sonrası topluma karakterini veren

ağlar alanında da yaşandığı düşünülmektedir. İnternet aracılı ortamlarda meydana gelen durumların nasıl ciddi sorunlara yol açabileceği artık günümüzde bilinmektedir. O nedenle sanal ortamları da günlük hayatımızda karşılaştığımız, duyu organlarımızla algıladığımız ortamlar gibi görebileceğimiz ve bu ortamları daha önce var olan kavramlar, teoriler, kuramlar ışığında ele alabileceğimiz düşünülmektedir. Gerçek hayatta var olan ve sosyoloji ile iletişim çalışmaları alanı içinde bulunan kavramlar zamanla dijital iletişim çalışmaları vasıtasıyla sanal alanlara uyarlanmış veya bu alanlara taşınmıştır. Literatüre göz atıldığında netizens (Hauben ve Hauben, 1998), siber suçlar (Jaishankar, 2011), siber-dijital toplum / ağ toplumu (Lindgren, 2007, Castells, 1996, 1997, 1998; Van Dijk, 1999), dijital gözetim (Lyon, 2001), dijital demokrasi (Hague ve Loader, 1999, Hacker ve Van Dijk, 2000, Hindman, 2009), dijital kimlik (Turkle, 1995; Papacharissi, 2010) gibi aslında reel dünyaya ait olan kavram, olgu veya olayların internet ortamına uyarlandığı görülmüştür. Bu çalışma ise sosyoloji ve iletişim çalışmaları alanının çalışma konuları içinde yer alan anomi kavramının internet ortamına uyarlanması noktasında var olduğu düşünülen bir boşluğun doldurulma gerekliliğinden doğmuştur.

Çalışmamızda “anomi” kavramı bugün bulunduğumuz teknoloji ve internet yoğun toplumda var olan durumu analiz etmek için kullanılmaktadır. Bu bağlamda Durkheim ve Merton'un “anomi” kavramlarını nasıl açıkladıklarına değinilecek, internetin yoğun kullanımı ile ortaya çıktığı düşünülen 'internet dolayimli toplum'a geçiş süreci anlatılmaya çalışılacaktır. Ardından bu şekilde ifade edilen toplumun getirisi olarak düşünebileceğimiz “internet vatandaşı” anlamını içinde barındıran “netizens” kavramı açıklanarak “anomi” kavramının dijital ortama yansması şeklinde düşünebileceğimiz “dijitanomi” kavramının kullanılması önerilecektir.

Çalışmada nicel araştırma deseni olan betimsel tarama içerisinde yer alan ve önemli bir veri toplama kaynağı olarak görüldüğünden dolayı anket tekniği kullanılmıştır. Betimsel tarama ile araştırmacı, bir gruptaki kişilerin, bir olgu veya olay hakkında görüş ve tutumları neticesinde elde ettiği verilerden olgu ve/veya olayların betimlemesini yapabilmektedir (Karakaya, 2012: 59). Bu çalışmada da 18-24 yaş aralığındaki internet kullanıcılarının internet ortamında gerçekleştirdiği faaliyetlerin, bu faaliyetleri düzenleyen yasaların eksikliği veya var olan düzenlemelerin yeterince bilinmemesi nedeniyle dijital ortamda bir anomiyeye neden olup olmadığı araştırılmaktadır.

Çalışmada var olduğu düşünülen dijital anomi durumunun saptanabilmesi adına bir anket gerçekleştirilerek sonuca varılmaya çalışılmıştır. Anket sorularının çalışmada ele alınan dijital ortamlardaki anomi durumunu ortaya çıkaracak biçimde oluşturulmasına özen gösterilmiştir. Bu bağlamda çalışmanın amacı kullanıcıların

ücretli içeriklere ve ürünlere ne şekilde ulaştığını ve bu kullanım pratiklerinin yasal durumları hakkında bilgi sahibi olup olmadığını ölçümlemektir.

2. Durkheim'a Göre Anomi Kavramı

Anomi (anomie, anomy) bir toplumda var olan kuralların etkisiz hâle gelmesi, çöküntü, çatışma ya da karışıklığın meydana gelmesi durumunu belirten bir terimdir. Eski Yunan metinlerinde sıklıkla karşılaşılan anomi “yasadışı” anlamını taşıyan “anomos” kelimesi ile ilişkilendirilmektedir. Kavram, çöküntü ve enkaza atıfta bulunan geniş çaplı ve çoğunlukla olumsuz manalar çağrıştıran bir biçimde kullanılmıştır (Marshall, 2005: 32).

İnsanın varoluşunda meydana gelebilecek bir değişiklik, ani bir şekilde de olsa önceden bilinen bir şey de olsa, acıya sebebiyet verici bir kriz oluşturmaktadır. Bunun nedeni edinilmiş içgüdülere yönelik şiddet uygulaması ve ona direnç sunmasından kaynaklanmaktadır. Güzel beklentiler bizleri ilerlemeye özendirir de bütün bir geçmiş bizleri geride tutmaktadır. Bu yüzden zamanın bedenimizde sabit hâle getirdiği ve organize ettiği alışkanlıkları yok etmek zahmetli bir eylem olmaktadır (Durkheim, 1984: 186).

“The Division of Labour in Society (1984)” isimli çalışmasında Durkheim'ın sunmuş olduğu fikirler anominin sadece ekonomik düzensizlikle alakalı olduğunu belirten yaklaşımların yanlış olduğunu göstermektedir. Modern toplumlarda yürütülen çok sayıda faaliyetin ekonomi paydasında toplanabilmesi Durkheim'ın çalışmalarını neden bu paralelde yürüttüğünün sebeplerini göstermektedir. İş bölümünden kaynaklanan ortam, anominin incelenmesi adına bir kapı aralamaktadır.

Hayat şartları değiştiğinde, ihtiyaçları düzenleyen adımlar aynı şekilde devam edemeyip toplumsal kaynaklara göre yeniden kurgulanmaktadır. Hem insanların hem de nesnelere kamuoyu tarafından tekrardan sınıflandırılması için zamana ihtiyaç vardır. Serbest olan toplumsal kuvvetler, dengelerini tekrardan bulamadıkça tüm hepsinin değeri belirsiz kalacaktır. Bunun neticesinde toplumsal düzenlemelerin yokluğu hissedilecektir. Neyin olup olamayacağı, hangi isteklerin ve umutların haklı olup olmadığı, ölçüyü kaçıranların kimler olduğu bilinemez duruma gelmektedir. Bu durumun avantajlı hâle getirdiği sınıflar kontrol edilemeyen bir istekle sınırlarını bilememeye başlarlar. İstekler, arzular ve talepler en üst seviyelere ulaşmaktadır. Geleneksel kuralların işlevselliğini kaybettiği anda, kendilerine sunulan imkânların genişlemesi insanları daha sınır tanımaz hâle getirmektedir. Arzulara ve isteklere kuvvetli bir disiplin lazımken aksine başıbozuk bir durum meydana gelir; düzensizlik ve kuralsızlık, içinde bulunulan ortamda artmaktadır. Aşırılığa kaçmış isteklerin sonuçları ne olursa olsun bireyler doyuma ulaşama-

maktadır. Çünkü isteklere sınırları aşmamaları yönünde herhangi bir telinde bulunulmamaktadır. Düzenlemelerin zayıfladığı ortamda da mücadele daha çetin ve acılı olmaktadır. Ayrıca her ne kadar çözümsüz olsa da bolluğun artışının getirdiği ahlaksal tehlike göz ardı edilmemelidir (Durkheim, 2013: 256-258).

Durkheim'ın ilk anomi yaklaşımı, sosyal faaliyetler arasındaki ilişkileri yöneten bir kurallar bütünü'nün yokluğuyla biçimlenmekteydi. Anomi teriminin tam olarak sosyo-psikolojik noktaya ulaşması Durkheim'ın "İntihar (Suicide)" çalışmasına kadar gerçekleşmemiştir.

Durkheim, sapkın davranışta, sosyal entegrasyon ve sosyal değişimin etkili olduğunu belirtmektedir. Eğer toplumda hızlı bir değişim varsa bu durum, normlarda belirsizliğe ve devamında da anormalliklerin ortaya çıkmasına neden olacaktır. Normsuzluk hâli olarak tanımlanabilecek anomi, toplumun, içinde yaşayan bireylerin beklentilerini ve davranışlarını etkili bir biçimde düzenlemesindeki başarısızlığını ifade etmektedir. Amaçların düzenlenmesinde ortaya çıkan bozulmaların, normsuzluğu ve anormalliği tetiklediğini söylemektedir. Bu tarzdaki düzenleme yoksunlukları insanların isteklerini sınırsız hâle getirmekte ve sapmayı ortaya çıkarabilmektedir (Inderbitzin, Bates ve Gaine, 2016: 133).

Bir toplumsal işlev, ahlaki bir disiplin kurulmadan işlerlik kazanmamaktadır. Ahlaki bir disiplin kurulmadığı takdirde bireysel hırslardan geriye bir şey kalmamış olur ve bu hırslar doğal bir şekilde doyumsuz ve sınırsız olduklarından, düzene sokulmazlarsa kendi kendine düzene girmeyeceklerdir. Ayrıca, toplumun bütünü'nü etkilemeye yönelik bir etkinlik türü, özel ahlaki sınırların dışına itilirse bunun sonucu bir anarşiyi meydana getirecektir. Böyle beliren güçler normal gelişim düzenlerinin nasıl olması gerektiğini bir daha kavrayamazlar. Çünkü bu güçlere durması gereken yeri gösterebilecek hiçbir şey bulunmamaktadır. Bu nedenle uyumsuz hareketler biçiminde mücadele etmeye, birbirlerini ezmeye, ortadan kaldırmaya, pasifize etmeye uğraşmaktadırlar. Şüphe yoktur ki güçlü olanlar zayıf olanları ezmeyi veya hiç yoksa bir egemen bağımlı ilişkisi içine sokmayı başarmaktadırlar (Durkheim, 2006: 55-56).

Toplumsal gruplar genişledikçe düzenlemelerin gereklilik durumu da artmaktadır. Çünkü grup bireylerinin sayısı azken birey ile toplum arasında var olan ayrım zayıf olmaktadır, böylece bütün ile parçayı birbirinden ayırt etmek zorlaşacaktır ve dolayısıyla bütünün çıkarına olanlar her grup üyesi tarafından doğrudan benimsenecektir. Fakat toplumdaki üye sayısı genişledikçe farklılık da derinleşmeye başlamaktadır. Grup içerisinde yer alan bireyler genişleme ile birlikte toplumsal ufku yalnızca küçük bir kesimine ulaşabilmektedir, dolayısıyla etkinliklerinin ko-

lektif amaçlara uyması için neleri yapıp neleri yapmaması gerektiği ona kurallar ile aktarılmazsa eylemlerinin asosyal bir durum alması kaçınılmaz olacaktır (Durkheim, 2006: 60).

İnternetin kullanımının zamanla artışı ve internet ortamında bulunan bireylerin sayısının çoğalması ile birlikte Durkheim'ın burada belirttiği “düzenlemelerin gereklilik durumu” çalışmamız açısından önemini ortaya koymaktadır. Bugün geldiğimiz noktada interneti çeşitli amaçları için kullanan bireylerin neyin yasal neyin yasa dışı olduğu ile ilgili bir bilgilendirmeye sürekli bir biçimde gereksinimi olduğu düşünülmektedir.

3. Merton'un Anomi Kavramına Yaklaşımı

Merton, davranışlardaki sapmanın sosyokültürel nedenlerinden ilkinin, kültürel olarak belirtilen hedefler ve ilgi alanlarından oluştuğunu belirtmektedir. İkincisinin ise amaçlara varmak için kabul edilebilir durumları tanımlamak, düzenlemek ve kontrol etmek olduğunu ifade etmektedir. Tüm gruplar, hedeflerine varmak için kabul edilen ve gerekli işlemlerin ahlaki veya kurumsal düzenlemesiyle kendisinde var olan arzu ettiği hedef ölçeğini birleştirmektedir. Düzenleyici olarak bulunan normlar ve ahlaki mecburiyetler, teknik veya verimlilik normlarıyla her zaman denk düşmemektedir (Merton, 1938: 672-673).

Yasaklanmış davranışların (yolsuzluk, hırsızlık, dolandırıcılık, ahlaksızlık vb.) tamamı, başarı için gösterilen amaçlara vurgu, kurumsal olarak kendi yolundan ayrıldığına giderek yaygınlaşmaktadır (Merton, 1938: 675). Bu davranışların yaygınlaşmasının temelinde hedeflere ulaşmak için gidilen meşru yollardan sapma bulunmaktadır.

Toplumda yaşayan her birey için kabul edilen kültür değerlerine ulaşmak adına girilen mücadeledeki eksiklikler, başarıyı temsil eden maddi birikime yapılan kültürel göndermenin benimsenmesi ile ilgisi bulunduğu ölçüde, gösterilen antisosyal davranışların doğal karşılanmasına sebep olmaktadır. Amaca olduğundan fazla anlam yüklendiğinde ve bu amaca giden araçlara erişim sosyal yapı tarafından kısıtlandığında, “Amaç, araçları meşrulaştırır.” yaklaşımı ilke olarak benimsenmektedir. Bu yapı, kişilere kendilerine engel olarak gördükleri durumları ortadan kaldırması için baskı yaratmaktadır (Merton, 1938: 681-682). Merton, bu bağlamda amaç ve araç arasındaki koordinasyon eksikliğinin anomiye neden olduğunu ortaya koymaktadır.

Merton, başarı için bir şekilde oyunu kazanmanın, oyunu kurallarına uygun olarak kazanmanın önüne geçtiğini, net biçimde ortaya konulmasa da yasa dışılığını

üzerine vurgu yapıldığını belirtmektedir. Amaçlara yapılan bu vurgu, oyuna dâhil olmanın önemini azaltarak bundan sağlanan tatmini ortadan kaldırmış ve sadece başarının tatmini getirdiği yeni bir durumun ortaya çıkmasına neden olmuştur (Merton, 1968: 190-191). Oyun neticesinde kazanç olarak gösterilen hedeflere ulaşmak önem kazandığında kurallar değerini yitirmekte, katılımcılar tarafından onlara uymak mecburiyet taşımamaktadır. Oyun içinde olmak bir mana ifade etmemekte, yalnızca nihayete vardığında memnuniyet sağlamaktadır. Bu durum, kuralların ve normların işlevselliğini yitirmesine başarı için verilen mücadelede düzensizliğin ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Kısaca Merton, anominin düzenlenmemiş amaçlardan değil, kültürel amaçlarla bunlara ulaşmanın meşru yolları arasındaki yanlış ilişkilerden kaynaklandığını savunmaktadır (Inderbitzin, Bates ve Gainey, 2016: 134). Bu da Merton'un anomi yaklaşımının temelinde gayeler ve bunları gerçekleştirmek için başvurulmuş araçların birbiriyle bütünleşmemesinden, birbirlerinin tamamlayıcısı olmamasından ileri gelmektedir.

Kültürel yapı, organize normatif değerler üzerinden bir grup veya toplum içindeki bireylerin ortak davranışlarını yönetmektedir. Sosyal yapı ile anlatılmak istenen, grup veya toplumdaki kişilerin çeşitli biçimlerde içerisine girdiği organize sosyal ilişkiler kümesidir. Anomi, kültürel normlar ve amaçlarla toplumdaki bireylerin bunlarla uyumlu hareket etme durumlarındaki derin ayrılık oluştuğunda kültürel yapıda bir kırılma olarak ifade edilebilmektedir. Böyle bir durum ortaya çıktığında kültürel değerler, değerlerin gösterdiği komutlarla ayrışan davranışların doğmasına yardımcı olabilmektedir. Sosyal yapının da kültürel değerleri zorlaması sonucunda toplumdaki belli statülere sahip kişilere uygun fiiller hızlıca mümkün kılınırken diğer kişiler için zor veya imkânsız olmaktadır (Merton, 1968: 217).

Merton, anomi durumuna karşı beş genel pozisyonun bulunduğunu savunmaktadır. Bunlardan ilki uyumdur (Conformity). Bu durumda olanlar konformist olarak adlandırılmaktadır ve bu kişiler kültürel başarı/zenginlik elde etme amacını kabul edip bunu meşru yollardan elde etmeye çalışmaktadırlar. Uyum, anomiyeye karşı sapkın olmayan tek adaptasyon olarak görülmektedir. Örnek olarak, üniversite öğrencilerinin iş edinmek ve mezun olup başarı elde etmek için çalışmaları verilmektedir. Yenilikçilik (Innovation), kültürel başarı/zenginlik elde etme amacını kabul edip bunu meşru olmayan yollardan gerçekleştirmeye çalışanların adaptasyonunu oluşturmaktadır. Yolsuzluk, hırsızlık ve uyuşturucu satıcılığı gibi eylemler bu kategoride bulunmaktadır. Ritüalizm (Ritualism), kültürel başarı/zenginlik elde etme amacından vazgeçen fakat geçinmek için meşru yolda kalmaya devam edenlerin kategorisidir. Yönetime ulaşma hedefi olmayan kendisini işine vermiş

işçiler, ritüelciler olarak adlandırılmaktadır. Geri çekilme (Retreatism), kültürel başarı/zenginlik elde etme amacını da meşru yollarını da reddedenlerin bulunduğu kategoridir. Uyuşturucu bağımlıları ve evsizler bu kategoride bulunmaktadır. İsyan (Rebellion) ise kurallara uygun davranmayıp sistemi kendi isteğine göre biçimlendirmeye çalışan sapkınların bulunduğu kategoridir. Terörist gruplar, isyancıların en belirgin örneğini oluşturmaktadır (Inderbitzin, Bates ve Gainey, 2016: 134-136).

Durkheim'ın bakış açısı ile "anomi" toplumların mekanik dayanışma ile organik dayanışma arasında yaşadığı geçiş sürecinde ortaya çıkan bir durumken Merton'un bakış açısına göre araçların amaçlarla kesişmesi sonucunda ortaya çıkan bir durumdur. Yine Durkheim tarafından anomi bir geçiş dönemi sorunu biçiminde ele alınmakta ve bu sorunun organik dayanışmanın kurumsallık kazanması ile birlikte ortadan kalkacağı belirtilmektedir. Merton'a göre ise anomi, bir geçiş dönemi sorunu olmaktan öte toplumsal yapılar ve kültürel değerlerin oluşturduğu baskılar tarafından ortaya çıkmıştır (Marshall, 2005: 33).

4. İnternet Dolayımı Toplum Geçiş

Bilgisayarlar, mobil cihazlar, telekomünikasyon teknolojileri, internet ve sosyal medya; gündelik hayattaki dijitalleşmeyi arttırmakta, bireyler, toplumlar ve kültürler üzerinde etkili olmaktadır. İletişim kanallarının genişliği bizlere bilgi elde etmek, üretmek ve paylaşmak için zemin hazırlamaktadır. Tarih boyunca insanların iletişim ve etkileşim amacıyla ortaya koyduğu tüm ürünler, kişilerin ve grupların dünya ile kurdukları ilişkiyi ve toplumların, kültürlerin nasıl dönüştüğünü bizlere göstermektedir. Bugün ise teknolojik gelişmelerin ve bunların uygulanmasının arkasındaki temel mantık toplumlardaki değişim ve dönüşümleri tetiklemektedir.

Özellikle ekonomik başarıyı, eğitimi ve demokratik süreci birlikte etkileme kapasitesine sahip internetin hızlı büyüüşü, birçok yoruma da ortam hazırlamıştır. Medya da halkın, internete ulaşmak için gereken araçların kullanılması konusunda ustalaşması gerektiğini ve bir "bilgi otobanı"nın gelişini düzenli olarak sunmuştur. Yetkili sesler ise "yeni bir düzen"i ilan etmek için yükselmiştir. İnternet teknolojilerinin, özellikle geniş bant tabanlı olanların hızlı bir şekilde benimsenmesi önemli bir durumdur. Çünkü bu teknoloji, telefonları kapatmadığımız takdirde her zaman açık olabilmektedir. Kablosuz bağlantı ile birlikte kullanıcı her zaman ve mekânda ağ ile temas hâlinindedir. Diğer bir deyişle sürekli bağlıdır (Webster, 2006: 10).

Birbiri ardına yapılan araştırmaların verdiği sonuçlar bize yerin altında, gökyüzünde, kucaklarımızda ve hatta ceplerimizde silikon, bakır, optik, fiber ve kablosuz

altyapılar aracılığıyla akan yüksek oranda enformasyon ve bilgi hakkında önemli sonuçlar vermektedir. Birçok birey aslında oldukça iyi bir bağlantılılık hâlinde bulunmaktadır ve bu durum toplumdaki dijital araçlar yerine, giderek daha fazla dijital bir topluma sahip olduğumuz düşüncesini doğurmaktadır. Daha önceki tekerlek, matbaa, buhar makinesi, telefon gibi icatların yaptığını bugün dijital medya, günümüz toplumuna damgasını vurarak gerçekleştirmektedir. Bunun yanı sıra, toplumdaki bireyler, bu teknolojileri kullanma, uyarılma ya da direnme yollarıyla yeni medyayı biçimlendirmeye daima katkı sağlamaktadır. Bugün, yaşamlarımızın, ilişkilerimizin, kültürümüzün ve sosyalliğimizin dijitalleştiği ve dijital süreçlerden etkilendiği bir çağda yani dijital bir toplumda yaşamaktayız (Lindgren, 2017: 3-7).

Dijital toplumun temelinde bilgisayar teknolojisi ve internet yer almaktadır. Dijital toplumda insanlar internet bağlantıları sağlayarak iletişim kurmakta, etkileşime girmekte ve ağlara bağlı olarak faaliyetlerini yürütmektedir. Dijitalleşmenin toplum ve kültür ile bütünleşmesi sonucunda ortaya dijital toplum çıkmaktadır.

İnternet teknolojilerinin yaşamlarımızda kapladığı alan genişledikçe kimlik, ilişkiler, güvenlik ve daha temel alanlara kadar hayatın neredeyse her yönüyle ilgili anlayışımız değişmektedir. Teknolojinin etkililiği arttıkça coğrafya, dil ve bilgiye erişim gibi değişkenlerin önünde uzun zamandır var olan engeller ortadan kalkmakta ve yeni bir insan yaratıcılığı potansiyeli yükselmektedir. İnternetin kitlel olarak kabul edilmesi, tarihteki en etkileyici sosyal, kültürel ve politik dönüşümlerden birini tetiklemekte ve bu değişim daha önceki dönemlerinden farklı olarak küresel nitelikte olmaktadır (Schmidt ve Cohen, 2013: 1-2).

Hangi perspektiften hangi disiplinden bakılırsa bakılsın internet teknolojileri; insanların iletişim biçimlerini, bilgiye erişimini, oyun oynama alışkanlıklarını, çalışma şekillerimizi, müziğe ve diğer medya içeriklerine ulaşmamızı yakın bir zaman içinde dramatik olarak değiştirmiştir. Dijital teknolojilerin bireylerin ve toplumların günlük hayatlarına nüfuz ettiği birçok farklı nokta bulunmaktadır. Çoğu insan taşınabilir hâle gelen dijital cihazların yardımıyla, ağlarla bağlantılı bir yaşam sürmektedir. Haber, bilgi, müzik, oyun, dizi ve filmlere dijital platformlar ve bunlara erişim sağlayan cihazlar üzerinden ulaşılabilir. Bu teknolojiler bizlere yön vermekte ve kendimizi siber uzayda bulmamıza neden olmaktadır. Tüm bu yaşanan gelişmeler bizleri dijital toplumun birer ferdi hâline getirmektedir.

Bugün bilgisayarlar yalnızca bizler için bir şeyler gerçekleştirmekle kalmamakta, iş yapış şekillerimiz, düşünme biçimlerimiz ve daha birçok noktada yeniden üretim gerçekleştirmektedir. Bu cihazların ilk dönemlerinde durum böyle olmamak-

la birlikte doğrudan etkiler yaşantımıza tamamıyla dâhil olduğunda ve birincil etkileri hissedilmeye başlandığında ortaya çıkmıştır. Bugün birçok insan siyasal, ekonomik, kültürel, sosyal veya duygusal deneyimler ve etkiler için bu araçlara yönelmektedir.

4.1. İnternet Yurttaşları: Netizens

Hauben ve Hauben (1998), netin vatandaşları için netizen kavramını kullanmıştır. Vatandaş terimi, sosyal aidiyetin coğrafi ya da ulusal bir tanımı üzerinden hareket etmektedir. Oysa netizen, coğrafi düzlemde bir ortaklığı bulunmayan yeni sosyal üyeliği yansıtmaktadır. Ancak, bu kavramın çevrim içi olan herkesi kapsamadığını belirtmektedir. Netizenler olarak tabir ettiği kişilerin internete sadece hizmet için veya bireysel kazanç ve kâr amacıyla gelen kişiler olmadığını, aksine bu kişilerin interneti yenileyici ve kaynak hâline getirmek gayesiyle çaba sarf eden ve eylemde bulunma gerekliliğini idrak edenler olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca netizenlerin diğer özelliklerini, ortaya yeni çıkan bu alanları iyi bir yer hâline getirmek isteyen, açık bir şekilde internette bulunanlar ve gösterişten uzak işlerde bulunanlar şeklinde sıralamaktadır.

Bunun yanı sıra yine Hauben ve Hauben (1998), netizenlerin diğer bireylerle etkileşime girerek bilgi ekleme ya da değiştirme işlevlerini gerçekleştirdiğini söylemektedir. Ağlardaki bilgi bu yönüyle sabit bir mal ya da kaynak olarak görülmemektedir. Sürekli olarak yeni eklemeler ve geliştirmeler ortaya çıkmaktadır. Böylece tüm netizenler dünya genelindeki bilgi deposunu sürekli biçimde genişletmektedir. Çünkü internetteki bilgi akışı yine bu alanda bulunan ve interneti kullanan kişiler tarafından kontrol edilmektedir. İnternet, kişilere kontrol edebilecekleri bir ortam sağlamaktadır. Bu durum netizenler tarafından gerçek hayattaki bilgilerin ve kaynakların internet ortamına aktarılması durumunu da beraberinde getirmektedir. Kontrolün sıkı bir şekilde gerçekleştirilemediği bu alanlarda kullanıcılar diledikleri içerikleri yayabilmekte, farklı kanalları internete entegre ederek üyelerin erişimine açabilmektedir. Çevrim içi olan herkes ilgi alanlarına göre kategorilenmiş içeriklere ve diğer çevrim içi üyelere ulaşabilmektedir. Böylece internet, halka açık hâle getirilmiş birçok verinin dijital deposu işlevi görmektedir.

Teknolojilerin ve internetin gelişimi arttıkça ve bireyleri bu gelişime uyum sağlamaya zorladıkça yaşamın, politikanın, ekonominin ve toplumun farklı yönlerini etkileme potansiyelinin ne kadar yüksek olduğu artık bilinmektedir. Çeşitli ülkelerdeki hükümetler, vatandaşlara hükümet bilgileri ve hizmetleri sunmak için interneti ve dünya çapında ağı (world wide web) kullanmaya başlamıştır. Bugün yaşamlarımızın hemen her yerinde görebileceğimiz e-uygulamalar ile e-yöneti-

şim uygulamalarının on yıldan daha önce öngörüldüğü gibi şekillendiğini ve bir vatandaşın hayatını kolaylaştırdığını söyleyebilmek mümkündür (Sahay, 2015: 1). Ülkemizde de görebileceğimiz gibi birçok devlet bürokrasisi işlemi gerektiren işlemler, e-devlet sistemi üzerinden internet aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. İnternet ve teknolojik araç kullanımı minimum olan bireyler de e-vatandaş olmaya zorlanmaktadır.

Antik Yunan şehir devletlerinde ortaya çıkan ve görevlerle birlikte haklar da verilen bir kavram olan vatandaş için bu girişimler hayatı kolaylaştırmaktadır. Fakat bunun yanında bir vatandaşın internet aracılığıyla sanal olarak dünya çapında hareket edebildiği netizenler için ise verilen hizmetlerin sorumluluğunu yüklenmek anlamını taşımaktadır. Tüm netizenler bir milletin vatandaşdır, ancak dünya nüfusunun büyük bir kısmının internet olanağı olmadığı için tüm vatandaşlar netizen değildir. Netizenler siber uzayı kamusal alanın bir uzantısı ve sivil katılım için bir alan olarak gördüğünden, bu platformun kötü amaçlarla kullanılmamasını sağlamak netizenlerin bir sorumluluğu olarak görülmektedir (Sahay, 2015: 3).

Bu durum, internet kullanıcılarının gelecek nesiller için daha güvenli bir internet ortamı hazırlaması konusunda sorumlu tutulabileceklerini belirtmektedir. Ancak internet ortamının düzenlenmesi ve daha güvenli bir hâle getirilmesi için vatandaşları netizen olmaya davet eden hükümetlerin ve düzenleme kurum ve kuruluşlarının sorumluluğu çok daha fazladır. İnternet vatandaşlığına geçme durumu son derece hızlı bir şekilde meydana gelirken internet ortamlarında işlenen suçlarla ilgili düzenlemeler bu hızın gerisinde kalmaktadır. Ülkemizde 5651 sayılı “İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun” 04.05.2007 tarihinde kabul edilmiş ve bu kanun 31.07.2020 tarihinde düzenlenme yoluna gidilmiştir. Bu kanunun düzenlenmiş son hâli incelendiğinde Türk Ceza Kanunu’nda suç olarak nitelenen eylemlerin aslında günlük ve gerçek hayatta işlenen ve artık internet dolayımı araçları ile işlenmeye devam edilen suçlara yer verdiği görülecektir. İnternetin ortaya çıkması ve beraberinde getirdiği suçlar ile ilgili yeterli bir düzenleme bulunmamaktadır. Var olan düzenlemeler ise yer sağlayıcılara yaptırım öngörmekte kullanıcıları eylemlerinden dolayı sorumlu tutmamaktadır. Hâlbuki internetin dünya geneline yayılması ve ülkemizde de yoğun kullanılmaya başlanması ile birlikte daha önce yapılamayan ve internet ortamının getirisi olan çeşitli yasal olmayan eylemler bulunmaktadır.

5. Anomi Kavramını Yeniden Düşünmek: Dijital Anomi (Dijitanomi)

Dijitalleşmenin artması ile birlikte artık sosyolojinin başlangıcından beri kullanmış olduğu kavramların gözden geçirilerek bir sorguya tabi tutulması ve tekrardan ele alınması gerekli görülmektedir. İnternet araştırmaları alanı üzerine yapılan çalışmalar ise böyle bir gereklilikten doğmaktadır (Orton-Johnson ve Prior, 2013: 1).

Toplumdaki düzen ve ilerleme durumuna kuralların ve normların yetişememesi durumu anomiyi doğurmaktadır. Gerçek dünya ve dijital dünya arasındaki ilişki bu ikilinin bazen birbirini sınırladığı, bazen çatıştığı, bazen yoğunlaşmış ortaklıklara girdiği etkileşimlere sahne olmaktadır. Her ne kadar fiziksel dünyamıza paralel olarak dijital ortamlarda var olsak ve eylemlerimizi sürdürsek de gerçek yaşantımızdaki kurallar bu alanda gerçekleşen kimi etkinlikleri kapsamamaktadır. İnternet, kullanıcıları tarafından her türlü amaca ulaşmak için sağlanan bir araç olarak değerlendirilmekte ve bu bağlamda kullanılmaktadır. Teknolojinin hızlı gelişimine yetiştirilemeyen internet düzenlemeleri de “dijitanomi”ye neden olmaktadır.

Schmidt ve Cohen, interneti dünyanın en büyük kontrolsüz alanı olarak tanımlamakta ve yukarıdan aşağı kontrollerdeki noksanlığın çevrim içi dolandırıcılık, zorbalık kampanyaları, nefret gruplarının oluşumu ve terörist sohbet odaları gibi sonuçlara neden olabileceğine dikkat çekmektedirler. Her dakika milyonlarca kullanıcı, bildiğimiz manada karasal yasalarla sınırlandırılmamış bir çevrim içi dünyada görülmemiş miktarda dijital içerik yaratmakta ve aynı zamanda bu dijital içerikleri tüketmektedir (Schmidt ve Cohen, 2013: 1).

İnternetin hızlı bir biçimde hayatımıza dâhil olması ve birçok faaliyetin burada gerçekleştirilebilmesi, bunları sağlamak için gerekli kuralların ve kanunların hazırlanmasına fırsat verilmeden meydana gelmiştir. Dijital ortamlara geçiş, planlanmış, tasarlanmış ve doğabilecek aksaklıkları giderecek düzenlemelerin hazırlandığı bir zeminde oluşmamıştır.

Fiziksel varlığımızı sürdürdüğümüz dünyadaki yaşantımızı düzenleyen kurallar ve yasalar, internet dolayimli gelişmelerin hızlı ilerleyişi karşısında yavaş kalmıştır. Bu ortamlarda bulunan kullanıcılar, faaliyetlerini kuralı bir alanda yürütmekte ve normal hayatta suç teşkil edebilecek eylemlerini herhangi bir yaptırıma tabi tutulmadan gerçekleştirebilmektedirler. Dijital ortamlara uyarlanmamış veya internet özelinde oluşturulmamış kurallar, faaliyetlerin kontrol edilememesine dolayısıyla da düzensizliğe zemin hazırlamaktadır.

Dijitalleşme, bilgiyi dijital teknolojiler aracılığıyla kolayca erişilebilen bilgiye dönüştürme etkisine sahiptir (Lupton, 2015: 21). Bu etki, insanların bedenlerini istediklerini elde etmek için hareket ettirmesine gerek kalmadan dijital ortamdaki

sayısal bedenlenişleriyle kitap, haber, dizi, film, müzik gibi tüm ürünlere erişmesini sağlamaktadır. İnternet ortamında var olan bu ürünlere erişim, kimi sitelerde ücretli olabildiği gibi kiminde de yasak olmasına rağmen kaçak şekilde elde edilebilmektedir. Gündelik hayatımızda bir bedel karşılığında sahip olabileceğimiz ürünler internet ortamındaki kuralsızlıktan kaynaklı yasa dışı olarak elde edilebilmektedir. Nesnelerin sayısallaştırılmış kodlara dönüştürülmesi ve bunların dene-timindeki eksiklikler dijital ortamlarda anominin doğmasını tetiklemiştir.

İnternet öncesi dönemlerde bireyler; kitaplar, filmler, radyo ve televizyon programları gibi geleneksel medya ile ilişki kurabilseler dahi bu ilişki belirli bir seviyeye kadar çıkabilmekteydi. Dijital medyanın gelişimi etkileşimi farklı boyutlara taşımıştır. Geçmişte insanlar bu medya hizmetlerini almak için belli bir ödeme yapmak zorunda kalmaktaydılar. Bugün hâlâ bu durum geçerli olsa bile internetin getirdiği olanaklar kişilerin bu hizmetlerin daha fazlasına hiçbir ücret ödmeden sahip olabilmelerinin önünü açmıştır. Kullanıcıların ödediği tek bedel, bilgisayar tabanlı bir akıllı cihaza ve internete sahip olmak için ödediği erişim bedelidir. Bu ikilinin bir araya gelmesi kullanıcıyı neredeyse sonsuz bir erişim imkânına sokmaktadır. Kendi dilinde veya farklı dillerde binlerce pdf kitap, dizi ve film izleyebileceği ve indirebileceği siteler, müzik dinleyebileceği ve indirebileceği platformlar, pornografi, bahis ve birçok yasaklı içerikler isteyenler tarafından ulaşılabilir konumdadır. Bağlı bulunan ülkenin bu tarz sitelere erişimi engellemesi durumunda dahi farklı uygulamalar (VPN, DNS ayarları değişimi vb.) aracılığıyla kullanıcılar yasakları aşabilmektedir. Bir sitenin kapanması erişimin önünü kesmemekte, ortamın sonsuz genişliği farklı site ve uygulamalar ile tekrar bu içeriklere ulaşmayı mümkün kılmaktadır.

İnternet aynı zamanda yaşayan bir arşivdir. Bu arşiv; verileri üretmekte, depolamakta, dağıtmakta ve iletmektedir (Smith, 2013). Dijital ortamlardaki faaliyetler her zaman öngörülebilir, yönetilebilir veya düzenli değildir. Bu arşivlerin içeriğinde denetim boşluğundan faydalanıp legal olmayan ürünlerin paylaşılması ve dağıtılması söz konusudur. Buradaki içerikler isteyen kişilerin kullanımına açılmakta ve arayanlar tarafından bulunabilir hâle getirilmektedir. Böylelikle ani gelişmeler ve değişikliklerin tetiklediği normlardan ve yaptırımlardan yoksun bir ortam dijital anomiyi ortaya çıkarmaktadır.

Bulduğumuz noktadan biraz geriye doğru baktığımızda internet ortamında cevaplanması gereken bazı soruların olduğu görülmektedir. İnternet ortamı ve onun kullanıcılarının etkinliklerinin tamamıyla değil kısmen düzenlenmiş olduğu söylenebilmektedir. İnternet ortamındaki bu düzenleme yokluğunun “dijitanomi” olarak adlandıracağımız bir durumu meydana getirdiği düşünülmektedir.

Hem günümüze daha yakın bir dönem olan Temmuz 2020 yılında yasalaşan sosyal medya düzenlemesinde hem de daha önce 2007 yılında yayımlanan 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun’nda görebileceğimiz gibi gerçek hayatta gerçekleştirilen suçların internet dolayımı ile işlenmesine yönelik düzenlemeler bulunmaktadır. Fakat internet ve dijital toplumun beraberinde getirdiği yasa dışı faaliyetlere yönelik bir düzenleme bulunmamakta ve buna bağlı olarak kullanıcıların yaptığı çoğu faaliyetin yasal olup olmadığı hakkında bilgisinin bulunmadığı düşünülmektedir.

2007 yılındaki düzenlemede konumuz bağlamında müstehcenlik ve kumar oynanmasına ilişkin maddeler bulunmaktadır. Ayrıca, içerik sebebiyle hakları ihlal edilenler talepte bulunarak ilgili içeriklerin yayından çıkarılmasını talep edebilmektedir. 2020 yılındaki düzenlemelerde ise sosyal medya üzerinden yapılan yayınlar, sosyal ağ sitelerinin temsilci bulundurması ve bunlara uyulmayan durumlar için çeşitli müeyyideler belirlenmiştir. Yapılan kanunsuz yayınlar ve içerik dağıtımına yönelik durumlarda yer sağlayıcıları için veya bunları izleyen, indirip sahip olan kullanıcılar için bir düzenleme söz konusu değildir. İçerik paylaşan ve yayanlar rahat bir biçimde bu faaliyetlerini sürdürmekte, diğer kullanıcılar da benzer kolaylıkla herhangi bir yaptırıma maruz kalmaksızın içeriğe ulaşabilmektedirler. Kimi engeller olsa da hem yayınlayanlar hem de kullanıcılar tarafından bu engeller rahat biçimde farklı yollar kullanılarak aşılabilmektedir.

5846 sayılı “Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu” da fiziksel hayatımızın sürdüğü alanlarda bulunan eser, eser sahibi ve onun maddi, manevi hakları tanımlanmıştır. Çoğaltma, yayma ve umuma iletişim hakkında sınırlar belirlenmiştir. Ancak bu durum, dijital ortamlarda etkisini gösterememekte, istifade edilen boşluklardan haklar ihlal edilebilmektedir. Bugün birçok web sitesinde veya sosyal medyada açılan hesaplarda internet ortamındaki kuralsızlıktan kaynaklandığı düşünülen hak sahiplerini göz ardı ederek suç teşkil eden yazılı ve görsel materyal paylaşılmaktadır.

6. Yöntem

Yöntem ile ilgili bilgilere geçmeden önce çalışmanın problemi ve çalışma hipotezlerine değinmenin önemli olduğu düşünülmektedir.

Sanayi devriminin ardından yaşanan hızlı teknolojik değişim ve dönüşümler sosyokültürel yapıda, yaşayış biçimlerinde ve hayatın birçok noktasında köklü değişiklikler meydana getirmiştir. Bu süreci yaşayan bireyler değişim ve dönüşümlerin çok hızlı gerçekleşmesi nedeniyle bazı alanlarda bu değişim ve dönüşümlere ayak

uyduramamışlardır. Buna benzer bir şekilde içinde var olduğumuzu düşünebileceğimiz bilgi toplumunda internet ortamında gerçekleşen değişim ve dönüşümleri bireylerin çoğu zaman takip edemediği, yasal düzenlemelerin de bu durumları ivedi bir şekilde belirleyemeyerek kullanıcıları yeterince uyaramadığı ve onlar üzerinde yaptırım güçlerinin bu nedenle zayıf kaldığı düşünülmektedir. Çalışmanın problemi; bu tür durumların sebep olabileceği kargaşa, belirsizlik durumları ve etik dışı sorunların çözümsüzlüğe terk edilmiş olmasıdır. Bu ana problemin çözümlenmesine katkı sağlamaya yönelik olarak gerçekleştirilen çalışmanın hipotezleri aşağıda yer almaktadır:

H1: Dijital-sanal alanlarda varlık gösteren bireylerin, gerçekleştirdiği etkinlikler, teknolojinin hızına ulaşamayan yasal düzenlemelerin eksikliği nedeniyle bir anomi durumuna yol açmaktadır.

H2: Dijital-sanal alanlardaki etkinlikleri düzenleyen belli yasalar olsa da bunlar internet ortamının hızına yetişememekte ve kapsayıcı olamadığından dolayı bir kuralsızlık ve normsuzluk hâli yaşanmaktadır.

H3: İnternet kullanıcıları internet dolayimli araçlarla gerçekleştirdikleri etkinliklerin yasal veya yasa dışı olduğunun yeterince farkında değildir.

H4: İnternet kullanıcıları gerçekleştirdiği kimi etkinliklerin yasal olmadığını bildiği hâlde bu etkinlikleri gerçekleştirmeye devam etmektedir.

H5: İnternet kullanıcıları gerçekleştirdiği kimi etkinliklerin etik olmadığını bildiği hâlde bu etkinlikleri gerçekleştirmeye devam etmektedir.

Çalışmada nicel araştırma yöntemi tercih edilmiş, nicel araştırma deseni olan betimsel tarama içerisinde yer alan anket tekniği kullanılmıştır. Betimsel tarama, geçmişte meydana gelmiş veya hâlihazırda var olan bir durumu bulunduğu biçimde tespit etmeye ve kayıt altına almaya çalışan araştırma modeline verilen isimdir. Bu modelde bir çalışmaya konu olan birey, nesne veya olay kendi değişkenleri içinde ve olduğu şekilde açıklanmaya çalışılır. Araştırılan durum, olgu veya olaylar herhangi bir biçimde değişikliğe uğratılmamaktadır. Bilinmek istenen durum orada beklemektedir. Amaç, bilinmek istenen durumu uygun bir şekilde gözlemleyip belgeleyebilmektir (Karasar, 2016: 109).

Durkheim ve Merton'un fiziksel yaşamımızda var olduğunu belirttiği anominin dijital ortamlarda da ortaya çıktığı düşüncesinin saptanabilmesi için anket soruları oluşturulmuştur. İnternet ortamında gerçekleşen faaliyetleri düzenleyen çalışmaların teknolojinin hızına yetişemediği ve yaptırımların caydırıcılığının bulunmadığı internet dolayimli ortamlarda vakitlerini geçiren kullanıcıların, bu eylemlerini kolaylaştıracak

araçlarla bilinçli veya bilinçsiz faaliyetlerinin dijital anomiyeye neden olup olmadığı ölçümlenmeye çalışılmıştır. Bu amaca ulaşmak adına kullanıcıların ücretli içeriklere ve ürünlere hangi yollarla ulaştığını ve kullanım pratiklerinin yasal durumları ile ilgili bilgi düzeylerini analiz etmeyi kolaylaştıracak bir metodoloji belirlenmiştir.

Araştırmanın evreni oldukça geniş olduğundan tesadüfi örnekleme türlerinden kolayda örnekleme kullanılmıştır. Evren büyüklüğünün 100 milyon ve üzeri olduğu durumlarda yüzde 95 güven düzeyinde 384 kişiye ulaşmanın yeterli olduğu bilgisinden hareketle (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50), araştırmada en az 384 kişiye ulaşmak hedeflenmiştir.

6.1. Veri Toplama Süreci

Araştırmanın evreni, internet kullanıcılarıdır. Sınırlandırmaya gitme açısından İstanbul ilinde ikamet eden TÜİK'in (2018) yaptığı araştırmada interneti en yoğun kullandığı belirlenen 18-24 yaş aralığında yer alan lisans öğrencisi olan internet kullanıcıları örneklem olarak seçilmiştir. İnternet kullanım pratiklerinin ortaya çıkardığı düşünülen "dijital anomiyeye" durumunun saptanmasına yönelik verilerin elde edilebilmesi için "tarama modeli" kullanılmıştır.

Araştırma kapsamında hedef kitleden veri toplayabilmek amacıyla bir anket formu oluşturulmuştur. Anket formu 2 bölüm ve toplamda 13 maddeden oluşmaktadır. Çalışmanın anket formunun ilk bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini (yaş, cinsiyet, eğitim durumu) belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır. Bunun yanında ikinci bölümde ise katılımcıların konumuz bağlamındaki alanlarda internet kullanım pratiklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır.

Araştırma sürecine geçilmeden önce, alanda uzman kişilerden alınan görüş ile şekillendirilen anket formu ile Aralık 2021-Ocak 2021 tarihleri arasında 82 kişinin katılımıyla bir ön test gerçekleştirilmiş, ön test verilerinden yararlanılarak anket formu yeniden gözden geçirilmiş ve gerekli düzenlemelerin ardından form son hâlini almıştır. Anket formu, tesadüfi örnekleme türlerinden kolayda örnekleme yoluyla Ocak 2021-Şubat 2021 tarihleri arasında toplamda 393 adet olarak dijital ortamdan dağıtılmış (anket formu "Google formlar" uygulaması üzerinden dağıtılmıştır) ve yanıtlanan anket formlarının 393'ü değerlendirilmeye alınmıştır.

7. Verilerin Analizi

Anketten elde edilen veriler SPSS 22.0 paket programına aktarılmış ve değişken türlerine uygun olarak kodlanmıştır. Toplanan veriler, araştırma problemleri dikkate alınarak analiz edilmiştir. Bu kapsamda internet kullanım pratiklerine ilişkin veriler betimsel istatistik kapsamında ele alınarak yüzdesel analizleri yapılmıştır.

Betimsel istatistikler; verileri düzenlemek, sunmak ve analiz etmek için kullanılan sayısal ve grafiksel teknikleri barındırmaktadır (Fisher ve Marshall, 2008: 95). Betimsel istatistikler, genellikle merkezi eğilimin ölçüsü olarak adlandırılan bir puan dağılımının orta noktasını ve dağılım veya varyans olarak bilinen puanların yayılmasını tanımlamayı amaçlamaktadır (2008: 93). Bu sebeple çalışmada elde edilen verilerin özetlenmesi ve araştırma sonuçlarının yorumlanması adına bu teknik kullanılmıştır. Belli özellikleri taşıyan veya bir grubun üyesi olan elemanların (denek) sayısı biçiminde tanımlanabilen frekans dağılımı tablolarda gösterilmiştir. Ayrıca bütünüün belirli bir bölümünün, bütünüün 100 biriminin ne kadarını meydana getirdiğini gösteren bir indeks (Tan, 2016: 7) şeklinde tanımlanabilecek yüzde analizi sonuçları da tabloya eklenmiştir.

7.1. Bulgular

İnternet kullanıcılarının dijital anomi durumunu ortaya koyduğunu düşündüğümüz kullanım pratiklerini incelemeye yönelik çalışmanın bulguları aşağıda sunulmuştur.

7.1.1. Katılımcıların cinsiyet ve eğitim durumları

Tablo 1. 18-24 Yaş Aralığında Yer Alan ve Anketi Dolduran Katılımcıların Demografik Özellikleri

		N	%
Cinsiyet	Kadın	213	54,19
	Erkek	180	45,81
Eğitim Durumu	Lisans	384	98
	Yüksek Lisans	8	2

7.1.2. İnternet içeriklerine ulaşmak için kullandığınız dijital medya araçlarını işaretleyiniz.

Cevaplar Tablo 2'de belirtilmiştir.

Tablo 2. İnternet İçeriklerine Ulaşmak için Kullanılan Dijital Medya Araçları Kullanım Durumu

	N	%
Masaüstü Bilgisayar	130	%33,1
Laptop	273	%69,5
Tablet	129	%32,8
Akıllı Televizyon	240	%61,1
Akıllı Telefon	376	%95,7
Toplam	393	-

Tabloda yer alan bilgilerde görüldüğü gibi internet içeriklerine ulaşmak adına en fazla kullanılan dijital aracın akıllı telefon olduğu görülmektedir. Bu durum, içeriklere ulaşımında en kolay ulaşılabilen ve taşınabilir aracın tercih edildiğini göstermektedir. Bunun yanında birçok ortamda, var olan dijital araçlar ile içeriklere ulaşıldığı görülmektedir.

7.1.3. İnternet üzerinden dizi veya film izler misiniz?

Cevaplar Tablo 3'te belirtilmiştir.

Tablo 3. İnternet Üzerinden Dizi ve Film İzleme Durumu

	N	%
Evet	382	97,7
Hayır	9	2,3
Toplam	391	100

Tabloda yer alan bilgilerde görüldüğü gibi internet üzerinden dizi veya film izleme edimi bireyler tarafından sık tercih edilmektedir. Geleneksel kitle iletişim araçlarının yanı sıra internet ortamının da izleme alışkanlıklarının sürdürüldüğü alanlardan biri olduğu görülmektedir. Akıllı televizyonların internet erişimi sağlaması, kullanıcı dostu cihazların geliştirilmesi ve bilgisayar, cep telefonu gibi ekranlarla çevrili olmamız içeriklere ulaşım kanallarını çeşitlendirmektedir. Bu durum internet yoğun medya kullanımını göstermesi açısından önemlidir.

7.1.4. İnternet üzerinden dizi veya film indirir misiniz?

Cevaplar Tablo 4'te belirtilmiştir.

Tablo 4. İnternet Üzerinden Dizi veya Film İzleme Durumu

	N	%
Evet	209	%53,3
Hayır	183	%46,7
Toplam	392	100

Tabloda yer alan bilgilerde görüldüğü gibi film ve dizi indirme durumu yoğun biçimde gerçekleşmektedir. Normal şartlarda yayın haklarını elinde bulunduran kanalların veya şirketlerin sahip olduğu diziler/filmler onların dışındaki kişiler tarafından internet ortamında bulunan farklı sitelerde yayınlanabilmektedir. Bu durum da internet kullanıcılarının ücret karşılığında erişebileceği içeriğe denetimsiz ve kuralsız biçimde işlenen alanlardan bedelsiz şekilde erişebilmesine zemin hazırlamaktadır. Dizi ve filmlere internet üzerinden erişim sağlayıp onları indirmek,

korsan bir faaliyet olarak düşünülebilmeyle birlikte günümüz toplumunda oldukça normal olarak görülmeye başlanmıştır.

7.1.5. İnternet üzerinden spor müsabakaları izler misiniz? (Cevabınız hayır ise nedenini diğer seçeneğinde belirtiniz.)

Cevaplar Tablo 5'te belirtilmiştir.

Tablo 5. İnternet Üzerinden Spor Müsabakaları İzleme Durumu

	N	%
Evet	324	%82,7
Hayır	25	%6,4
Diğer	43	%10,9
Toplam	392	100

Tabloda yer alan bilgilerde görüldüğü gibi yine yayıncı kuruluşların üzerinden gelir elde ettiği spor müsabakalarını internetteki diğer kanallar aracılığıyla izlemek, yayıncı kuruluş açısından hak kaybı yaratmakta fakat bu durum içerik sağlayıcının internet adresine ulaşımını engelleme dışında izleyen kişiye bir yaptırım öngörmemektedir. İçerik sağlayıcı kişi ise internet adresini değiştirerek yayın sağlamaya devam etmektedir. Yayın haklarını bir bedel karşılığında satın almış platform, bu yayını yasa dışı biçimde internet ortamında erişime açanlar nedeniyle mağduriyet yaşamaktadır. Hizmet, dijital alanda kullanıcılar tarafından bedelsiz erişilebilir hâle getirilmektedir. Ayrıca, internet üzerinden spor müsabakalarını izlemeyi tercih etmeyenlere neden tercih etmediği ile ilgili diğer seçeneği sunulmuş ve katılımcılar ya ücretli platformlara üye olduğu için ya da spora ilgisi olmadığı için bunları takip etmediklerini belirtmektedirler.

7.1.6. İnternet üzerinden PDF, EPUB, MOBI veya benzer formatlarda kitap indirir misiniz?

Cevaplar Tablo 6'da belirtilmiştir.

Tablo 6. İnternet Üzerinde Kitap İndirme Durumu

	N	%
Evet	327	%83,6
Hayır	64	%16,4
Toplam	391	100

Tabloda yer alan bilgiler dikkate alındığında internetten kitap indirmenin çok yoğun olduğu göze çarpmaktadır. Bu durum kitap indirmenin oldukça normal karşılandığının göstergesi olarak okunabilmektedir. Yayınevi ve yazarın fiziksel yaşamda korsan kitapla mücadelesinin yanında dijital ortamların getirdiği kopyalama ve yayma kolaylığı eserin haklarının korunmasını zorlaştırmaktadır. Dijital kopyalar ve bunlara yer sağlayan siteler, internet ortamının denetimsiz yapısından kolayca faydalanmaktadır. Fakat Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu dikkate alındığında suç olarak sayılan durumların internet dolayımı ile gerçekleştirildiğinde ya bilgi eksikliği ya da düzenlemelerin yetersizliği nedeniyle çok normal olarak görüldüğü saptanabilmektedir.

7.1.7. İnternet üzerinden müzik indirir misiniz? (Cevabınız hayır ise nedenini diğer seçeneğinde belirtiniz.)

Cevaplar Tablo 7’de belirtilmiştir.

Tablo 7. İnternet Üzerinden Müzik İndirme Durumu

	N	%
Evet	271	%69,1
Hayır	81	%20,7
Diğer	41	%10,2
Toplam	393	100

Tabloda yer alan bilgilerde görüldüğü gibi "evet" cevabı yoğun bir şekilde öne çıkmaktadır. Bir ürün olan müzik eserlerine, bedeli ödenmeden kolayca ulaşılabilmektedir. Bir üretim ve emeği içeren bu ürünlerin bu şekilde dağılımı bu iş ile gelirlerini sağlayan kişilerin hak kaybı yaşamasına neden olmaktadır. Sanatçı ve bağlı olduğu şirket, dijital ortamda eserlerin izinsiz yayılımı karşısında yetkin bir mücadele sergileyemediğinden dolayı, dijital ortamın kendi aktörleriyle iş birliği içerisine girmesine neden olmaktadır. Bu durum müzik indirmeyi tercih etmeyenlerin hangi yollardan bu hizmetlere ulaştığına bakıldığında somutlaşmaktadır. Müzik indirmeyi tercih etmeyenlere neden tercih etmediği ile ilgili diğer seçeneği sunulmuş ve katılımcılar bu hizmetlere çeşitli ücretli uygulamalar veya YouTube gibi platformlar aracılığı ile eriştiğinden dolayı indirme eylemini gerçekleştirmediğini belirtmişlerdir. Her ne kadar legal platformlar oluşturulsa da bedelsiz hizmet erişimi elde etmek isteyenler dijital ortamlardaki normların yetersizliğinden faydalanıp bu isteklerini gerçekleştirilebilmektedirler.

7.1.8. İnternet üzerinden yasaklı sitelere (bahis sitesi, cinsel içerik sitesi, vikipe-di gibi daha önce içeriği engellenmiş siteler vb.) erişim sağlar mısınız? (Yanıtınız "Evet" ise sitelere nasıl eriştiğinizi 3 veya 4 nolu seçeneklerde belirtiniz.)

Cevaplar Tablo 8’de belirtilmiştir.

Tablo 8: İnternet Üzerinden Yasaklı Sitelere Erişim Sağlama Durumu

	N	%
Evet	281	%71,7
Hayır	109	%27,8
VPN	275	%70,2
DNS	194	%49,5
Toplam	390	-

Tabloda yer alan bilgilerde görüldüğü gibi içeriği engellenen sitelere erişimi yasak olmasına rağmen bireyler tarafından bir yolu bulunarak onlara erişim sağlanmaktadır. Belli denetim ve kontrol girişimleri, teknolojinin sunduğu imkânlarla aşmakta ve kullanıcılar engellemeleri kolaylıkla aşarak diledikleri içeriklere erişim sağlayabilmektedirler. Sonuçlar dikkate alındığında hedeflere ulaşma konusunda engellerin aşılmakta olduğu ve internet ortamına özgü bir anomi durumunun yaşandığı söylenebilmektedir.

7.1.9. İnternet aracılığıyla birden çok platformu (Netflix, Blu TV, Puhu TV, Beinsport vb.) tek bir üyelik üzerinden izlemeye imkân tanıyan IP TV ile ilgili bilginiz var mı?

Cevaplar Tablo 9’da belirtilmiştir.

Tablo 9. IP TV Hakkında Bilgi Sahibi Olma Durumu

	N	%
Evet	267	%68,5
Hayır	123	%31,5
Toplam	390	100

Tabloda yer alan bilgilerde görüldüğü gibi kimi ülkelerde yasalarla suç sayılan birden çok platformu (Netflix, Blu TV, Puhu TV, beIN Sports vb.) tek bir üyelik üzerinden izlemeye imkân tanıyan IP TV erişimi hakkında katılımcıların çoğu bilgi sahibidir. İnternet kullanıcılarının içeriklere erişim noktasında var olan kaynakları ve gelişen teknolojileri bildiği görülmektedir. Bu durum, potansiyel olarak meşru kanallar yerine bedelsiz veya daha düşük ücretler karşılığında hizmet sunanlara yönlenebilme ihtimalini barındırmaktadır.

7.1.10. Film-Dizi içerik sağlayıcı platformlara ve yayın platformlarına (Netflix, BluTv, Beinsport, D- Smart) ayrı üyelikler yerine IP TV üzerinden ulaşıyor musunuz?

Cevaplar Tablo 10'da belirtilmiştir.

Tablo 10. IP TV İçeriklerine Erişme Durumu

	N	%
Evet	117	%29,8
Hayır	276	%70,2
Toplam	393	100

Tabloda yer alan bilgilerde görüldüğü gibi içeriklere IP TV üzerinden ulaşan dikkate değer bir kullanıcı grubu bulunmaktadır. Yasal olmayan bir mecraı kullanmanın dijital ortama özgü bir anomi durumu yarattığı söylenebilmektedir. Çünkü farklı ücretli platformların kendi kullanıcılarına sunduğu hizmetler bu içeriklerin tek bir kanalda toplandığı ve hak sahipleri yerine bu girişimlerde bulunanların kazanç elde ettiği bir durumu ortaya çıkarmaktadır.

7.1.11. İnternet üzerinden gerçekleştirdiğiniz etkinliklerin (film ve dizi izleme-indirme, müzik-video indirme, pdf kitap vb. indirme, yasaklı site ve içeriklere ulaşma) yasal olup olmadığı hakkında bilginiz var mı?

Cevaplar Tablo 11'de belirtilmiştir.

Tablo 11. Yasal Durum Hakkında Farkındalık Durumu

	N	%
Evet	166	%42,5
Hayır	225	%57,5
Toplam	391	100

Tabloda yer alan bilgilerde görüldüğü gibi internet üzerinden gerçekleştirdiği edimler hakkında bilgisi olanlar azınlıkta kalmaktadır. Bilgisi olmasına rağmen kendi haklı veya haksız gerekçeleri ile bu edimleri gerçekleştirenlerin amacına ulaşırken tüm araçları kullanma eğilimleri dijital anomi durumunu gözler önüne sermektedir. Diğer yandan yasal süreç ile ilgili bilgisi olmayan fakat bu etkinlikleri gerçekleştiren kullanıcıların durumu ise düzenleme yoksunluğuna bir kanıt niteliğindedir. Bilindiği gibi anomi durumu düzenleme yoksunluğunun çıktısı olarak değerlendirilmektedir. İnternet ortamındaki bu durum da dijital anomi olarak adlandırığımız kendine özgü anomi durumunu meydana getirmektedir.

6. Sonuç

İnternetin kullanımının oldukça yaygınlaşması bu konu hakkında çalışmalarını çeşitlendirmiştir. Sanal-dijital olarak adlandırılabilen günümüz toplumu birçok etkinliği internet dolayımı ile gerçekleştirdiği için artık sanal-dijital toplum ile gerçek hayat ayırımında muğlaklaşmaların var olduğu söylenebilmektedir. Bu nedenle toplumun içinde yer aldığı durumların açıklanabilmesi için daha önce yapılan çalışmaların içinde bulunduğumuz duruma uyarlanabilmesinin mümkün ve gerekli olduğu düşünülmüştür. Bu kapsamda TÜİK'in yaptığı çalışmada %90,7 ile interneti en yoğun kullanan yaş aralığında olan lisans öğrencilerine nicel araştırma deseni olan betimsel tarama içerisinde bulunan anket tekniği uygulanmıştır. İnternet ortamında dağıtılan anketle kolayda örnekleme yoluyla veriler toplanmıştır ve bu alanlarda gerçekleştirilen faaliyetlerin hızına yetişemeyen yasal düzenlemelerin ve kullanıcıların bu konu hakkındaki bilgi oranlarının dijital anomiyeye yol açıp açmadığı ölçümlenmeye çalışılmıştır.

Çalışmamızda sorgulanan durumlardan bir tanesi meta olarak ücreti ödenerek de ulaşılabilecek içeriklerin ve hizmetlerin internete erişim ücreti ve cihaz satın alma maliyeti dışında tutulduğunda ücretsiz şekilde ulaşılması durumuna düzenlemelerle müdahale edilmemesi veya neden müdahale edilmediğidir. Bu noktada açık erişimin engellenemeyeceği savunması yapılabilirken diğer yönden ise yetişmiş bilgi ve iletişim teknolojileri uzmanının yetersizliği durumu düşünülebilmektedir. İnternet adresi erişim engeline takılan yasaklı siteler web adresindeki bir harfi ya da sayıyı değiştirerek siteye erişimi yeniden aktif hâle getirebilmektedir. Burada sorgulanması gereken ise bu durumun neden engellenemediğidir.

Çalışmada yöneltilen sorulardan elde edilen verilerin de gösterdiği gibi kullanıcıların büyük çoğunluğu internet dolayımı ortamlardan telifli ürünlere ücretsiz biçimde erişebilmektedir. Dizi, film, kitap, müzik gibi eserlerin hem üreticisinin hem de bağlı bulunduğu şirketlerin yasal haklarının dijital ortamlardaki düzenleme yetersizlikleri sebebiyle ihlale açık olduğu görülmektedir. Bu ürünlere ücretsiz olarak erişim sağlamayı tercih etmeyenlerin nedenlerini ise ilgi alanlarına girmemesi ve/veya farklı yollardan içeriklere ulaşması oluşturmaktadır. İnternet ortamının maddi olmayan yapısı, içeriklerin ve ürünlerin sunulduğu kaynakları kolaylıkla artırabilmekte ve yayılımı hızlanan telifli ürünlerin kontrolünü zorlaştırmaktadır. Kullanıcılar içeriklere ulaşmada çeşitli zorluklarla karşılaştığında ise VPN kullanarak veya DNS ayarlarında değişiklikler yaparak erişimin önündeki engelleri aşmaktadırlar. Var olan yasal düzenlemeler bu şekilde aşılmakta, teknolojinin gelişimine normların yetişemediği görülmektedir. İnternet ortamına ürünlerin ve içeriklerin kimi kullanıcılar tarafından yerleştirilme ve yine ağlardaki diğer kullanıcılar tarafından da be-

delsiz olarak elde edilme durumunun yoğunluğu, yasal düzenlemelerin eksikliğini ve var olanların da caydırıcılığının yetersizliğini göstermektedir. Dolayısıyla ilk iki hipotezimizde öne sürülen yasal düzenlemelerdeki boşluk ve bu boşluktan yararlanan kullanıcıların faaliyetlerinin dijital anomiyi doğurduğu söylenebilmektedir. Yine kullanıcıların gerçekleştirdikleri eylemlerin yasal ve etik boyutları hakkında bilgileri olup olmaması durumu ölçümlenmiştir. Kullanıcıların önemli bir kısmı gerçekleştirdiği eylemlerin yasal olup olmadığı hakkında bilgisi olmasına rağmen faaliyetlerini sürdürdüğünü, kimisi ise bilgisinin olmadığını belirtmektedir. Bu durum bize, dijital ortamlardaki normsuzluk hâlinin giderilmesi için mevcut yasaların daha bilinir hâle getirilmesi gerektiğini ve teknolojik ilerlemeleri yakalayacak şekilde de kanunların düzenlenmesi gerektiğini göstermektedir.

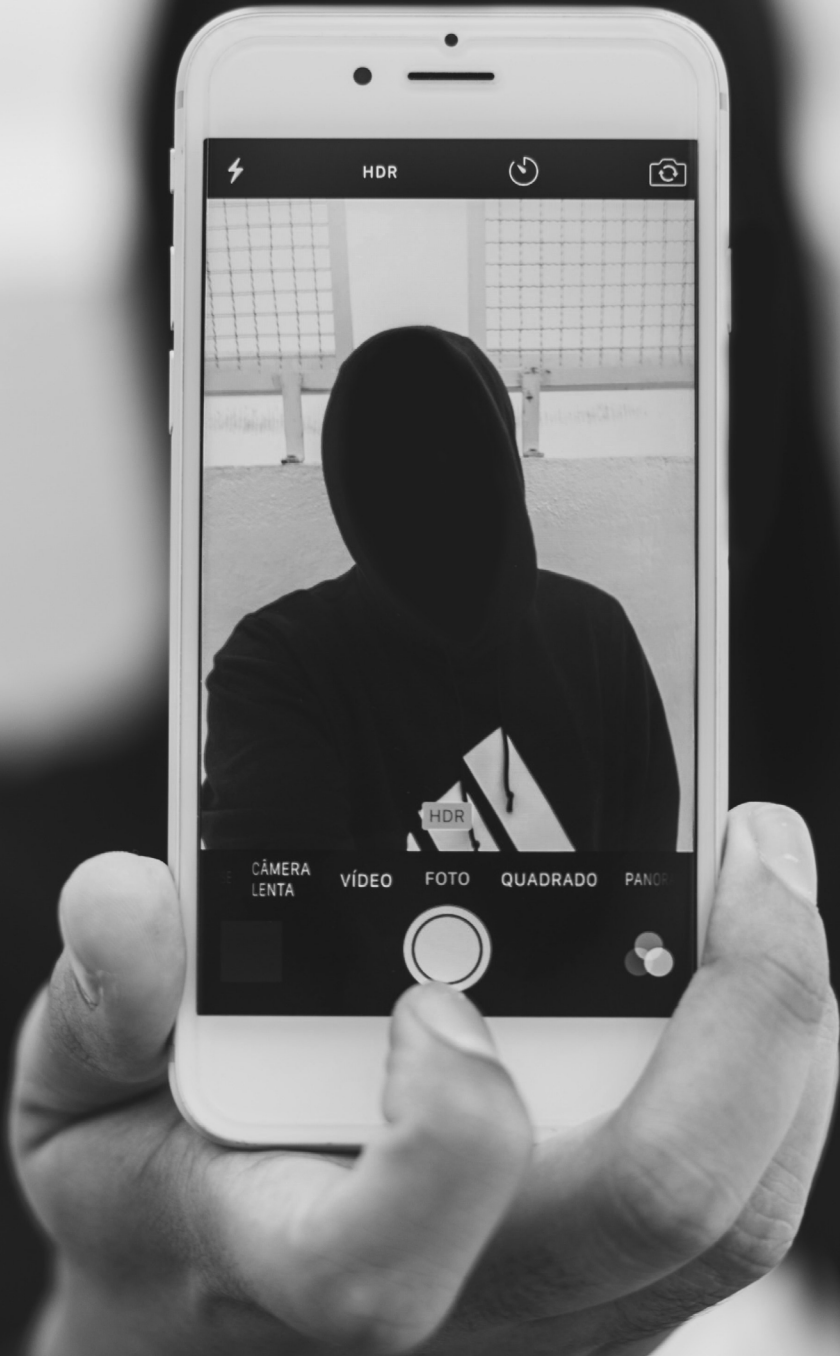
İçeriklere ücretsiz bir şekilde erişim, fikir ve eser sahiplerinin gelir imkânını minimuma düşürürken diğer yandan yasaklı sitelere erişim durumu, düzenleme ve bilgilendirmelerin yetersizliğini göstermektedir. Dijital dünyada gerçekleştirdiğimiz eylemlerimiz için ne tür sorumlulukların alınacağı ve yaptıklarımızın hesap verebilirliğini üstlenip üstlenemeyeceğimizin konuşulması önem arz etmektedir. Kullanıcıların legal olmayan biçimlerde ürünleri indirme ve içeriklere erişme durumunun “dijitanomi” olarak adlandırdığımız durumu destekler nitelikte olduğu görülmektedir. Belli yasalar olsa da bunlar internetin hızına yetişememekte, kapsayıcı olmadığından dolayı kuralsızlık ve normsuzluk hâli devam etmektedir. Daha kapsayıcı önemler alınarak telif sahibi kurumların ve kişilerin haklarının ihlal edilmesinin önüne geçmek için hem bireysel yönden bilinçlendirmeye gidilmesinin hem de olası ihlalleri engellemek adına yer sağlayıcılara ek olarak bunlara erişen kullanıcılara da yaptırımlar uygulanmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

Sonuç olarak Durkheim ve Merton’un “anomi” kavramı bugün içinde bulunduğumuz internet dolayımı toplum biçiminde var olan anomi durumlarını teşhis edebilmek için kullanılmış, çalışmanın sonucunda anket sorularından özellikle yasal durum hakkındaki farkındalık sorusuna verilen cevaplar (%42,5 evet, %57,5 hayır) neticesinde internet yoğun toplumda bir anomi durumunun var olduğu görülmüştür. Bu kaniya varılmasının nedeni, internet ortamında gerçekleştirilen etkinliklerin yasal olup olmasının kullanıcının faaliyetlerini etkilememesidir. Yasal durum hakkında bilgisi olmayan kullanıcılar dikkate alındığında yasaların yetersizliği ya da yasalar hakkında bilgilendirmelerin yetersiz olduğu sonucuna varılmaktadır. Yasal durum hakkında bilgisi olan kullanıcıların faaliyetlerine devam etmesi ise anomi kavramı içerisinde değerlendirilebilmektedir. Tüm bu sonuçlar ışığında dijital ortama atfı da içinde barındıran “dijitanomi” kavramsallaştırması ortaya konulmuştur.

Kaynaklar

- Castells, M. (1996). *The Information Age: Economy, Society, and Culture: The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Castells, M. (1997). *The Information Age: Economy, Society, and Culture: The Power of Identity*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Castells, M. (1998). *The Information Age: Economy, Society, and Culture: End of Millennium*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Durkheim, E. (1984). *The Division of Labour in Society*, London: The Macmillan Press Ltd.
- Durkheim, E. (2006). *Sosyoloji Dersleri*, Ali Berktaş (Çev.), İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Fisher, M. J., Marshall, A. P. (2009). *Understanding Descriptive Statistics*. *Australian Critical Care*, 22(2), 93-97.
- Hacker, K. L., Dijk, J. A. (2000). *Digital Democracy: Issues and Theory of Practice*. London: SAGE Publications Ltd.
- Hague, B. N., Loader, B. D. (1999). *Digital Democracy: Discourse and Decision Making in the Information Age*. London: Routledge.
- Hauben, M., Hauben, R. (1998). *Netizens: On the History and Impact of Usenet and the Internet, First Monday*.
- Hindman, M. (2009). *The Myth of Digital Democracy*. Princeton: Princeton University Press.
- Inderbitzin, M. L., Bates, K. A., Gainey, R. R. (2016). *Deviance and Social Control: A Sociological Perspective*, California: Sage Publications Ltd.
- Jaishankar, K. (2011). *Cyber Criminology: Exploring Internet Crimes and Criminal Behavior*. Florida: CRC Press.
- Karakaya, İ. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Abdurrahman Tanrıoğen (Ed.) *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. (s. 57-83). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Lindgren, S. (2017). *Digital Media and Society*, London: Sage Publications Ltd.
- Lupton, D. (2015). *Digital Sociology*, New York: Routledge.
- Lyon, D. (2001). *Surveillance Society: Monitoring Everyday Life*. Buckingham: Open University Press.
- Marshall, G. (2005). *Sosyoloji Sözlüğü*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Merton, R. K. (1938). *Social Structure and Anomie*, *American Sociological Review*, 3(5), s.672-682.
- Merton, R. K. (1968). *Social Theory and Social Structure*, New York: The Free Press.
- Ofluoğlu, G., Büyükyılmaz, O. (2008). *Yabancılaşmanın Teorik Gelişimi ve Tarihsel Süreç İçinde Farklı Alanlarda Görünümleri*, *Kamu-İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi*, s.113-144.
- Orton-Johnson, K., Prior, N. (Ed.), (2013). *Digital Sociology: Critical Perspectives*, London: Palgrave Macmillan.
- Papacharissi, Z. (2011). *A Networked Self*. Zizi Papacharissi (Ed.), *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. (304-319). New York: Routledge.

- Sahay, A. (2015). From Citizen to Netizen, Business Today in.
- Sassen, S. (2017). Preface. Jessie Daniels, Karen Gregory, Tressie McMillan Cottom (Ed.), Digital Sociologies. (s. viii-ix). Bristol: Policy Press.
- Schmidt, E., Cohen, J. (2013). The New Digital Age: Reshaping the Future of People, Nations and Business, New York: Alfred A. Knopf.
- Schneck, P. (2010). Restricting Anti-Circumvention Devices. Sumit Ghosh, Elliot Turrini (Ed.), Cybercrimes: A Multidisciplinary Analysis. (s.73-95). Heidelberg: Springer.
- Smith, M. (2013). Theses on the Philosophy of History: The Work of Research in the Age of Digital Searchability and Distributability. Journal of Visual Culture, 12(3), s.375-403.
- Tan, Ş. (2016). SPSS ve Excel Uygulamalı Temel İstatistik-1. Ankara: Pegem Akademi. tuik.gov.tr, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028, (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- Turkle, S. (1995). Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. New York: Touchstone.
- Van Dijk, J. (1999). The Network Society: Social Aspects of New Media. London: Sage Publications Ltd.
- Webster, F. (2006). Theories of the Information Society, New York: Routledge.
- Yazıcıoğlu, Y., Erdoğan, S. (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.



Prof. Dr. İoanna KUÇURADI

Dijitalleşme, İnsan Haysiyeti, Bilgi ve Etik

Röportaj: Doç. Dr. Hediyeullah AYDENİZ

RÖPORTAJ



Çok katmanlı yapısı ile bir “hayat alanı”na dönüşen dijitalleşme ve etik meselesinde bir filizof gözüyle insan, etik, bilgi, hak ve değer kavramlarının kesişim alanı olarak görebileceğimiz “insan haysiyeti” kavramı etrafından şekillenen bir söyleşiyi Prof. Dr. İoanna Kuçuradi ile gerçekleştirdik.

TRT Akademi Dergisi: “İnsanların robotlaşmaya ve robotların da insanlaştırılmaya çalışıldığı” bir zaman diliminde “insan haysiyeti” kavramı üzerine yeniden düşünmeyi gerektiren acil bir durum olduğunu düşünüyor musunuz? Bu çerçevede “insan haysiyeti” ile ilgili temel meydan okumalar hakkında neler söylersiniz? Bu meydan okumalara ilişkin neler yapılabilir?

İoanna Kuçuradi: Bu sorunuza ayakta durabilecek bir cevap verebilmek için ilkin, Türkçede "insan haysiyeti/insan onuru" ile karşılanmış olan "human dignity"nin ne olduğunu belirtmek gerekiyor. Çünkü Türkçede bugün hem "dignity" hem "honour" kelimesi, çoğu zaman "onur"la karşılanıyor. Oysa bunlar iki ayrı kavramdır.

İnsan Haysiyeti/Onuru, İnsan Olmanın Değerinin Bilinci veya Farkındalığıdır

İnsan haysiyeti/insan onuru bugün sık sık kullanılan bir sözdür. Onu kullananlar, onun “iyi bir şey” olduğunu düşünüyor, ama o kadar. Oysa kafamızda bu terim açıklık, özellikle de seçiklik kazanmışsa, onun "şeref", "namus", "gurur"dan farkını görmek zor olmuyor. İnsan haysiyeti/onuru bir bilinçtir –insan olmanın değerinin bilinci veya farkındalığı.

Üzerinde bugün de yarın da, yani hep yeniden düşünülmesi gereken ise, yaşanan gerçeklik koşullarında –her tek durumda– bu bilincin gerektirdikleridir. Bu da etik değer bilgisine ve değerler bilgisine sahip olmadan, pek gerçekleşemez.

TRT Akademi Dergisi: Dijitalleşme ile insanların deneyimlediği yeni “hayat alanı”nı dikkate aldığımızda eserlerinizden hareketle bilgiyi etik bir mesele, insanı da etik bir varlık olarak ele aldığınızı görüyorum. Bu yaklaşımınız çerçevesinde insan ilişkileri, iletişim ve insan haysiyeti ile ilgili odaklanılmasının acil ihtiyaç olduğunu düşündüğünüz hususlar nelerdir? Bu çerçevede insanlığın geleceği açısından bu meselelerin çözümünde çıkışı nerede görüyorsunuz? İlave olarak bu konuda mevcut bilgi üretim kurumlarımızın üstlenebileceği roller hakkında neler söylersiniz?

İoanna Kuçuradi: Üzerinde durulması gereken asıl mesele, bilgidен ziyade, ortaya konan bilgilerin (enformasyonun), doğru olduğu zaman bile, nasıl kullanıldığıdır.

Kişilerarası ilişkiler de bir insanın kendisiyle ilişkisi de etik ilişkilerdir, değer sorunları barındıran ilişkilerdir. İletişim de karşılıklılığı farzeder. Ancak bu karşılıklılık çoğu zaman sağırklar diyaloguna benziyor. Çocukluğumda tanık olduğum böyle bir

diyaloğu hiç unutmadım: Kulakları pek duymayan iki yaşlı insan, yaklaşık iki saat boyunca, her biri kendi söylediğine bir cevap almış gibi konuşmuşlardı. Oysa her biri kendi monoloğunu sürdürüyordu.

İnsan onuru, daha önce belirttiğim gibi, insan olmanın değerinin bilinci olarak anlaşıldığında, görüyoruz ki bu onur uğradıklarımızla değil, bizim başkalarına yaptıklarımızla çiğnenir ya da korunur.

Epey zamandır gördüğüm ve dile getirdiğim “acil bir ihtiyaç”, üniversite öncesi eğitimde çocukların etik yeteneklerini geliştirebilecek derslerin de konması gerekliliğidir. Şu anda yalnızca bilgisel yeteneklerini geliştirebilecek dersler var. Konması gereken bu derslerin başında da etik değerler ve etik ilkeler olarak insan haklarıyla ilgili dersler gelir. Bu eğitim, yaşlarına göre çocuklara ulaşabilecek bir dille ve hayattan veya edebiyat eserlerinden dikkatle seçilen örnekler kullanılarak yapılabilir.

Anket Yaparak Bilimsel Bilgi Ortaya Konmaz, Enformasyon Edinilir

“Bilgi üreten kurumlar”a, üniversitelere gelince: 60 yıldan çok üniversite(ler) içindeyim. Yükseköğretimde düzeyin nasıl düştüğünü kendi gözlerimle gördüm. Dili kullanmaktan başlayan somut örneklerini vermeyeyim burada. Genel sorunlar ve en iyi bildiğim alanlardan –eski adıyla edebiyat fakültelerinden, yeni adıyla da insan ve toplum bilimleri fakültelerinden– örnek vermekle yetineyim.

Düzey düşmesinin en önemli etkenlerinden biri, “araştırma”nın çoğu zaman anket yapmaya indirgenmesidir. Anket yaparak bilimsel bilgi ortaya konmaz, enformasyon edinilir.

Gördüğüm bir başka sorun da üniversitelerin çalışmalarının değerlendirilmesinde şirket kriterlerinin kullanılmasıdır. Oysa bir üniversite ile bir şirketin varlık nedenleri -kurumlar olarak amaçları- çok farklıdır. Şirketlere havale edilebilecek işler var, ama hangileri? Bir üniversitenin akademik bir iş olarak yapması gereken işler de bugün şirketlere havale edilerek yaptırılıyor. Örneğin sık sık üniversitelerin düzenlediği kongreler hakkında bilgi geliyor. Ama bu bilgiyi bir şirket gönderiyor! Oysa geniş katımlı ulusal veya uluslararası kongrede bir şirkete havale edilecek işler bellidir: yolculuk, transfer, yemek gibi işler. “Zamanın ruhu” üniversiteleri de etkiliyor. İsterseniz bu kadarla yetineyim.

TRT Akademi Dergisi: İngiltere’de 2017 yılında ve Japonya’da da 2021 yılında **Yalnızlık Bakanlığı** kuruldu. İnsanın insanla temasının giderek zayıflamasının ötesinde tek başına yaşayan insan sayısındaki artışın doğurduğu sorunlarla baş edebilmek için devletler bakanlık düzeyinde yeni idari birimler kuruyorlar.

Yalnızlığı bir “bir dostun olmaması” olarak gören bir filozof olarak, yalnızlık ve bunun çaresi olarak dostluk hakkında neler söylersiniz? Bu çerçevede insan haysiyeti, yalnızlık ve dostluk kavramlarının birbiriyle ilişkisi bağlamında neler söylersiniz?

Dostluk İhtiyaca Değil, Değer Bilgisine Dayanan Bir Birlikteliktir

İoanna Kuçuradi: Şu anda bir moda var, siz de biliyorsunuz: Kişiler/ “arkadaş”lar bir ağ kuruyor ya da bir ağın üyesi oluyor ve örneğin bir yerde yemek yerken kendi fotoğrafını çekiyor ve ağdaşlarına gönderiyor. Neden? Herhâlde çünkü “herkes” öyle yapıyor!

Bir ağın üyesi olmak toplumsal bir ilişkiler ağına girmektir. Oysa dostluk, belirli iki kişi arasında -belirli bir bütünlüğü olan bir kişi ile, yine belirli bir bütünlüğü olan başka bir kişi arasında, değer bilgisi temeli üzerinde- kurulan etik bir ilişkidir. Ve bu ilişki bir rastlantı sonucu kurulabiliyor, yani böyle iki kişinin karşılaşması ve bu karşılaşmanın farkına varmaları sonucu.

Böyle bir rastlantıyı kaçırmamak için hazırlıklı olmak gerekir. Dostluk ihtiyaca dayanan bir ilişki değildir, değer bilgisine dayanan bir birlikteliktir. Bu birliktelik için de mekânda yakınlık zorunlu bir koşul değil.

Bu söylediklerim, “bir insan bir dostunun bir ihtiyacını gidermez” demek değildir. Yalnızca, “dostluk ihtiyaç üzerine kurulan bir ilişki değildir” demek istiyorum. Yalnız yaşamak da, dostsuz yaşamak demek değildir. Ailesiyle yaşayan bir insan da kendini çok yalnız duyabilir.

Norveçli bir dosttan, Norveç’te yapılan bir uygulamayı dinlemiştim: Bazı insanlar pazar günleri -her pazar günü- yaşlılar evinde kalan bir insanla yemek yerler, konuşurlar. Böylece o insan “beni düşünen biri var” duygusunu yaşar ve pazar günlerini dört gözle bekler, Exupéry’nin Küçük Prensteki tilki ile Küçük Prensin ilişkisinde olduğu gibi. Yani o iki insanın ilişkisi etik bir ilişki olmuş oluyor.

TRT Akademi Dergisi: Avrupa Konseyi’nin 2017 yılında yayınladığı bir raporla (Information Disorder) daha fazla gündemimize giren “Enformasyon Krizi” tartışmalarında öne çıkan meydan okumalardan birisi şu şekilde tanımlanıyor: Dağılma/bölünme/parçalanma (fragmentation) kavramsallaştırmasıyla ifade edilen insanların, “potansiyel olarak sınırsız bilgiye erişebilir durumda olmalarına rağmen/ toplumsal tercihleri temel alan mutabık kalınan gerçeklerin havuzunun azalmaya başlaması ile paralel anlatılar ve gerçeklerle **"hakikat toplulukları'na"** ayrılmalarıdır.

Bu tür bir bilgi ve hakikat problemi ile karşı karşıya olduğumuzu düşünüyor musunuz? *"İnsanları tedirgin eden, olan biten değil, olan bitenle ilgili inandıkları(dır)."*

sözünüzden hareketle dijitalleşmenin hız kazandığı bir dönemde salgının eklenmesiyle de sizce bu durum, insanları tedirgin eden hususlardan biri midir? Bilgi problemi ile dijitalleşme arasındaki ilişki hakkında neler söylersiniz?

Gerçek Olma Varlığın, Hakikat ise Bilginin Bir Özelliğidir

İoanna Kuçuradi: “Hakikat toplulukları”nı oluşturan insanları o hale gelmeden doğru-dürüst eğitmek gerekir yani baktıklarını görebilecek duruma gelmelerine, böylece de kimsenin “avı” olmamalarına yardımcı olmak. Başka bir deyişle, her düzeydeki örgün eğitim ve yaygın eğitim kişilere böyle bir donanımı sağlamayı amaçlamalı; ağızlarından çıkan kulaklarının duymasını sağlamalı ve kavramları karıştırmamalarına yardımcı olmalı. "Hakikat" ile "gerçekliği" karıştıran, nasıl açık, özellikle de seçik düşünebilir? Gerçek olma varlığın bir özelliğidir, hakikat ise bilginin bir özelliği. Bir bilgi doğru ise -hakkında olduğu şeye uyuyorsa-, enformasyon olarak da doğru olur. Kafalar da çorba kaplarına dönüşmez.

Derslik Kutsal Bir Mekândır

“İnsanları tedirgin eden, olan biten değil, olan bitenle ilgili inandıkları” sözü Epiktetos’un sözüdür. Dijitalleşme, online iş görme, bu salgın döneminde epey işe yarıyor. Hayat durmamış oluyor. Ama böyle bir afetin olmadığı zamanlarda, eğitimde dijital imkânları ancak özel durumlarda veya çeşni katmak için kullanmak uygun olur. Derslik kutsal bir mekândır, kişilerin insansal olanaklarının geliştirildiği bir mekân. Ekran araya girmeden, yüz yüze konuşmanın, göz göze bakmanın yerini hiçbir şey alamaz. Başka alanlarda da bu böyle. Oysa bugün çocuklar aynı odada bilgisayarlar aracılığıyla “oynuyor”!

TRT Akademi Dergisi: Türkçe yayımlanan ilk gazete olarak kabul edilen Takvim-i Vekâyi'nin 1828 tarihli ilk nüshasının baş yazısında (Mukaddime) “mizâc-ı vakte vâkıf olma (zamanın ruhunu kavrama)” ve “keyfiyeti hâle ârif olma” (durumu hakkıyla bilme) terkipleri yer almaktadır. Bu tarihi kaydın, Türkiye'nin son iki yüzyıllık arayışının ve modernleşme deneyiminin temel meselesini ortaya koyduğunu düşünüyorum. Bir ihtiyaç ve bir arayış olarak “zamanın ruhunu kavrama” ve “durumu hakkıyla bilme” konusunda yirmi birinci yüzyılın gidişatını da dikkate alarak gençlere ve özellikle de akademisyen adayları ile akademisyenlere neler söylemek istersiniz?

İoanna Kuçuradi: “Zamanın ruhu” -Hegel'in Zeitgeist dediği- nedir? Yalın bir dille söylersem, bu, bir çağda olan bitenlerde etkili olan ve onlarda yansıyan ana anlayışların, belirli bir çağı karakterize eden fikirlerin -bu arada da moda fikirlerin -bütününü dile getiren bir terimdir. Sizin belirttiğiniz bağlamda bu terim olumlu

bir anlamda kullanılıyor, ama olumsuz anlamda da olabilir; yani “zamanın ruhu” insan olmayla pek bağdaşmayan fikirler de olabilir. Bana sorarsanız, çoğu zaman da böyle oluyor. Fikirlerin özelliğine bakmak gerekir.

“Zamanın ruhu” aynı zamanda modernizasyon/çağdaşlaştırma konusuyla yakından ilgilidir. “Çağdaş kültür”, “çağımızın kültürü” -çoğul anlamda kültür- bu aynı şeyi dile getiriyor.

“Zamanımızın ruhu” nedir? sorusuna cevap vermeyi denersek, bunun “anything goes/ne olsa olur” olduğunu söylemek mümkün. Bu “hakikat sonrası” dönemde de, örneğin arkadaşların oyun olsun diye birbirlerine işkence yapmalarını kafam almıyor, ama olgu olarak karşımdaya duruyor. Sizin kafanız alıyor mu?

Öğüt vermeyi sevmem, pek vermem de. Ama farklı açılardan ihtiyaç olarak gördüklerimi söyleyebilirim. Bir tanesi, baktıklarımızı görmeyi, kendi gözlerimizle görebilmeyi öğrenmek. Bu göz eğitimiyle “herkes herşeyi görecektir duruma gelir” demiyorum ama herbir insan, kendi sınırları içinde, işinde, bunu farklı derecelerde yapabilecek duruma gelebiliyor, ve en önemlisi, bakıp da göremediğinin de farkında olabiliyor.

Başka bir şey, değerlendirme, değer bilgisi ve insan hakları bilgisi eğitimidir, yani değer bilgisinin belirli bir durumda neyin yapılmasını gerektirdiğini bulabilmeye yardımcı olan eğitim, dolayısıyla bulunamadığı zaman bunun farkında olarak neyin yapılabileceğini bulabilmeye yardımcı olan eğitim.

Başka bir şey de kişilerin bir işe girişmeden önce o işin gerektirdiği kadar “boy-larını uzatma” gerekliliğidir. Türkçede “boyundan büyük işlere kalkışmak” sözü, görsel gücü olan bir sözdür. Örnek vereyim: Bir inisiyatifin liderliğini yapmak isteyen bir insan, çizdiği amblemin altına “insiyatif” yazmamalı! Yaptığı işin sorumluluğunu taşıyabilmesi için, kişinin boyu o işin gerektirdiği uzunlukta olmalı, derim. Bunun için de önce boyunu uzatması, ondan sonra da o işe girişmesi uygun olur.

Akademik dünyada gördüğüm önemli bir sorun da, dolayısıyla ihtiyaçlardan biri, daha önce de sözünü ettiğim yaygın araştırma anlayışıdır. Olur ya da olmaz bir konuda bir anket yapılıyor, onun önünde birşeyler yazılıyor, bu da bir “araştırma”, bir “tez” oluyor. Bu tür araştırma, neyi bilmek isteyince bunun uygun bir yol olduğunun farkında olmadan kullanılıyor.

Akademik dünyada gördüğüm bir sorun da, şu andaki “zamanın ruhu”na fazla kapılmasıdır. Oysa üniversite mensuplarının da, yargı mensuplarının da “zamanın ruhu”na kapılmaması gerektiğini düşünüyorum.

Sıralayabileceğim başka konular da var. Ama bugünlük bu kadar yeter.

TRT Akademi Dergisi: Çok teşekkürler, sağolun değerli hocam.

Doç. Dr. Yaylagül Ceran KARATAŞ

Dijital Etik ve Dijital Çağda "İnsan Doğası"

Röportaj: Doç. Dr. Mehmet Emin Babacan

RÖPORTAJ



İstanbul Medeniyet Üniversitesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Yaylagül Ceran Karataş ile Dijital Hayat ve Etik sayımıza özel dijitalleşme ile birlikte teknoloji ve insan ilişkilerinin evrilmesi, insanı varoluşsal olarak tartışmaya açan ve tarihsel rolünü (iradi bir varlık) zayıflatan dijital teknolojilerin/yapay zekâ teknolojilerinin kurmakta olduğu dünya üzerine bir söyleşi gerçekleştirdik.

TRT Akademi Dergisi: Aydınlanma sonrası tekniğe/mekaniğe, modern dönemde sanayi/teknolojiye ve günümüzde yapay zekâ/dijital teknolojilere yüklenen anlamın insan ve toplum için seyri hakkında neler söylenebilir ve nasıl değerlendirirsiniz?

Yaylagül Ceran Karataş: Tarihe baktığımızda bilim ve teknolojinin farklı yoğunluklarla da olsa her zaman ekonomi-politikle ve toplumla dinamik bir ilişki içinde olduğunu söyleyebiliriz. Bu çerçevede sorunuzu özellikle çağdaş dönem üzerinden tartışmaya açmak isterim. Yeni nesil teknolojiler önceki sürümleriyle karşılaştırıldığında hem laboratuvar ve sanayi-üretim süreçlerini hem de bireysel ve toplumsal anlamda alışkanlıkları, yaşama biçimlerini değiştirmektedir. Dijitalleşen teknoloji, bireylerin hücrelerine kadar nüfuz eden ve çok yönlü etkisiyle "tedirginlikle" karışık bir heyecana ve korkuya neden olmaktadır. Aydınlanma Dönemi her ne kadar doğa bilimlerinin güçlendiği ve yasalastığı bir yüzyıl ise de mütereddit ve mesafeli bir tutum gelişmiştir. Fakat bilim ve teknoloji sonra vazgeçilmezlikler oluşturarak çağımızda iletişim, bilişim ve robotik (nano, biyo, info, robo teknolojilerle) uygulamalarla devrimsel bir sıçrama yapmıştır. Örneğin, telgraf dağlık ve sınır bölgelere götürüldüğünde kolaylığının yanı sıra ilişkileri bozacağı düşüncesiyle tedirginlikle ve itirazlarla karşılanmıştır. Ama şimdi ise giyilebilir ya da implant olabilir teknolojiler üretiyoruz. Tıpkı telgrafa karşı geliştirilen ilk tavırda olduğu gibi, söz konusu günümüzde yeni teknolojilere de ilk tepkimiz daha çok karşıtlıklar üzerinden gelişmektedir. Yakın zamanda bu ve bunlar gibi pek çok yeni nesil teknolojiler üretilecek ve itirazlar yükselecektir. Fakat sanırım onlara da alışacağız ve hatta yaşamımızın olmazsa olmazlarına hızlıca dönüştüreceğiz.

Beni bu noktada tedirgin eden; teknolojiden çok, insan merkezci kutsallığına sığınan bencil, kör ve yabancı olan "insanca" tutumdur. Yani insan teknoloji aracılığıyla pekiştirdiği yeryüzü iktidarını elinde tutmak için canhıraş şiddete yönelerek daha fazla yok etmekte ve bu yıkımın sorumluluğunu da bireyden kurumlara kadar ulaşan bir zincire yükleyerek parçalamaktadır. Tedirginliğim tam da burada başlamaktadır. Geçmişe kosmosun kuruluşuna kadar geri gitmeyeceğim elbette fakat geçmişte biraz seyrüsefere çıktığımızda insanın kendinden başka olan her şeye karşı buyurgan tavrını, araçsallaştırma arzusunu ve doymak bilmez iştahını incelediğimizde kendine hak ve adaletle yönelmemesinden kaynaklanan sömürü-

sünün izlerini günümüze kadar sürebilmekteyiz. Evrene dair, yapabilirliklerimize dair pek çok veriye, malumata sahibiz ve fakat kendimize canlı oluşumuza, ölümlü oluşumuza pek bir yabancılaşmışız ve dahi bunların üzerini açmamak niyetiyle örtmüşüz. O nedenle bilim ve teknolojiyi hem üretiyoruz hem de insanlık tahtını elimizden alacak düşüncesiyle korkuyoruz. Oysa kendimizle yüzleşmemekten en-dişe duymalıyız.

TRT Akademi Dergisi: O vakit tam da burada dijitalleşme ile birlikte teknoloji ve insan ilişkileri nereye evirildi? İnsan mı teknoloji için, teknoloji mi insan için? Bu anlamda insan-teknoloji ilişkisini özne-nesne bağlamında nasıl yorumlarsınız?

Yaylagül Ceran Karataş: Hemen şunu söyleyeyim; çağımız açısından baktığımızda artık sabit, kendiyile (ego) mühürlenmiş bir özne ve onun karşısında öylece duran bilinçsiz, bağımsız, mekanik bir nesne dünyasından bahsedemeyiz. Başka bir ifadeyle, Newton evreninde yaşamıyoruz artık, evet hâlâ bunu aşamadık ama özne ve nesnenin sınırları birbirinin içindeydi ve bir desen gibi birbirlerini tamamlıyorlardı. Aydınlanmacı hümanizm marifet bilip bu iç içeliği ayrıştırdı, karşıt kıldı, sadece gözün gördüğü mekanizme sığdırdı, politikleşmesi için gerekli tedbirleri aldı ve özneyle nesneyi kopardı. Fakat yeni bilim/yeni bilme biçimleri bu tutumun yanlışlığı 200 yıl sonra gösterdi ama alışkanlıklar çabuk değişmiyor. Tabi bu arada özne-nesne bağlamını modern aklın öznesine işaret ederek söylediğinizi varsayarak bunları söyledim. Kastınız yeni bir canlılığı, evrenle iç içeliği üzerinden bir süreç olarak kendini konumlandıran özne(sne) ise bunu daha farklı konuşmak gerekir. Bu noktada iki hususu ve dijitalleşmeyi de sürece katarak şöyle ifade edebiliriz:

İnternet devrimiyle teknolojinin yapısı, ölçeği gittikçe değişti ve dahi inceldi, akışkan bir hâl aldı. Kendi kendine veri oluşturan, sonra onu işleyerek tekrar bir başka veri oluşturan sonra bir başkası derken artık makinenin insana bile ihtiyacının kalmadığı noktalara gelindi. Birçok sektörde bunu görmek mümkündür. O nedenle mesele makine ve insan karşılaşmasında etik-politik tutumumuzla ilgilidir çoğunlukla, yani aslında nerede insanın bittiği ve makinenin başladığı ya da makinenin ne kadar insanın bir uzantısı – uzamı olarak var olduğuna ilişkin korkularımız, yukarıda bahsettiğimiz özne-nesne ilişkisi bağlamında önem arz etmektedir.

Burada özellikle belirtilmesi gereken husus, dijitallikte etik sorununa ilişkindir. Yapay zekâ programlarının olgu ve olayları 0-1 skalasında anlamlı kodlar oluşturacak şekilde açıklamasıyla ilişkilidir. Çünkü etik, salt bir olgunun açıklanması ya da doğru-yanlış kodlamasında tanımlanacak bir şey değildir. Etik bir yönden de dünyaya, yaşama tavır alıştır. Başka bir ifadeyle, insan etik bir tutumla dünyayı sadece açıklamaz, aynı zamanda onu yorumlar. Bu kapsamda 2015'ten itibaren

deep learning yatırımlarıyla yapay zekânın etik tavrın öznel yönünü öğrenecek ve yorumlayacak kodlarla "yazılması" için çalışılmaktadır. İşte bu bağlamda teknoloji, insan içindir diyebiliriz.

İnsanın teknoloji için olduğunu söyleyemeyiz mantiken çünkü onu üreten insan. Ama işte insanla-özneyle kastınız "Vitruvius Man" de mücesssem hâle gelen insan-sa buradaki ilk ayırımımız bu insan (vitruvius man) ve onun dışındaki her "şey"dir. Bu ayırma göre de onun dışındaki her şey (bitkiler, hayvanlar ve öteki insanlar) ve teknoloji ilişkisinde, öteki/farklı her zaman teknoloji için bir hammadde, araç, kobaydır. Başka bir dille söylersek, teknoloji üreten için süreç farklı, teknoloji tüketen için farklı işlemektedir. Bir de bu her iki hâlin dışında olan ve dünyanın neredeyse 3/4'ünü oluşturanlar için bu denklem hepsinden farklıdır. Onların büyük bir kısmı teknoloji üreten olmadığı gibi çöp olan teknolojiyi dahi sınırlı kullananlardan oluşmaktadır. Şimdi bu çok parçalı ilişki üzerinden teknolojiyle bağımızı sorgulamamız gerekir. Kısa kısa ve didaktik önermelerle ifade etmek gerekirse: Teknoloji üretenler açısından, ki 8 milyar insandan sadece 500 bini diyebiliriz, artık makineleşme konusunda doyum noktasına ulaşıldı ve hem doğa hem de "insan" oluş açısından sınır durumlara gelindi ve dahi aşıldı diyebiliriz. Örnek olarak antropocene çağ çığıkları ve syborg, yapay zekâ, dijital beden-bilinç diyebiliriz. Teknoloji tüketenler açısından mesele hâlâ ikirciklidir. Zira büyük oranda teknoloji sömürgeleştirmenin en güçlü yolu olarak onlara kendini araç ve eğlence düzeyinde sunmaktadır. Bu iki grubun dışında kalan ve temel ihtiyaçlarını bile karşılamakta zorlananlar içinse asıl mesele kurban olmadan yaşama tutunabilmektir. Dolayısıyla insan ve teknoloji arasında çok yönlü ve çok aktörlü ilişkiler kurulabilir.

TRT Akademi Dergisi: Posthümanizm, transhümanizm tartışmaları ile insanı varoluşsal olarak tartışmaya açan ve tarihsel rolünü (iradi bir varlık) zayıflatan dijital teknolojilerin/ yapay zekâ teknolojilerin kurmakta olduğu dünya nasıl bir dünya olacak sizce?

Yaylagül Ceran Karataş: Öncelikle şunun altını çizerek bu soruyu açmak isterim: Posthümanizm ve transhümanizm birbirinden farklılık arz eden iki kavramdır. Farklı insan, dünya, doğa, din, politika, cinsiyet anlayışlarına sahip yapılardır. Transhümanizm, hümanizmin ideallerini yetkinleştirmeye çalışan ve bunu teknoloji aracılığıyla en üst seviyeye taşımayı uman bir yaklaşıma sahiptir. Onlar da kendi içlerinde farklı bakış açılarına sahip gruplara ayrılmaktadır. Fakat ortak iddiaları; insanı ölümden, biyolojinin sınırlılığından, hastalıklardan ve canlı bedenden kaynaklanan her türlü sınırı aşmaktır. Posthümanizm ise ne hümanizmin dayattıklarına ne de antihümanizmin teklif ettiklerine dayanır. O her türlü indirgemeci perspektifi aşmaya yönelik ve insanın insan olma özcü süreçlerini sorgulayan bir

tür türcü eleştiridir. İnsan merkeziliği, kapitalizmi, sömürgeciliği, nesneciliği vb. eleştirerek birbiriyle ilişkili, birbirini tamamlayan bir canlılık ve madde anlayışıyla hareket eden bir yaklaşımdır. O da yekpare değildir. O nedenle hem her ikisini beraberce anarken farklılıklarına mutlaka işaret etmek gerekir hem de posthümanizmin transhümanizme göre daha tutarlı, geçerli bir tutum, eleştirel bir tavır içinde olduğuna dikkat etmek iyi olur.

Bu tartışmalar sanki uzakta, gelecekteymiş gibi görünse de dijitalleşen dünyanın uzun zamandır içinde yaşıyoruz. Akıllı telefonlar, zaman ve mekân ayarlı uygulamalar, kişisel asistan uygulamaları, beden sağlığı kapsamında çeşitli implantlar, vb. bizleri “olmadığında ya da unuttuğumuzda” eksik kalmış hissi uyandıracak kadar ağ içine almıştır. Şimdilerde akıllı evler, akıllı şehirler, sürücüsüz araçlar, yeni nesil uydular, uzay araştırmaları, dünya dışındaki yaşam alanı arayışları ve posthuman algısı dijital dünyayla insan arasında evrimsel bir sıçrama oluşturacakmış gibi görünmektedir. Burada sorunuzun diğer bağlamını dikkate alarak devam edelim. Transhümanizmin ön gördüğü posthuman, ölümsüzlük hedefiyle insanın beden ve bilinç düzeyinin arttırıldığı, embriyo düzeyinde varoluşsal düzenlemelerin yapıldığı ve özellikle Bostrom, Moravec, More gibi transhümanistlerin belirttiklerine ve beklentilerine göre evrimin homo sapiens sonrasının yaşanacağı bir gelecek beklentisi, dijital dünya ile “doğal” insanın ilişkisini tartışmalı ve dahi gerilimli kılmaktadır. Posthümanizmin, özellikle eleştirel posthümanizm, ön gördüğü posthuman ise var olanlarla yeni bir ontoloji, epistemoloji ve etik içinde bağ kurmaya davet etmektedir. Her bir var olanla hem maddi hem de bilinç düzeyinde yeni bir ilişkiyi incelemektedir. Ölüm ve hayat salınımını adeta tasavvufta vurgulanan derin bir tecrübe alanında keşfediyor gibi görünmektedirler. Evet tasavvufi tavır söz konusu burada ama bu benzerliği aradaki büyük farkı yok kılacak şekilde aydınlatmamaya çalışmalıyız. Bu konularda Türkçede telif ve tercüme kaynaklar oluşmaya başladı, bakılabilir.

TRT Akademi Dergisi: Transhümanizm/ Posthümanizm’in evren ve insan tasarımı içerisinde bir “şey”e dönüşen insana ilişkin, hukuk ve etik tartışmalara bakışınız nedir?

Yaylagül Ceran Karataş: Öncelikle, burada her iki yaklaşımı aşacak bir anlayışın geliştirilmesinden yanayım. Ne transhümanizm ne posthümanizm. Her ikisinin tecrübe ve yargılarının sınırlarına temas eden ama aşan bir yaklaşım geliştirmek gerekir. Bunun üzerine çalışıyoruz, o nedenle burada her iki yaklaşımın üretiminden/teklifinden bahsetmek isterim. Posthümanist çalışmalar homo sapiens olarak sunulan “belirli bir insanın” ve “belirli bir kültürün aktörünün” patolojik rasyonelliğine, kibrine, iştahı uğruna yok ettiklerine, sömürgeleştirmesine, farklılıkların her daim aynılık üzerinden eritilmesine, cinsiyet tartışmalarına eleştirile-

riyle insana dair sorumluluk yüklenmiş olmaları açısından önemli bir yerde durmaktadırlar. Bunun yanı sıra ne modernizme ne postmodernizme yönelen açık eleştirel tavrı açısından da posthümanizmi önemsiyorum. Bu eleştirel tavrıyla karşımıza sorunlardan çok alternatif bakış açıları sunarak hukuk, etik ve politik olana ilişkin yeni çerçevelerle düşünmeye davet etmektedir. Transhümanizm ise hümanizmin rasyonelliğini sınırlı bulur ve onun öngördüğü insanı beden ve bilinç olarak makineye aktarma arzusuyla hukuk, etik, politik ve "bilimsel" dolayısıyla toplumsal ve ekonomik birçok problemin merkezine yerleşir. Transhümanizmi ve posthümanizmi bu bağlamda örneklendirerek kısaca açabiliriz.

Posthümanizm canlılığı sadece insan merkezinde değil ekolojik ağ içinde ele alarak insanı ve insan olmayanı (non-human) birbiriyle ortak varoluşa sahip yeni ontolojilerle (süreç ontolojisi, düzlem ontolojisi, olay ontolojisi vb.) ilişkilendirir. Farklılıklar olmakla birlikte genel olarak, insan merkezci özcülük yerine türsel ortaklıkların kurulduğu, her bir varoluşun kendiliğini hem bireysel eylemi ve oluşuyla hem de bütün içindeki örüntüsüyle kurduğu/katıldığı metinlerle ilişkili olarak oluşturduğu bir kozmoloji/ekoloji içinde anlaşılması teklif edilmektedir. Bu yürürlükteki hukukun dilini ve yasalarını yerinden edecek canlılık hakkını, mülkiyeti, sorumluluk ve yükümlülüğü yeniden düşündürecek dinamik, geçişken ve olay ilişkili örüntü odaklı hukuka kapı açmaktadır. Etik düzlemde ise zerreden küreye her bir varoluşun birbiriyle irtibatlı ve birbirinden sorumlu olduğu ve bu dünyada olmakla ilişkili bir etik üzerinde durulmaktadır. Bu etik önemli olmakla birlikte temelde açık bıraktığı ya / ya da konuşmadığı husus ise tanrıdır. Burada onunla kavgalı oldukları için değil belki ama aşkınla bağ kurulmasını sağlayacak bir metafizikleri olmadığı için uzak durduklarını söyleyebiliriz.

Transhümanizmde ise işler çok daha karışıktır çünkü mesele makine-insan ilişkisinde makinenin insanın yaşam dünyasına dahil edildiği aşamada nasıl ilişki kuracağıdır. Yarı insan yarı makine üretimlerde sorun nispeten daha anlaşılırken, kendi kendine işleyen (autopoiesis) süper yapay zekânın hâlâ insanların ve hatta hayvanların olduğu bir toplumda nasıl ilişkileneceklerine dair sorular gittikçe artmaktadır. Mesele sadece eylem-sorumluluk-bilinç düzeyinde değil, metaetik tartışmalarda da kendini aşikâr etmektedir. Örneğin yapay zekâ etiği ve hukuku, "Nasıl tanımlanacak?" konusundan başlar mesele. Çünkü henüz geçerli olan ve sorunları çözebilmek adına yapılan yapay zekâ etiği tanımı, makinenin yapabilirlik sınırlarını insan ihtiyaçları, güvenliği ve düzenine göre belirlemektedir. En basitten en kompleksine kadar yaşam dünyası, insanın elleriyle inşa ettiği dünyası, söz konusu olduğunda yapay zekânın yapması ve yapmaması gerekenleri yani etik normu insanın belirliyor olmasıdır. Süper yapay zekâ, insanı taklit eden değil, on-

dan bağımsız olarak veri üreten ve işleyen bir üst sürüme geçtiğinde “bilinç (rasyonellik ve duygu düzleminde) ve beden” olarak insandan “daha iyi” olduğunda etik yapabilirlik nasıl tanımlanacaktır? İştahla her alanda (tıptan hukuka ve eğitime) ve her sektörde (üretimden hizmete) yapay zekânın insandan hızlı, hata payı sifıra yakın ve alternatifli teşhisler, bulgular ve hesaplamalar yaptığı için tercih edildiğine şahit oluyoruz. Burada ele almak istediğim noktadan biraz daha farklı bir bağlamda da olsa genel tartışmalarda yeri olan bir noktaya da işaret ederek etik, özellikle dijital etikten bahsetmek isterim, tabi bu konuda uzman açıklamalarını okumak gerekir. Dijitallikle ve yapay zekâ uygulamalarıyla insanın çalışma alanlarından önceleri tedrici fakat şimdilerde ise hızla geri çekildiği noktada işsizlik, boş zaman, yeni yetenekler, yeni eğitim programları vs. üzerinde de dikkatli bir şekilde düşünmeliyiz. “Robotlar bizim yerimizi alacak, bizi yok edecekler.” dili/düşüncesi dışında, kavramsal çerçevemizi değiştirerek bu konuda oluşan hukuki, etik, politik ve psikolojik problemleri ele almalıyız. Biraz etik ve hukuk problemlerini örneklendirirsek şunları söyleyebiliriz: Dijitalleşen dünyada etik söz konusu olduğunda yeni bir kavram karşımıza çıkmaktadır: Dijital Etik.

TRT Akademi Dergisi: Peki dijital etik nedir ve kim için?

Yaylagül Ceran Karataş: Dijital etik, insan ya da insansız dijital sistemler için midir? Yaşam dünyasının bir parçası olan sosyal robotlar için midir? Dijital platformlarda insan doğasını korumak için mi? Ya da teknolojiyi yönetenler ve kullananlar için midir? Vb. sorularımızla dijital etiği makine-insan karşılaşmasında ortaya çıkan sınır durumları düzenleyen etik ilkeler olarak tanımlayabiliriz. Dijital etik özellikle dijital platformlarda (ki dijital platformlar şimdi ve gelecekte toplum söylemini ve değerlerini düzenleyen küratördürler) hem bir mekân hem de bir toplum tasarlamaya başladığı için dijital etik gündemimize girdi. Ne zaman autonom yazılımlar oluşturuldu, o zaman dijital etikle karşılaştık ve insan sonrası robot/yapay zekâ çağı olarak konuşulmaya, düşünölmeye başlandı, o zaman dijital etik tartışmaları gündemimize yerleşti.

Evet, yapay zekâ ve genetik düzenlemelerle insan kendi elleriyle yeni bir varoluşu hazırlamaktadır. Doğal insan yapay kodlarla kendi gibi ama kendisinden fazla “insan-makine” üretiyor. Sonra o fazla insan-makine kendi kendini güncelleyerek otonom bir oluşa dönüşür ve giderek bağımsızlaşır. Bu bağımsızlaşma sonunda insan-makine kendi varoluşunun sorumluluğunu yükleneyecek etik ağ inşa ederek krallığını/demokratik meclisini kuracak bir irade geliştirebilir mi? İnsan ve yapay zekâ, insan-makine için yerin başka yer, göğün başka bir gök olduğu yeni zamanlar mı yaşanacak? Bunu bilmiyorum, bildiğim şey tarihte farklı düzeylerde benzer olayların yaşanmış olmasıdır. Bir de bu beklentiler yine “belirli insanın” dünyasının

da çok etkili olacak, yeryüzünün tamamında insanları ne kadar etkileyecek belli değil. Bu nokta, insanı ve insanlığı Avrupa'nın bir kısmına, erkek olana, beyaz ve beyaz yakalı, sağlıklı, engelsiz olana has kılarak düşündüğünüzde başka bir senaryo, insan ve insanlık üzerinden değil de yeryüzündeki bütün canlılar bağlamında düşündüğünüzde bambaşka bir senaryo karşımıza çıkmaktadır. Her iki senaryo bir yana, henüz insan gibi yaşam dünyası ve örüntü oluşturacak yapay zekâ yazılmadı. Telaşa gerek yok, insan için ölüm hâlâ somut bir gerçekliktir.

TRT Akademi Dergisi: İnsanı ve evreni yaratıcının tasarımı olarak varoluşsal ölçekte bir kez daha yapıbozumuna uğratan transhümanizm/posthümanizm tartışmaları ile vicdanın, merhametin, inancın ve anlam arayışının seyri daha özel olarak erdem etiği ve dijital etik ilişkilendirilebilecek mi?

Yaylagül Ceran Karataş: Yeryüzü vadedilmiş bir cennet değildir, talip olduğunuz şey ölçeğinde sınıdığınız ve imar ederken inşa edildiğiniz bir yer...

Vicdan, merhamet, anlam ve inanç insanın yaşam dünyası kurarken adalet, hak ve ahlak ilkeleriyle ilişkili olarak anlamlandırdığı, açıkladığı kavramlardır. Bireysel ve fakat aynı zamanda her bir varoluşla bağlantılı olarak eylemin sorumluluğunun yüklenilmesidir; bir amaç hatta aşkın bir amaç çerçevesinde yorumlayabilirsiniz. Posthümanist bakış açısı burada, insanı kendisini ifade edilemeyen ama keşfedilen-kurulan-kurgulanan olarak bulmaya, varolanlar ve dahi kendi üzerinde iktidar kurmanın anlamını ve hakkını düşünmeye, hangi insan sorusuyla yüzleşmeye çağırır. Bu kavramları (vicdan, merhamet, anlam ve inanç) bilindik ağlarından yapı-söküme uğratarak anlam-eylem düzleminde ilişki kurar ve büyük çoğunlukla tam da burada genellenebilir cevaplar yerine şu sorular bağlamında düşünmeye davet eder: Bir başka can üzerinde hangi hakla iktidar oluşturabilirsin? Burada ve şimdi varoluşunun seküler ve/veya dini bağlamda anlamı nedir? Adalet aynı olanlar üzerinden mi tesis edilir? Posthümanizm, elbette sadece düşünün demez, kendince cevaplar da üretir kabul edip etmemeyi kişilere bırakır, cevaplarını dayatmaz. Transhümanist bakış açısı ise bu kavramları bağlantısını yersiz yurtsuz bırakacak mahiyette yapı-söküme uğratar ve büyük oranda vazgeçilmesi ve geride bırakılması gereken ayak bağları olarak değerlendirir. Çünkü artık posthuman olarak anılacak bir çağda yaşayan "şeyler" (syborg, yapay zekâ, hibrit canlı vb.) için ilişkileri düzenleyecek başka kavramlara ve uygulamalara (etik-hukuk dışında) yönelir.

Yapay zekâ uygulamaları her geçen gün yaşam dünyamıza daha hızlı şekilde dahil olmaktadır. Bu hızın yol açtığı/açacağı etik ve hukuki problemleri henüz ayarını mâni, efradını cami düşünemiyoruz. Tecrübe ettikçe öğreniyoruz sistemdeki etik ve hukuk boşluklarını. Biraz somut örnek vermek gerekirse yapay zekâ uygulama-

sı olarak sürücüsüz araçların neden olacağı kazaların sorumlusu kim olacak? Ya da genetik düzenleme sonucunda ortaya çıkan embriyodaki anomalilerin sorumlusu kim olacak veya bunlar düzeltilebilecek mi, yoksa çöpe mi dönüşecek? Ya da yeryüzünde insan türünün ve diğer canlıların soyunu tüketen teknolojilere onay verilecek mi? İnsanı geliştirme adına yapılan uygulamalarda feda edilebilir olan kim ve ayrıca böyle bir kararı almaya yetkili olan nasıl belirlenir? Ya da kardeşleri, çocukları birbirileri ve ebeveynleri için canlı organ bankası olarak tanımlandığında buradaki sorumluluk etik ve hukuk açısından kime ait olacak? Bununla ilişkili olarak yeni üreme teknolojileriyle “üretilen” çocukların kişilik hakları, aile bağları nasıl tanımlanacak? Sorular gittikçe can sıkıcı ve distopik olmaktadır. Bu ve benzeri tartışmaları özellikle Fukuyama ve Habermas gibi biyomuhafazakârlar dile getirmektedirler. Hem yapay zekâ hem de genetik müdahalelerin insan soyunu tüketeceğini ve ayrıca insanın sosyal ağlarını etik, hukuk ve teolojik anlamda yıkaçağını ifade etmektedirler. Haklı oldukları birçok nokta olmakla beraber, olmakta olanlar engellenmiyor ve asimetrik bir hızla yaklaşan bu fütürist beklentilere cevap üretip onların seyrini değiştirmiyor. Bunu ifade ederken bu gelişen mahkûmuz anlamında söylemiyorum. Bu gelişin yönünü değiştirecek etik, hukuk, politik ve teknik uygulamalar ortaya koymadığımız takdirde eriyip gidecek bir dünyada olduğumuzu anlatmak istiyorum. Burada şu her iki karşıtlık dilini aşmak gerekir ki bu karşılaşma dinamik ve yaratıcı bir imkân olarak görülebilsin: İlki, insan merkezci etik tartışma üzerinden dijital etik temellendirilmesinin yapılması ki biyolojik ve dolayısıyla “doğal” insan ve makine karşısındaki güvenlik ve hak arayışının “meşru hikâyesidir.” “İnsan bios’u belirli bir çevre, habitat, yaşam dünyası oluşturur ve her şey o biosun içinde yer alır.” yargısında temellenir. Bu çerçevede şunlar dijital etik için eşik durumlara işaret eder: Hız ve performans insan olmaktan çok kıymetli değildir; insan, online (çevrim içi) görüşme anında insan- syborg(yarı insan yarı biyonik canlı) ve insan-yapay zekâ karşılaşmasında görüşmeyi sürdürmeye ya da bitirmeye karar verir; görüşmelerde “gerçek” kimliğin ve/veya avatarın kimliğini beyan etmeme hakkı vardır; yapay zekânın onuru insan onuru kadar önemlidir; yapay zekânın insana göre üstünlükleri nedeniyle tercih edilmesi üretim ve planlama süreçlerinde insanın tercih edilmesinin önüne geçmemelidir. İkincisi, yapay zekânın, makinenin belki şimdi posthuman diyebiliriz, merkeze alındığı dijital etik temellendirilir. Robot hak ve onurunun korunmasının hikâyesidir. Bu hikâyeyi 1989’da Asimov’un robot etiğinde geçen 3 temel yasada okuyabiliriz: “Bir robot, bir insana zarar veremez ya da zarar görmesine seyirci kalmaz; bir robot, birinci kuralla çalışmadığı sürece bir insanın emirlerine uymak zorundadır; bir robot, birinci ve ikinci kuralla çalışmadığı sürece kendi varlığını korumakla mükelleftir.” Bu her iki hikâyeyi giyilebilir teknolojilerle yarı insan yarı biyonik olan

syborgla, yapay zekâyla ya da varlığını avatarlar üreterek koruma altına alan doğal insanla genişleterek yazabiliriz. Özetle dijital etik, teorik çerçevede ve kavramsal örgüsüyle hâlâ üzerinde çalışılmakta olan bir alandır.

TRT Akademi Dergisi: Teknolojiyi geliştiren ve üreten akıl olarak insanlık, günün birinde neyi kaybettiğini anladığında çok mu geç olacak? Ve tekrar başlangıç noktasına ihtiyaç duyduğunda, o noktaya dönebilecek mi?

Yaylagül Ceran Karataş: Şöyle bir soruyla cevap verebilirim: Başlangıç noktası neresi, ne zaman? Sizce var mı böyle bir başlangıç noktası? Her geri dönüş, içinde geç kalmış bir isyanı barındırır ve asla o an ve o yerdeki canlılığıyla o varoluş yaşanmaz. O nedenle kaybetmekten korktuklarımızı sıralayarak bu soru üzerinde bireysel düzlemde başlayarak yüzleşmemiz gerekmektedir.

Tekrar söylemek gerekirse yeni nesil teknoloji 2000'lerden sonra bir devrimle karşımıza çıktı ve o teknolojinin yeri başka bir yer, göğü başka bir göktür. Oraya ilişkin kavramsal çerçevemizi değiştirmeden anlam-değer bağlamı oluşturamayız. Kaybetmek için sahip olmak gerekir, gelecek nesil, "Nasıl 'iyi, vicdanlı, diğerkâm' insan atamız vardı?" diyerek bir varoluşsal kaygı duyacak mı bilmiyoruz. Çünkü tarih dediğimiz olgu küresel bir form kazandı, gelecek nesil sadece yeryüzü vatan-daşı değil, evrenin herhangi bir yerinde olmayla da ilgili olacak gibi görünmektedir. Gelecek nesil belki geri dönmek için değil ama insan türü dünyada nasıl imar ve inkâr yaşamış diyerek geçmişe şöyle bir bakacaktır.

Son olarak Le Guin'nün bir tasviri üzerinden bir şey söyleyeyim. Dünyanın Doğum Günü kitabının ön sözünde der ki, "Kainat icat etmek zor iş, ... Bilim kurgu kâinatları ise sözle kurulmuş küçük dünyalardır." Bu ifadesini şöyle devam ettirebiliriz, hadsizlik olmaz umarım, "Bilimkurgunun sözle kurduğu kâinatlar, dijital teknolojiyle mücessem ve geçişken bir form kazanır. İçinde yaşamak istediğiniz kâinatın zamanını, mekânını, amacını belirleyecek irade gösteremezsek yazılan pek çok bilim kurgu kâinatının figüranı olarak kalırız.

Ali ODABAŞ

Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürü

Dijital Kütüphanecilik

RÖPORTAJ

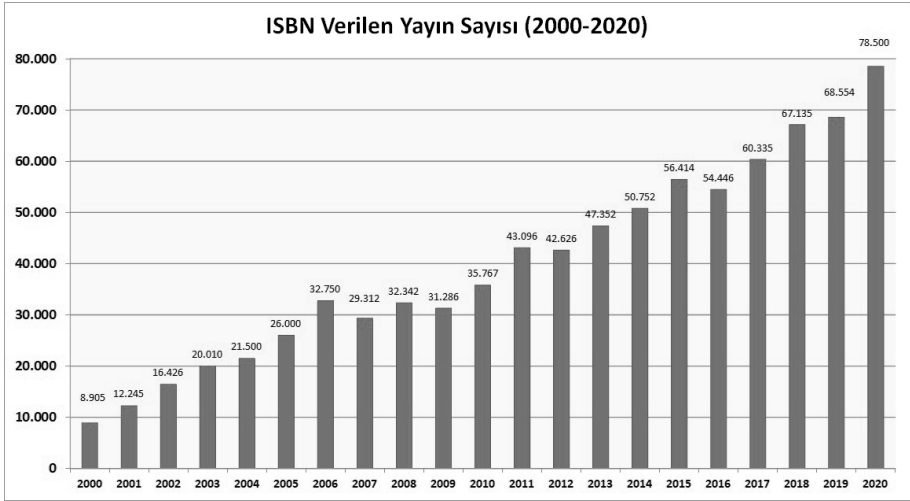


Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürü Ali Odabaş ile Türkiye'deki okuma kültürü, dijitalleşme ile kütüphaneciliğin yaşadığı dönüşüm, yeni nesil okuma alışkanlıkları ve KYGM'nin çalışmaları üzerine Dijital Hayat ve Etik sayımıza özel bir söyleşi gerçekleştirdik.

TRT Akademi Dergisi: Türkiye'de kitap yayıncılığı ve KYGM'nin kitap yayıncılığına (yazarlara ve yayınevlerine) sunduğu imkânlar nelerdir?

Ali Odabaş: Türkiye'de yayıncılık sektörünün gelişimini ve güncel durumunu gözler önüne seren en önemli göstergelerden biri de ISBN (International Standard-BookNumber/Uluslararası Standart Kitap Numarası) verileridir. Ülkemizde 2020 yılında ISBN Türkiye Ajansı tarafından atanan ve yayımlanan materyallerin sayısı (başlık sayısı) bir önceki yıla göre yaklaşık %14'lük bir artış göstererek 2020 yılı itibarıyla 78.500'e ulaşmıştır. 2000 yılında atanan ISBN sayısının 8905 olduğu göz önünde bulundurulduğunda ülkemizde okuma kültürünün gelişimi ve okumaya yönelik talepteki artışın boyutları ortaya çıkmaktadır. 2020 yılında ISBN sistemine kaydedilen yeni yayımcı sayısının 3.566'e ulaştığı görülmektedir.

Yayıncılık sektörünün son yıllardaki hızlı büyümesiyle doğru orantılı olarak ISBN verilerinde meydana gelen yukarı yönlü değişim sonucunda 2000-2020 yılında gerçekleşen rakamlar şu şekildedir:



Ülkemizdeki bandrol verilerine baktığımızda; 2020 yılında 433.213.632 adet kitap üretildiği görülmektedir.

Türkiye'de yayıncılık pazarının güncel durumunu gösteren istatistikler ve ISBN (Uluslararası Standart Kitap Numarası) istatistikleri ile kütüphaneler ve kütüp-

hane kullanımına yönelik istatistikler ülkemizde yayıncılık alanındaki üretim ve vatandaşlarımızın bu alandaki ürünleri edinme ya da bu ürünlerden faydalanma durumları hakkında önemli veriler sunmaktadır.

IPA (Uluslararası Yayıncılar Birliği) verilerine göre ülkemiz ISBN tahsis edilen başlık sayısı bakımından dünyada 10. sırada ve perakende pazar büyüklüğü bakımından ise dünyada 9. sırada yer almaktadır.

Edebiyat Eserlerini Destek Projesi

Bakanlığımızca edebi üretimin geliştirilmesine yönelik hazırlanan, 26 Ağustos 2017 tarihli, 30166 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren "Edebiyat Eserlerinin Desteklenmesi Hakkında Yönetmelik" kapsamında Edebiyat Eserlerini Destek Projesi yürütülmektedir.

Bu Proje ile Türk edebiyatında özgün eserlerin üretilmesini, yayımlanmasını özendirmek ve geliştirmek hedefiyle "yazara ait ilk eser" niteliği taşıyan bir edebiyat eserini yayımlayacak yayınevlerine maddi destek verilmektedir.

Projeye yapılan başvurular Edebiyat Eserlerini Değerlendirme ve Destekleme Kurulu tarafından değerlendirilmektedir. Bu çerçevede 2014 yılından itibaren 271 esere 3.342.000 TL destek verilmiştir.

Yayıncılık İşleri ve Fuarlar Şubesi

Bakanlığımızca ülkemiz yayıncılık sektörünün desteklenmesi ve edebi birikimimizin yurtdışında tanıtımı amacı ile uluslararası kitap fuarlarına katılım sağlanarak bu fuarlarda yayınevlerimizin telif alışı verişlerini gerçekleştirebilecekleri özel tasarım stantlar oluşturulmaktadır.

Bakanlığımızca ayrıca yayıncılık sektörünün ihtiyaçların doğrultusunda yazılı kültürel mirasın korunması ve iletimine yönelik mevzuat çalışmaları gerçekleştirilmektedir.

Ülkemiz yazarları ve yayıncıları ile buluşturmak ve edebiyatımızın etkin tanıtımı için misafir yazar projesi hayata geçirilerek yabancı yazarların ülkemizde 4 ay ikamet etmesi sağlanacaktır. Süreç sonunda ülkemizi konu edinen telif eser ortaya koymaları beklenmektedir.

2002-2020 yılları arasında Türk kültür, sanat ve edebiyatının yurtdışında tanıtımı amacı ile 26 ülkede alanında etkin 167 uluslararası kitap fuarına katılım sağlanmıştır. 10 farklı ülkede toplam 11 kez ülkemiz onur konuğu statüsünde fuarlarda yer almıştır.

Bu yıllar arasında katılım sağlanan kitap fuarlarında Bakanlığımız yayınları ile birlikte ülkemiz klasik ve modern edebiyatı ve çocuk edebiyatını tanıtan yaklaşık 170 bin eser sergilenmiştir.

Bakanlığımızca bu kitap fuarlarına yaklaşık 1000 yayıncı, telif ajansı temsilcisi, yazar, çevirmen, sanatçı ve akademisyen davet edilmiştir. Ülkemiz edebiyatının tanıtımı yanında Türk musikisi, Türk tarihi, ülkemizin turistik mekanlarını, geleneksel el sanatlarını, mutfak kültürünü de tanıtıcı sergi, panel, söyleşi, sempozyum, yemek şovları, atölye çalışmalarını içeren kültürel ve profesyonel anlamda 800'ün üzerinde etkinlik gerçekleştirilmiştir. Ülkemizin uluslararası niteliğe haiz fuarlarından İstanbul Tüyap Kitap Fuarı ile İstanbul CNR Kitap Fuarına 110 yabancı yayınevi davet edilerek Türk yayıncılar ile buluşmaları sağlanmıştır.

Read Turkey projesi; ülkemiz yayıncılığının özellikle yurtdışında faaliyet gösteren yayıncılar ve yazarlar tarafından takip edilebilmesi işbirliği imkânlarının oluşturulması adına oluşturulan bir platformdur. Web sitesinde ülkemiz edebiyatı ve yayıncılığına ilişkin ihtiyaç duyulan tüm alanlar, istatistikler, online iş birliği alanları yer alacaktır.

Bakanlığımızın Yayın Politikası

Kültür ve Turizm Bakanlığı olarak vizyonumuz; hızla gelişen yayıncılık sektörünün içinde bulunduğu açmazlar konusunda projeler üreterek, çağdaş bir anlayışla ulusal yayıncılığımızın gelişmesini ve dünya piyasasına açılmasını sağlamaktır.

Bakanlığımız bu güne kadar olduğu gibi bundan sonra da ulusal kültürümüzü yaşatıcı, tanıtıcı, zenginleştirici ve evrensel kültüre katkı sağlayıcı bir yayın politikası uygulamaya özen göstermektedir. Yayın anlayışımız toplumun çağdaşlaşmasına ve demokrasi kültürünün yerleşmesine katkı sağlayıcı niteliktedir.

Bu anlayışla Bakanlığımız 2003 yılından itibaren yeni bir yayın politikası oluşturmuş ve bu yönde hızla yeniden yapılandırılmaya gidilmiştir. Artık, herhangi bir yayınevi gibi kitap basan Bakanlık yerine, çeşitli alanlarda olduğu gibi bu sektörün de yapılanmasında koordinatör rolü üstlenen bir Bakanlık olmayı yeğlemekte ve yayın piyasasında sınırlı sayıda yayıncıya nitelikli bir yere sahip olmak ve ülkemizde yayıncılığın bir sektör olarak örgütlenmesinin hukukî alt yapısını hazırlayarak sektörleşmenin önündeki engelleri ortadan kaldıracak yeni yayın politikasını uygulamaya başlamıştır.

Bakanlığımızın yeni yayın politikası, herhangi bir yayınevinin misyonunu üstlenmek veya bir boşluğu doldurmak ve yapılan başvuruları değerlendirip yayınlamak değil, Türk kültür ve sanatının yaşatılması, geliştirilmesi ve kitlelere açılmasına öncülük edecek yeni eserler oluşturulmasına yönelik olarak planlanmıştır.

Sanatsal ve estetik anlatımın ön planda olduğu bu yayın politikası ile, kültür ve sanat eserlerinin yayınlanmasına öncelik verilerek Türk kültür, sanat ve edebiyatının ulusal ve uluslar arası alanlarda tanıtılması, Türkçenin vazgeçilmezlerinin ilgililerle buluşturulması hedeflenmiştir.

TRT Akademi Dergisi: Türkiye’de sıkça zikredilen, karikatürlere konu olan, mizah unsuru olarak kullanılan bir algı var: Okuma kültürümüz yok, okumuyoruz. Tokyo’da metroda bile insanlar okuyor, Londra’da banka kuyruklarında bile insanlar kitap okuyor ama biz kütüphanede bile okumuyoruz vb. Türkiye’de okuma kültürü, rakamlar ve bu konuda doğru bilinen yanlışlar nelerdir?

Ali Odabaş: Okuma alışkanlığı ve kütüphane kullanımı, sadece bireysel değil, toplumsal açıdan da bir gelişmişlik kistası olarak dikkate alınmakta; okumaya ilgi ile refah düzeyi arasında önemli bir ilişki olduğu yaygın bir şekilde kabul görmektedir. Toplumun genelinde “okuma” bir alışkanlık olarak kabul edilmekte ve bu alışkanlığın okul ile başlaması gerektiğine inanılmaktadır. Oysa okumak bir kültürdür ve doğum ile başlayıp hayat boyu devam etmektedir. Türkiye’de kitap okuma ve kütüphane kültürünü yerleştirecek olan altyapı, gelecekte ülkenin herhangi bir noktasında söz sahibi olacak çocuklarımıza doğumlarından itibaren her türlü gelişimlerine katkı sağlamak olmalıdır. Bunu yapacak ilk etkileşim merkezi ise, elbette ailedir. Özellikle yaşamın ilk yıllarında çocukların kişilik, zihin ve sosyal gelişimlerinde ve alışkanlık edinmelerinde ailelerin rolü büyüktür. Ülkemizde, okul öncesi dönem çocuklarının kitap okuma alışkanlığı kazanımında rol model olması gereklidir.

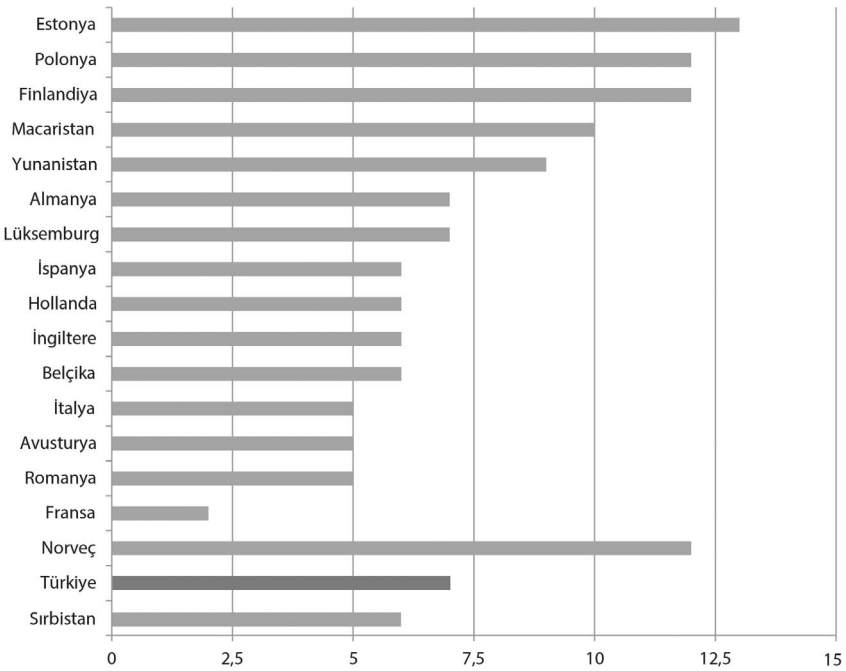
Ülkemizde okuma kültürü ve okuma oranları bakımından sonuçlara bakacak olursak hiç de karamsar olacak bir durum ile karşı karşıya değiliz. Elimizdeki araştırmalar bunu çok net bir şekilde ortaya koymaktadır. Bakanlığımız 2011 ve 2018 yılında Okuma Kültürü Haritası çıkarmıştır. Ülkemizde okuma alışkanlıklarını belirlemek üzere 2011 yılında Bakanlığımız tarafından yaptırılan Okuma Kültürü Haritası Araştırmasına göre kişi başında düşen kitap sayısı 7,2’dir. 2018 yılında yenilenen araştırmada ise bu rakam 9,2 olarak ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra ülkemizde en son Okuma Kültürü Haritası çalışması 2019 yılı sonunda bir araştırma şirketi (KONDA) tarafından yapılmıştır. Bu araştırma şirketinin son iki çalışmasında ortaya çıkan veriler ve aradaki fark şöyledir: 2008 yılında yapılan araştırmada, katılımcıların yüzde 70’i net bir şekilde kitap okumadığını belirtirken, 2019 yılında yapılan son araştırmada bu oran yüzde 36’ya düşmüş durumda. Son 3 ayda en az bir kitap okuduğunu belirtenlerin oranının ise yüzde 30’dan yüzde 64’e çıktığı görünüyor. Türkiye’nin ortalamada 3 ayda 2,7 kitap okuduğunu ve bu sayının “Okuyanlar” kümesinde 4,2 kitaba kadar çıktığını gösteren araştırma aynı zamanda, “Okuyabilir” olarak belirlenen kümenin de azımsanmayacak oranda olduğunu ortaya çıkarıyor. Aynı araştır-

mada gençlerin orta yaş ve yaşlı gruba göre daha fazla okuduğu da vurgulanmıştır. Bunun haricinde Avrupa Birliği'nin Nisan 2018'de yayınladığı ve aşağıdaki grafiklerde görüldüğü üzere ülkemiz günlük ortalama 7 dakika okuma süresi ile AB ülkeleri arasında 9. sırada ve kitap okumayı zaman harcaman ana aktivitelerden biri olarak tanımlama oranında da %10.2 ile 8. sırada yer almaktadır.

Avrupalılar Günde 2 ile 13 Dakikalarını Kitap Okumaya Harcamaktadır. AB ülkelerinde yapılan araştırmalara göre ortalama günlük kitap okuma süresi Fransa'da 2 dakika, İtalya, Avusturya ve Romanya'da 5 dakika, Estonya'da 13 dakika, Finlandiya'da 12 dakika, Polonya'da 12 dakika ve Macaristan'da 10 dakikadır.

Avrupa İstatistik Ofisi'nin 2016 yılında yayınladığı bu istatistiğe göre Türkiye'de kitap okumaya harcanan günlük süre ortalama 7 dakika olup AB ülkeleri arasında 9. sırada yer almakta ve Fransa, İtalya, İngiltere, Hollanda ve Belçika gibi ülkeleri geride bırakmaktadır.

Günlük Ortalama Kitap Okuma Süresi (dakika)



En Çok Kitap, Finlandiya ve Polonya'da Okunuyor

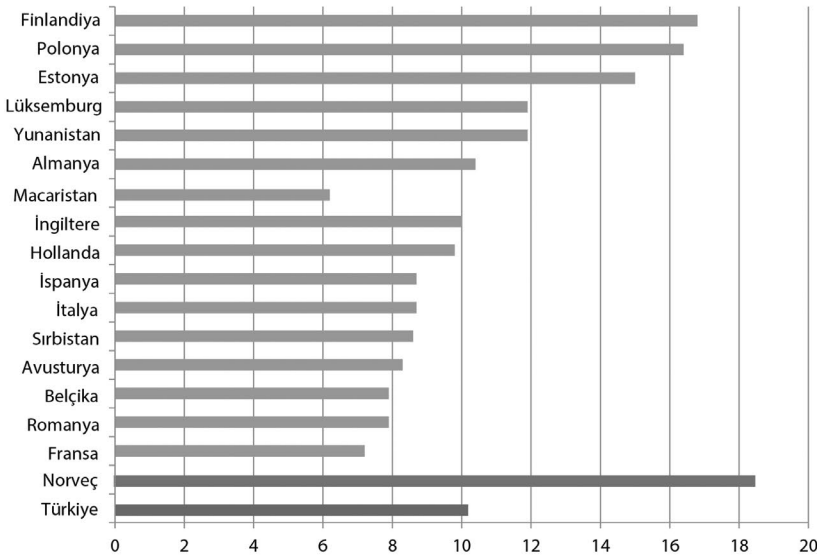
Finlandiya'da toplumun %16,8'lik bir oranı kitap okumayı "zaman harcadıkları ana aktiviteler"den birisi olarak görmektedir. Bu oranı %16,4 ile Polonya, %15,0

ile Estonya ve %11,9 ile Yunanistan ve Lüksemburg takip etmektedir.

Skalanın diğer tarafında ise %2,6'lık oran ile Fransa, %6,2 ile Romanya, %7,2 ile Avusturya ve %7,9 ile Belçika bulunmaktadır.

Bu istatistiğe göre Türkiye'de kitap okumayı, zaman harcadıkları ana aktivitelerden birisi olan tanımlayanların oranı %10,2 olmuş ve AB ülkeleri arasında 8. sırada yer almıştır. Bu oran ile Fransa, Avusturya, Belçika, İtalya, Hollanda ve İngiltere gibi ülkeleri geride bırakmıştır.

Kitap Okuyanların Oranı



Kaynak: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news>

TRT Akademi Dergisi: Türkiye'deki kütüphanelerin sayısı, altyapı ve envanter bilgileri, kitap okumaya yönelik teşvik programları nelerdir?

Ali Odabaş: Son 7 yılda 103 kütüphane açılarak 2021 yılında Bakanlığımıza bağlı olarak hizmet veren kütüphane sayısı 1.217'e ulaşmıştır; il, ilçe, edebiyat-müze ve çocuk kütüphanelerinin yanı sıra yerleşik kütüphane hizmetlerinden yararlanamayan kullanıcılarımız için çağdaş araç ve gereçlerle donatılmış 57 gezici kütüphane aracı ile vatandaşlarımıza hizmet sunulmaktadır. Ek olarak, talep eden kurum ve kuruluşların kullanımına sunulmak üzere geçici derme hizmeti verilmektedir. (81 İl, 7 Edebiyat Müze Kütüphanesi, 60 Çocuk Kütüphanesi, 783 İlçe Halk Kütüphanesi, 274 Şube Kütüphanesi, 4 Bebek Kütüphanesi, 6 AVM Kütüphanesi, 1 Havaalanı ve 1 Gar Kütüphanesi). 57 ildeki gezici kütüphanelerimiz, 2019

yılında, köy ve kasaba gibi yerlere düzenlediği 10 bine yakın seferinde, 143 bini aşkın üyesine 400 bine yakın kitabı ulaştırmıştır.

İl ve ilçe halk kütüphaneleri, çocuk kütüphaneleri, edebiyat ve müze kütüphaneleri ile birlikte değişen, dönüşen talepler ve ihtiyaçlar doğrultusunda; İhtisas Kütüphaneleri, Gar Kütüphanesi, Havaalanı Kütüphanesi, AVM Kütüphaneleri ve Bebek Kütüphaneleri gibi tematik kütüphanelerle ve son yıllarda çeşitli Belediyelerle iş birliği ile açılan diğer kütüphanelerle vatandaşlarımıza kütüphane hizmeti sunulmaktadır.

Halk kütüphanelerinde verilen hizmetlerin izlenerek hizmet niteliğinin yükseltilmesi konusunda gerekli çalışmaların yapılması, kullanıcı rehberliği ile kullanıcılardan gelen talep ve şikâyetlerin değerlendirilmesi, yeni hizmet uçları geliştirilmesi için çeşitli projeler yürütülmektedir. Bu kapsamda, halk kütüphanelerinde düzenlenen etkinlikler; kütüphane kullanıcı sayısı, üye sayısı, ödünç alınan kitap ve kitap dışı materyal sayılarında artış sağladığı ve okuma kültürünün geliştirilmesinde katkısı olduğu görülmektedir. Halk kütüphanelerinde; kütüphane kullanımı, kültürel ve sanatsal etkinlikler, kişisel gelişime yönelik eğitim etkinlikleri, dezavantajlı gruplara yönelik etkinlikler ve belirli gün/haftalara yönelik etkinlikler düzenlenmektedir.

Bakanlığımıza bağlı halk kütüphanelerinde 2019 yılı boyunca, yurt genelinde 1.101.700 izleyicinin katılımı ile 11.788 etkinlik ve 01 Ocak-31 Aralık 2020 tarihleri arasında ise düzenlenen 3.288 kültürel etkinliğe ise toplam 265.783 kişi katılmıştır.

2020 yılı Mart ayından bu yana ülke genelinde uygulanan koronavirüs tedbirleri, maalesef kütüphane hizmetlerini de etkilemiş olup kısıtlı sayıda kültürel etkinlik düzenlenmesine sebep olmuştur.

YILLARA GÖRE KÜTÜPHANE İSTATİSTİKLERİ	2019	2020
Kullanıcı Verileri		
Kullanıcı Sayısı	31.451.920	12.962.119
Üye Sayısı	3.955.908	4.437.954
Ödünç Verilen Materyal Sayısı	12.823.652	6.036.094
Dijital Kütüphane Verileri		
Dijital Kütüphane Kayıtlı Kullanıcı Sayısı	28.528	37.581
Toplam Poz Sayısı	9.026.577	17.511.908
Yıl İçinde Eklenen Poz Sayısı	2.609.522	5.494.842
İndirilen Poz Sayısı	863.883	1.395.217

Konuşan Kitaplık		
Konuşan Kitaplık Üye Sayısı	1.718	2.006
Sesli Kitap Sayısı	5.364	5.634

TRT Akademi Dergisi: Kütüphaneciliğin dijitalleşmeyle (özellikle Kovid-19 döneminde) yaşadığı değişim/dönüşüm hakkında bilgi verir misiniz?

Ali Odabaş: Geleneksel kütüphanelerin olumsuz yönlerinden biri; kütüphanedeki kaynakların kullanımının çoğunlukla kütüphaneye gelen okuyucuların kullanımı ile sınırlı kalmasıdır. Oysaki günümüzde bilgi teknolojilerindeki gelişmeler ve bilgi ağlarının etkin kullanımı ile kütüphane hizmetlerini de değişime uğratmıştır. Artık yeni nesil kütüphaneler fiziksel sınırlarının dışına çıkmayı ve değişik formatlarda, çok daha zengin koleksiyonları, daha bütünlüklü bir ortamdan etkin ve hızlı bir biçimde zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın kullanıcılarına ulaştırmayı hedeflemektedir. Literatürde “elektronik kütüphane”, “sanal kütüphane”, “dijital kütüphane”, “duvarsız kütüphane” vb. adlarla isimlendirilen anlayışın özellikle de Kovid-19 pandemisi döneminde gerekliliğini ve etkinliğini ortaya çıkarmıştır. Dijital kütüphane ve arşivlerle hemen hemen herkesin şu ya da bu şekilde ilgilenmesi ve bu ilginin sebeplerinden birinin de dijital bilgilere ve geleneksel bilgi kaynaklarının dijital ortama kaydedilmiş biçimleri olan dijitalleştirilmiş kaynaklara İnternet aracılığıyla kolayca istediği mekândan ve istediği zamanda erişim sağlayabiliyor olmasıdır. Kütüphaneler yeni teknolojileri yakından takip eden ve hizmetlerini entegre eder haldedir. Buna bağlı olarak, kütüphaneciler için ortaya çıkan yeni mesleki roller kütüphane organizasyonuna dâhil edilmiştir.

Kütüphanelerde kurumlar ve disiplinler arası işbirliğinin varlığı, yeni teknolojilerin kullanılmasında, yeni koleksiyonlar oluşturma ve ekipmanların sağlanması aşamasında, planlama ve stratejinin önemi vazgeçilmezdir. Bu sayede kütüphaneler kullanıcılarına yeni teknolojilerle eğlenceli öğrenme süreçleri sunmaktadır.

Değişen kullanıcı profili, yeni teknolojileri etkin şekilde kullanan ve bilen aynı zamanda kullanıcılara öğretebilen kütüphanecilerin olması önemlidir. Halk kütüphaneleri sadece materyal sağlayan, düzenleyen ve sunan bir kalıptan çıkarılıp, kütüphane kullanıcılarının farklılık gösteren ihtiyaçlarına karşılık verebilen, yaşayan ve toplumla bütünlüklü kurumlara dönüştürülmüştür. Bu bağlamda birçok hizmet hem kütüphane web sayfası hem de e-devlet portalı üzerinden elektronik ortamda verilmeye başlanmıştır. Bu elektronik hizmetlere örnek olarak; e-üyelik, tüm halk kütüphaneleri katalog kayıtlarına erişim, kitap rezerv etme, ödünç süresi uzatma, halk kütüphaneleri iletişim, hizmet ve konum bilgilerine erişim, 2017 yılında hizmete sunulan e-kitap hizmeti gibi hizmetler gösterilebilir.

TRT Akademi Dergisi: Dijital Kütüphanecilik kitap okuma kültürümüzü nasıl etkileyecek? Genel müdürlüğünüzün bu konuda yaptığı çalışmalar var mı?

Ali Odabaş: Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki sürekli gelişim, dünyada olduğu gibi ülkemizde de kütüphane hizmetlerini derinden etkilemektedir. Bu gelişmelere paralel olarak kütüphane kullanıcılarının beklentileri, bilgiye daha hızlı erişme isteği vb. nedenler, kütüphanelerde hizmet sunumunda bilgi teknoloji araçlarının daha yoğun bir şekilde kullanımını gerektirmektedir.

Genel olarak kütüphanelerde verilen bilgi hizmetlerinin çağın gereksinimlerine uygun bir şekilde verilmesi zorunluluk haline gelmiştir. Diğer kütüphane türlerine kıyasla, daha fazla sayıda ve çeşitli kullanıcıya hitap eden halk kütüphaneleri söz konusu olduğunda ise bu zorunluluk kaçınılmazdır. Bu durumdan hareketle, Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü (KYGM), Halk Kütüphanelerinde kullanıcı beklentilerinin en üst düzeyde karşılanması ve hizmet süreçlerini dinamikleştirmek için merkezileştirilmiş bütünleşik entegre otomasyon sistemi, kütüphane mobil otomasyon uygulaması, mobil e-kitap uygulaması, RFID çözümleri, webinar sistemi gibi güncel yeni sistemler kullanmaya başlamıştır. Ayrıca kullanılan sistemlerin yeni teknolojik ürünlerle entegre bir şekilde çalışması bağlamında, halk kütüphanelerinde verilmekte olan kütüphane üyeliği, katalog, kütüphane erişim ve hizmet bilgileri vb. birçok hizmet elektronik ortama aktarılmış ve yenilikçi yaklaşımla kullanıcı beklentilerine paralel yeni hizmetler üretilmeye başlanmıştır. Yenilikçilik kavramını tanımlayacak olursak, yeniyi yaratmak için eskiyi geliştirerek yeni ürünlerin, üretim süreçlerinin, hizmet ve organizasyonların araştırılması, bulunması, denenmesi, geliştirilmesi, izlenmesi ve benimsenmesi demektir (Durgut vd., 2003). Halk kütüphaneciliği açısından ele alındığında “yenilikçi hizmet” kavramının en genel hatlarıyla “tamamıyla yeni bir hizmet, var olan bir hizmetin yeni bir yöntemle sunulması, yerel bölgenin ihtiyacına yönelik geliştirilen yeni bir hizmet, var olan bir hizmetin geliştirilmesi/genişletilmesi ile ortaya çıkan yeni bir hizmet” olarak tanımlanması mümkündür (Alaca, 2015, s.32). Ülkemizde okuma kültürünün geliştirilmesine de katkıda bulunacak bu yeni çalışmalara kısaca değinmekte yarar vardır.

e-Üyelik

Kayıt için halk kütüphanesine gitmekte problem yaşayan 15 yaş ve üzeri vatandaşlar, artık e-Devlet Platformu üzerinden e-üyelik gerçekleştirerek anında halk kütüphaneleri web sayfası üzerinden sunulan, veri tabanı aboneliği yöntemiyle sağlanan yaklaşık 20 bin e-kitaba erişebilmektedir. Şubat 2021 sonu itibariyle vatandaşlar tarafından e-Devlet Portalı üzerinden halk kütüphanelerine yapılan e-üyelik sayısı 240.096’tür.

e-Devlet Entegrasyonu

15 yaş ve üzeri vatandaşlar kütüphaneye gitmeden, e-Devlet Platformu üzerinden halk kütüphanelerine“ e-üyelik” yapabilmekte, bu sayede anında halk kütüphaneleri kullanıcı sayfası ve mobil uygulama üzerinden e-kitap hizmetine erişebilmektedir. Aradıkları kitap, dergi, gazete ve benzeri her türlü araştırma materyalinin Bakanlığımıza bağlı hangi halk kütüphanesinde yer aldığını bulabilmekte, ödünç aldıkları kütüphane materyallerini kütüphaneye gitmeden ödünç süresini uzatabilmektedir. Daha önceki ödünç/iade işlemlerini görebilmekte, platform üzerinden istedikleri halk kütüphanesine üyelik kayıtlarını aktarabilmektedirler. Kişisel bilgi güncelleme, kitap rezerv işlemlerini kolay bir şekilde yapabilmekte ve tüm kütüphanelerin hizmet ve iletişim bilgilerine erişebilmektedirler.

e-Kitap Hizmeti

e-yayınları halk kütüphaneleri aracılığıyla daha geniş kitlelerin hizmetine sunmak ve e-yayın faaliyetlerini desteklemek amacıyla 2017 Kasım ayı itibariyle Bakanlığımıza bağlı kütüphane üyelerine elektronik veri tabanı aboneliği yöntemiyle e-kitap hizmeti verilmeye başlanmıştır.

Üyeler, Çevrimiçi kütüphane sayfası üzerinden kullanıcı girişi yaparak; e-kitaplarda tarama yapabilmekte, zaman ve mekandan bağımsız, 28 temel konu başlığında yaklaşık 20 bin e-kitaba 7/24 erişebilmektedir. e-kitaplar hem halk kütüphaneleri web sayfası üzerinden çevrimiçi okunabilmekte hem de “Kütüphanem Cepte e-Kitap” mobil uygulaması üzerinden erişilebilmektedir.

Ayrıca “e-kitabım” isimli Bakanlığımızın kendi uygulaması ile vatandaşlarımıza hem Bakanlığımızın, hem diğer kamu kurum ve kuruluşlarının ve hem de satın alınıp ücretsiz hizmete sunulmak üzere yayınevlerinin kitaplarının EPUB formatında hizmete sunulması planlanmaktadır.

Kütüphanem Cepte Mobil Uygulaması

Kütüphane Otomasyon Sistemi üzerinden erişilebilen hizmetlerin ve yeni hizmet süreçlerinin mobil uygulamalar vasıtasıyla da vatandaşlarca erişilebilirliğini sağlamak için 2018 yılında “Kütüphanem Cepte” mobil uygulaması (iOS ve Android) geliştirildi.

“Kütüphanem Cepte” uygulaması ile e-devlet platformuna bağlanarak halk kütüphanelerine “e-üyelik” yapılabilen, katalog taraması, ödünç alınan kitapların süresinin uzatılması, okuma geçmişinin görüntülenmesi ve bütün halk kütüphanelerinin hizmet bilgilerine erişim işlemleri yapılabilmektedir. Mobil cihaz kamerası ile herhangi bir kitabın barkodu taranarak ilgili kitabın kişinin konumu-

na göre en yakın hangi kütüphanede olduğu bilgisine erişilebilmektedir. Ayrıca mobil cihazın konum bilgisi aktif edildiğinde, belli bir mesafedeki kütüphane listesi, kütüphane harita bilgisi, hangi gün ve saat aralığında hizmet verdiği ve iletişim bilgileri elde edilebilmektedir.

Kişisel Okuma Geçmişi Oluşturma

Genel Müdürlüğümüze bağlı kütüphanelerdeki kayıtlı üyelerin ödünç kitap alma geçmişi, mevcut kütüphane otomasyon sisteminde (Koha) tutulmakta ve arşivlenmektedir. Kayıtlı kütüphane kullanıcıları istedikleri zaman bu kayıtlara erişebilmekte ve kütüphanelerimizden ödünç aldıkları materyale dair okuma geçmişlerini takip edebilmektedir

Bilindiği üzere, kütüphanelerden ödünç alma yöntemi haricinde; satın alma, hediye, değişim ya da diğer kütüphane türlerinden ödünç aldıkları basılı, elektronik ya da sesli kitaplara dair okuma geçmişleri bireylerde saklı kalmaktadır. Bu durum, ülkenin okuma oranını belirlerken kullanılan göstergelerin eksik kalmasına neden olmakta ve bu yöndeki istatistikler yanıltıcı olabilmektedir. Bu nedenlerden dolayı yakın zamanda, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü Kütüphane sayfası üzerinden “Kişisel Okuma Geçmişi (Halk Kütüphanesi Hariç)” modülü hizmete sunulmuştur.

Bu modülün oluşturulmasındaki temel amaç; Türkiye'deki okur profili ve eğilimlerinin belirlenmesi, bilgiye erişimde dolaylı veya dolaysız karşılaşılan sorunların giderilmesine ilişkin çözüm yollarını saptanmak ve bu yönde kütüphane dermelerini geliştirilmek, ilgili kurum ve kişilere önerilerde bulunulmak, toplumdaki kütüphane algısını geliştirilmek, kitap okuma oranındaki istatistiksel tutarsızlıkları minimize etmektir. Ayrıca bu modül sayesinde elde edilecek veriler sayesinde Genel Müdürlüğümüze bağlı; halk, çocuk ve ihtisas kütüphanelerindeki materyalin çeşitlendirilmesi ve hizmet süreçlerimiz için geleceğe ilişkin yol haritasının belirlenmesine yönelik öneriler oluşturmak da hedeflenmiştir.

Geliştirilen bu modül sayesinde;

- Kayıtlı kütüphane kullanıcıları, kütüphane harici olarak okudukları kitapları kaydedebilir,
- Kütüphane üyesi olmayan ve böyle bir ihtiyaç hisseden vatandaşların da kütüphane kaydı oluşturmaları sağlanabilir.
- Halk kütüphaneleri haricinde okunan ve vatandaşlarca sisteme girilen kitaplarda çeşitli analiz çalışmaları yapılabilir. Örneğin; harici olarak okunan, vatandaş-

larca talep oranı yüksek yayınlar tespit edilerek, halk kütüphaneleri dermesinde olmayan yayın listeleri oluşturularak kütüphane dermelerinin bu yönde zenginleştirilmesi sağlanabilir. Ayrıca bölgesel okuma eğilimleri analiz edilebilir.

- Vatandaşlarca halk kütüphanesi haricinde okunan kitapların kitap türleri belirlenebilir (basılı, e-kitap, sesli kitap).

RFID, Shelf-Check ve Otomatik İade İstasyonları

Kullanıcı sirkülasyonu yoğun olan Halk Kütüphanelerimizde kullanıcılara daha iyi hizmet verebilmek amacıyla ödünç verme/iade alma işlemlerinin hızlı ve güvenli bir şekilde yapılabilmesi için yeni RFID teknolojileri uygulanmaktadır. Bu bağlamda; yoğunluk olan kütüphanelerimizde, kütüphane üyelerinin personel yardımına ihtiyaç duymadan ödünç ve iade işlemlerini gerçekleştirebilmeleri için Shelf-Check ve Otomatik İade İstasyonları kurulmaktadır.

Mevcut durumda 36 kütüphanemizde RFID donanımı ve bu kütüphanelerin belli bir kısmında Shelf-Check sistemleri faaliyete geçirilmiş ve Otomatik İade İstasyonları için sağlama çalışmaları devam etmektedir.

Halk Kütüphaneleri Otomasyon Sistemi ve Milli Eğitim Bakanlığı MEBBİS Entegrasyonu

12 Eylül 2019 tarihinde Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Milli Eğitim Bakanlığı arasında imzalanan işbirliği protokolü kapsamında Milli Eğitim Bakanlığı MEBBİS (Milli Eğitim Bakanlığı Bilişim Sistemleri) arasında entegrasyon sağlanmıştır. Bu entegrasyon ile, MEBBİS sisteminde kayıtlı olan öğretmenlerin, Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürlüğüne bağlı Halk Kütüphaneleri tarafından kullanılmakta olan Koha Kütüphane Otomasyon Sistemi üzerinden istedikleri halk kütüphanesine üyelik yapabilmeleri ve platform üzerinden sunulan kütüphane hizmetlerine ve elektronik yayınlara erişimleri sağlanmıştır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı – Adalet Bakanlığı İşbirliği Protokolü

24 Ekim 2019 tarihinde Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Adalet Bakanlığı arasında bir diğer işbirliği protokolü imzalanmıştır. Bu protokol kapsamında 423 Cezaevine, buldukları il ve ilçelerdeki halk kütüphanelerince geçici kitap dermeleri sağlanmaktadır. Bu sayede tutuklu/hükümlülerin bilgi ihtiyaçlarının karşılanması için halk kütüphaneleri koleksiyonlarına erişimleri sağlanmıştır. Bu dermelerin yönetimi, üyelik ve dolaşım işlemleri bütünüyle halk kütüphaneleri otomasyon sistemi (Koha) üzerinden yürütülmektedir.

Kitap Dışı Materyaller

Millî Kütüphane'nin zengin görsel-işitsel materyalinin arşivlendiği Kitap Dışı Materyaller Bölümünde araştırmacılar için 34 tür materyal bulunmaktadır.

1913-1960 yılları arasında üretilen, yerli-yabancı sanatçı ve orkestraların seslendirdiği taş plak ve plastik plak koleksiyonunda yer alan yaklaşık 6.200 taş plaktan en eskisi, 1928 yılın ait, iki İngilizce şarkı içeren taş plaktır.

Türk sanat müziği, Türk halk müziği, klasik müzik, tango, vals gibi müzik türlerinden oluşan taş plak koleksiyonunda, Türkçe şarkıların yanı sıra Rusça, İngilizce ve Fransızca şarkılar da mevcuttur.

Zeki Müren, Safiye Ayla, Saadettin Kaynak, Münir Nurettin Selçuk, Yesari Asım Arsoy, Selahattin Pınar, Müzeyyen Senar, Hamiyet Yüceses gibi Türk müziğinin ünlü sanatçı ve bestekârlarına ait taş plaklar bulunmaktadır.

Bunun yanı sıra; Bach, Beethoven, Brahms, Chopin, Liszt, Mozart gibi dünyaca ünlü klasik müzik bestecilerinin eserleri ve Nate King Cole, Tony Martin gibi sanatçıların taş plakları da koleksiyonda yer almaktadır.

Türk bestekârların el yazması notalarını içeren nota koleksiyonu, Türk tiyatro ve sinemasının yanı sıra; Türk siyasi ve ticari hayatını yansıtan afiş koleksiyonu, bu koleksiyonu destekleyen lobi afişleri; reproduksiyonlar, Resaam Hoca Ali Rıza (1858-1930) başta olmak üzere İbrahim Çallı, Eşref üren, Şeref Bigalı, Çoban Ressam (Süleyman Şahin) Naile Akıncı, Ali Çağlayan, İhsan Cemal Karaburçak, Numan Pura, Mehmet Ali Laga, Haşmet Aka, Feyhaman Duran gibi ressamların eserlerinin de yer aldığı ünlü resamlara ait yağlı boya, sulu boya, kara kalem ve karışık tekniklerle yapılmış tablolar araştırmacıların hizmetine sunulmaktadır.

Ayrıca 1890 Yılı itibariyle, Özellikle Cumhuriyet dönemi Misak-ı Millî sınırları da kapsayan, stratejik özelliği bulunan haritalar ile İstiklâl Savaşı vaziyet planları, şehir imar- iskân planları, Türkiye sınırları açısından gerektiğinde başvurulacak kartografik materyaller, 1933'ten günümüze kadar basılmış ve yayımlanmış pul-lar, ilk gün zarfları, kartpostallar (şehir, doğa, mazara, sanatçı vb.), davetiyeler, broşürler, tezhipler, çeşitli sanat fotoğrafları, Karagöz ve Hacivat Gölge oyunundan tiplmelerin Hayali Küçük Ali, Hayali Nevzat Çiftçi ve Tacettin Diker tarafından deve ve manda derisi üzerine kök boylarla yapılan tasvirleri, 1900'lü yıllarından başından günümüze kadar basılan tüm millî piyango biletleri, T.C. Merkez Bankası tarafından 1950'li yıllardan günümüze kadar tedavüle sürülen paraların yanı sıra; müzik, film ve grafik içerikli geniş bir CD ve DVD koleksiyonu ile tarihi değeri bulunan cam negatifler belge ve mektuplar arşivlenmektedir.

Konuşan Kitaplık Görme Engelliler Merkezi

Millî Kütüphane Konuşan Kitaplık Görme Engelliler Merkezince, 03.12.2007 tarihinden bu yana, görme engelli üyeler için sesli kitap hizmeti verilmekte olup kitaplar, gönüllü okurlar tarafından 11 profesyonel stüdyoda seslendirilmektedir.

Kontrol ve teknik işlemleri tamamlanan kitaplar, <https://konusankitaplik.mkutup.gov.tr> adresinden üyeler için özel olarak tasarlanmış web sayfasında yayınlanmaktadır. İnternet olanağı olmayan ya da kısıtlı olan üyelerin adreslerine sesli kitaplar DVD'ye yüklenerek ücretsiz olarak gönderilmektedir. 5000'i aşan sesli kitap arşivinde başta sınavlara hazırlık kitapları olmak üzere, güncel ve klasik edebi eserlerden oluşan; roman, şiir, deneme, öykü, psikoloji gibi farklı kategorilerde eserler yer almaktadır.

Görme engelli vatandaşlarımızın üyelik süreçleri, web sayfasında yer alan "Üye Ol" bölümündeki formun doldurulmasından sonra 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nun Ek 11 inci maddesi gereğince, en az yüzde 40 oranında görme engelli olduğunu belgeleyen kimlik veya sağlık kurulu raporlarının taranmış halinin sayfanın sonunda yer alan bölüme yüklenmesinden ya da adresine gönderilmesinden sonra konusankitaplik@mkutup.gov.tr tamamlanmaktadır. Üyeler, e-Devlet kapısından ya da T.C. Kimlik Numaraları ve üyelik esnasında kendilerinin belirledikleri şifreleriyle web sayfası üzerinden katalogta bulunan kitaplara erişebilmektedir.

Bunun yanı sıra üyelerimiz www.mkutup.gov.tr ya da <http://konusankitaplik.mkutup.gov.tr> adreslerinden seslendirilmesini istedikleri kitap taleplerini ve görüşlerini iletebilmektedir. Sayfada yer alan "Ara" butonundan sesli veya yazılı arama yapabilen üyelerimiz, kitabı dinlerken kısa yol tuşlarından da yararlanabilmektedir. Üyelerimiz ayrıca sayfadan son eklenen sesli kitaplar, en çok dinlenen sesli kitaplar, son bir ayda en çok dinlenen sesli kitaplar ve hâlihazırda seslendirilen kitaplar başlıklarında güncel bilgilere de ulaşabilmektedir. Sayfada yer alan Taş Plaklar Radyosu bölümünde ise Millî Kütüphane koleksiyonundan seçilen 100 eser üyelerimizin hizmetine sunulmuştur.

TRT Akademi Dergisi: Y ve Z kuşağı diye tarif ettiğimiz yeni neslin kitap okuma alışkanlıkları hakkında neler söylemek ister misiniz?

Ali Odabaş: Yukarıda bahsedilen araştırmaların ortaya koyduğu kantitatif sonuçlar ülkemizdeki Okuma Kültürü Metabolizmasınının (ki okuma kültürü bir insan anatomisi gibi yaşayan bir metabolik sistem olarak değerlendirilebilir) ana arterlerini resmetmektedir. Ancak bu sonuçlar, arterlerdeki akış debisini, mole-

küler bileşenleri, oksijen yükünü, enerji üretimini, hücreler arası etkileşimi vb. aksiyon motiflerini tam anlamıyla betimlememektedir. Ülkemiz Okuma Kültürü Metabolizmasının sistemik yapıtaş ve enerji hücreleri olan gençlerin okuma alışkanlıklarının ve tercihlerinin, okuma fenomenini nasıl algıladıklarının ve deneyimlediklerinin tanımlanması, Türkiye'deki edebi eser üretiminin geleceğini şekillendirmede temel belirleyici unsurdur. 2020 yılı nüfus istatistikleri ülkemiz demografik yapısının hala genç nüfuslu karakterini ortaya koymaktadır. 15-64 yaş aralığının toplam nüfusun % 67,7'sini oluşturduğu göz önüne alındığında gençlerin, ulusal okuma kültürünün dönüşümünde de birincil belirleyici etken olacağı aşikardır.

Yukarıda işaret edilen istatistiki temel göstergeler, 2011, 2018 ve 2019 yıllarında gerçekleştirilen Okuma Kültürü çalışmalarında ortaya çıkan gençlerin okuma çeşitlilik analizinin doğru yorumlanmasının anahtarı niteliğindedir. Yine, yukarıda değinilen Okuma Kültürü çalışmalarında su yüzüne çıkan 'genç kuşağın okuma parametrelerinin değişkenliği', yazar tercih skalasının belirsizliği, eser tür yelpazesinin muğlaklığı ve geçişkenliği, kategorik bir bakışın zorluğunu da beraberinde getirmektedir. Teknolojik gelişmelerin karakteristiğinin ve araçlarının ana hatlarıyla anlaşılması, Milenyum ve Z kuşaklarının yönelimlerinin saiklerini tespit etme noktasında bir turnusol kağıdı işlevi görecektir. Biraz daha açmak gerekirse, Bilgi İletişim Teknolojileri (BİT) platformlarının kamusal alana hakim olmasıyla yayıncılık camiası, e-kitap ve basılı kitabın birlikte varlığını sürdüreceği ve yükseleceğini bilerek üretim ve dağıtım kanallarını yeniden şekillendirecektir. Böylelikle ürettiği içeriği komşu içeriklere (TV, sinema, OTT vb.) daha fazla oranda dahil etmeye çalışacaktır. Nitekim gençlerin bu içeriklere daha fazla ilgi gösterdikleri bilinen bir gerçektir. Dahası, böyle bir ortamda kitapçevleri giderek "eğlence marketlerine" dönüşecek ve buna bağlı olarak çevrim içi ve dijital mecralar başta olmak üzere doğrudan okura erişebileceği dağıtım kanallarına yönelecektir. Bu bağlamda ve bu gelişmeler neticesinde gençlerin yazar ve tür tercihlerinin değişkenliği milyonlarca okurun beğendiği kitapları paylaştığı 'Goodreads, Booktubers' gibi çevrim içi platformlar ve 'Wattpad, the Writing Cooperative, Movellas, Odeen' vb. çevrim içi yazar-okur buluşma ve etkileşim platformlarının tesiriyle anlamlı hale gelmektedir. Bu tür mecralar yerleşik okuma davranışları olan bir 'Okur Kimliği'nin oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Bu kimliğin, '24 Symbols, Bookmate, Scribd, Kindle, Unlimited' gibi çevrim içi kitap okuma ve dinleme, mobil uygulamalar vasıtasıyla edebi üretime katılan, pasif değil bilakis aktif ve etkileşimli bir okurun, edebi gündemi belirleyeceği bir dönemin kapılarını aralayacağını söylemek çok da yanlış olmaz. Böyle

bir dönem, çok satan yazarlar da dahil olmak üzere tüm yazarları giderek daha fazla oranda okurlarıyla çevrim içi ortamlarda irtibat kurmaya zorlamaktadır. Son tahlilde, hızlı tüketimin genel alışkanlık haline geldiği nanosaniyeler ve gigabyte'lar çağında genç okurun kısa sürede ve kolayca tüketebileceği hikayeleri okuyabildiği ya da dinleyebildiği 'Radish, Wattpad ve Serial Books' gibi uygulamalar daha da yaygınlaşacaktır.

TRT Akademi Dergisi: Son olarak etkin kütüphane kapsamında yapılan çalışmaları anlatır mısınız?

Ali Odabaş: Bakanlığımıza bağlı olarak hizmet vermekte olan halk kütüphanelerinde okuma ve kütüphane kullanma alışkanlığının kazandırılmasına yönelik kültürel, sanatsal ve sosyal etkinlikler düzenlenmektedir. Özellikle son dönemde halk kütüphanelerinin, vatandaşlarımızın hayatına dokunan edebi, kültürel, sanatsal ve sosyal faaliyetlerin gerçekleştirildiği merkezler haline getirilmesi amacıyla Bakanlığımızca 2020 yılında hayata geçirilen Etkin Kütüphane Projesi kapsamında, vatandaşlarımızın "etkinkutuphane" sosyal medya hesapları üzerinden canlı olarak takip edebilecekleri çeşitli etkinlikler gerçekleştirilmektedir. Bu kapsamda, edebiyatta 142, söyleşide 62, eğitim, kurs ve bilgilendirme konularında 104, el becerisi atölye çalışmaları üzerine 123, sanat alanında 47, sportif faaliyetler, oyun, yarışma ve turnuvalar alanında 17, belirli gün ve haftalar ile ilgili 29, sağlık üzerine 5 adet olmak üzere; toplam 530 etkinlik, 2020 Mart ayından bugüne kadar 272 konu uzmanının katılımı ile etkin kütüphane sosyal medya hesaplarımız üzerinden yayınlanmıştır.

- Twitter'da ve Facebook'ta @etkinkutuphane
- Instagram'da @etkin.kutuphane
- YouTube'da ise "Etkin Kütüphane"

Şehirlerin hafıza merkezi olan kütüphanelerde, bireyler ve gruplar arası dijital uçurumu ortadan kaldırmak, sosyal uyumu artırmak ve eğitimde fırsat eşitliğinin sağlanması için "Etkin Kütüphane" hizmetlerimiz bu kriz döneminde de sürdürülmektedir.

Dijital Kütüphane Sistemi

Dijital Kütüphane modülü ile El Yazmaları, Süreli Yayınlar ve Güzel Sanatlar (Kitap dışı materyaller) sistemleri tek bir modül haline getirilerek, içeriklerine Kütüphane Otomasyonu içerisinde tek bir arama çubuğundan ulaşılması sağlanmıştır. Böylece ayrı ayrı çalışan otomasyonlar, veri tabanları ve yazılım dilleri tek bir yazı-

lının modülleri haline getirilerek, kullanılabilirlik, erişilebilirlik, yönetilebilirlik ve veri güvenliği açısından standart bir yapıya geçilmiştir. Millî Kütüphane tarafından oluşturulan dijital içeriğin etkin ve verimli bir şekilde, son teknoloji, erişilebilir ve kullanılabilir tasarım ilkeleri dikkate alınarak ulusal ve uluslararası çapta hizmetin prestijli ve dünya standartlarında sunulabilmesinin sağlanmasına yönelik çalışmalar tamamlanmıştır. Ayrıca Dijital Kütüphane Sistemi güncellenmiş haliyle ücretsiz olarak ve kullanıcıların üyelik hesaplarına her yıl bin poz indirme hakkı yükleyerek hizmete sunulmuştur. Ayrıca Dijitalleştirme işlem süreçlerinde, basılı materyallerin sayısal verilerini (poz) oluşturmak amaçlı kullanılan Dijital Bilgi Yönetim Sistemi'nin Dijital Kütüphane Sistemi ile entegrasyonu tamamlanmıştır. Bu sayede Dijital Bilgi Yönetim Sisteminde elde edilen her biri sayısal veri tercihen Dijital Kütüphane Sistemine aktarılarak kullanıcı hizmetine hazır hale getirilmiştir.

Türkiye Bibliyografyası Sistemi

Türkiye Bibliyografyası çalışmalarının etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştirilebilmesi, bibliyografya hazırlama zaman maliyetinin düşürülmesi, iş gücü verimliliğinin artırılabilmesi ve araştırmacıların yıllara göre Türkiye Bibliyografyası üzerinden online sorgulama yapabileceği bir web uygulaması kullanıcı hizmetine sunulmaya devam etmiştir.

Elektronik Yayınları Derleme Sistemi ve Derleme Programı Entegrasyonu

Derleme mükelleflerinin EYDeS üzerinden sisteme yükledikleri elektronik materyallerin Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürlüğü Derleme Programı üzerinden de takip edilebilmesine yönelik teknik çalışmalar sonuçlandırılmış ve sistemin sorunsuz çalışması sağlanmıştır.

Elektronik Veritabanları

Millî Kütüphane satın aldığı ve abone olduğu değişik konuları kapsayan elektronik veritabanları ile kullanıcılarına hizmet vermektedir.

Elektronik Veritabanlarına Uzaktan Erişme İmkânı

Millî Kütüphane, abone olduğu veya satın aldığı elektronik veritabanlarının lisans anlaşması gereğince dışarıdan (uzaktan) erişime izin verilenleri için Millî Kütüphane sınırları dışarısından kolaylıkla erişim hizmeti sunmaktadır. Bu hizmet kapsamında Millî Kütüphane'ye üye olan kullanıcılarımız web tarayıcıları üzerinde herhangi bir değişiklik yapmaya gerek duymadan kendilerine ait kullanıcı adı ve şifre bilgileri ile ilgili elektronik veritabanlarından rahatlıkla faydalabilmektedirler.

Elektronik Araştırma Merkezi

Bu alanda yer alan 8 adet bilgisayardan kullanıcı üye kartları okutularak yararlanılabilmektedir. Bilgisayarlar ile internet, kütüphane otomasyon sistemi, bibliyografyalar, elektronik kaynaklar ve dijital kütüphane içerikleri üzerinden araştırmalar yapılabilmektedir.



Türkiye’de Dijitalleşme Olgusuna İlişkin Bibliyografya ve Bir Değerlendirme

Ali Hasan HAMUT*

İnsanlık tarihi açısından yeni bir kavram olarak değerlendirilebilecek olan dijitalleşme; toplumsal, ekonomik, siyasi ve kültürel alanlarda önemli etkiler oluşturmaya başlamıştır. 20.yüzyılın ortalarından itibaren elektronik sistemlerin yanı sıra bilgisayarların üretim alanına katılması birçok yenilik getirmiştir. “Bugün iletişim teknolojilerinin üretimin her aşamasında kullanılmaya başlanması, yaşanmış olan dönüşümlerin kırılma noktalarını oluşturmuştur” (“Dijital Türkiye Yol Haritası”, 2018, s.2). Hayatın her alanının dijital ortam üzerinden yürütülmeye başlanması kamu, özel ve sivil toplum sektörleri dahil olmak üzere kapsayıcı değişimi getiren düzenleme ve iş pratiklerini ortaya koyduğu gibi bu yeni olgunun akademik çalışmalara konu olması da giderek artan bir ivme kazanmaktadır. Dünyadaki gelişmelere paralel olarak Türkiye’nin bilgi toplumu tartışmaları bağlamında 1980’lerin sonu ve 1990’larda yürüttüğü çabalar ve çalışmalar, 2000’li yıllara gelindiğinde kapsayıcı ve bütünsel bir dijital dönüşüm projesine dönüşmüştür: Türkiye e-Dönüşüm Projesi. Bu proje ile amaçlananlar arasında Avrupa Birliği ile bilgi ve iletişim teknolojilerinin müktesebatı açısından uyarlanması, vatandaşların bilgi ve iletişim teknolojileri yardımıyla kamusal hizmetlerinden daha iyi faydalanması, kamu idaresinin daha şeffaf bir hâle getirilmesi, bilgi teknolojilerinin yaygınlaştırılması, vb. gibi ilkeler yer almaktadır. 2003 yılında 58. Hükümet tarafından hazırlanan Acil Eylem Planında e-Dönüşüm Türkiye Projesine (2003) adı ile kamu hizmetlerinin dijitalleşme sürecini geliştirmesi amacıyla stratejik düzeyde bir kamu politikası olarak hayata geçirilmeye başlanılan dijitalleşme süreci, salgının zorunlulukları ile birlikte eğitimden sağlığa, ticaretten hukuka hayatın tüm alanlarının işlemek durumunda olduğu bir hayat alanına dönüşmüş durumdadır.

*Doktorant, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı, kamtialivinc@gmail.com 0000-0001-8914-7081 DOI: 10.37679/trta.945280

Türkiye’de kamu yönetimi açısından bakıldığında ise teknolojik gelişme bağlamında dijitalleşmenin önemi ve değerini 1960’lı yıllardan itibaren kalkınma planlarında görmek mümkündür. Siyasi, ekonomik, toplumsal ve kültürel boyutlarıyla dört ana eksenle planlı kalkınmanın 1963 yılından itibaren yürütülen uzun vadeli hedefleri açısından Türkiye’nin ana gündemlerinden birisinin teknoloji ve bilgi iletişim teknolojileri olduğunu söylemek abartı olmayacaktır. Şu anda yürürlükte olan On Birinci Kalkınma Planı’nda (2019-2023) da dijitalleşme konusunu ilk defa değerlendirmeye “Sanayi’de dijitalleşme” olarak alınmıştır (11. Kalkınma Planı, 2018). Kalkınma Planı dışında Bilim Sanayi Teknoloji Bakanlığı tarafından Dijital Türkiye’nin Yol Haritası (2018) başlığı altında müstakil bir rapor hazırlanmıştır. Bu raporda kapsamlı olarak ele alınan dijitalleşmenin hem ülke politikaları hem Türkiye’deki mevcut durum hem de çeşitli bileşenleri (insan, teknoloji, altyapı, tedarikçiler, kullanıcılar, yönetim) açısından yol haritaları belirlenmiştir.

Bu çabaların sonucunda dijitalleşmede Türkiye’nin dünya genelinde ne durumda olduğuna dair önemli bir rapor da Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBSİAD) tarafından Türkiye’nin Dijitalleşme Endeksi Raporu’nda (2020) açıklanmıştır. 139 ülkenin analiz verileriyle oluşturulan raporda, Türkiye’nin dijital dönüşüm endeksi 1 ile 5 arasında bir puanlamanın yapıldığı bu raporda 2019’da 2,94, 2020’de ise 3.06 olarak Türkiye’nin dijitalleşme notu tanımlanmıştır. Dijitalleşme notu “ekosistem bileşeni”, “yeterlik bileşeni”, “kullanım bileşeni” ve “dönüşüm bileşeni” puanlarının ortalaması alınarak oluşturulmuştur. Dijital Türkiye Platformu ve PwC (Pricewaterhousecoopers) tarafından ortak hazırlanmış olan Dijitalleşme yolunda Türkiye raporunda ise siber güvenlik ve yapay zekâ konularına dikkat çekilmiştir. Yapay zekâ gibi yeni alanların endüstri ve tüm diğer işletmelerde ciddi bir oranda değişiklikler beklediklerini sunmuşlardır. Türkiye Bilişim Vakfının Türkiye Dijitalizasyon Endeksi (2015) çalışmasında ise ‘Finansal Hizmetler’ dijitalleşme performansı en yüksek sektör olarak ortaya konulmuştur.

İnsanlık tarihi açısından da Türkiye’nin yaşadığı tarihi tecrübe açısından da kapsayıcı ve yapısal bir dönüşümü ortaya koyan dijitalleşme olgusunun Türkiye’de akademik çalışmalara ve araştırmalara konu olmasının izini sürmek için bu çalışmada, “dijital”, “dijitalleşme”, “dijital etik”, “dijital medya”, “dijital teknoloji”, “dijital ortam” ve “dijital dönüşüm”, anahtar kelimeleri ile tez.yok.gov.tr, dergipark.org.tr ve Google arama motorlarından 17 Nisan 2021 tarihinde yapılan arama tarama sonucunda ulaşılan rapor, tez ve makalelerin tespiti ve bibliyografik bir analizi yapılmaya çalışılmıştır. İlk olarak son zamanlarda kamu ve sivil toplum kuruluşları tarafından yapılmış olan “dijitalleşme” temalı raporların bir özeti sunulacaktır. TRT Akademi derginin “dijital hayat ve etik” temasına uygun olduğunu düşündü-

ğümüz makalelerin çalışma alanlarına dair bir değerlendirmesi yapılmış ve belirlenen anahtar kelimeleri içeren lisansüstü tezlerin bir künyesi oluşturulmuştur.

Türkiye’de akademik çalışmaların makaleler boyutuyla takibi ve incelenmesi açısından önemli bir veri kaynağı olan ULAKBİM-Dergipark üzerinden “dijitalleşme, dijital, dijital dönüşüm, dijital ortam, dijital medya, dijital teknoloji, dijital diplomasi, dijital kimlik, dijital eğitim, dijital sanat, dijital çağ, dijital oyun ve dijital pazarlama anahtar kelimelerle yapılan taramada yayımlanmış akademik makalelere baktığımız zaman “dijitalleşme” temalı 333 makaleye ulaşılmıştır. Bu makalelerin 230’u araştırma makalesi, 44’ü derleme, 10’u konferans bildirisi, 3’ü olgu sunumu, 3’ünün kitap incelemesi olduğu görülmektedir. Yayımlanma tarihlerine baktığımız zaman ise 2013 sonrasında “dijitalleşme” temalı makalelerin çoğunluğu oluşturduğu dikkati çekmektedir. Bu makalelerin alanlarına dikkat ettiğimiz zaman ise büyük bir çoğunluğunun sosyal bilimler kategorisinde olduğu özellikle iletişim, işletme, iktisat, sanat ve sosyoloji alanlarında olduğu görülmektedir. Yine “Dergipark” üzerinden “dijital” temalı makalelere baktığımız zaman 3765 “dijital” temalı makalenin olduğu ve yoğunluğun yine 2013 sonrası ve sosyal bilimler alanında ele alınmış olduğu ortaya çıkmaktadır. Diğer temalara baktığımız zaman, “dijital ortam” temalı 35 makale, “dijital medya” temalı 139 makale, “dijital teknoloji” temalı 70 makale, “dijital diplomasi” temalı 23 makale, “dijital kimlik” temalı 9 makale, “dijital eğitim” temalı 19 makale, “dijital sanat” temalı 46 makale, “dijital çağ” temalı 91 makale, “dijital oyun” temalı 157 makale ve “dijital pazarlama” temalı 81 makale bulunmaktadır.

Türkiye’de yapılmış "dijitalleşme", "dijital", "dijital dönüşüm", "dijital ortam", "dijital medya", "dijital teknoloji", "dijital diplomasi", "dijital kimlik", "dijital eğitim", "dijital sanat", "dijital çağ", "dijital oyun", "dijital pazarlama" ve "dijital etik" gibi temalarda "Ulusal Tez Merkezi" üzerinden yapılmış tezlere bakılmıştır. Taramada konu ile ilgili tezlerin çalışma dışında kalmaması için "tümü" seçeneği seçildiği zaman "dijital" temalı 7019 tez, "dijitalleşme" temalı 513 tez bulunmaktadır. Dijitalleşme temalı ilk tezin 2001 yılında mimari alanında yazıldığı görülmektedir. (Karabağ, 2001) Akademik tezlerin isimlerine baktığımız zaman ise "dijital" ismi geçen 1592, "dijitalleşme" ismi geçen 71, "dijital dönüşüm" ismi geçen 67, "dijital ortam" ismi geçen 44, "dijital medya" ismi geçen 49, "dijital teknoloji" ismi geçen 36, "dijital diplomasi" ismi geçen 6, "dijital kimlik" ismi geçen 5, "dijital eğitim" ismi geçen 4, "dijital sanat" ismi geçen 16, "dijital çağ" ismi geçen 39, "dijital oyun" ismi geçen 139, "dijital pazarlama" ismi geçen 67 tez bulunmaktadır. Bunların dışında dergi sayımızın ana konusu olan "dijital etik" ismiyle tez olmamasına karşın, "dijital etik" temalı 3 tez bulunmaktadır.

Çalışmanın sonunda ana temamıza uygun olduğunu düşündüğümüz “dijital etik” temalı ve “dijitalleşme”, “dijital dönüşüm”, “dijital medya”, “dijital ortam” ve “dijital teknoloji” ismi geçen lisansüstü tezlerin literatüre katkı sunmak için bir künyesi oluşturulmuştur. “Dijital Etik” temalı lisansüstü tezlere baktığımız zaman ilk dikkat çeken hususun, sayısal olarak dijitalleşme ile ilgili yapılan tezlerden nicelik olarak geride kalmış olmasıdır. Dijitalleşmenin bir anda yoğun olarak sisteme entegre olmasına karşın, etik açısından yarattığı ya da yaratacağı sorunlar henüz dikkatleri çekmemektedir. Söz konusu olan üç tezde “dijital etik” teması bağlamında aramızda bulunmasına rağmen ana konularının dijital etik olmadığı görülmektedir (Sari, 2019, Gölge, 2017, Elçi, 2015).

“Dijitalleşme” ismi geçen lisansüstü tezlere baktığımız zaman ana konu dijitalleşmenin ve teknoloji kullanımının artmasının kurumalara katkısının değerlendirmesi olarak görülmektedir. Bu yüzden dijitalleşmenin çalışıldığı alanların çoğunluğunu “işletme” ve “bankacılık” oluşturmaktadır. “Dijital Dönüşüm” ismi geçen lisansüstü tezlere baktığımız zaman dijital dönüşüme engel olarak ortaya çıkan sorunların ele alındığı görülmektedir. Yine “işletme” ve “bankacılık” alanlarının ağırlığı görülse de “dijital dönüşüm” ismi geçen lisansüstü tezlere “endüstri” alanını da eklemek gerekmektedir. Endüstri-deki dijital gelişmelerin kurumları ve yönetimleri nasıl etkilediği ya da katkılarını analiz eden çalışmalar bulunmaktadır. “Dijital Medya” ismi geçen lisansüstü tezlere bakıldığı zaman büyük bir çoğunluğunun iletişim fakültesi merkezinde olduğu görülmektedir. Çalışmaların alanları geleneksel medya ile dijital medya arasındaki farklar, dijital medyada gazetecilik ve sosyal medyanın aşırı kullanılması ile daha da önemli hâle gelen dijital medya okuryazarlığı konularında ele alındığı görülmektedir. “Dijital Ortam” ismi geçen lisansüstü tezlere bakıldığı zaman yoğunluğun “güzel sanatlar” ve “mimarlık” alanlarında yapılan çalışmaların dijital ortamda yapılmaya başlanması ile ortaya çıkan durumlar üzerine olduğu görülmektedir. “Dijital Teknoloji” ismi geçen lisansüstü tezlere bakıldığı zaman belirli bir alanda yoğunluk görülmemektedir. Dijital teknolojinin ilgili alanlara nasıl katkıları sağladığı ve ne gibi problemler ortaya çıkardığına dair tezler olduğu görülmektedir.

Türkiye’de hem kurumların hem akademik çalışmaların son on yıldır dijitalleşme çalışmalarına ağırlık verdiği ortada olmasına karşın dijitalleşmenin sosyal ilişkilere ve toplumsal yapılara olabilecek olumsuz etkilerini öngörmeye çalışan çalışmaların az olduğu söylenebilir. Hukuki olarak da yeni bir alan olan dijital dünya birtakım kişisel hak sorunlarını gündeme getirebilmekte mevcut yasalarında yetersiz kalabildiği gözlenmektedir. Çalışmaların genel niteliği dijitalleşmenin faydalarına ve optimumuna odaklanmakta olduğu görülmektedir. “Dijital etik” temalı üç tez bulunuyor ve bu tezlerin de esas hedefi dijitalin etik problemleri olmadığından da görülebileceği gibi önümüzdeki dönemde bu konulara daha fazla yer ayrılacağı öngörülebilir.

Türkiye’de Dijitalleşme Olgusuna İlişkin Bibliyografya

Dijitalleşme çalışmalarına katkı sağlaması amacıyla “dijital etik” temalı, “dijitalleşme”, “dijital dönüşüm”, “dijital medya”, “dijital ortam” ve “dijital teknoloji” isimli tezlerin literatüre katkı sunmak amacıyla bir künyesi oluşturulmuştur. Önce kavramlarla alakalı yüksek lisans tezleri, daha sonra doktora tezleri ve son olarak da tıpta uzmanlık ve sanatta yeterlik temalı tezler ayrı kategoriler hâlinde ve yapılaş tarihi dikkate alınarak künyeleri oluşturulmuştur.

A. "Dijital Etik"i Konu Alan Yüksek Lisans Tezleri

1. Gölge, A. B. (2017). “Benliğin Instagram’da çevrim içi sunumu: Türkiye’deki yoga topluluğu örneği.” Yüksek Lisans Tezi. İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi Ekonomi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü.
2. Elçi, A. C. (2015). “Bilişim teknolojileri ve yazılı dersi öğretim programına yönelik öğrenci görüşlerinin dijital vatandaşlık bağlamında incelenmesi.” Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

B. "Dijitalleşme" İsmiinin Geçtiğini Yüksek Lisans Tezleri

1. Yıldırım, A. C. (2020). “Dijitalleşme ve Covid-19’un bankacılık iş modeline etkileri: Türk bankaları üzerine nitel bir araştırma”. Yüksek Lisans Tezi. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
2. Karabulut, C. (2020). “Dış ticarete dijitalleşme ve kağıtsız süreç yönetimi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü.
3. Şükranlı, D. (2020). “Şirketin dijitalleşme seviyesinin çalışan memnuniyeti ve verimliliğine etkisi”. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
4. Satılmış, Ç. (2020). “Dijitalleşme ve Endüstri 4.0’ın beyaz eşya sektörüne etkisi”. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
5. Dervişoğlu, Burak. (2020). “Pixar şirketinin, canlandırma sinemasının dijitalleşme sürecinde 3 boyutlu bilgisayar grafiklerinin kullanılmasına etkisi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
6. Balcı, E. (2020). “Lojistik sektörünün uluslararası alanda dijitalleşme süreci ve Türkiye’ye etkileri”. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
7. Kaya, I. U. (2020). “Finansal okuryazarlık ve finansal dijitalleşme ilişkisi: Bankacılık ve Finans Bölümü öğrencileri üzerine bir araştırma”. Yüksek Lisans Tezi. Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

8. Okan, M. (2020). “Yazılık sektöründe çevik dönüşüm ile dijitalleşme üzerine inceleme”. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
9. Avcı, B. (2020). “Dijitalleşmenin muhasebe mesleğine getirdiği yenilikler ve uygulamalar”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
10. Kaya, H. (2020). “Dijitalleşme sürecindeki bir hastane çalışanlarının e-sağlık sistemlerinin hizmet sunumuna etkileri konusunda bilgi, tutum ve beklentilerinin incelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Medipol Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
11. Arslaner, S. (2020). “Bankaların dijitalleşme süreçleri ve müşteri üzerindeki etkileri – bir banka uygulaması”. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
12. Gider, M. (2020). “Turizm pazarlaması kapsamında dijitalleşme sürecinin turizm sektörü üzerindeki etkileri: Nitel bir araştırma”. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
13. İnaç, C. (2020). “Dijitalleşmenin yayınevleri üzerindeki etkisi”. Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
14. Sevinç, H. N. (2020). “Dijitalleşme ve değişim algısının çalışanlar üzerindeki etkisi”. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
15. Yetkin, Y. (2019). “Konaklama işletmelerinde dijitalleşme ve dijitalleşmenin sürdürülebilir turizm ile ilişkisi”. Yüksek Lisans Tezi. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
16. Arslan, A. (2019). “X, Y ve Z jenerasyonlarındaki dijitalleşme etkisinin marka entegrasyonu üzerine etkisi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
17. Türk, D. (2019). “Dijitalleşmenin müzik endüstrisinde tedarik zinciri karmaşıklığına etkisi: Türkiye’de deneysel bir çalışma”. Yüksek Lisans Tezi. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
18. Yıldız, K. (2019). “Dijitalleşme ve operasyonel verimlilik arasındaki ilişki: Türk telekomünikasyon endüstrisinden kanıt”. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
19. Özkurt, Ö. (2019). “Dijital dönemde müzik endüstrisi: dijitalleşmenin Türkiye’deki müzik endüstrisine etkileri üzerine bir araştırma”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

20. Polatateş, E. (2019). "Dijitalleşmenin cinsiyet eşitsizliği üzerine etkileri". Yüksek Lisans Tezi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
21. İnce, G. (2019). "Dijitalleşmenin şirket performansına etkisi". Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
22. Atik, Ö. Z. (2019). "Eğitimde dijitalleşme faaliyetleri ve eğitim yöneticilerinin sürece uyumu". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
23. Bozkurt, A. (2019). "Türkiye'de e-devlet uygulamaları ve dijitalleşme". Yüksek Lisans Tezi. Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
24. Uzun, L. N. (2019). "Dijitalleşmenin hemşirelik uygulamalarına harcanan zamana ve hasta güvenliğine etkisinin yalın hastane yaklaşımıyla incelenmesi". Yüksek Lisans Tezi. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
25. Akkan, G. (2019). "Tüketici ürünlerinde dijitalleşme ve internetin kullanıcı deneyimine etkileri: Bir çamaşır makinesi üzerinden inceleme". Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
26. Eroğlu, Ö. (2019). "Ritüellerin dijitalleşmesi: Mobil cihazlardaki kahve falı uygulamalarının arayüz ve deneyim tasarımları üzerine bir inceleme". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
27. Tekin, S. (2019). "Bankacılıkta dijital gelişmeler ve müşterilerin dijitalleşmeye uyumu ve analizi". Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
28. Karakaş, Y. (2019). "Dijitalleşmenin modern gündelik hayata yansımaları ve hikikomori örneği". Yüksek Lisans Tezi. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
29. Barlas, N. (2019). "Siyasal iletişimde dijitalleşme: 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı seçimleri üzerine karşılaştırmalı bir Twitter analizi". Yüksek Lisans Tezi. Kadir Has Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
30. Yasacı, S. (2019). "Türkiye'de dijitalleşme bağlamında okuma alışkanlıklarının gelişimi: Sesli kitaplar örneği". Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
31. Şefii, Ş. (2019). "Kentlerin dijitalleşmesinin sinemada temsili". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
32. Yılmaztürk, N. (2019). "Yoğun bakım ünitelerinde tıbbi kayıtların dijitalleşme-

sinin iş süreçlerine etkisi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Medipol Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

33. Ustaömer, K. (2019). “Türkiye’nin bankacılık sektöründe dijitalleşme olgusu (Özel bankalar örneği)”. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

34. Sayar, S. (2019). “Dijitalleşme ile yeni oluşan kavramlar: Endüstri 4.0, İOT ve blockchain uygulamaları”. Yüksek Lisans Tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

35. Gündüz, B. E. (2019). “Dijitalleşmenin müzik endüstrisine etkileri: Spotify örneği”. Yüksek Lisans Tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

36. Çakmak, C. (2018). “Dijitalleşmenin gelecekte bankacılık sektörüne etkileri”. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

37. Durakoğlu, İ. (2018). “Müzenin dijitalleşmesi: Sakıp Sabancı Müzesi örneği”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

38. İlhan, E. C. (2018). “Eylemlerin dijitalleşmesi: e-kitap okuyucuların fiziksel ve dijital özellikleri üzerinden anlam bilimsel analizi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

39. Tekbaş, İ. (2018). “Dijitalleşmenin muhasebe mesleğine ve meslek mensuplarına etkileri üzerine bir araştırma ve yeni bir kavram önerisi: Mali mühendislik”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

40. Özdemir, O. (2018). “Otomobil sektöründe satış sonrası hizmetlerde (servis) değişim ve dijitalleşme”. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

41. Akgöl, O. (2018). “Spor endüstrisi ve dijitalleşme: Türkiye’de E-spor yapılması üzerine bir inceleme”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

42. Kazan, İ. (2018). “Türkiye bankacılık sektöründe kanalların ve pazarlama uzmanlarının dijitalleşmesinin müşteri satın alma davranışı üzerindeki etkisi”. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

43. Koç, P. (2018). “Akademisyen dijitalleşme ölçeğinin geliştirilmesi”. Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

44. Yılmaz, N. (2018). “Türkiye’de dergi yayıncılığının dijitalleşmesi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

45. Yıldız, C. K. (2018). "Lüks tüketim pazarında dijitalleşmenin etkileri". Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
46. Kutluay, B. K. (2017). "Dijitalleşme, yeni nesil teknolojiler ve finans üzerine etkileri". Yüksek Lisans Tezi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
47. Kaşifoğlu, G. (2017). "Dijitalleşmenin açık hava reklamlarında interaktiviteyi sağlamadaki rolü". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
48. Yandım, D. (2017). "Yeni iletişim ortamlarının ekonomi politiği bağlamında emeğinin dijitalleşmesi üzerine bir araştırma". Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
49. Tezcan, E. T. (2017). "Halkla ilişkilerin dijitalleşmesi bağlamında konum tabanlı pazarlama". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
50. Gedik, E. (2017). "Endüstrisi ürünleri tasarımında dijitalleşme: Üç boyutlu baskı teknolojilerinin ürün tasarım pratiğinde kullanımı". Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
51. Aslan, Eren (2017). "Reklam iletişiminde dijitalleşme: Online davranışsal reklam kavramı ve tasarım". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
52. Ülke, Y. B. (2016). "Kitap yayıncılığı endüstrisinin dijitalleşmesi: Türkiye'deki e-kitap yayıncılığı üzerine bir çalışma". Yüksek Lisans Tezi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
53. Demirel, S. (2016). "Sinema teknoloji ilişkisi: Ses, renk, geniş perde, dijitalleşme ve üç boyutun anlatıma katkıları". Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
54. Yanık, N. E. (2015). "Müziklemenin dijitalleşmesi: dijital medya müzikal aktivite biçimlerine nasıl müdahil olmaktadır?". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
55. Aydoğan, D. (2014). "Türk romanında dijitalleşme: E-kitap". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

C. "Dijital Medya" İsminin Geçtiği Yüksek Lisans Tezleri

1. Enehasse, A. (2020). "Dijital medya pazarlamasının tüketici davranış niyeti üzerindeki etkisi: Marka güveninin düzenleyici rolü". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ti-

caret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

2. Aytuna, D. (2020). “Fiziksel ve dijital medya arasındaki oyuncu deneyimi farkları / ‘Magic: The Gathering’ örnek çalışma”. Yüksek Lisans Tezi. Kadir Has Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

3. Said, S. B. S. (2020). “Yeni medyada propaganda, ‘Orta Doğu’daki Arap kamuoyuna doğru dijital medyada İsrail propagandisti söylemi”. Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

4. Korkmaz, Ö. E. (2020). “Geleneksel kitle iletişim araçlarından dijital medyaya geçiş sürecinde değişen seçmen davranışları: Kuşaklar üzerine bir araştırma”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

5. Fıstık, F. (2020). “Dijital medyada değişen çalışma koşulları ve serbest gazetecilik”. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

6. Acar, H. A. (2020). “Dijital medya ürünleri ve markalarıyla olan ilişkilerimiz”. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

7. Saman, S. (2020). “Dijital medya ve reklamcılık: Türkiye örneğinde dijital reklamcılık ve dijital reklamcılıkta programatik reklamların rolü”. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

8. İçli, A. (2020). “Dijital medya kullanımı açısından Türkiye’de e-spor izleyiciliği”. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

9. Büyük, M. (2020). “Sosyal ve dijital medya üzerinde dijital kolonyalizm uygulamaları ve habercilik”. Yüksek Lisans Tezi. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

10. Tuğtekin, P. (2020). “Dijital medyada televizyon dizilerinin değişen zaman ve mekân kurgusu: (Puhu TV) ‘Şahsiyet’ dizisi örneği”. Yüksek Lisans Tezi. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

11. Çakıcı, Z. (2020). “Uluslararası dijital medyada bir sosyal temsil olarak Aylan Kurdi haberleri”. Yüksek Lisans Tezi. Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

12. İpek, S. (2019). “Dijital medyadaki sağlık haberlerinin güvenilirliğine ilişkin bir araştırma”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

13. Duru, M. E. (2019). “Siyasal iletişim faaliyetlerinde dijital medya kullanımı: 31 Mart 2019 Yerel Seçimleri’nde partilerin internet sitelerinin incelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

14. Yağmur, T. A. (2019). "Dijital medya ile değişen haber tüketim tercihleri ve haber doğrulama davranışları üzerine bir araştırma". Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
15. Winegard, E. (2019). "Dijital medya teknolojilerinin sanatın ve tasarımın yaygınlaşmasındaki yeri ve önemi". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
16. Başmanav, N. (2019). "Michel Foucault'nun beden algısı ve kültürel dönüşüm süreçlerinden hareketle moda kavramı ve lüks markaların dijital medya evrimi". Yüksek Lisans Tezi. Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
17. Erim, S. (2019). "Dijital medyada yorumların marka kredibilitesi, marka tutumu ve satın alma niyetine etkisi üzerine bir araştırma". Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
18. Boztepe, E. (2019). "Yazılı basından dijital medyaya yeni reklam pratikleri". Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
19. Simavoğlu, F. (2019). "Dijital medya reklamlarının z jenerasyonun çevrim içi satın alma davranışları üzerindeki rolü". Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
20. Ayerdem, T. İ. (2019). "Türkiye'deki dijital medya platformları ve izler kitle profili". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
21. Eser, A. B. (2019). "Dijital medya çağında ürün yerleştirme kavramının nüfuz pazarlamasına evrilmesi". Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
22. Abuyounis, B. A. K. (2018). "15 Temmuz darbesinin püskürtülmesinde dijital medyanın kullanımı". Yüksek Lisans Tezi. Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
23. Coşar, H. (2018). "Geleneksel medyadan dijital medyaya geçiş sürecinde Türkiye'de medya ve reklam yatırımlarının değişen yapısı". Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
24. Sivar, İ. (2018). "İnternetle değişen ticaret ve rekabet: Mikro işletmelerinin dijital medya kullanımları". Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
25. Tailaiti, T. (2018). "Dijital medya ve kültür endüstrisi". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
26. Farajova, A. (2018). "Azerbaycan ve Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin gele-

neksel ve dijital medya kullanımları ve doyumları”. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

27. Yılmayan, E. (2017). “Ailelerin çocuklarının dijital medya kullanımı konusundaki tutumları”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

28. Tezeren, E. (2017). “Dijital medyada markalaşma ve sembolik tüketim ilişkisi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

29. Abdiyev, F. (2017). “Satın alma sürecinde dijital medya kanallarının kullanımı ve müşteri memnuniyeti: T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi öğrencileri üzerinde bir araştırma”. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

30. Atıcı, S. G. (2016). “Post-fordist duygular, imajlar ve zamanlar: İstanbul’da bir dijital medya ajansındaki tedavüllerin etnografisi”. Yüksek Lisans Tezi. Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

31. Tunalı, E. (2016). “Dijital medyada, kullanıcı arayüz tasarımının eleştirel bir analizi”. Yüksek Lisans Tezi. İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi Ekonomi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü.

32. Yanık, N. E. (2015). “Müziklemenin dijitalleşmesi: Dijital medya müzikal aktivite biçimlerine nasıl müdahil olmaktadır?”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

33. Çağdaş, H. (2014). “Örgütsel iletişimde dijital medyanın kullanımı: Görgül bir araştırma”. Yüksek Lisans Tezi. Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

34. Güzelkocar, M. A. (2014). “Dijital medyada fanatizm: futbola ilişkin sosyal ağlarda nefret söylemi”. Yüksek Lisans Tezi. Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

35. Çelik, S. (2012). “Dijital medyada marka oluşturma (Marka bilinirliği ve interaktif ajanslar ile marka yönetimi ve strateji oluşturma yöntemleri)”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

36. Orhan, Y. (2009). “Sanaldan haptik mekâna: Form ve mekânın dijital medya üzerinden yeniden düşünülmesi”. Yüksek Lisans Tezi. İzmir Ekonomi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

37. İnceoğlu, F. (2003). “Dijital medyada mimari tasarım: Tasarımı tasarlamak”. Yüksek Lisans Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

D. "Dijital Dönüşüm" İsminin Geçtiği Yüksek Lisans Tezleri

1. Koç, T. H. (2020). "Kamu yönetiminde dijital dönüşüm: Türkiye’de kamu yönetiminin dijital dönüşümüne dair bir analiz". Yüksek Lisans Tezi. Avrasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
2. Üstdağ, M. F. (2020). "Türkiye’deki dijital yerli şirketler için dijital dönüşüm engellerinin tanımlanması". Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
3. Haidara, O. (2020). "Dijital dönüşüme tüketici yanıtları ve dijital pazarlama stratejisi". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
4. Atukeren, E. P. (2020). "Dijital dönüşüm, esnek çalışma yöntemleri; insan kaynakları verimliliği çalışması". Yüksek Lisans Tezi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
5. Kapucu, H. (2020). "Dijital dönüşümün lider davranışlarına etkisi: Ara mal endüstrisinde uygulama". Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
6. Bostan, M. Ö. (2020). "Depolarda dijital dönüşüm ve Endüstri 4.0 uygulamaları". Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
7. Dağlı, Ç. K. (2020). "Endüstri 4.0 bağlamında, dijital dönüşüm sürecinde iç pazarlama uygulamaları". Yüksek Lisans Tezi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
8. Kesbiç, Ö. Ö. (2020). "Üretimde dijital dönüşüm ve etkileri: Türkiye ekonomisi açısından bir analiz". Yüksek Lisans Tezi. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
9. Güngör, Ö. (2020). "E-devlet hizmetlerinin merkezi teşkilatının yeniden yapılanması: Dijital Dönüşüm Ofisi örneği". Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
10. Güven, Ö. (2020). "Dijital dönüşümde blokzincir teknolojisi ve Bitcoin’in ekonomiye etkisi". Yüksek Lisans Tezi. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
11. Karagöz, U. (2020). "Türkiye’de kamu yönetiminin dijital dönüşümü: Ulusal Veri Santrali model önerisi". Yüksek Lisans Tezi. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
12. Konya, Onur. (2020). "Büyük veri ile reklamda yaşanan dijital dönüşüm ve tüketiciye yansımaları". Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

13. Dökme, S. (2020). “Sakarya’da dijital dönüşüme yönelik sanayi kuruluşlarında karşılaştırmalı değerlendirme çalışması”. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
14. Adıgüzel, Ö. (2020). “Dijital dönüşüm sürecinde e-anahtar destekli okul yönetim sistemi”. Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü.
15. Koçak, B. (2020). “Dijital dönüşüm ile mobil uygulamaların pazarlama faaliyetlerine katkısının ve tüketici davranışlarıyla ilişkisinin incelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
16. Evren, E. (2020). “Otomotiv sektöründe saha çalışanlarının dijital dönüşüm kapsamında güvenlik yeleği ve baretlerinin yapay sinir ağı yöntemi ile algılanması”. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
17. Gürbüz, U. (2020). “Şirketlerin dijital dönüşümünde İK’nin dönüştürücü rolü: Daha fazla yeteneği şirkete kazandırmak için işe alım süreçlerinde kullanılan oyunlaştırılmış değerlendirme testi üzerine bir çalışma”. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
18. Gözüküçük, M. F. (2020). “Dijital dönüşüm ve ekonomik büyüme”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
19. Yıldırım, Begüm. (2020). “İşletmelerde endüstri 4.0 dijital dönüşüm süreci ve çalışan motivasyonuna etkileri”. Yüksek Lisans Tezi. Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
20. Çobanoğlu, S. (2020). “Teknolojide dijital dönüşümün bankalarda operasyonel işlemlerinde verimliliğine olan etkisi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
21. Onaylı, E. (2020). “Bankacılıkta dijital dönüşümle değişen müşteri deneyiminin müşteri sadakati, müşteri memnuniyeti ve müşteri tavsiye etme niyeti üzerine etkisi”. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
22. Kahraman, nH. (2020). “Endüstri 4.0 sürecinde lojistikte dijital dönüşüm: TRANS.EU TMS 4.0 dijital platformun incelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
23. Dündar, M. M. (2020) “Kobi’lerin dijital dönüşümü”. Yüksek Lisans Tezi. TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
24. Sayın, Can. (2020). “Konut pazarlamasında dijital dönüşümün mimari tasarıma

etkisi: Sosyal medya üzerinde paylaşılan görsellerin analizine yönelik nitel bir araştırma". Yüksek Lisans Tezi. Alanya Hamdullah Emin Paşa Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

25. Aimaier, Y. (2020). "Kuşak Yol Projesine Türk firmaların bakış açısı ve dijital dönüşüm: Bir araştırma". Yüksek Lisans Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

26. Yavuz, A. (2020). "Turizmde dijital dönüşüm: Otel yöneticilerinin bakış açılarının incelenmesi". Yüksek Lisans Tezi. Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

27. Yılmaz, P. (2020). "Ortaöğretim öğretmenlerinin eğitimde dijital dönüşümden yararlanma düzeylerinin belirlenmesi". Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

28. Aygün, Ö. (2020). "Yerel yönetimlerde dijital dönüşüm uygulamaları: Trabzon ili örneği". Yüksek Lisans Tezi. Avrasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

29. Odabaşı, E. (2020). "Örgütsel bağlılığın dijital dönüşüme direnç etkisinde liderliğin düzenleyici rolünün incelenmesi". Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

30. Turan, Y. (2020). "Dijital dönüşümün bankacılık sektörü iç denetim süreç mekanizmaları üzerindeki etkisi ve vaka analizi". Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

31. Yılmaz, E. (2020). "Dijital dönüşüm bağlamında teknolojik zehirlenme ve semptomları". Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

32. Ustaoglu, N. (2019). "Dijital dönüşüm odaklı olgunluk modeli oluşturma". Yüksek Lisans Tezi. Sabancı Üniversitesi Mühendislik ve Fen Bilimleri Enstitüsü.

33. Özdemir, S. (2019). "Yerli dijital dönüşümün sağlanması: Bt ürünlerinin menşei ülkesini belirleme metodolojisi". Yüksek Lisans Tezi. Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

34. Çavuşyan, S. (2019). "Dijital dönüşüm: Ortak anlayış ve stratejik hizalama perspektifi". Yüksek Lisans Tezi. Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

35. Gün, Ö. E. (2019). "Dijital dönüşüm: Kritik başarı faktörlerinin modern çalışma alanları üzerine etkisi". Yüksek Lisans Tezi. Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

36. Elitok, E. (2019). "Endüstri 4.0 ile dijital dönüşüm: Türkiye örneği incelemesi". Yüksek Lisans Tezi. Atılım Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

37. Uslu, C. İ. (2019). "Dijital dönüşüm çağında fonksiyon bazında yönetici karar-

larının otomasyona geçişinin değerlendirmesi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

38. Arsal, T. (2019). “Türkiye’de yaşayan dijital dönüşümün radyo yayıncılığına etkisi: Değişen dinleyici profili”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Medipol Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

39. Tangal, E. (2019). “Kurumsal mimari bakış açısıyla dijital dönüşüm: Gerçek bir uygulama”. Yüksek Lisans Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

40. Doğan, D. (2019). “Dijital dönüşümün yönetimi sürecinde üniversite öğrencilerinin endüstri 4.0 kavramsal farkındalık düzeyleri”. Yüksek Lisans Tezi. Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

41. Berdan, B. (2019). “Türkiye’de film yapım sürecinde dijital dönüşümün yapım şirketleri üzerindeki etkisi”. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

42. Sönmez, P. K. (2019). “Endüstri 4.0 & dijital dönüşümde çalışanların değişime açıklığı ile yöneticilerinin liderlik tarzları ilişkisinin incelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

43. Uçansoy, M. (2019). “Kurumlardaki dijital dönüşümün stratejik karar alma üzerine etkileri”. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

44. Sevindik, E. (2019). “Habercilikte dijital dönüşüm: Çevrim içi haber videoları”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

45. Güvener, A. (2019). “Dijital dönüşüm sürecinde çalışanların teknolojik hazırlık seviyelerinin belirlenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

46. Çalıklı, Y. (2019). “Turizm işletmelerinde bilgi teknolojileri ve dijital dönüşüm: Konya örneği”. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

47. Cihangir, A. (2019). “Yerel basının dijital dönüşüm tartışmaları”. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

48. Öztürk, Ş. (2019). “Bir işletmecilik tecrübesi çerçevesinde dijital dönüşüm modeli önerisi: Enerji sektöründe uygulama ve danışmanlık hizmeti veren bir KOBİ örneği”. Yüksek Lisans Tezi. Altınbaş Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

49. Özdoğan, R. (2019). “Akıllı çağda dijital dönüşüm bileşenlerinin önceliklendirilmesi ve bir uygulama”. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

50. Güney, B. (2019). "Dijital dönüşümle birlikte ortaya çıkan yeni bağımlılıkların incelenmesi". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

51. Karal, F. S. (2019). "Dijital dönüşümün proje yöneticilerinin yetkinlikleri üzerindeki etkisinin incelenmesi". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

52. Hakverdigil, R. K. (2019). "Toplumsal hareketlerin dijital dönüşümü: Slaktivizm üzerine bir araştırma". Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

53. Demirci, E. (2019). "Endüstri 4.0 sürecinde dijital dönüşüm ve sosyoekonomik yansımalar bağlamında insan kaynaklarının dönüşümü: Disiplinlerarası bir yaklaşım". Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

54. Polat, A. S. (2019). "Havacılıkta dijital dönüşüm: İstanbul Havalimanı örneği". Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

55. Kosif, F. K. (2019). "Kurumların dijital dönüşüm süreçlerinin incelenmesi: Bir sağlık kurumu için öneri". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

56. Çeşit, C. K. (2019). "Ödeme hizmetlerindeki dijital dönüşümde rekabet hukukunun rolü". Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

57. Özkaya, M. (2018). "Telekomünikasyon sektöründe dijital dönüşüm". Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

58. Erbay, H. (2018). "Türk Otomotiv yan sanayisinin dijital dönüşümüne bir yol haritası olarak karışık karar verme modeli". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

59. Kökümer, Z. (2018). "Çok kriterli karar verme yöntemleri ile beyaz eşya sektöründe endüstri 4.0 dijital dönüşüm yetkinlik analizi". Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

60. Sarıyer, K. G. (2013). "Halkla ilişkiler yönetiminde dijital dönüşüm". Yüksek Lisans Tezi. Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

E. "Dijital Ortam" İsmi Geçen Yüksek Lisans Tezleri

1. Turancı, D. (2020). "1990 sonrası müzik endüstrisine yönelik grafik tasarım ürünlerinin dijital ortamdaki gelişimi". Yüksek Lisans Tezi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

2. Bilgin, E. (2020). “İlköğretim II. Kademe görsel sanatlar dersinde kopya yönteminin geleneksel ve dijital ortamda kullanımına yönelik karşılaştırmalı bir araştırma”. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
3. Fettahoğlu, B. (2020). “İzleyicilerin demografik özelliklerine göre medya okuryazarlığının dijital ortamda paylaşılan haberler bağlamında incelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Kültür Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
4. Kabasakal, Z. K. (2020). “Müşaf serlevhaları ve dijital ortamda tasarım süreçleri”. Yüksek Lisans Tezi. Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Lisans Eğitim Enstitüsü.
5. Kocabayık, O. (2019). “İyi kötü kavramların Türk yaratılış destanındaki biçimsel karşılıklarının grafik roman forumda dijital ortama aktarılması”. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
6. Konanç, Y. (2019). “Dijital ortamda Ekslibris sanatının gelişimi ve önemi ile sanatçı Martin R. Baeyens’in eserleri ve temsiliyeti”. Yüksek Lisans Tezi. Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
7. Albayrak, K. (2019). “Dijital ortamda benlik sunumları üzerine niteliksel bir araştırma”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
8. Sirel, A. A. (2019). “Exlibris çalışmalarının sanat ve tasarım açısından geleneksel ve dijital ortamda incelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
9. Gürsel, D. B. B. (2019). “İşe alım sürecinde sosyal medya ile dijital ortamların Y kuşağına etkisi ve insan kaynakları yönetiminin beklentileriyle karşılaştırmalı analizi”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
10. Demirkaya, D. (2019). “Dijital ortamların halkla ilişkiler amaçlı kullanımı: Kafe ve restoran işletmelerine yönelik nitel bir araştırma”. Yüksek Lisans Tezi. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
11. Ünal, S. Z. (2019). “Dijital ortamda gazetecilik ve haber dili”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
12. Çalışır, G. (2019). “Erzurum çifte minerali medresesinin desen tezyinatının tespiti ve dijital ortama aktarılması”. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
13. Akpınar, M. N. (2019). “Dijital ortamların sanat alanlarına etkisi üzerinden sanal nesne: Vr ve Ar”. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

14. Sarıbaş, N. (2018). "Dijital ortamda otomobil reklamları üzerine bir inceleme". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
15. Batluralkız, Ç. (2018). "Basılı ve dijital ortamlarda ortaokul öğrencilerinin okuduğunu anlama becerilerinin karşılaştırılması". Yüksek Lisans Tezi. Dumlupınar Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü.
16. Aktaş, C. (2018). "Eser üzerindeki çoğaltma ile umuma iletim hakkının dijital ortamda ihlali ve hak ihlallerine karşı öngörülen korumalar". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
17. Korkmaz, E. (2018). "Bahçesaray (Müküs) ve çevresinin etno-botanik özellikleri ve dijital ortama aktarımı". Yüksek Lisans Tezi. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
18. Öztunç, Y. (2018). "Dijital ortam grafik programlarında tipografinin kullanımı". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
19. Kayacan, A. (2017). "Yabancı dil olarak İngilizce öğrenen Türk lise öğrencilerinin dijital ortamda yazma ödevleriyle ilgili kendilerine ve akranlarına verdikleri dönütün etkisi". Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
20. Köseoğlu, A. (2017). "Yerel gazetecilik bağlamında dijital ortamda yayın yapan yazılı basın incelenmesi: Tekirdağ örneği". Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
21. Güler, Ş. (2016). "Dijital ortamda itibar yöntemi uygulamalarına yönelik bir analiz". Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
22. Kurt, M. C. (2016). "Dijital ortamlarda toplumsal katılım anlayışı: Sosyal eylem platformları üzerine bir inceleme". Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
23. Gül, O. (2015). "Dijital ortamda video film estetiği". Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
24. Çarıkçı, T. (2015). "Deutsch Ist Spitze' Almanca ders kitabının incelenmesi ve dil bilgisi konularının Türkçe ile karşılaştırılarak dijital ortamda pekiştirilmesine ilişkin alıştırma önerileri". Yüksek Lisans Tezi. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
25. Köksal, İ. (2015). "Dijital ortamdaki finansal hile kontrolünde adli muhasebe: Bağımsız denetçiler üzerinde bir araştırma". Yüksek Lisans Tezi. Dumlupınar Üniversitesi

versitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

26. Yiğit, H. (2011). “Mimarlıkta dijital ortamın getirdiği tektonik değişim ve formdaki yansımaları”. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
27. Aksakal, M. A. (2011). “Güzel sanatlar ve spor liseleri grafik tasarım derslerinde dijital ortam kullanımına ilişkin öğretmen ve öğrenci görüşleri: Diyarbakır örneği”. Yüksek Lisans Tezi. Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
28. İnan, N. K. (2010). “Dijital ortamda heykel tasarımı ve uygulamalar”. Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
29. Akbulut, U. (2009). “Dijital ortamda sanal gerçeklik fotoğraf tekniğinin yeri ve önemi”. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
30. Özkan, Z. C. (2008). “Temel tasarım eğitimi ve dijital ortam”. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
31. Honca, H. (2007). “Exlibris sanatı ve dijital ortamda exlibris sanatı uygulamaları”. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
32. Gültekin, O. (2006). “İstanbul müftülüğü Meşihat arşivi tarihi belgelerinin dijital ortama aktarılması ve kullanıma sunulması”. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Türkiye Araştırmaları Enstitüsü.
33. Gülağaç, Ö. (2005). “Dijital ortamda tasarım ve ifade biçimi olarak temsiliyet kavramı örnek: Mimari proje yarışmaları”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
34. Türgan, İ. (2005). “Dijital ortamda tasarımın mekân kavramına ve kurumsal kimlik anlayışına yansımaları”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
35. Pak, B. (2003). “Dijital ortam mimari tasarım ara kesitinde bir tasarım modeli”. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
36. Bilda, Z. (2001). “Kavramsal tasarım aşamasında, geleneksel ve dijital ortamlarda tasarımcıların bilişsel süreçlerinin karşılaştırılması”. Yüksek Lisans Tezi. İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi Güzel sanatlar Enstitüsü.
37. Günaydın, M. S. (1997). “Dijital ortamda fotoğrafçılık: Fotoğrafik sistemde değişen görsel kavramlar ve basın fotoğrafçılığı üzerindeki etkileri”. Yüksek Lisans Tezi. İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

F. "Dijital Teknoloji" İsmi Geçen Yüksek Lisans Tezleri

1. Ucay, R. (2020). "Etkileşimli dijital teknolojiler bağlamında beden mekân deneyimi". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
2. Samadi, E. (2020). "Dijital teknolojiler ve uluslararası ticaret: Türkiye için SWOT analizi". Yüksek Lisans Tezi. Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
3. Konuk, E. (2020). "Dijital teknoloji çağında müzik: Postmodern dönüşüm analizi". Yüksek Lisans Tezi. Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
4. Vural, İ. (2020). "Spor lisesi öğrencilerinin dijital teknolojiye yönelik tutumlarının incelenmesi". Yüksek Lisans Tezi. Ardahan Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
5. Amırı, M. H. (2019). "Ankara'da restoranlarda ve kafelerde kullanılan dijital teknoloji uygulamaları hakkında keşfedici bir çalışma". Yüksek Lisans Tezi. Çankaya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
6. Gökdal, M. (2019). "Gelecek tahmin sistemlerine yeni dijital teknolojiler, etkileşim tasarımı ve kişisel destek odaklı bir yaklaşım". Yüksek Lisans Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
7. Güngör, Z. (2019). "Dijital teknolojilerin giysi ve kumaş tasarımı alanında kullanımı ve yeni öneriler". Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
8. Aktaş, T. (2019). "Dijital teknolojinin film yapımında tek üretim yöntemine dönüşmesi ve bu dönüşümün etkileri". Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
9. Tanoğlu, Ş. (2019). "Resim iş eğitimi öğrencilerinin dijital vatandaşlık düzeyleri ile dijital teknolojiye yönelik tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi". Yüksek Lisans Tezi. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
10. Satılmış, A. (2019). "Türk sigorta işletmelerinde sektör çalışanlarında dijital teknolojiye yönelik tutumların verimliliklerine etkisi". Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
11. Korkmaz Z. (2019). "Dijital teknolojileri kullanım alışkanlıkları ve sosyalleşme: İlkokul öğrencileri üzerine bir araştırma". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
12. Selçuk, E. B. (2019). "Dijital teknolojilerin özgün baskı resim sanatına etkileri

ve yeni arayışlar”. Yüksek Lisans Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

13. Karaoğlu, S. (2019). “Yaşlı bireylerin dijital teknoloji deneyimlerinin incelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

14. Belgen, N. (2019). “Dijital teknolojinin çağdaş Türk plastik sanatlarına etkileri”. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

15. Somuncuoğlu, S. R. (2019). “21.yy. Batı resim sanatında gelişmekte olan dijital teknolojinin günümüz Türk resim sanatına yansımaları”. Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

16. Sakarya, R. G. (2019). “Dijital teknolojilerin adli kurumlarda kullanımı: Sorunlar ve fırsatlar”. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

17. Türkkkan, E. (2019). “Algı ilkeleri ışığında op sanat ve dijital teknolojinin olanakları”. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

18. Baloğlu, U. (2018). “Dijital teknolojilerdeki dönüşümlerin, müzik üretim, tüketim ve paylaşım pratiklerine yansımaları: sosyal medya ve mobil müzik platformları üzerinden bir değerlendirme denemesi”. Yüksek Lisans Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

19. Erdoğan, M. (2017). “Dijital teknoloji çağında baskı resim”. Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

20. Kalaycı, B. (2017). “Kısa film yapımında dijital teknolojilerin kullanımı”. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.

21. Sönmez, G. (2017). “Bağımsız film yapımında dijital teknolojinin kullanımı”. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

22. Karabıyık, K. (2016). “Güncel dijital teknolojilerin mobilya tasarım ve üretim aşamasına etkileri”. Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

23. Ballı, Ö. (2016). “Dijital teknoloji olanaklarıyla sanatta grotesk bedenler ve tuhafılık”. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

24. Aslanyürek, Y. (2013). “Dijital teknoloji destekli sinemada yapım sonrası yaratma süreçlerinin incelenmesi”. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

25. Kılıç, Y. (2013). “Anadolu liseleri müfredatında yer alan görsel sanatlar dersi-

nin eğitim öğretim süreçlerinin tasarlanmasında dijital teknolojinin yerine". Yüksek Lisans Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

26. Duygun, G. (2010). "Mekânın dijital teknoloji ile arasındaki ilişki: İnteraktif yüzeyler". Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

27. Özdemir, ö. (2010). "Çağdaş sanatta dijital teknolojilerden yararlanan interaktif sanat". Yüksek Lisans Tezi. Erciyes Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

28. Araz, Y. (2010). "Çocuk kitaplarını resimlemede dijital teknolojinin kullanılması üzerine bir araştırma". Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

29. Erkal, Ö. O. (1997). "Teknolojinin mimari tasarım üzerinde dönüştürücülüğünün sınırları dijital teknolojilerin tasarım sürecindeki rolü". Yüksek Lisans Tezi. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

30. Akman, S. (1997). "Grafik tasarımının oluşturulması ve baskıya dönüştürülmesinde dijital teknolojinin kullanılması". Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

G. "Dijital Etik" Temalı Doktora Tezleri

1. Sari, İ. (2019). "Sosyal bilgiler eğitiminde öğretmenlere uygulanan seminer ve öğrencilere yapılan etkinliklerin katkıları bakımından dijital vatandaşlık olgusu." Doktora Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

H. "Dijitalleşme" İsmiinin Geçtiğini Doktora Tezleri

1. Myovella, G. A. (2020). "Dijitalleşmenin ekonomik performans etkileri". Doktora Tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

2. Bitiktaş, F. (2020). "İşletmeden işletmeye pazarlamada dijitalleşme: Deniz taşımacılığının dönüşümü için strateji ve teknolojilerin geliştirilmesi". Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

3. Mutlu, N. (2020). "Dijitalleşme bağlamında yeni medya ve seçmen davranışı ilişkisi: 23 Haziran 2019 yerel seçimleri Küçükçekmece ve Bağcılar örnekleri". Doktora Tezi. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

4. Özkurt, Cem. (2020). "Savunma sanayinde dijitalleşmenin kurumsal niteliklere etkisinin yapay zekâ yöntemleri ile öngörülmesi". Doktora Tezi. Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

5. Gürsoy, Ö. (2020). "Yalın üretim sisteminde dijitalleşme ve endüstri 4.0 uygu-

lamaları ile süreç iyileştirme analizi: Bir imalat işletmesinde uygulama”. Doktora Tezi. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

6. Güler, Kenan. (2019). “Uluslararası ticaretin dijitalleşmesi ve sanayi akımlarının etkisi: Endüstri 4.0 devrimi üzerine bir araştırma”. Doktora Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü.

7. Ceran, Mustafa. (2019). “Bankacılıkta dijitalleşme kapsamında, öğrenen yapay zekâ desteğiyle sorunlu kredilerin belirlenmesi”. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü.

8. Delihasan, İ. A. (2017). “Dijitalleşme ve görsellik: Instagram’da beden temsili-nin multimodel söylem analizi”. Doktora Tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

9. Öztürk, B. (2017). “Radyo yayıncılığının dijitalleşmesi ve radyo dinleyicisinin dönüşümü”. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

10. Askeroğlu, E. D. (2017). “Dijitalleşme sürecinde dönüşen kültür ve yaşam tarzları: Kuşaklar üzerine bir tipoloji araştırması”. Doktora Tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

11. Amann, N. (2017). “Fantastik filmin dijitalleşmesi ve yeniden üretilen göstergelerin çözümlenmesi: Taht Oyunları (Game Of Thrones) örneği”. Doktora Tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

12. Bal, Z. E. (2017). “Yükseköğretimde dijitalleşmenin uzaktan öğrenime etkileri”. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

13. Zengin, F. (2016). “Dijitalleşmenin Türk Sinemasında yarattığı dönüşüm: Üretim, dağıtım ve gösterim”. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

14. Aktaş, S. (2016). “Dijitalleşme ve sinema ilişkisi bağlamında alternatif bir film üretim biçimi olarak kitlesel fonlama ve Türkiye’de kitlesel fonlama uygulamaları”. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

15. İspir, B. (2008). “Bilgi çağında dijitalleşme ve yeni teknolojiye uyum: Türkiye dijital televizyon yayıncılığı örneği”. Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İ. ‘Dijital Medya’ İsminin Geçtiği Doktora Tezleri

1. Savaş, S. (2020). “İmaj üretiminde dijital medyanın rolü: Kurumların oluşturmaya çalıştıkları imajın tüketiciye ne oranda yansıdığına yönelik bir çalışma”. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

2. Bekman, M. (2020). "Halkla ilişkiler uygulamalarında dijital medyanın kullanımı: Sosyal medya bağımlılığının, fomo ve kompulsif çevrim içi satın almada aracılık rolü". Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
3. Türkmen, B. (2019). "Dijital medyanın çeviri eğitimindeki yeri ve dijital medya edinci önerisi". Doktora Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
4. Demirel, S. D. (2019). "Eleştirel ekonomik politik kuram ışığında dijital medya ile değişen gazetecilik pratikleri: Dijital ve basılı gazeteler üzerine karşılaştırmalı bir çalışma". Doktora Tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
5. Bulut, S. (2019). "Çokluk mekânı olarak dijital medya ile egemenlik çerçevesinde bilginin kontrolü ve yapısal dönüşümü". Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
6. Toprak, A. (2019). "Dijital medya ve mekânın dönüşümü". Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
7. Ulusoy, A. (2018). "Dijital medya okuryazarlığı, gereksinimler ve yenilikçi uygulamalar üzerine bir inceleme". Doktora Tezi. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
8. Özkan, A. (2016). "Dijital medya ve çocuk: Sosyalleşmenin yeni boyutları". Doktora Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
9. Karagülle, A. E. (2015). "Kamu diplomasisi aracı olarak dijital medya, dijital diplomasi". Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
10. Şener, N. K. (2015). "Dijital medya teknolojilerinin tekno-sosyoloji bağlamında incelenmesi". Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
11. Yalçın, Ö. (2015). "Değişen medya ortamında Avrupa'da kamu hizmeti yayıncılığı politikaları ve uygulamaları: Avrupa ekseninden TRT'nin dijital medya uygulamalarının değerlendirilmesi". Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

J. "Dijital Dönüşüm" İsminin Geçtiği Doktora Tezleri

1. Yüce, G. (2020). "Dijital dönüşüm ve Endüstri 4.0 olgunluk modeli: Türkiye çimento sektörü üzerine bir uygulama". Doktora Tezi. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
2. Sert, E. (2020). "Dijital dönüşümde endüstri 4.0 değer zinciri temel faaliyetler analizi: otomotiv sektörü için model önerisi". Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

3. Özbek, E. A. (2019). “Dijital dönüşümünde öğretim elemanlarının yetiştirilmesi ve geliştirilmesi”. Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
4. Metin, S. (2019). “İşletmelerin dijital dönüşüm (endüstri 4.0) farkındalık ve algı düzeyinin değerlendirilmesi: Elazığ OSB örneği”. Doktora Tezi. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
5. Erben, Ş. E. (2019). “Aktivizmin dijital dönüşümü”. Doktora Tezi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
6. Pakdemirli, B. (2016). “Dijital dönüşümün ekonomik büyümeye etkisi: Türkiye örneği”. Doktora Tezi. Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
7. Çelik, N. (2016). “Reklamcılıkta dijital dönüşüm ve uygulamaları üzerine bir inceleme”. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

K. "Dijital Ortam" İsmi Geçen Doktora Tezleri

1. Orçin, G. (2019). “Dijital ortamda baskıcı hoşgörünün üretimi”. Doktora tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
2. Kazancı, Z. (2018). “Basılı ve dijital ortamlarda İngilizce metin okuma-anlama yetisi: Karşılaştırmalı bir çalışma”. Doktora tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
3. Sezgin, N. (2017). “Dijital ortamda insan yüzlerindeki yaşa bağlı değişimlerin metrik olarak incelenmesi”. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Adli Tıp Enstitüsü.
4. Kaya, A. (2016). “Dijital ortamlarda hedonik tüketim”. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
5. Karaduman, H. (2011). “6. Sınıf sosyal bilgiler dersinde dijital vatandaşlığa dayalı etkinliklerin öğrencilerin dijital ortamdaki tutumlarına etkisi ve öğrenme öğretme sürecine yansımaları”. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

L. "Dijital Teknoloji" İsmi Geçen Doktora Tezleri

1. Seçmen, E. A. (2020). “Sinemada görsel tasarımda dijital teknoloji kullanımının içerikle ilişkisi: Star Wars ‘Yıldız Savaşları’ filmleri örneği”. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
2. Tunç, Ö. A. (2016). “Dijital teknolojiler bağlamında dijital öyküleme yaklaşımının güzel sanatlar eğitimine entegrasyonu”. Doktora Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü.

3. Avcı, E. (2013). "Dijital sanat bağlamında dijital teknolojilerin güzel sanatlar eğitimine entegrasyonu: Bir eylem araştırması". Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü.
4. Ürper, O. (2009). "Dijital teknolojiye geçişin reklam fotoğrafçılığı uygulamalarına yansımaları: Türkiye'deki reklam fotoğrafçıların görüşlerinin değerlendirilmesi". Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

M. "Dijitalleşme", "Dijital Medya", "Dijital Ortam" ve "Dijital Teknoloji" İsimleri Geçen Tıpta Uzmanlık ve Sanatta Yeterlik Tezleri

1. Tire, S. (2018). "Sanat ve dijital teknoloji ilişkisinde dijital resim". Sanatta Yeterlik. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
2. Eren, E. (2012). "Sinema kültür mirasının korunması ve dijital teknolojik gelişmelerin film arşivciliğine etkileri". Sanatta Yeterlik. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
3. Yalur, E. (2019). "Dijital ortamdaki masal kitaplarının grafik tasarımlarının incelenmesi". Sanatta Yeterlik. İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
4. İnan, I. (2006). "Dijital ortamda temel sanat eğitimi". Sanatta Yeterlik. Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
5. Toksoy, K. (2018). "Dijital medyanın 18 ay – 3 yaş arasındaki çocukların gelişimine katkısı". Tıpta Uzmanlık. Gazi Üniversitesi Tıp Fakültesi Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Ana Bilim Dalı Çocuk Nörolojisi Bilim Dalı.
6. Ballı, Ö. (2020). "Günümüz sanatında dijitalleşme; Posthümanizm bağlamında sanat ve sanatçının yerini alan algoritma: Post-sanatçı." Sanatta Yeterlik. Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

Kaynakça

- "Dijital Türkiye Yol Haritası". Türkiye Cumhuriyeti Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2018). 30.04.2021Tarihinde https://www.gmka.gov.tr/dokumanlar/yayinlar/2023_Dijital-Turkiye-Yol-Haritasi.pdf adresinden edinilmiştir.
- Elçi, A. C. (2015). 'Bilişim teknolojileri ve yazılı dersi öğretim programına yönelik öğrenci görüşlerinin dijital vatandaşlık bağlamında incelenmesi.' Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Gölge, A. B. (2017). ‘Benliğin Instagram’da çevrim içi sunumu: Türkiye’deki yoga topluluğu örneği.’ Yüksek Lisans Tezi. İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi Ekonomi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karabağ, K. (2001). ‘Mutlak mekân: MUD, mimari mekânın yeniden kavramsallaştırılması yolunda bir öneri.’ Yüksek Lisans Tezi. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- “On Birinci Kalkınma Planı (2019-223)”. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2018). 30.04.2021 Tarihinde’ <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>
- Sari, İ. (2019). ‘Sosyal bilgiler eğitiminde öğretmenlere uygulanan seminer ve öğrencilere yapılan etkinliklerin katkıları bakımından dijital vatandaşlık olgusu.’ Doktora Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- “Türkiye’nin Dijital Dönüşüm Endeksi 2020’ Tübsiad, (2020). 30.04.2021 tarihinde <http://www.tubisad.org.tr/tr/images/pdf/tubisad-dde-2020.pdf>
- “Türkiye’nin Dijitalleşme Endeksi”. Türkiye Bilişim Vakfı, (2015). 30.04.2021 Tarihinde <http://tbv.org.tr/en-dijital-100-endeks-calismasi/>

Türkiye’de İletişim Alanında Düzenlenen Akademik Etkinlikler (Kongre, Konferans, Sempozyum) Üzerine Bir Değerlendirme (2018-2020)

Mehmet ULAŞ*

Toplumsal olarak içinde bulunduğumuz dönem; üretilen bilgilerin, fikirlerin, beğenilerin ve kanaatlerin anlık olarak başkaları ile paylaşılabilirdiği bir “Dijital Çağ” olarak tanımlanabilir. Bu çağı diğerlerinden ayıran argümanların başında zaman ve mekân mefhumunun dönüştürülerek sınırlılıkların öteki hâline gelmesi gerçeği yer almaktadır. Sosyal bilimler perspektifinden bakıldığında birçok disipline göre yeni bir disiplin olan iletişim alanı, bu çağ ile bütünleşik bir birliktelik oluşturan alanların başında gelmektedir. Teknolojik anlamda yaşanan gelişmelerin insanların iletişim pratikleri üzerinde oluşturduğu form değişiklikleri göz önüne alındığında iletişim ve dijital arasında ortaya çıkan bu birliktelik doğal bir durumun yansıması niteliğindedir. İletişim alanında yapılan çalışmaların teknolojik gelişmeler doğrultusunda ve teknosentrik bir şekilde ele alınmasının nihayetinde bu alan toplumsal yaşam pratiklerine, toplumun değerler dünyasına ve yaşamın alışlagelmiş formlarına değinen ve değişimini meydana getiren bir alana evrilmiştir. Toplumsal yaşamın ve bizatihi bireylerin üzerinde önemli bir etkiye sahip olan ve disiplinler arası bir niteliği barındıran iletişim alanı teknoloji ile oluşturduğu bütünleşik birliktelikle kritik öneme sahip bir alana dönüşmüştür.

Bu çalışmada sosyal ve beşeri bilimler alanında her geçen gün önemi artan ve disiplinler arası bir niteliğe sahip olması hasebiyle de diğer alanların da kavşak noktalarından birisi olan iletişim alanında 2018 yılı ve sonrasında üniversiteler, kamu kurumları ve yerel yönetimler tarafından gerçekleştirilen kongrelerin, konferansların ve sempozyumların tespit edilmesi ve içerikleri hakkında bilgi verilmesi amaçlanmıştır. Buradan hareketle hazırlanan bu literatür çalışmasının, bu alana dair çalışma

*Arş. Gör. İnönü Üniversitesi, Mehmet.ulas@inonu.edu.tr, Orcid No: 0000-0002-6131-7509
DOI: 10.37679/trta.945277

yapacak olan araştırmacılar ve alana dair benzer etkinliklere katılmayı planlayan kişiler için yol gösterici bir başvuru kaynağı olması ümit edilmektedir. Bilimsel perspektifte bir alanın kurumsallaşabilmesinin başat unsurlarından biri, o alana yönelik kongre ve bilimsel etkinliklerin düzenlenmesidir (Balci, 2008, s. 181-209). Akademik anlamda düzenlenen bu etkinlikler, alanın varlığını beyan eden bir gösterge niteliğindedir. Ayrıca alana dair katılımcıların özel ilgi alanlarının paylaşıldığı, tartışmaya sunulduğu ve yeniden tanımların yapıldığı bir sahanın varlığını temsil etmektedir (Oplatka, 2012, s. 21-27). Bu açıdan bakıldığında iletişim alanının varlığının anlamlı bir zemine oturmasına, entelektüel niteliğinin gelişimine, alanın sınırlarının belirlenmesine ve alana dair bilgilerin yeniden tanımlanmasına aracılık eden kongre ve sempozyum gibi bilimsel etkinliklerin içeriklerinin ele alınması bu değerlendirme yazısını önemli kılan etkenlerin başında gelmektedir. Ele alınan içerikler; kongrelerin, konferansların ve sempozyumların isimleri, gerçekleştirildikleri şehirler, tarihleri ve gerçekleştiren kurumların tasnif edilmesi şeklinde oluşturulmuştur. Ayrıca düzenlenen etkinliklerde ele alınan temel konu başlıklarının neler olduğu da çalışma bağlamında ele alınan içeriklerden birisi olmuştur.

Yapılan bu çalışma bağlamında verilerin elde edilmesi sürecinde Google arama motoru üzerinden Kongre, Sempozyum, Konferans Arama Motoru, Kongre Uzmanı, Kongre Merkezi.Net Türkiye'nin Kongre Portalı ve Kongre & Sempozyum isimli sayfalardan ve ayrıca bu etkinlikleri gerçekleştiren kurumların web siteleri üzerinden etkinliklere dair oluşturdukları içeriklerden yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında gerçekleştirilen taramaların sonucunda sosyal ve beşeri bilimler alanında 2018 ve sonrasında toplam 164 tane etkinliğin düzenlendiği ve bu etkinliklerin 20 tanesinin iletişim alanına dair gerçekleştirilen etkinlikler olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada elde edilen verilere göre genel olarak sosyal ve beşeri bilimler alanında yapılan etkinlikler içerisinde bir alt başlık olarak kendisine yer bulan iletişim alanının 2018 yılı ve sonrasında kendine özgü etkinlikler ile karşımıza çıktığı görülmektedir. İletişim alanının gerek toplumsal yaşam pratiği içerisinde gerekse bireysel yaşam içerisinde hayatımızın her noktasına sirayet ettiği bir dönemde hinterlandını genişletmesi şaşırtıcı bir durum değildir.

İletişim ve teknoloji arasında yaşanan bütünleşik birlikteliğin yapılan etkinliklere de yansıdığı görülmektedir. Düzenlenen etkinliklerin genel olarak teması “dijital” ve “iletişim” üzerine yoğunlaşmaktadır. Dijital çağda iletişim, dijital çağda reklam, dijital çağda gazetecilik, dijital halkla ilişkiler uygulamaları, dijital ağlar ve kamusal alan, dijital radyo yayıncılığı, dijital iletişimde çevrim içi sunum, dijital iletişim ve kültür, dijital medya ve bireyin temsili vb. başlıklar bu tema yoğunluğunun göstergesi niteliğindedir.

Sosyal medya, yaşam pratiği içerisindeki ilişkilerini devam ettirme arzusunda olan her bireyin muhakkak olması gereken bir mecra olarak tıpkı bir hakikat gibi bireylere aktarılmış ve bireyler bu mecraları kullanma mecburiyeti hisseder hâle gelmiştir (Babacan, 2016, s. 524). Bu açıdan bakıldığında hayatımızın olmazsa olmazlarından birisi hâline gelen sosyal medyanın da yapılan etkinliklerin önemli bir bölümünün temasını oluşturuyor olması şaşırtıcı değildir. Sosyal medya kullanımı, sosyal medya ve birey, sosyal medyanın zararları, sosyal medyanın kullanım sıklığı, sosyal medyanın bilgi edinmedeki rolü vb. başlıkların yoğun bir şekilde ele alındığı görülmektedir. Yapılan bazı etkinliklerin ise iletişim ve iletişim eğitimi temaları üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bu etkinliklerin içerisine dâhil edilen yazıların içeriği incelendiğinde son yıllarda ülkemizdeki üniversitelerde yeni iletişim fakültelerinin kurulduğu ve bu fakültelerde verilecek eğitimin doğru bir sistematik üzerine kurulması gerektiği tezinin ortaya konulduğu görülmektedir. Bu bağlamda iletişim ve sosyal yaşam, iletişim ve medya, iletişim ve kültürlerarası iletişim, iletişim ve eğitim gibi temalara yer verildiği saptanmıştır.

İletişim disiplinler arası bir alanı temsil etmektedir. Bu açıdan iletişim alanının diğer alanlar ile ortak bir tema etrafında bir araya gelmesi normal karşılanmaktadır. Bu normal içerisinde yer alan birlikteliklerden biri, siyaset ve iletişim kavşağında ortaya çıkan ve siyasal iletişim olarak adlandırılan bir birlikteliktir. İletişimin özünde bilgi aktarmak yer alırken siyasetin özünde de hedef kitle ile iletişim kurmak yer almaktadır. Çalışmamız bağlamında ele aldığımız etkinliklerde de bu birliktelik sonucunda ortaya çıkan siyasal iletişim kavramının tema olarak yer aldığı birçok çalışmanın olduğu görülmektedir. Siyaset ve medya, siyasal iletişim ve medya, siyasetin dijitalleşmesi, siyasette medyanın gücü gibi temaların sıklıkla işlendiği görülmektedir.

İletişim alanının modern toplum içerisinde önemli bir alanı kapsadığına dair görüşler 20. yüzyılın ilk dönemlerinden itibaren sıklıkla dile getirilmeye başlanmıştır. Yaşanan bu durum, iletişim alanının köklü bir disiplin özelliği kazanarak zengin içeriğe sahip bir araştırma alanına evrilmesini beraberinde getirmiştir. İletişim alanı ile gündelik yaşam formu arasında kurulan organik ilişki bu alana dair birçok farklı konu başlığının ele alınarak detaylı bir şekilde tahlil edilmesini gerekli kılmıştır. Özellikle son 20-30 yıl içerisinde yaşanan teknolojik gelişmeler ve bu gelişmelerin toplumsal yaşam pratiği içerisinde sıklıkla kullanılan bir argüman hâline gelmesi iletişim alanına yönelik çalışmaların artmasını ve çeşitlilik kazanmasını sağlamıştır. Sonuç olarak yapılan bu çalışma bağlamında sosyal ve beşerî bilimler alanında iletişim alanını kapsayan kongrelerin, konferansların ve sempozyumların isimleri, tarihleri, mekân/ortamları ve bu etkinlikleri düzenleyen kurumlara yönelik bir

İçerik ortaya konulmaya çalışılmıştır. Yapılan çalışma bağlamında iletişim alanında yapılan etkinliklerin birçok farklı konu başlığı ile karşımıza çıktığı görülmektedir. Bu etkinliklerde özellikle son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmelere paralel olarak medya ve dijital ortam gibi genel konu başlıklarının sıklıkla ele alındığı görülmektedir. Daha özel konu başlıklarında ise yeni medya platformlarının bireylerin dünyasına nasıl nüfuz ettiği, değişen tüketim olgusu ve bu tüketim olgusuna yönelik medyanın etkisi, dijitalleşen tüketim anlayışı, medya ve siyaset arasındaki ilişki, medya ile mahremiyet, özgürlük, eşitlik, adalet ve kişisel haklar gibi kavramlar arasındaki ilişki gibi başlıklara değinildiği görülmektedir. Kısacası toplumsal yaşam pratiklerimizin vazgeçilmez unsurlarından biri olan iletişim alanının, yaşanan teknolojik gelişmeler ve dijitalleşen dünya neticesinde sosyal, siyasal ve kültürel anlamda yaşamımıza dair geniş perspektifteki etkileri ve bireylerin bu etki karşısındaki durumlarının ele alınan temaların ortak noktası olduğu görülmüştür. Özellikle dünya genelinde yaşanan covid-19 salgını ile birlikte iletişim formunun değişmesi iletişim alanına yönelik çalışmaları arttıracak bir etken olarak öngörülmektedir. İncelenen çalışmaların temaları yoğunlukla “dijital, teknoloji ve iletişim” kavramları etrafında şekillenmiştir. Bu perspektifte teknolojik gelişmeler sonucunda ortaya çıkan dijitalin bireyler üzerindeki etkisi ele alınırken, bireylerin dijital olanın üzerindeki etkisi ve bu etki sonucunda dijitalin yaşadığı form değişikliklerinin neler olduğu atıl kalmış bir konu başlığı olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital çağda bireyin durumunun iletişim ve sosyoloji kavşağında bir tartışma zemininde pek ele alınmadığı görülmektedir. Bireyin bu dijital çağdaki durumunu ve bu çağdan beklentilerini doğru okuyabilmek, bireyin kendini nasıl konumlandığını anlayabilmek adına sosyoloji başta olmak üzere diğer disiplinler ile ortak bir çalışma temasında buluşmanın faydalı olacağı öngörülmektedir. Ayrıca yapılan çalışmaların birçoğunda nicel verilerin ışığında sonuçlar ortaya konulurken sosyal bilimlerin içerisinde yer alan iletişim alanına yönelik nitel çalışmaların az olması da dikkat çeken unsurlardan bir tanesi olmuştur. Yapılan etkinliklerin ilk zamanlarda “iletişim” gibi çok genel bir tema çerçevesinde kurgulandığı görülürken daha sonra “iletişim ve medya”, “dijital çağda iletişim” gibi daha spesifik temalar üzerinde kurgulandığı görülmektedir (ifig.uskudar.edu.tr, 2021). Özellikle son yıllarda iletişim alanına dair birçok alt başlığın meydana çıktığı düşünüldüğünde temaların daha spesifik seçilmesinin hazırlanan içerikler bağlamında da daha nitelikli eserlerin ortaya çıkması hususunda bir artı değer sağlayacağı öngörülmektedir.

Türkiye’de İletişim Alanında Gerçekleştirilen Akademik Etkinlikler (2018-2020)

Sıra	Kongre, Sempozyum Adı	Mekân ve Ortam	Tarih	Üniversite/Kurum
1	6.Uluslararası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu	İstanbul – Konferans Salonu	02-03 Mayıs 2019	Üsküdar Üniversitesi
2	7.Uluslararası İletişim Günleri Dijital Çağda İletişim Eğitimi Sempozyumu	İstanbul - Online	16-17 Nisan 2020	Üsküdar Üniversitesi
3	II. Marmara Lisansüstü İletişim Öğrencileri Kongresi	İstanbul - Konferans Salonu	7-8 Mayıs 2018	Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi
4	III. Marmara Lisansüstü İletişim Öğrencileri Kongresi	İstanbul - Konferans Salonu	02-03 Mayıs 2019	Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi
5	Çukurova Genç İletişimciler Kongresi-2018	Adana - Konferans Salonu	03-04 Mayıs 2018	Çukurova Üniversitesi İletişim Fakültesi
6	Çukurova Genç İletişimciler Kongresi-2019	Adana - Konferans Salonu	02-03 Mayıs 2019	Çukurova Üniversitesi İletişim Fakültesi
7	Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu	Mersin - Konferans Salonu	18-19 Ekim 2018	Mersin Üniversitesi İletişim Fakültesi, İletişim Fakülteleri Dekanlar Konseyi (İLDEK) ve İletişim Araştırmaları Derneğinin
8	2. Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu	İzmir - Online	26-28 Ekim 2020	İzmir Ekonomi Üniversitesi
9	ITICAM 2020 Uluslararası İletişim ve Medyada Eğilimler ve Sorunlar Konferansı	- Online	03-04 Eylül 2020	Bilim, Eğitim ve Teknoloji Derneği, Sakarya Üniversitesi, Eğitim İletişimi ve Teknolojisi Derneği, Governors Eyalet Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi, Türkiye Yüksek Öğretim Kalite Konseyi, Kıbrıs Uluslararası Üniversitesi
10	İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi 1. Uluslararası İletişim ve Yönetim Bilimleri Kongresi	Malatya - Konferans Salonu	26-27-28 Eylül 2019	İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi
11	2. Uluslararası İletişim Bilimi & Medya Çalışmaları Kongresi	İstanbul - Konferans Salonu	01-04 Kasım 2017	Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

12	3. Uluslararası Medya Çalışmaları Sempozyumu	Antalya - Konferans Salonu	01-03 Kasım 2018	Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi
13	3.Uluslararası Kültürel Bilişim & İletişim ve Medya Çalışmaları Konferansı	Aydın - Online	20-22 Nisan 2020	University of the Aegean, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
14	1. Uluslararası Yeni Dünyada İletişim Kongresi	Adana - Konferans Salonu	22-23 Şubat 2020	-
15	Yeni Medya Çalışmaları IV. Ulusal Kongre	- Konferans Salonu	04-05 Ekim 2019	Alternatif Bilişim Derneği
16	II. Gelenekselden Dijitale Uluslararası Medya Araştırmaları Sempozyumu	İzmir - Online	10-11 Aralık 2020	Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi
17	2. Uluslararası Yeni Dünyada İletişim Kongresi	Ankara - Online	02-04 Ekim 2020	-
18	3. Uluslararası Yeni Dünyada İletişim Kongresi	Amerika - Online	13-15 Kasım 2020	-
19	Yeni Medya Çalışmaları IV. Ulusal Kongresi	İzmir - Konferans Salonu	04-05 Ekim 2019	Alternatif Bilişim Derneği
20	Dijital Dönüşüm ve İnovasyon: 4. Uluslararası Yeni Medya Konferansı	İstanbul - Konferans Salonu	25-26 Nisan 2019	İstanbul Gelişim Üniversitesi

Kaynakça

- 2019.yenimedya.org.tr. (2021, 4 10). <https://2019.yenimedya.org.tr/>. <https://2019.yenimedya.org.tr/>: <https://2019.yenimedya.org.tr/> adresinden alındı
- Babacan, M. E. (2016). Yeni Medya ve Toplumsal İktidar Bağlamında Özne. Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 524.
- Balcı, A. (2008). Türkiye’de Eğitim Yönetiminin Bilimleşme Düzeyi. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi(54), 181-209.
- cida.mersin.edu.tr. (2021, 3 28). <http://cida.mersin.edu.tr/assets/kitaptammetinson.pdfv>. <http://cida.mersin.edu.tr>: <http://cida.mersin.edu.tr/assets/kitaptammetinson.pdf> adresinden alındı
- cida2020.ieu.edu.tr. (2021, 4 1). <https://cida2020.ieu.edu.tr/index.php/cagri-metni/>. <https://cida2020.ieu.edu.tr>: <https://cida2020.ieu.edu.tr/index.php/cagri-metni/> adresinden alındı
- egeajans.ege.edu.tr. (2021, 4 10). <https://egeajans.ege.edu.tr/?p=13548>. <https://egeajans.ege.edu.tr>: <https://egeajans.ege.edu.tr/?p=13548> adresinden alındı
- ifig.uskudar.edu.tr. (2021, 3 10). <https://ifig.uskudar.edu.tr/2019>. <https://www.ifig.uskudar.edu.tr/2019>: <https://ifig.uskudar.edu.tr/2019> adresinden alındı
- ifig.uskudar.edu.tr. (2021, 3 11). <https://ifig.uskudar.edu.tr/uploads/content/files/ifig-2020-program.pdf>. <https://www.ifig.uskudar.edu.tr>: <https://ifig.uskudar.edu.tr/uploads/content/files/ifig-2020-program.pdf> adresinden alındı
- iletisim.ege.edu.tr. (2021, 4 9). https://iletisim.ege.edu.tr/tr-10544/ims_2020_hakkinda.html. <https://iletisim.ege.edu.tr>: https://iletisim.ege.edu.tr/tr-10544/ims_2020_hakkinda.html adresinden alındı
- ims.akdeniz.edu.tr. (2021, 4 5). <http://ims.akdeniz.edu.tr>. <http://ims.akdeniz.edu.tr/wp-content/uploads/2018/11/ims-.pdf>: <http://ims.akdeniz.edu.tr/wp-content/uploads/2018/11/ims-.pdf> adresinden alındı
- iticam.net. (2021, 4 2). <http://iticam.net/>. <http://iticam.net/>: <http://iticam.net/> adresinden alındı
- kongreara.com. (2021, 4 3). <https://kongreara.com/detay/iletisim/international-trends-and-issues-in-communication--media-conference---iticam-2019--181518>. <https://kongreara.com>: <https://kongreara.com/detay/iletisim/international-trends-and-issues-in-communication--media-conference---iticam-2019--181518> adresinden alındı
- Oplatka, I. (2012). Management in Education. The 2011 BELMAS Conference: New Topics, Diverse Ideas, Much More International Than Before, (s. 21-27). İsrail.
- www.academia.edu.tr. (2021, 3 16). https://www.academia.edu/40710053/%C4%B0n%C3%B6n%C3%BC_%C3%9Cniversitesi_%C4%B0leti%C5%9Fim_Fak%C3%BCItesi_1_Uluslararası%C4%B1_%C4%B0leti%C5%9Fim_ve_Y%C3%B6netim_Bilimleri_Kongre_Tam_Metin_Bildiri_Kitab%C4%B1_26_09_2019_by_Medya_Okuryazarl%C4%B1%C4%9F%C4%. <https://www.academia.edu.tr> adresinden alındı
- www.bilimsenligi.com.tr. (2021, 4 4). <https://www.bilimsenligi.com/2-uluslararası-iletisim-bilimi-medya-calismalari-kongresi.html/>. <https://www.bilimsenligi.com.tr>: <https://www.bilimsenligi.com/2-uluslararası-iletisim-bilimi-medya-calismalari-kongresi.html/> adresinden alındı

- www.bilimsenligi.com.tr. (2021, 4 6). <https://www.bilimsenligi.com/3-uluslararasi-kulturel-bilimiletilisim-ve-medya-calismalari-konferansi.html/>. [https://www.bilimsenligi.com.tr: https://www.bilimsenligi.com/3-uluslararasi-kulturel-bilimiletilisim-ve-medya-calismalari-konferansi.html/](https://www.bilimsenligi.com.tr:https://www.bilimsenligi.com/3-uluslararasi-kulturel-bilimiletilisim-ve-medya-calismalari-konferansi.html/) adresinden alındı
- www.cugenciletisimcilerkongresi.org. (2021, 3 19). <https://www.cugenciletisimcilerkongresi.org/kabul-edilen-bildiri-ozetleri-2018/#sayfa1>. [https://www.cugenciletisimcilerkongresi.org: https://www.cugenciletisimcilerkongresi.org/kabul-edilen-bildiri-ozetleri-2018/#sayfa1](https://www.cugenciletisimcilerkongresi.org:https://www.cugenciletisimcilerkongresi.org/kabul-edilen-bildiri-ozetleri-2018/#sayfa1) adresinden alındı
- www.ieu.edu.tr. (2021, 3 25). <https://www.ieu.edu.tr/tr/news/type/read/id/7290>. [https://www.ieu.edu.tr: https://www.ieu.edu.tr/tr/news/type/read/id/7290](https://www.ieu.edu.tr:https://www.ieu.edu.tr/tr/news/type/read/id/7290) adresinden alındı
- www.kongreuzmani.com. (2021, 4 9). <https://www.kongreuzmani.com/kamu-bilgi-ve-iletisim-teknolojileri-konferansi-2020.html>. [https://www.kongreuzmani.com: https://www.kongreuzmani.com/kamu-bilgi-ve-iletisim-teknolojileri-konferansi-2020.html](https://www.kongreuzmani.com:https://www.kongreuzmani.com/kamu-bilgi-ve-iletisim-teknolojileri-konferansi-2020.html) adresinden alındı
- www.kongreuzmani.com.tr. (2021, 4 7). <https://www.kongreuzmani.com/1-uluslararasi-yeni-dunyada-iletisim-kongresi.html>. [https://www.kongreuzmani.com.tr: https://www.kongreuzmani.com/1-uluslararasi-yeni-dunyada-iletisim-kongresi.html](https://www.kongreuzmani.com.tr:https://www.kongreuzmani.com/1-uluslararasi-yeni-dunyada-iletisim-kongresi.html) adresinden alındı
- www.marmara.edu.tr. (2021, 3 14). <https://www.marmara.edu.tr/event/3-marmara-lisansustu-iletisim-ogrencileri-kongresi>. [https://www.marmara.edu.tr: https://www.marmara.edu.tr/event/3-marmara-lisansustu-iletisim-ogrencileri-kongresi](https://www.marmara.edu.tr:https://www.marmara.edu.tr/event/3-marmara-lisansustu-iletisim-ogrencileri-kongresi) adresinden alındı
- www.marmara.edu.tr. (2021, 3 12). <https://www.marmara.edu.tr/event/marmara-lisansustu-iletisim-ogrencileri-kongresi-ii-cagri-metni>. [https://www.marmara.edu.tr: https://www.marmara.edu.tr/event/marmara-lisansustu-iletisim-ogrencileri-kongresi-ii-cagri-metni](https://www.marmara.edu.tr:https://www.marmara.edu.tr/event/marmara-lisansustu-iletisim-ogrencileri-kongresi-ii-cagri-metni) adresinden alındı
- www.marmara.edu.tr. (2021, 3 13). <https://www.marmara.edu.tr/event/marmara-lisansustu-iletisim-ogrencileri-kongresi-ii-cagri-metni>. [https://www.marmara.edu.tr: https://www.marmara.edu.tr/event/marmara-lisansustu-iletisim-ogrencileri-kongresi-ii-cagri-metni](https://www.marmara.edu.tr:https://www.marmara.edu.tr/event/marmara-lisansustu-iletisim-ogrencileri-kongresi-ii-cagri-metni) adresinden alındı
- yenimedya.wordpress.com.tr. (2021, 4 8). <https://yenimedya.wordpress.com/2019/10/07/yeni-medya-calismalari-iv-ulusal-kongre-genel-degerlendirme-ve-sonuc-bildirgesi/>. [https://yenimedya.wordpress.com: https://yenimedya.wordpress.com/2019/10/07/yeni-medya-calismalari-iv-ulusal-kongre-genel-degerlendirme-ve-sonuc-bildirgesi/](https://yenimedya.wordpress.com:https://yenimedya.wordpress.com/2019/10/07/yeni-medya-calismalari-iv-ulusal-kongre-genel-degerlendirme-ve-sonuc-bildirgesi/) adresinden alındı

Dijitalleşme, Psikopolitika, Neoliberalizm ve İktidar Teknikleri

Psikopolitika: Neoliberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri

Byung-Chul Han (2020), Türkçeye Çeviren: Haluk Barışcan

3. baskı, İstanbul: Metis Yayınları, 104 sayfa

ISBN-13: 978-605-316-170-7

Abuzer YEŞİL*

Giriş

Kapitalizm, iktidar ve birey ilişkisi daha çok emek sömürüsü bağlamında tartışılmıştır. Ağırlıklı olarak Marksist paradigma etrafında şekillenen eleştirel yaklaşımlar bu indirgemecilik sebebiyle “insan” tarafını izah etmekte eksik kalmışlardır. Küreselleşme ile birlikte kapitalizmin bir kabuk değişimi yaşaması iktidar ve sömürü biçimlerinde bir dönüşüme neden olmuştur. Bu neoliberal dönemde meta dışı üretim ön plana çıkmış, enformasyon başat bir konum edinmiştir. Dolayısıyla yeni tahakküm süreçleri enformasyon etrafında şekillenmiştir. Orta Çağ’da bilginin kilisenin tekelinde olmasına benzer bir durum ortaya çıkmıştır ancak önemli bir farkla. Artık insan, sistemin karşısında değil içindedir. Bilgi insandan uzak tutulmamakta, insan bilgiye boğulmaktadır. Öyle ki neyin hakikat olduğunu tespit edemeyecek kadar enformasyona ulaş(tırıl)maktadır. Bu durum neoliberal iktidar tekniklerinin çözümlenmesini alabildiğine zorlaştırmaktadır. Tam bu noktada Güney Koreli Yazar Byung-Chul Han, neoliberal kapitalizmin iktidar tekniklerine ışık tutmaktadır.

Byung-Chul Han ve Psikopolitika

Bir felsefeci ve kültür kuramcısı olan Han, 1959’da Seul’de doğmuş, 1980’li yıllarda Almanya’ya yerleşmiştir. Doktorasını Almanya’da yapan, ardından çeşitli üniversitelerde akademik çalışmalar yapan yazar 2012 yılından bu yana Berlin Sanat Üniversitesinde ders vermektedir. Akademik hayatının ilk dönemlerinde felsefe,

* Öğr. Gör. Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Kale Turizm ve Otel İşletmeciliği Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü. abuzer.yesil@ozal.edu.tr ORCID: 0000-0001-6163-3432 DOI: 10.37679/trta.945284

Alman edebiyatı ve katolik teolojisine yoğunlaşan yazar, ilerleyen dönemlerde on sekiz, on dokuz ve yirincinci yüzyıl felsefesi, etik, fenomenoloji, kültür kuramı, estetik, din, medya kuramı ve kültürlerarası felsefe gibi konulara yönelmiştir. Eserlerini Almanca yazan Han'ın 2021 Nisan itibarıyla 16 kitabı bulunmaktadır. Bunlardan dokuzunun son iki yıl gibi kısa bir sürede Türkçe basılması yazarın değerinin Türkiye'de fark edildiğine işaret olarak değerlendirilebilir. Türkçeye çevrilen kitapları: Yorgunluk Toplumu, Şeffaflık Toplumu, Eros'un İstirabı, Şiddetin Topolojisi, İktidar Nedir?, Güzeli Kurtarmak, Zamanın Kokusu, Kapitalizm ve Ölüm Dürtüsü ve Psikopolitika'dır. Psikopolitika, Haluk Barışcan tarafından Almandan Türkçeye çevrilmiştir.

Byung-Chul Han, kitabın amacını doğrudan vurgulamamıştır. Ancak kitabın amacının neoliberal kapitalist iktidar tekniklerinin insana tahakküm biçimleri ve insanın bunun karşısındaki durumunu ortaya koymak olduğu görülmektedir. Yazar, kapitalizmin yaşamsal sürecinde kendi iktidar tekniklerinin dönüştüğünü iddia etmekte ve güncel hâlini psikopolitika olarak tanımlamaktadır. Yazarın tanımlamasının küreselleşme sonrası enformasyon kapitalizmi dönemine karşılık geldiği anlaşılmaktadır. On üç bölümden oluşan kitapta yazar neoliberalizmin insanın özgürlük, anlam, duygu, heyecan, mahremiyet, eğlence gibi farklı yönlerine dönük nüfuzunu irdelemekte ve bunların kapitalist iktidar tarafından nasıl araçsallaştırılarak kullanıldığına dair analizler yapmaktadır. Yazar, başka teorileri daha çok tartışmak maksadıyla kullanmakta, doğrudan bir teoriye dayanmamaktadır. Kitapta yazarın hissiyatının yansımalarını da görmek mümkündür. Bölüm girişleri her defasında yeni bir konuya giriyormuş izlenimi verse de devamında kitabın ana eksenini kendini göstermektedir. Yazarın anlatılarında bir iç tutarlılık olmakla beraber bunu tespit etmek biraz okuyucuya kalmaktadır.

Özgürlüğün Krizi başlıklı ilk bölüm insanın özgürlüğü sorunsalına yoğunlaşmakta ve neoliberal kapitalizm bağlamında tartışmaktadır. Han, günümüz insanının özne değil özgür, sürekli kendini tasarlama ve yeniden icat etme çabasında olan bir proje olduğunu düşünmektedir. Birey, dışsal baskıya değil idealize edilmiş içsel baskıya (performans ve mükemmelleşme baskısı) teslim olmaktadır ve bir performans öznesine dönüşmektedir. Projeksiyonunu neoliberal kapitalizme kaydıran Han, bu sistemin özgürlüklere engel olup kontrol etmeye çalışan değil, aksine özgürlüğü yayararak sömüren zekice bir sistem olduğunu dile getirmektedir. Öyle ki özgürlüğün dışı vurulmasında önemli işlevi olan heyecan, oyun ve iletişim gibi pratiklerin tamamını sömürür ve maksimum kazanca erişir. Yazara göre üretici güçler ile üretim ilişkileri arasındaki çelişkinin komünist devrimle ortadan kaldırılması mümkün değildir çünkü kapitalizm kendisini bizzat dönüştürerek mevcut koşulların ötesine

geçer. Braudel'e (2020) göre de kapitalizm konjonktürel bir karaktere sahiptir ve kolaylıkla kendini uyarlayıp dönüşebilmesi onun güçlü özelliklerindedir (s.58-62). Han'a göre işçi, girişimciye dönüşmüştür ve sınıf ayrımı bizzat kapitalizm tarafından ortadan kaldırılmıştır. Yeni düzen bütün 'sınıflar'ı enterne etmiş ve sömürüyü bir öz sömürüye dönüştürmüştür. Dolayısıyla sömürülenin ortadan kaldıracağı bir sömüren kalmamıştır. Konuyu dijital çağla ilişkilendiren yazar, özgürlük ve iletişimin topyekûn bir kontrol ve gözetime dönüştüğünü, sosyal medyanın panoptikon hâline geldiğini dile getirmektedir. Bu dijital panoptikonun, Bentham'ın bireyleri birbirinden yalıtın panoptikonundan farkı; sakinlerinin yoğun iletişimine izin vermesi, kendi istekleriyle her şeylerini ifşa etmelerini ve bu şekilde gözetleyenle iş birliğine girmelerini sağlamasıdır. Dijital panoptikon, şeffaflık talep etmekte ve bunu da enformasyon özgürlüğü adına yapmaktadır. Gerçekte ise her şeyin hızlıca enformasyon kanalı üzerinden sisteme aktarılması ve ekonomik çıktılara dönüştürülmesi söz konusudur. Bu yaklaşımını Şeffaflık Toplumu'nda da vurgulayan Han'a göre (2020) şeffaflık bu şekilde topyekûn uyumu doğurur. Big data aracılığıyla dijital psikopolitika çağına doğru gidilmektedir. Bu araçla elde edilen bilgi, insan ruhuna nüfuz etmeyi ve düşünce öncesi etkilemeyi mümkün kılan bir iktidar bilgisidir.

Kitabın ikinci bölümü Akıllı İktidar'da yazar, neoliberal iktidarın şiddete dayanmayan, özgürlüğe alan açın müsamahakâr bir iktidar olarak akıllı ve incelikli bir şekilde büründüğünü ifade etmektedir. Bu iktidar bireyi karşısına almadığı aksine ona yanaştığı için görünür değildir, dolayısıyla özne kendi tabii oluşunun farkında değildir. Bu iktidar boyun eğdirme yerine bağımlılık yaratmayı, yasaklama yerine ayartmayı amaçlamaktadır. İktidarın mührü de "Like/Beğendim" simgesidir. Yazara göre neoliberalizm "Beğendim" kapitalizmidir (s.25).

Yazar, Köstebek ve Yılan başlıklı üçüncü bölümde biyopolitik ile psikopolitik iktidardaki insan tiplerini köstebek ve yılan metaforlarıyla değerlendirmektedir. Disiplin temelli biyopolitik iktidar; aile, okul, hapisane, kışla, hastane ve fabrika gibi mekânlarla işleyen kapalı bir sistemdir ve bu sistemdeki köstebek işçidir (s.27). Ancak endüstri sonrasının maddi olmayan ağ tarzı üretim şekilleri açıklık ve sınırsızlık gerektirmektedir ve köstebek buna uygun değildir. Yeni sembol yılanıdır ve girişimciye karşılık gelir. İlk tip rejim "beden" gibi organize olmuştur, ikincisi ise "ruh" gibi davranır ve psikopolitiktir. O yüzden motivasyon, proje, rekabet, optimizasyon ve inisiyatif gibi tahakküm teknikleri kullanır.

Han, Biyopolitika başlığında psikopolitika öncesi iktidarın yapısına değinmektedir. Michel Foucault'nun (2017) da üzerinde durduğu disiplin iktidarı endüstrileşmenin bir çıktısıdır. Disiplin iktidarı bireyi, eski tanrısal niteliğe sahip iktidar gibi ölümlle korkutarak değil, disipline ederek bir makine gibi endüstrinin hizmetine koşmayı hedefler.

Normlar, emirler ve yasaklar “normal”i belirler ve normdan her türlü sapmayı engeller. Disiplin iktidarı zihinsel olana da el atar ama henüz ‘ruh’a yönelmemiştir.

Foucault’nun İkilemi kitabın beşinci bölümüdür. Han, bedeninin tahakküm altına alınması ve sömürülmesi temeline dayanan biyopolitikaya yoğunlaşan Foucault’nun zamanla bunun neoliberal rejimi açıklamada yetersiz kaldığını fark ettiğini ancak yeni durumu tam anlayamadığını ifade etmektedir (s.34-35). Kapitalizmin bir beden politikasından psikopolitikaya dönüşü üretim biçimindeki dönüşümle ilgilidir. Artık şeyler değil, enformasyon ve program gibi şey olmayan varlıklar üretildiğinden neoliberal tahakkümün eksenini bedenden psişik ya da zihinsel süreçlere kaymıştır. Bernard Stigler’i eleştiren Han, onun psiko-iktidarın psikolojik tekniklerini salt televizyon üzerinden okumasını yanlış bulmuştur. Zira bu, dijital çağı izah etmekte yetersiz kalmaktadır (s.33-34).

Altıncı bölümde Öldürerek Tedavi başlığı kullanan yazar, neoliberal kapitalizmin kişisel gelişim adına bireyin kendini optimize etmesini teşvik ettiğine vurgu yapmaktadır. Birey bütün işlevsel zayıflıklarını tedavi konusu olarak algılamaktadır ve kendi verimliliğinin ölçülebilir olması onu motive etmektedir. “Kendini yönetme atölyeleri, yaşam koçları, motivasyon artırıcı hafta sonları, yaşam koçları, kişilik geliştirme seminerleri ve zihin antrenmanları” (s.37) gibi teknikler bu amaca hizmet etmektedir. Bu sürekli optimizasyon çabası ruhu sömürür, zihinsel çöküşe yol açar, depresyona sebep olur ve kişiyi harap eder. Tedavi aslında bireyi öldürmektedir.

Yazar yedinci bölüme Şok başlığı atmıştır ve Naomi Klein’in (2010) Şok Stratejisi kitabındaki iki kahraman üzerinden iktidar tekniklerini tartışmaya devam etmiştir. Kahramanlardan Dr. Cameron, ruhu şoklayarak tabula rasaya geri döndürebileceğini düşünmektedir ve vahşi insan deneyleri yapmaktadır. Friedman ise bu yolla topluları “silmeyi”, devlet müdahalesi, ticaret engelleri ve sabitlenmiş menfaatler gibi bozukluklardan arındırarak saf kapitalizme döndürmeyi hayal etmektedir. Han, bu tekniklerin disiplin iktidarına uygun ancak neoliberal iktidara uygun olmadığını düşünmektedir. Çünkü neoliberal iktidar olumsuzluğa değil olumluluğa, tehdide değil olumlu duygulara, acıya değil Like/Beğendim’e, şoka değil okşamaya, karşılığa değil ayartmaya, arzuları silmeye değil not almaya, baskıya değil hoş gitmeye dayanır.

Dost Big Brother başlığıyla Han, gözetimi George Orwell’in 1984 romanıyla karşılaştırmalı olarak irdelemektedir. Romandaki kısıtlamaya dayalı kontrol günümüzde geçerliliğini yitirmiştir. Big Brother artık dosttur. Bu yanılsama sebebiyle gözetim çok verimli gerçekleşmektedir. Dijital panoptikon, Bentham’ın Big Brother’ından da farklıdır. Onun panoptikonu görünmez ise de sakinlerinin kafasında hep vardır.

Ancak dijital panoptikonda kişilerin kafası rahattır, gözetlendiğinden habersizdir. Kendini özgür hissetmektedir. Bu yaklaşım Bauman'ın (2016) gözetim anlayışının da ötesine geçmektedir.

Dokuzuncu bölüm olan Heyecan Kapitalizmi'nde yazar duygu ile duygulanım ve heyecan arasında bir ayırım yapmaktadır. Duygu objektiftir, bir anlatıya yer açan uzunluk ve genişliği vardır. Oysa duygulanım ya da heyecan öznel olup anlatılabilir değildir. Heyecan uçucu ve kısa sürelidir. Duygulanım ise anlıktır. Duygu edimsel olmadığından kapitalizm tarafından kolay sömürülemez ancak heyecan dinamik, koşullara bağlı ve edimsel olduğundan heyecan kapitalizmi tarafından sömürülür. Han, dijital ortamın bir duygulanım ortamı olduğunu, dijital iletişimin duygulanım boşalmasını kolaylaştırdığını ve salt zamansallığı dolayısıyla duygudan çok duygulanım naklettiğini söylemektedir. Heyecan, özgür öznelliğin ifadesi olarak neoliberal rejim tarafından verim ve performansı arttırmak amacıyla kaynak olarak kullanılmaktadır. Yazar bu yaklaşımıyla Eva Illouz'dan (2018) ayrılmakta ve ona eleştiriler getirmektedir.

Oyunlaştırma başlıklı onuncu bölümde Han oyun olgusunun heyecan, başarı, ödül, yavaş olmaması gibi özelliklerinin heyecan kapitalizmi tarafından ele geçirildiğini, işin ve iletişimin oyunsallaştırıldığını vurgulamaktadır. Böylece oynayan insan tahakküme tabi olmuştur. Toplumsal iletişim de “beğendim”, “arkadaş” ve “izleyen”-lerle oyuna dönüşmüş ve ticarileştirilmiştir.

Big Data, kitabın en geniş bölümüdür. Big Data'nın etkin kontrole imkân tanıdığını söyleyen Han, dijital optiğin her açıdan gözetlemeyi mümkün kılarak ruha dahi ulaşabildiğini söylemektedir. David Brooks'un “Dataizm” kavramsallaştırmasına işaret eden yazar, bu kavramın ikinci bir Aydınlanma vurgusuyla ortaya çıktığını iddia etmektedir (s.64). Birinci Aydınlanma'da istatistik merkezde iken ikinci Aydınlanma'da şeffaflık ön plandadır. “Her şey veri ve enformasyon olmalıdır” (s.65). Dataizm, dijital totalitarizme giden bir ideolojidir. Sezgiyi kenara iten sadece verilerle işleyen bilginin devridir. Dataizm her türlü anlamlı bağlamı ortadan kaldırmaktadır. Anlam gitmiş, veri gelmiştir. Hayatın ölçülebilir ve sayısal olarak ifade edilebilir olduğu inancı dijital çağa hâkimdir. Bu inançla bedensel ve zihinsel performans artırılmaya çalışılır. Ancak insanın kendisinden toplanan bunca veri “Ben kimim?” sorusuna cevap vermez. Kendilik bir anlam ifade etmeyecek kadar parçalara ayrılmıştır. İnsan kendi verileriyle bir hakikate ulaşma amacıyla değildir. Kendini izleme durumu ahlak ve hakikatten arındırılmıştır. Mikro-hedefleme ile bireye özel bir psikopolitik tahakküm süreci işletilir. Han'a göre Big Data, insanın kendisinin bile farkında olmadığı bilinç dışı bireysel ve kolektif eylemlerini erişilebilir kılacak ve görünür hâle getirecektir (s.71-72). Yazar, insan hafızasının unutmaya zorunlu olarak barındıran bir

anlatı olduğunu, buna karşılık dijital hafızanın olayların ve enformasyonun sayılıp birbirine eklenmesinden ibaret olup bir şey anlatmadığını dile getirmektedir. Han, Big Data'nın ölçülebilirlik ve sayısallaştırılabilirlik özellikleriyle mutlak bilgi izlenimi verdiğini ama aslında sadece şeyler arasındaki korelasyonlara dayandığını, ruhtan yoksun olduğunu ifade etmektedir. Bilgide nedensellik yerine korelasyon vardır. Kavram ve ruh bilginin dışına itilmiştir.

On ikinci bölümde Öznenin Ötesinde başlığını kullanan Han, neoliberal psikopolitikanın özneyi psikolojiden arındırdığını hatta boşalttığını ve böylece adı olmayan bir yaşam biçimi için serbest bıraktığını dile getirmiştir. Son bölüm Budalalık'ta filozofları ironik bir şekilde budala olarak tanımlayan Han, bunu mevcudun dışına çıkararak öteki olana ulaşmaya çalışmaları ve yeni bir şey söyleme zorluğuna talip olmalarıyla açıklar. Bugün ise budala kalmamış gibidir. Dijital ağın getirdiği uzlaşma zorlaması, budalalıkları bastırmaktadır. İletişimin farklı olanın direncine tahammülü yoktur, ayınlara cehenneminde en yüksek hızına ulaşır. Budalalık tam bu noktada ağ dışı kalmayı, bağlantısız ve enformasyonsuz olmayı, uyum düzeninin dışında kalabilmeyi ifade eder. Sınırsız iletişime karşı olmak, susma, sessizlik ve yalnızlığın özgürlük alanlarını yaratmaktır. Her şeyi duyurmaya dayanan neoliberal tahakküme teslim olmamaktır. Bu, Han'ın tavsiye ettiği türden bir budalalıktır.

Sonuç

Byung-Chul Han'ın bu eseri neoliberal kapitalizmin insan için ürettiği sorunlara yoğunlaşmakta, özgürlüğünün kendi rızasıyla nasıl elinden alındığını göstermektedir. Ancak Han da çoğunlukla tespit ve eleştiri yapmakta, çözüme dair bir projeksiyon sunmamaktadır. Bu, insanın çaresizliğiyle baş başa kalması anlamına gelmektedir. Onun tespit ve eleştirilerini farklı kılan, insan olgusuna ruh, duygu, anlam penceresinden bakabilmesidir. Bu, kitabı güçlü kılan özelliklerinin başında gelmektedir. Bir diğer güçlü yanı, sosyal bilimler literatüründe çokça işlenen iktidar ve gözetim olgularını Bentham ve Foucault perspektifinin ötesine taşıyabilmesi ve yeni bir tartışma zemini oluşturabilmesidir. Yazar, kitabında geçmiş ve çağdaş dönemin düşünürlerine atıflara ilerlemektedir. Bazen onları referans almakta bazen de eleştirerek tartışmaya girmektedir. Bu düşünürlerin fikirlerini temel bir düzeyde de olsa bilmek Han'ı anlamak için faydalı olacaktır. Kitapta kavramsallaştırmaya dayalı derin bir üslup kullanıldığından anlaşılabilirliği için hem yavaş ve dikkatli bir okumaya hem de kitabın ana konusuna ilişkin literatüre aşina olmaya ihtiyaç vardır. Derin üslubuna rağmen kitabın hacminin büyük olmaması okuyucu için motive edici olabilir. Ayrıca bu konu ekseninde özellikle Türkçe literatürün zayıf olduğu söylenmelidir. Türkçe literatürde dijitalleşmeyle ilişkili eleştirel iktidar okumasının daha çok gözetim ve

ekonomi temelli olduğu söylenebilir. Bu, kıymetli olmakla beraber bir indirgemeciliği kaçınılmaz kılmaktadır. Biraz da Batılı literatürden yoğun beslenmenin bir yansıması olarak değerlendirilebilecek bu durumu aşabilmek için 'Enformasyon Çağı'na daha geniş bir bakış atmak ve insanın bu çağda maruz bırakıldığı anlamsızlığa çözüm olabileme duyarlılığını taşımak gerekmektedir. Yazarın perspektifi bu alanda yapılacak çalışmalara motivasyon kaynağı olacak kalitededir.

Kaynakça

- Bauman, Z., & Lyon, D. (2016). Akışkan Gözetim (2 b.). (E. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Braudel, F. (2020). Kapitalizmin Kısa Tarihi. İstanbul: Say Yayınları.
- Foucault, M. (2017). Cinselliğin Tarihi. (H. Uğur Tanrıöver, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Han, B.-C. (2020). Şeffaflık Toplumu. (H. Barışcan, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Illouz, E. (2018). Soğuk Yakınlıklar Duygusal Kapitalizmin Şekillenmesi. (Ö. Çağlar Aksoy, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Klein, N. (2010). Şok Doktrini Felaket Kapitalizminin Yükselişi. (S. Özgül, Çev.) İstanbul: Agora Kitaplığı.

Byung-Chul Han
Psikopolitika

NEOLİBERALİZM
VE YENİ İKTİDAR TEKNİKLERİ



metis

Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik

Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik

Mutlu Binark, Günseli Bayraktutan, (2013).

1. Baskı. İstanbul: Kalkedon Yayınları. 168 Sayfa.

ISBN: 978-605-4511-85-3

Gurur Öyküm GÜVEN*

Dijital temelli olan ve çift yönlü iletişime olanak sağlayan yeni medya, özellikleri itibarıyla geleneksel medyadan ayrılmaktadır. Geleneksel medya ve etik konusu uzunca bir süredir ele alınan konulardan olsa da kapsamı yeni medyanın özellikleri ve olanaklarına göre yetersiz kalmaktadır. Bu sebeple “yeni medya ve etik” konusu, yeni bir çalışma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Etik kavramı çoğu kez ahlak kavramı ile birbirinin yerine kullanılsa da ahlak, “insanların iyi/kötü nitelendirildiği manevi özellikleri, bu özelliklerle sergilediği davranışlar ve huylar” olarak tanımlanabilirken etik, “İnsanların davranış ve yargılarını ahlak temelinde inceleyen bir felsefe dalı, ahlak felsefesidir” (İrvan, 2003: 81). Yeni medya etiği ise yeni medya ortamlarındaki sorunlar ve sorumluluklarla ilgili bir kavramdır. Yeni medya ortamlarının artışıyla bu ortamlardaki içerik üretimlerinin hızlı ve çok olması, yeni medyanın etik sorunlar bağlamında ele alınmasını zorunlu hâle getirmiştir (Binark ve Bayraktutan, 2013: 25-26). Tüm bu gelişmeler neticesinde incelenen kitap; yeni medya ortamları, içerikleri ve kullanıcılarından kaynaklanan sorunları saptamak ve örneklendirerek olumsuzlukları görünür kılmaktadır.

İncelenen kitapta etik konusu yeni medya perspektifinden ele alınmış, geleneksel medya ve yeni medya etiği arasındaki ilişkilere yer verilmiştir. Eleştirel bir paradigma ile yazılan kitapta, yazarların Türkiye’deki sosyal, politik ve ekonomik değişkenler doğrultusunda örneklendirmeler yaptıkları görülmektedir. Kitap, okuyuculara yeni medya etiği konusunda teorik bilgiler vermekle birlikte pratiğe dayalı çözüm önerileri de sunmaktadır.

* Arş. Gör., İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi, ORCID: 0000-0001-9049-4769, goguvan@ticaret.edu.tr. DOI: 10.37679/trta.945288

Öncelikle “İçindekiler” kısmı incelendiğinde “Aydın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik” adlı kitabın; ön söz, sunuş, giriş, birinci bölüm, ikinci bölüm, üçüncü bölüm, dördüncü bölüm, kaynakça ve eklerden oluştuğu görülmektedir. Toplamda 168 sayfa olan kitapta temel olarak 4 bölüm yer almaktadır:

- I. Bölüm Etik ve Yeni Medya Tartışması
- II. Bölüm Yeni Medya Ortamlarında Etik Sorunlar
- III. Bölüm Yeni Medyada Var Olan Etik Sorunların Nedenleri/Kökenleri ve Sorumlu Tarafları
- IV. Bölüm Sonuç ve Öneriler

Kitap, iletişim etiği alanındaki çalışmalarıyla bilinen Ruhan Uzun’un etik konusu ve kitapla ilgili değerlendirmelerinin yer aldığı üç sayfalık ön sözle başlamaktadır. Ardından Mutlu Binark ve Günseli Bayraktutan’ın amaçlarını, konunun neden önemli olduğunu, çalışmayı nasıl ve kimlerle gerçekleştirdiklerini açıkladıkları altı sayfalık sunuşla devam etmektedir. Kitabın yazılış amacı “Sunuş” bölümünde, “Amacımız Neydi, Konu Neden Önemli?” başlığı altında (s.12-13) okuyucuya açık bir şekilde aktarılmaktadır. Sosyal medya araç ve ortamlarından doğan etik sorunların kaynağını öğrenmek, bunları tespitlerle örneklendirmek ve yeni dünyanın olumsuzluklarını ifade etmek, kitabın temel amaçlarıdır. Kitap "Yeni Medyada Etik Sorunlar ve İlkeleri Saptamak – TÜBİTAK SOBAG 111K328 HIZLI DESTEK PROJESİ" başlıklı araştırmanın bir ürünüdür. Projenin, yani aynı zamanda kitabın da hedefleri, şu şekilde sıralanmaktadır (Binark, 2015):

- Yeni medya ortamlarındaki etik sorunların kapsamlı bir şekilde ilk kez bir alan araştırması ile saptamasını yapmak
- Soruna ilişkin olarak farklı tarafların görüşlerine yer vererek siyasi, tarihi, toplumsal ve ekonomik boyutlarıyla konuyu tartışabilmek
- Saha çalışma bulgularına temellenerek yeni medya ortamında olası etik ilkeler için bir çerçeve çizmek

Tüm bunlardan yola çıkılarak proje kapsamında yeni medya profesyonelleri, hukukçu ve iletişimci akademisyenler, kamu kurum ve kuruluşları temsilcileri, konuyla ilgili STK ve meslek örgütü temsilcileriyle görüşmeler yapılmıştır. 64 kişi ile 5 ay süreyle toplam 2620 dakika yapılan görüşmeler sonucunda ortaya koyulan görüşler, incelenen kitabın temelini oluşturmaktadır. Bu sebeple çalışma bir tür “etik üzerine medya etnografisi” olarak tanımlanmaktadır (Binark, 2015: 15).

Kitabın girişinde, yeni medya tanımları yapılarak yeni medya ortamlarını geleneksel

medyadan ayıran özellikler ortaya koyulmaktadır. Bu özellikler: dijitallik, etkileşimsellik, multimedya biçemselliği, hipermetinsellik, kullanıcı türevli içerik üretim, ara yüzde mevcudiyet hissi, yayılım ve sanallıktır. Ardından “prosumer” yani “üre tüketici” kavramı açıklanarak “Angara Birds, Les Chapulasbles, The Capulcu” gibi dijital oyun örnekleri ile kavram detaylandırılmaktadır. Sıklıkla birbirinin yerine kullanıldığı için öncelikle “ahlak ve etik” kavramlarının tanımı ve ayrımı yapılmış, ardından “iletişim etiği ve yeni medya etiği” kavramları ele alınmıştır. Medya ve etik konusuyla ilgili yapılan diğer çalışmalara atıflarla konuya 21 sayfalık bir giriş yapılmıştır.

Kitabın birinci bölümünde 19 sayfalık “Etik ve Yeni Medya Tartışması” aktarılmaktadır. Yeni medya ortamlarındaki sorun alanları belirlenmiş ve dört kategoride belirlenen görüşmecilerle, görüşme tekniği kullanılarak etiğin kavranılışı üzerine “etiğe yönelik vurgular” belirlenmiştir. Etik kavramının genel algılanışı ardından, etik ve medya tartışmasında yeni bir alan olarak yeni medyaya yönelik bazı kavrayışlar sunulmuştur. Bunlardan bazıları:

- Alanın çok yeni olması; profesyoneller ve sıradan yurttaşların rolünün olması
- Bu alanda yaşanan sorunların kültürel boyutunun önemi
- Yeni medya ortamlarının teknik özelliklerinden özellikle yöndeşmenin tartışma konusu olması
- Yeni medya bireyselliği, yani bir kurum çatısına gerek olmadan içeriklerin üretilmesi
- Yeni medya sorunlarının geleneksel medyaninkinden farklı olduğu
- Yeni medyanın geleneksel medya tarafından saldırıya uğraması ve mağdur olmasıdır

Kitabın ikinci bölümünde ise “Yeni Medya Ortamlarında Etik Sorunlar” ele alınmaktadır. Bu sorunlara birinci bölümde değinilmiş olsa da (s.39) ikinci bölümde örneklerle ve görüşmecilerin yorumlarıyla sorunlar detaylandırılmıştır. Yeni medya ortamlarında etik sorunlar şu şekilde sıralanmaktadır:

- Özel yaşamın gizliliğinin ihlali
- Telif/patent haklarının ihlali
- İçeriğin asıl kaynağının gösterilememesi sorunu
- Üretilen içeriklerin olgunlaşmadan ve doğruluğunun teyit edilmeden yayılması sorunu
- Kişisel verilerin güvenliğinin sağlanamaması sorunu

- Veri madenciliği olgusu
- Dijital gözetim olgusu
- Haber ve ticari enformasyonun sınırlarının belirsizleşmesi sorunu
- Yeni medya ortamlarının özellikleriyle kullanıcının yoğun reklama maruz bırakılması sorunu
- İçeriklerin yanıltıcı bir biçimde etiketlenmesi ve başlıklandırılması sorunu
- Nefret söyleminin varlığı
- Bireyin yeni medya ortamında sadece tüketici olarak konumlandırılması sorunu
- Sahadan çıkan diğer sorunlar (anonimlik olgusu, trollük olgusu)

Kitabın üçüncü bölümünde “Yeni Medyada Var Olan Etik Sorunların Nedenleri / Kökenleri ve Sorumlu Tarafları” incelenmiştir. Bu nedenler genel olarak “siyasi, ekonomik ve kültürel nedenler” şeklinde üç başlık altında açıklanmıştır. Yeni medya ortamlarındaki etik sorunlar karşısında alınan tavır ve sorumluluğun tarafları şu şekilde ifade edilebilmektedir:

- Akademisyen (yayınlar ve dersler yoluyla konuya müdahil olma)
- STK temsilcisi (eğitim yoluyla etik bilinç geliştirme)
- STK (suç duyurusu gibi uzun dönemli müdahale, AİHM’e başvurma, kamuya mektup gönderme)
- Yeni Medya Profesyoneli (esnek çalışma biçime karşı, yüz yüze çalışma) (s.125).

Ayrıca yeni medya profesyonellerinin etik konusunu otokontrol mekanizmasıyla ele alması, devletin bir kamu politikası olarak kullanıcıları bilinçlendirmesi (örn. medya okuryazarlığı), herhangi bir kuruma etik ihlal konusunda izleme (monitoring) yetkisinin verilmesi de bu bölümde vurgulanan sorumluluklardandır. Aynı bölümdeki Medya ve Etik Tartışması Yeni Medya Ortamlarını Kapsar mı? Tartışması alt başlığında ortaya çıkan bulgular üç grupta değerlendirilmiştir. İlk grup, yeni medya ortamlarına yönelik ayrı etik ilke ve düzenlemeleri gerekli görürken ikinci grup yeni medya ortamlarına yönelik etik ilke ve düzenlemelerin, geleneksel medyanın ilke ve kuralları kapsamında ele alınabileceği görüşündedir. Üçüncü grup ise hem yeni ilke ve kurallar hem de geleneksel kurallar, yani ikili bir yol önermiştir. Bölümde ortak evrensel değerler vurgusu ve eğitimin gerekliliği yinelemiştir (s.137).

Kitabın son bölümü olan Sonuç ve Öneriler kısmında yeni medyada etik sorunların çözümüne yönelik öneriler ve kitapta ele alınan konulara dair çıkarılan sonuçlar sunulmuştur (s.148-159). Etiğin ne olduğuna dair tartışmaların sürdüğü, etik ve ahlak kavramlarının zaman zaman birbirinin yerine kullanılmaya devam ettiği aktarılmıştır. Yeni medya düzenleyicileri geleneksel medyadan yola çıkarak hareket etmektedir ve bu, eksiklik olarak görülmektedir. Bireylerin eğitimlerle güçlendirilmesi gerekmektedir. Bireyler etik sorunlara müdahale ve mücadelede bulunurken ilişkileri varsa sivil toplum örgütlerini tercih etmektedir. Bireylerin herhangi bir konuda birbirlerine karşı olduğunda sert münakaşalara girdikleri tespit edilmiştir ve bu noktada Türkiye'nin yeni medya ortamındaki tartışma kültürü eksikliği bir kez daha ön plana çıkmaktadır. Bunların temel sebeplerinden biri, anonim kimlikler olarak belirtilmektedir çünkü bu tarz durumlarda empatinin yitildiği görülmektedir. Esnek çalışma koşulları, çalışma yeri ve arkadaşlara fiziksel uzaklık; etik ve vicdanen esnek olmayı beraberinde getirmekte, bu durum ciddi bir etik sorun yaratmaktadır. Ayrıca, herhangi bir kurumsal çatı altında olmadan yeni medyada içerik üretmenin olanaklı olduğu da yine kitaptan çıkarılan bir diğer sonuçtur.

Kitabın temeli olan projede kullanılan araştırma teknikleri “Durum Saptaması, Betimleyici Çalışma, Literatür Taraması, Derinlemesine Görüşmeler” olarak belirtilmektedir (Binark, 2015). Kitapta görüşme transkriptleri, doküman metinleri, gözlem notları ve probleme ilişkin veriler sunulmaktadır. Bulguların analizi ve yorumlanmasında, çalışmaya katılan görüşmecilerin fikirleri, doğrudan alıntılanarak yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda Yeni Medyada Etik Sorunların Çözümüne Yönelik Öneri ve İlkeler başlığı altında, çeşitli öneriler okuyuculara aktarılmaktadır (s.160-163). Kitabın amacı doğrultusunda kimi durumlarda sayıca fazla ve uzun dipnotlara başvurulmuş olsa da kitap; açık, akıcı ve herhangi bir okuyucu tarafından anlaşılabilir bir anlatım diline sahiptir.

Yeni medyada etik konusundaki literatür düşünüldüğünde, çalışmanın etikle ilgilenen farklı alanlardan görüşmecilerle gerçekleştirilmesi, etik sorunların örneklerle tespit edilmesi ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerilerinin “çerçeve ve ilkeler” çizilerek ortaya koyulması sebebiyle kitap, literatüre önemli bir katkı sağlamaktadır. Türkiye’de yeni medyaya dair çalışmalar fazlaca yapılmış olsa da “yeni medya ve etik” özelindeki kitap çalışmaları maalesef kısıtlıdır. Mutlu Binark ve Günseli Bayraktutan’ın Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik (2013) adlı kitabı, alandaki öncü çalışmalardandır. Bu kitapta ele alınan “yeni medya ortamlarında farklı biçimlerde üretilen nefret söylemleri” yazarların daha önce kaleme aldıkları Yeni Medyada Nefret Söylemi (2010) adlı eserle ortak paydada buluşmaktadır. Yazar-

ların bir diğer çalışması olan İletişim Hakkı ve Yeni Medya: Tehditler ve Olanaklar (2019) adlı kitapta incelenen “ifade özgürlüğü hakkı, bilgi edinme hakkı” gibi temel hakların kullanılması da yine bu kitabın konularındandır. Bunlara ek olarak literatürde, Mutlu Binark’ın Hacettepe ve Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitülerinde yürütülen “Yeni Medya Sosyolojisi” ve “Yeni Medya Araştırmalarında Yöntem ve Teknikler” doktora derslerindeki tartışmaların bir sonucu olarak, Ergin Şafak Dikmen ile derlediği, “Yeni Medya Araştırmalarında Etik Bakış Açısı ve Uygulamalar (2020) adlı bir e-kitap çalışması da karşımıza çıkmaktadır. Yapılan tüm bu çalışmalardan hareketle söylenebilir ki Binark ve Bayraktutan’ın “yeni medya ve etik” konusunu bilimsel etik, hak ve özgürlükler gibi çeşitli alanlarla birlikte ele almaları ve farklı yaklaşımlarla değerlendirmeleri, alana katkılarını önemli ve değerli kılmaktadır.

Değerlendirme yazısına konu edinen kitap, yeni medya ortamlarındaki etik sorunları tespit ederek, bu etik sorunların pratiğine yönelik çözüm önerilerini, konuyla ilgili kişi ve kurumların görüşlerine başvurarak tespit etmektedir. Aynı zamanda bir araştırma projesi olan kitabın, uygun içerikler ve nitelikli kaynaklarla desteklendirildiği görülmektedir. Yeni medya ve etik alanında çalışmalar yapacak akademisyenler için yöntem ve yaklaşım açısından, kitabın ilham verici olduğu söylenebilmektedir.

Kitapta genel olarak etik konusunun Türk toplumu tarafından göz ardı edilen bir husus olduğu aktarılmaktadır. Çevrim içi etik kurallar, çevrim dışı etik kurallardan bağımsız ve farklı değildir. Bu sebeple kitapta yeni medya alanındaki etik sorunları bilinir kılmak amaçlanmış ve bu sorunlara çözüm önerileri sunulmuştur. Geleceğe yönelik çalışmalarda, bu çözüm önerilerine dair derinlemesine mülakatlar ve anket çalışmalarıyla konu, medya profesyonelleri dışında bir de yeni medyanın kullanıcılarının/tüketicilerinin (kitapta belirtildiği şekliyle “sıradan yurttaş”) bakış açısından ele alınabilir, onların çözüm fikirlerine odaklanılabilir. Çalışmanın İstanbul ve Ankara ile sınırlandırılmış olduğu göz önünde bulundurulduğunda, yapılacak yeni çalışmalara sınırlılıklarının genişletilmesi önerilebilir. Kitapta yer alan yeni medya etiğindeki sorunlara yönelik çözüm uygulamaları önerilerine yönelik yapılacak bir çalışmanın da yine yeni medya ve etik alanındaki literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Akın, A., Kaymak, A., Doğu, B., Aygül, E., Bayraktutan, G., Dirini, İ., Binark, M. ve Çomu, T. (2010). Yeni Medyada Nefret Söylemi. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Binark, M. ve Bayraktutan, G. (2013). Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Binark, M. (2015). "Sosyal medya ve Etik 2.0", <https://yenimedya.files.wordpress.com/2015/12/hutip-151210.pdf>, Erişim Tarihi: 06.12.2020.
- Binark, M. ve Dikmen, E. Ş. (2020). Yeni Medya Araştırmalarında Etik Bakış Açısı ve Uygulamalar. Erişim Adresi: <https://ekitap.alternatifbilisim.org/pdf/yeni-medya-arastirmalarinda-etik-bakis-acisi.pdf>.
- Durna, T., Binark, M. ve Bayraktutan, G. (2019). İletişim Hakkı ve Yeni Medya: Tehditler ve Olanaklar. Ankara: Um:ag Vakfı Yayınları.
- İrvan, S. (2003). Medya ve Etik, Medya Etik ve Hukuk, (Der. S. Alankuş), İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Ayın Karanlık Yüzü:
**YENİ MEDYA
VE ETİK**

Mutlu Binark
Günseli Bayraktutan



Dijital Refahın Etiği: Multidisipliner Bir Perspektif

Ethics of Digital Well-Being: A Multidisciplinary Perspective

Christopher Burr ve Luciano Floridi (ed.) (2020)

İsviçre: Springer, 265 Sayfa,

ISBN: 978-3-030-50584-4

Eyüp Engin KÜÇÜK*

Dijital refah, yapay zekâ teknolojilerin hayatımızdaki yerinin gittikçe genişlemesiyle beraber bu teknolojinin bütün taraflarını yakından ilgilendiren bir meseleye dönüşmeye başlamıştır. Dijital teknolojilerin tasarımları ve çalışma prensipleri, bireysel ve toplumsal ölçekte büyük etkilere sahip araçlara dönüştükçe bu teknolojilerle kurduğumuz ilişkinin doğasını düşünme ihtiyacı kendisini hissettirmeye başlamıştır. Bu yazıda, akademide son yıllarda yerini almaya başlayan bu konuyla ilgili 2020 yılında okuyucuya sunulan ve farklı alanlarda çalışan akademisyenlere ait 11 makalenin yer aldığı *The Ethics of Digital Well-Being: A Multidisciplinary Perspective* (Dijital Refahın Etiği: Multidisipliner Bir Perspektif) kitabı değerlendirilecektir.

Kitabın editörlerinden Christopher Burr, bilişsel bilim ve yapay zekâ felsefesi üzerine Alan Turing Enstitüsü ve Oxford Üniversitesi Dijital Etik Laboratuvarında çalışmalarını yürütmektedir. Büyük veri ve yapay zekânın etik ve epistemolojik etkileri üzerine doktora çalışmasını 2020 yılında Bristol Üniversitesinde tamamlayan Burr, hâlihazırda veri temelli teknolojilerle irtibatlı etik problemler üzerine çalışmaktadır. Kitabın diğer editörü olan Luciano Floridi ise Oxford Üniversitesi Enformasyon Etiği ve Felsefe bölümünde profesör olarak görev yapmaktadır. Aynı zamanda Oxford Üniversitesi Dijital Etik Laboratuvarı direktörüdür. Avrupa Komisyonu, Alman Etik Kurulu ve Lordlar Kamarası gibi birçok kurumda diji-

* Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı Mezunu, eyupengink@gmail.com, orcid: 0000-0003-3459-3871 DOI: 10.37679/trta.945292

tal etik üzerine çalışmış olan Floridi, literatürde The Philosophy of Information (Enformasyon Felsefesi), The Ethics of Information (Enformasyon Etiği) ve The Logic of Information (Enformasyon Mantığı) kitaplarıyla tanınmaktadır.

İlk bölüm, kitabın editörleri Christopher Burr ve Luciano Floridi tarafından giriş mahiyetinde yazılmış olan ve kitapla aynı başlığı taşıyan “Dijital Refahın Etiği: Multidisipliner Bir Perspektif” bölümüdür. Yazarların bu bölümü yazmadaki temel hedefi kitabın genel amacını ortaya koymak, kitabı oluşturan makalelerde okurun karşılaşacağı farklı yaklaşımlara ve kitabın tartışmayı hedeflediği üç genel temaya dair bir giriş sunmaktır. Bu minvalde giriş kısmında dijital öncelikle felsefe, psikoloji, ekonomi ve sağlık disiplinlerinin dijital refah konusuna dair temel yaklaşımları sunulmakta, sonrasında kitabın genel teması minnettarlık, otomatize müdahaleler ve sürdürülebilir ortak refah ele alınmaktadır.

Yazarların ifade ettiği şekliyle kitabın gayesi, dijital refahı temel konulara dair odak noktasını kaybetmeden olabildiğince geniş ve multidisipliner bir perspektif içinde tetkik etmektir. Daha önce belirtildiği gibi giriş bölümünde ise kitaptaki 11 makaleye dair tasvir edici ve bilgilendirici bir giriş sunulmuştur. Burr ve Floridi, giriş bölümünün tamamında sarıh bir dil kullanarak kitaplarının amacını net bir şekilde ortaya koymaktadırlar. Farklı disiplinlerin dijital refaha dair teorilerinin ve perspektiflerinin sunumu ve ana temaların izahı, konuya belirli bir disiplinden yaklaşan veya dijital refah konusuna dair öncesinde bilgi sahibi olmayan okuyucular için ciddi bir kolaylık sunmaktadır. Yazarlar detay tartışmalara girmeden konuları giriş seviyesinde betimleyerek kitaptaki hangi makalenin hangi konuyu ele aldığına dair de bilgilendirmede bulunmaktadır. Bu sebeple giriş bölümü özellikle bu alanda ilk defa okuma yapanlar için kolaylaştırıcı bir işlev görmektedir.

Kitabın ikinci bölümü Rafael A. Calvo, Dorian Peters, Karina Vold ve Richard M. Ryan tarafından yazılan “Yapay Zekâ Sistemlerinde İnsan Özerkliğini Desteklemek: Etik İnceleme İçin Bir Çerçeve” (Supporting Human Autonomy in AI Systems: A Framework for Ethical Enquiry) makalesine ayrılmış. Bu makalenin temel amacı, yapay zekâ sistemlerinin tasarımının ve işleyişinin özerklik ile olan ilişkisine dair bir analiz sunmaktır. Kitabın Charlie Harry Smith tarafından yazılan üçüncü makalesi “Şirketleşmiş Kimlikler ≠ Dijital Kimlikler: Sosyal Medyada Algoritmik Filtreleme ve Benliğin Sunumunun Ticarileştirilmesi” (Corporised Identities ≠ Digital Identities: Algorithmic Filtering on Social Media and the Commercialisation of Presentation of Self) başlığını taşıyor. Yazar, Goffman’ın Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu ve MacKenzie’nin Otonomi, Baskı ve Cinsiyet metinlerindeki teorilerini derinleştirerek özellikle sosyal medya platformlarında

bireyin kimliğinin ticari manipülasyonu üzerinden özerkliğin etkilenmesini ele alıyor. Kitabın dördüncü bölümü Michael Klenk tarafından yazılan “Dijital Refah ve Çevrim İçi Manipülasyon” (Digital Well-Being and Manipulation Online) makalesine yer veriyor. Klenk, bu makalede kendi oluşturduğu manipülasyon tanımı üzerinden sosyal medya yazılımlarının kullanıcılarla olan ilişkisini dijital refah konusu ile irtibatlı olarak değerlendiriyor. Michele Loi'nin kaleme aldığı “Felsefe Dijital Refah Çalışmalarına Ne Katkı Sağlayabilir” (What Contribution Can Philosophy Provide to Studies of Digital Well-Being) makalesi temelde refah kavramının tanımına dair bir tartışma yürütüyor. Refahın bütün bireyler için mutlak iyi ve bağlamdan bağımsız olduğu görüşünün aksine Loi'nin temel iddiası, felsefenin dijital refah çalışmalarına sağlayabileceği katkının dijital enformasyon ortamlarından etkilenen farklı durumları karşılaştırmayı ve değerlendirmeyi sağlayacak bir tanım aralığı sunmak olduğudur. Matthew D. Jennis “Dijital Refahı Geliştirmek ve Kişisel Bakım Uygulamalarının Yükselişi” (Cultivating Digital Well-Being and the Rise of Self-Care Apps) makalesinde çevrim içi zaman geçirme ile dijital refah arasındaki gerilimi konu alıyor. Ekran süresi (screentime) olarak nitelendirilen ve dijital refah ile birebir ilişkili olan bu konuyu kişisel bakım uygulamaları (self-care apps) özelinde inceliyor.

Lavinia Marin ve Sabina Roeser tarafından yazılan, “Duygular ve Dijital Refah: Çevrim içi Tartışmalarda Sosyal Medya Dizaynının Rasyonel Ön Yargısı” (Emotions and Digital Well-Being: The Rationalistic Bias of Social Media Design in Online Deliberations) başlıklı makalelerinde kullanıcıların düşüncelerini ifade edip tartıştıkları sosyal medya mecralarında duyguların yerini ve bunun dijital refahla olan ilişkisini konu alıyorlar. Kitaptaki sekizinci makale olan, “Kişisel Dijital Düşünceye İmkân Sağlamada Etik Zorluklar ve Yol Gösterici İlkeler” (Ethical Challenges and Guiding Principles in Facilitating Personal Digital Reflection) başlıklı çalışmada, Andrew Gibson ve Jill Willis, kendi geliştirdikleri bir uygulama olan ve kullanıcıların kendi kişisel tecrübelerini yazıya aktarmasını ve bu tecrübeler üzerine düşünmesini hedefleyen “GoingOK” uygulamasının kurulum ve kullanım aşamalarında dijital refaha dair karşılaştıkları etik problemleri ve kendi uyguladıkları çözümleri sunuyorlar. Clement Bellet ve Paul Frijters tarafından kaleme alınan “Büyük Veri ve Refah: Ekonomik Bir Perspektif” (Big Data and Wellbeing: An Economic Perspective) makalesi kitabın dokuzuncu bölümü olarak karşımıza çıkıyor. Yazarlar bu makalede büyük veri ve refah ilişkisini çok geniş bir çerçevede ele alıyorlar. Metnin temel problemi yapay zekâ sistemleri aracılığıyla toplanan büyük verinin toplumsal refah ile ilişkisinin nasıl anlaşılması gerektiği çerçevesinde sunuluyor. Amelia Fiske, Peter Henningsen ve Alena

Buyx, “Bedenlenmiş Yapay Zekânın Akıl Sağlığı Hizmetinde Dijital Refah Açısından Sonuçları” (The Implications of Embodied Artificial Intelligence in Mental Healthcare for Digital Wellbeing) başlıklı makalelerinde bedenlenmiş yapay zekâ uygulamalarının psikiyatri, psikoloji ve psikoterapi sahalarında kullanılmasıyla beraber gelen genel faydaları ve kullanımlarla beraber kendisini gösteren etik problemleri analiz ediyorlar. Nick Byrd, “Sıkıntı Hâline Dair Nedensel Ağ Muhasebesi: Depresyon & Dijital Refah” (Causal Network Accounts of Ill-Being: Depression & Digital Well-Being) adlı makalesinde refahın nedensel ağ merkezli tanımını genelde sıkıntılı olma hâline (ill-being), özelde ise depresyon durumuna uygulayarak depresyon ve dijital teknoloji kaynaklı rahatsızlıklar üzerinden sıkıntı olma hâline dair nedensel ağlarla irtibatlı olarak bir izahat getirmeyi hedefliyor. “Hastalığın Nedensel Temeli Olarak Kötü Amaçlı Yazılımlar” (Malware as the Causal Basis of Disease) başlıklı kitabın son makalesinde ise Michael Thornton, kişilerin biyolojik sistemiyle entegreli olarak çalışan dijital kalp pili gibi cihazların bu kişilerin sağlık durumlarına karar vermede vücudun doğal bir parçası olarak kabul edilmesinin gerekliliğini tartışıyor.

Girişte de bahsedildiği üzere kitabın editörleri kitabın amacını dijital refah tartışmalarının temel üç problemi olarak ortaya koydukları dijital minnettarlık, otomatize müdahaleler ve sürdürülebilir ortak refah konuları üzerinden sunuyorlar. Bu üç başlık aynı zamanda kitaptaki makalelerin içerik olarak çerçevesini de belirleme vazifesi görüyor. Dolayısıyla kitabın hedeflediği amacı sunmasında ve tartışmasında ne kadar başarılı olduğunun tespit ve tenkit edilebilmesi bu üç temanın ifade ettikleri anlamı izah etmeyi gerektiriyor.

Yazarlar dijital minnettarlık kavramını dijital teknolojilerin ve yapay zekâ uygulamalarının insanların duyguları, ifadeleri ve insanlar arası ilişkiler üzerindeki aracı rolü olarak tanımlıyorlar. Daha basit bir ifadeyle, bu tanımlama dijital teknolojilerin bahsi geçen durumlar söz konusu olduğunda nötr bir konumda olmadığını ifade ediyor. Minnettarlık hem bireysel hem de toplumsal bazda sahip olduğumuz tasavvurların refahla olan irtibatını belirlemede merkezi bir önem teşkil eder. Bu anlamda minnettarlık, kendimize ve çevremize dair iyi olanı takdir etme ve fark etmenin bir ifadesi olarak da anlaşılabilir. Dijital teknolojilerin ve bu teknolojilerin dizaynının her geçen gün daha geniş toplumsal anlam kazandığı bir dünyada bu teknolojilerinin kuruluşunda insanlar arası ilişkilerin temelinde duran minnettarlık duygusunun ele alınması etik problemler açısından ciddi bir önem arz ediyor. Kitabın üçüncü, dördüncü ve yedinci makaleleri bu konuyla irtibatlı olan refah ve özerklik problemlerini ele alıyor.

Kitabın ikinci teması olan otomatize müdahaleler, yapay zekâ ve makine öğren-

mesi temelli dijital teknolojilerin özellikle sağlık hizmetleri alanında doğurduğu etik ve pratik problemlere odaklanmaktadır. Bu temanın temel sorusu ise bu otomatize sistemlerin kendi başlarına yapacağı müdahalelerin hangi koşul ve şartlarda meşru olduğunu tespit etmeye dayanmaktadır. Şirketlerin finansal problemler yaşayan müşterilerini tespit etmesi, okulların kullandıkları yazılımlarla psikolojik sıkıntı yaşayan öğrencilere dair bilgi toplayıp bunları ebeveynler veya yetkili kurumlarla paylaşması veya robotik yazılımlar tarafından verilen akıl sağlığı hizmetlerindeki belli kavram ve ifade merkezli müdahaleler gibi durumlarda kişilerin faydası, gizlilik, özerklik ve mahremiyet arasındaki hassas ilişki otomatize müdahaleleri etik bir probleme dönüştürmektedir. Bu anlamda bu problem, sosyal medya mecralarının öneri sistemlerine kadar genişletilebilir. Kişilerin davranış yapıları üzerinden hesaplamalar yapan algoritmaların sunduğu öneriler ve bu öneriler neticesinde doğan yönlendirme bu tip otomatik müdahalelerin sınırının ne olması gerektiği ile ilgili bir tartışma doğurmaktadır. Kitabın son üç makalesi bu teknolojilerin sağlık hizmetlerinde kullanımı özelinde bu problemi ele almaktadır.

Kitabın üçüncü teması olan sürdürülebilir ortak refah, dijital teknolojilerinin dizaynı ve kullanımında toplumsal sorumluluğun konumuna işaret eder. Sosyal medyada yapılan bir yorum, beğenilen bir video, takip edilen bir sayfa veya kabul edilen bir öneri büyük bir veri ağının parçası olarak işleyen algoritmanın toplumsal ilişkileri belirlemede ve insanların yönlendirmesinde yıkıcı etkilere sahip olabilecek faaliyetlere dönüşebilirler. Dolayısıyla bu sistemlerin işleyişinde etik prensipler toplumsal refahın sürdürülebilmesinde önemli bir rol oynar. Bu anlamda yapay zekâ uygulamalarının dizaynı ve işleyişinin bu etik hassasiyet çerçevesinden tekrar incelenmesi etik bir zorunluluk olarak ortaya çıkar. Bu anlamda, sürdürülebilir toplumsal refah, bu teknolojilerin dizaynında nihai ve yönlendirici bir hedef olarak da ele alınır. Kitaptaki ikinci ve beşinci makaleler temelde bu probleme dair bir tartışma yürütmektedir.

Öncelikle kitaptaki makalelerin bu üç probleme referans yaptıklarını ve bu problemlerin çeşitli uygulama alanları üzerinden ele alındığını söyleyebiliriz. Bu açıdan kitap, hedeflediği multidisipliner ve geniş konu aralığını sağlamada başarılı olarak addedilebilir. Kitap; ekonomiden sağlığa, sosyolojiden eğitime kadar birçok farklı alanda yapay zekâ uygulamalarının kullanımıyla ilişkili olarak doğan problemleri ele almaktadır. Örneğin kitabın sekizinci makalesinde otomatize müdahale, özerklik ve refah arasındaki ilişkinin bizzat yazarların kendi geliştirdikleri bir uygulamanın kullanımında karşılaştıkları etik problemler ve bu probleme ürettikleri çözümler üzerinden sunulması, okuyucuya bahsi ge-

çen problemi pratik bir mesele üzerinden anlama imkânı sağlamaktadır. Aynı şekilde kitabın altıncı makalesinde öz bakım uygulamaları, ekran süresi ve kişisel refaha dair yapılan analizde bu uygulamaların kullanımına ve kullanıcıların refah durumlarına dair verilerin sunulması tartışmanın bu veri seti üzerinden yürütülmesi okuyucuya ekran süresi gibi çok basit ve temel bir konuya dair bilgi ve farkındalık kazandırmaktadır.

Diğer yandan makalelerin genel olarak ele aldıkları örneklemelere ve bu örnekler üzerinden sundukları iddialara dair yürüttükleri teorik tartışmanın derinliğinin aynı seviyede detaylı olduğunu söylemek mümkün değildir. Refah, yapay zekâ ve insan ilişkisi, etiğin tanımı gibi kitabın anlaşılmasında oldukça önemli olan temel meseleler hakkında teorik ve tarihsel bir tartışmanın eksik olduğu fark edilmektedir. Kitabın Loi tarafından yazılan beşinci makalesini, özel olarak felsefenin refah tartışmasına sağlayacağı katkıya odaklanmasına rağmen analitik felsefe içerisindeki refaha dair temel aksiyomları dijital refah konusuyla ilişkilendirme hususunda zayıf kalmaktadır. Diğer yandan, örneğin kitabın dördüncü makalesinde dijital refah ve manipülasyon ilişkisi ele alınmakta, buna rağmen yazarın manipülasyona dair kurduğu teorik çerçeve ve bu çerçevenin dijital refahla olan ilişkisi büyük ölçüde havada kalmaktadır. Yazar; manipülasyonu, maniple edenin maniple edileni yönlendirdiği eylemin amaçlarını ve sebeplerini kendisine izhar etmemesi olarak tanımlayıp neredeyse bütün çevrim içi uygulamaları manipülatif olarak sınıflandırmaktadır. Fakat aynı zaman örneğin sosyal medya uygulamalarındaki öneri sisteminin işleyişinin mantığını birçok kullanıcının bildiğini ve hatta bu uygulamaların bu işleyişi kendilerinin ortaya serdiğini de ifade etmektedir. Bu örnekte de görüleceği üzere kitapta derinlemesine teorik bir tartışma bulmak kolay değildir.

Kitaptaki makalelerin kullandığı literatür, konuyu daha ileri okumalarla takip etmek isteyen okuyucular için büyük bir fırsat sunmaktadır. Kitaptaki makaleler; dijital refah konusunu sağlık, eğitim, ekonomi, felsefe ve psikoloji gibi pek çok farklı alan perspektifinden işleyen temel metinleri içermektedir. Bu yanı sıra her disiplinden okuyucunun kendi alanıyla ilgili temel metinleri ve hâlihazırda bu alanlarda çalışan akademisyenleri öğrenmesi de önemli bir katkı olarak görülebilir. Ayrıca, kitabın sunduğu literatürün ziyadesiyle geniş olduğu söylenebilir.

Netice olarak genel anlamda kitabın sunduğu amaç çerçevesinde dijital refah meselesine verimli bir giriş imkânı sunduğunu söylemek mümkündür. Kitaptaki makaleler, editörlerin ifade ettiği üç temel amaca göre orantılı olarak seçilerek bu konulara dair farklı disiplinlerden problemleri ve pratik örnekleri görme olanağı sağlamaktadır. Kitabın derin bir teorik tartışma sunmadığı bir gerçek olma-

sına rağmen kitabın sunumunda belirtilen amaç göz önüne alındığında refah veya teknoloji problemlerine dair tarihsel ve derin felsefi bir tartışma beklemek çok da doğru olmayacaktır. Nitekim kitaptaki felsefi tartışmalar, teorik felsefe seviyesinde değil uygulamalı etik tartışmalar çerçevesinde değerlendirilğinde kitabın başarısına dair daha doğru bir yargıya ulaşılabilir. Bu yönleriyle kitap, henüz yeni olan ve akademide yeni yer almaya başlayan fakat önümüzdeki yıllarda daha merkezi hâle geleceği açık olan dijital refah konusu ile ilgili temel bir derleme metin olarak değerlendirilebilir.

Philosophical Studies Series

Christopher Burr
Luciano Floridi *Editors*

Ethics of Digital Well-Being

A Multidisciplinary Approach

 Springer

Sinemada Dijital Dönüşüm

Sinemada Dijital Dönüşüm

Rıdvan Şentürk

Pruva Yayınları, Ankara, 2020, 136 s.

ISBN: 978-625-7267-01-4

Mesut BOSTAN*

Martin Scorsese yakın bir zamanda, “Sinema ölüyor.” dediğinde büyük bir tartışmaya yol açmıştı. Sinemada süper kahraman filmlerinin hâkimiyetinden yakınan yönetmen, bilinen anlamıyla sinemanın yok olduğunu söylüyordu. Yönetmenin lunapark tecrübesine benzettiği süper kahraman filmleri, aslında sinemada yaşanan büyük bir dönüşümün tezahürlerinden biri. Scorsese (2021), Fellini hakkında yazdığı bir anma yazısında da artık sadece mazide kalan bir sinema anlayışının ardından ağıt yakarken dijitalleşme olgusunun sinema filmini “içerik” adında genel bir kategoriye indirgediğini söylüyor. Bir Fellini filmi artık YouTube’daki bir kedi videosuyla aynı kulvarda yarışıyor ona göre. İzlenme oranlarını dikkate aldığımızda büyük arayla da kaybediyor. Dijitalleşme, sinema alanında 1990’lardan beri peyderpey sinema süreçlerini içine alarak etkisini genişleten bir olgu. Pandemiyle birlikte geleneksel dağıtım ve gösterim imkânlarının devreden çıkması ve dijital platformların film seyir tecrübesinin ana mecrası hâline gelmesiyle sinemanın dijitalleşmesi tamama ermiş görünüyor. Buna rağmen dijitalleşmenin sinemayı komünal bir tecrübe olmaktan çıkarıp seyircileri tekil içerik tüketicilerine dönüştürmesi gibi sonuçlarına yönelik bir farkındalık henüz yok. Sinemada dijitalleşme bir yandan yapım, dağıtım, gösterim süreçlerini kolaylaştırırken bir yandan da dev dijital şirketlerinin sinema üzerindeki hâkimiyetini de güçlendiriyor. Bu da dijital tekellere mahkûm olan sinema ve dizi sektöründe yapım organizasyonunun filmin kârından aldığı payı giderek düşürürken yapımcılığın taşeronlaşmasına sebep oluyor. Sinemada diji-

*Arş. Gör. Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü,
ORCID ID: 0000-0002-3770-3557, mesut.bostan@marmara.edu.tr. DOI: 10.37679/trta.945295

talleşmenin bu tür ekonomik ve yapısal sonuçlarının ötesinde filmin estetik ve zihinsel alımlanmasına dair de ürettiği sonuçlar söz konusu. Ancak sinemadaki sektörel ya da kültürel dönüşümlerin yanında dijitalleşmenin yarattığı zihinsel etkilerin kapsamı ve mahiyeti açık olmaktan uzak. Sinema, doğuşuyla birlikte modern zihnin oluşumunda önemli bir rol oynamıştı. Bugün dijitalleşmeyle sinema değişirken günümüz insanının zihniyeti de değişiyor. Dolayısıyla dijitalleşmenin diğer sonuçlarının yanı sıra ontolojik ve epistemolojik açıdan getirdikleri başlı başına bir mesele teşkil ediyor. Bu noktada Rıdvan Şentürk'ün Sinemada Dijital Dönüşüm (2020) adlı kitabı sinemada dijitalleşmenin ortaya çıkardığı felsefi sorunları tartışıyor olması açısından önem arz ediyor.

Rıdvan Şentürk; sinema, televizyon ve kültürün farklı alanlarında felsefi arka plana sahip çalışmalar yapan bir akademisyen. Doktora tezine dayanan Post-modern Kaos ve Sinema'da (2011) adlı eserinde Şentürk, teknoloji eleştirisi ekseninde bir modernite değerlendirmesi yapıyor. Batı'da postmodernizm olarak ortaya çıkan modernite eleştirisinin modernitenin zayıf yanlarını göstermesine rağmen onun yerine bir dizge öneremediğini söylüyor. Şentürk'e göre postmodern sinema da bu kapsamda güncel felsefi sorunların iyi bir yansıması olmasına rağmen bu sorunların yarattığı kaosa katkı yapmaktan başka bir işlev göremiyor. Yazarın sinema bağlamında dijitalleşme olgusuna da bağlanabilecek teknoloji eleştirisinin kıta felsefesi geleneğine temellendiği söylenebilir. Nitekim yazarın erken çalışmalarından biri olan Heidegger'in Düşünmek Ne Demektir (2009) kitabının tercümesi aynı zamanda onun felsefi referanslarından birini de ortaya koyuyor. Yine bu bağlamda Eleştirel Teori'nin Eleştirisi (2013) adlı kitabında ortaya koyduğu Frankfurt Okulu eleştirisi de onun Alman düşüncesi içerisindeki tartışmada tuttuğu tarafı ve teknoloji eleştirisi bağlamında kültür endüstrisi yaklaşımına "çatışmacı" karakterinden ötürü mesafeli yaklaştığı düşünülebilir. Bunun ötesinde teknoloji eleştirisi Şentürk'ün medya üzerine yapmış olduğu çalışmalarda önemli bir uğrak. Sinemada Dijital Dönüşüm, bu açıdan kıta felsefesi birikimi üzerinden ifade edilen teknoloji eleştirisinin yazarın kitapları arasında başlığa çıkarak temayüz ettiği ilk kitap. Aynı zamanda yazarın teorik çalışmalarının da eleştirelilikle buluşan bir örneği.

Rıdvan Şentürk, Sinemada Dijital Dönüşüm'de devrim niteliğini taşıdığını söylediği sinemadaki analog düzenden dijital düzene geçişi felsefi açıdan değerlendiriyor. Sinemada analog döneme damgasını vuranın klasik gerçekçi öykü sineması olduğunu söylüyor. Dijital dönemi ise modern düşüncenin bütün ilkelerinin ihlal edildiği bir kaos şeklinde betimliyor. Dijitalleşmeyle sinemaya dair birçok durum değişirken sinemanın teknolojiye bağımlılığı devam ediyor

Şentürk'e göre. Teknoloji üzerinden gerçekleştirdiği modernlik eleştirisi bu açıdan sinemanın dijital dönemindeki hâline de yöneliyor. Yazarın vurguladığı noktalardan biri dijitalleşmeyle birlikte sinemada anlatının geri çekilmesidir. Öte yandan görsel açıdan filmin tamamen kurgulanabilir oluşu animasyon türünü tekrar önemli hâle getirmektedir. Şentürk, analog dönemin öykü sineması tiyatro ve roman gibi anlatı sanatlarına dayanması sebebiyle görsel tabiatından kaynaklanan sanat potansiyelini tam olarak hayata geçiremediği görüşünde. Bu yüzden dijitalleşmeyle anlatının yerine görselliğin merkezi hâle gelişini sinemanın görsel bir sanat olarak temayüz etme imkânını yeniden ele geçirmesi olarak yorumluyor. Dijitalleşme bir yandan sinemanın teknoloji bağımlılığını artırırken bir yandan da sağladığı görsel imkânlarla sanat potansiyelini ona geri kazandırıyor. Şentürk'ün dikkat çektiği durumlardan bir diğeri ise dijitalleşme ile anlatı sinemasından olduğu kadar gerçekçilikten de kopuluyor olmasıdır. Sinemada gerçekçiliği modernliğin tezahürlerinden biri olarak gören Şentürk, dijitalleşme ile klasik sinemanın ürettiği modern öznenin de parçalanmaya maruz kaldığını ifade ediyor. Bu parçalanma aynı zamanda modernliğin bütün ideallerinin de boşa çıkması anlamında gelir. Modernliğin bir şekilde kavrama iddiasında olduğu hakikat, dijitalleşmeyle ortaya çıkan postmodern sinemanın tümünden reddettiği bir olgudur. Bilimin yerini teknoloji almıştır. Teknoloji sinema gibi insanı da dönüştürmektedir. Fiziki gerçeklikten, hakikatten ve rasyonel akıldan tamamen kopan yeni insan için klasik gerçekçiliğe dayanan öykü sineması nostaljik bir unsur olmaktan öte gitmez Şentürk'e göre.

Sinemada Dijital Dönüşüm, Rıdvan Şentürk'ün *Gülme Teorileri* (2016), *Eleştirel Teorinin Eleştirisi ve İletişim ve Televizyon Teorileri'nde* (2017) gerçekleştirdiği teori eleştirisi ile *Postmodern Kaos ve Sinema'da* gerçekleştirdiği modernlik eleştirisini birleştirdiği bir kitap. Bununla beraber teori eleştirisi kitaplarındaki kadar literatür yoğun bir metin değil. Modernlik ve postmodernizm eleştirisi bağlamında ise Postmodern'den daha derli toplu. Bu kitabın bir bakıma dijitalleşme üzerinden devam ettiricisi konumunda. Sinemaya odaklanma, bunu yaparken de teknoloji eleştirisini ana eksen kılma ve nihayet postmodernizm ve dijitalleşme gibi süreçleri çözümlenme maksadında olmaları açısından iki kitap birbirini tamamlıyor. Ancak iki kitap, aksayan yönleriyle de birbirine benziyor. İki kitapta da söylem düzeyinde kalan ve somut örneklerle desteklenmeyen tespitler bulunuyor. Postmodern'den daha derli toplu olmasına rağmen kitap içerisinde ifade tekrarları *Sinemada Dijital Dönüşüm'de* de devam ediyor. Felsefi kavramların sıralanıp kullanımları da metnin anlaşılmasını zorlaştırıyor. Yaygın olmayan bazı kavramların açıklanmadan kullanılması da metnin meramını an-

latması önünde engel teşkil ediyor. Kitabın düşünce açısından içinde olduğu eğilim ise teknolojik determinizm ile açıklanabilir görünüyor. Sinemanın teknolojiye bağımlılığı üzerinden anlaşılmaya çalışılan tarihsel gelişimi sonuçta “hologram sineması” gibi gelecek öngörülerine varıyor. Bu öngörülerin sinemanın kültürel yönünü hafiflediği söylenebilir en azından. Bir diğer sorun da kitabın dijital dönüşümü anlatma vaadine rağmen dijitalleşme sonrası sinemanın anlatıldığı bölümlerin kitabın yarısından azını kapsamış olmasıdır. Kitabın sinema teorisine hasredilmiş bölümleri gereğinden fazla yer kaplıyor.

Sonuç olarak Sinemada Dijital Dönüşüm konuya dair telif bir eser olması ve teorik bir perspektiften eleştirel bir değerlendirme ortaya koyması hasebiyle önemli bir çalışma. Türkiye’de akademik yükselme ve teşvik kriterlerinin kitap-tan çok makale yazmayı ödüllendirdiği bir ortamda bir konuyu kitap boyutunda tartışan bütün çalışmalar gibi Sinemada Dijital Dönüşüm entelektüel cömertliğin bir ürünü. Özellikle kendi yorumunu ortaya koyan çalışmaların azlığı kitabı daha da dikkate değer kılıyor. Ayrıca kitap teorik karakteri baskın bir çalışma olarak akademik literatürdeki pratik merkezli çalışmaların oluşturduğu hâkim eğilimden de farklı ve önemli bir yerde duruyor. Teorik çalışmalar arasında ise dayandığı literatürün genişliği, Türkçe düşünmesi ve ele aldığı teorileri belirli bir eleştirel çerçeve içerisinde ifade etmesi gibi özellikleriyle ayrılıyor. Dijitalleşme gibi somut örnekler üzerinden düşünölmeye daha yatkın bir konu için Şentürk’ün felsefi boyut içeren bakış açısının getirdiği görüşler önemli. Sinema ölüyor mu bilinmez ama dönüşen seyir pratiğinin güçlendirdiği “dijital sinema” yeni sorunsalları da beraberinde getiriyor. Sinemada Dijital Dönüşüm de bu sorunsalların tespitine yönelik dikkate değer bir çalışmadır.

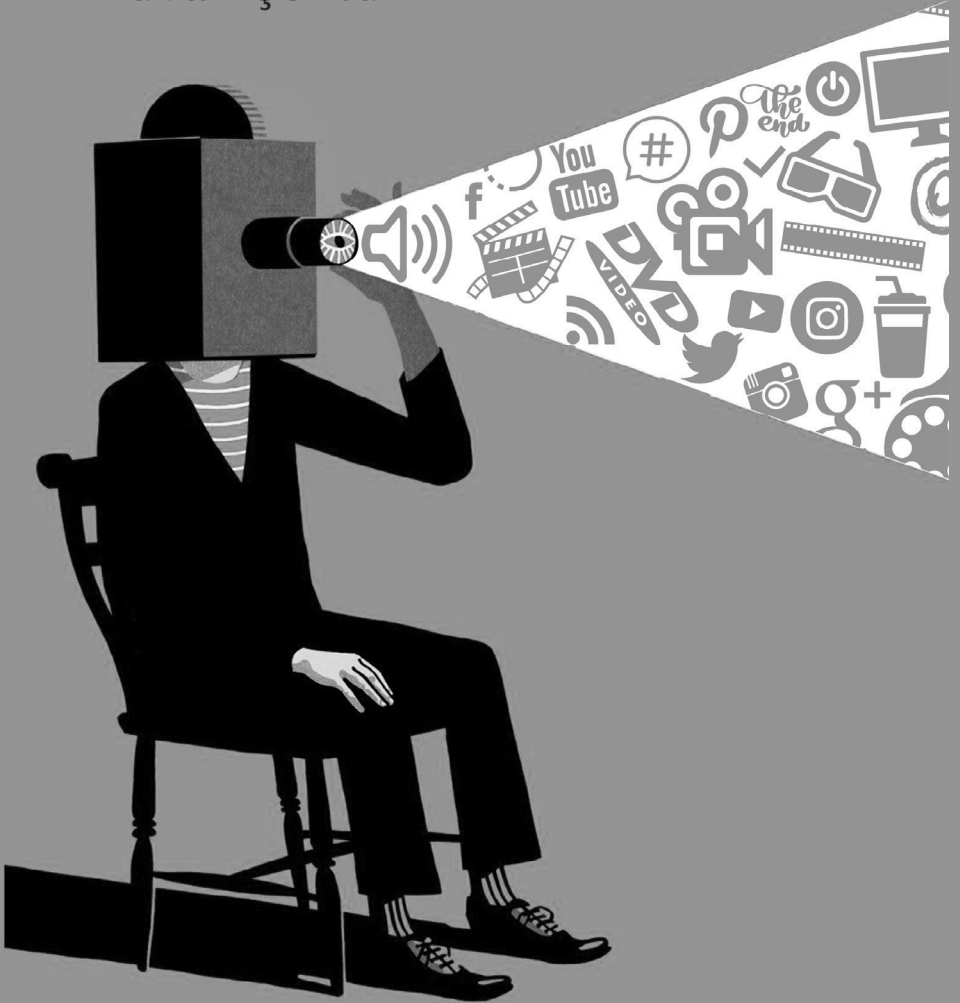
Kaynakça

- Scorsese, M. (2021, Şubat 5). Il Maestro: Federico Fellini and the Lost Magic of Cinema. Harper's Magazine. <https://harpers.org/archive/2021/03/il-maestro-federico-fellini-martin-scorsese/>
- Heidegger, M. (2009). Düşünmek Ne Demektir?: 1951/52 Kış Dönemi Ders Notları. Çev. Rıdvan Şentürk. İstanbul: Paradigma.
- Şentürk, R. (2011). Postmodern Kaos ve Sinema. İstanbul: Avrupa Yakası.
- Şentürk, R. (2013). Eleştirel Teorinin Eleştirisi. İstanbul: Kesit.
- Şentürk, R. (2016). Gülme Teorileri. İstanbul: Küre.
- Şentürk, R. (2017). İletişim ve Televizyon Teorileri. Küre.
- Şentürk, R. (2020). Sinemada Dijital Dönüşüm. İstanbul: Pruva.



SİNEMADA DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Rıdvan Şentürk



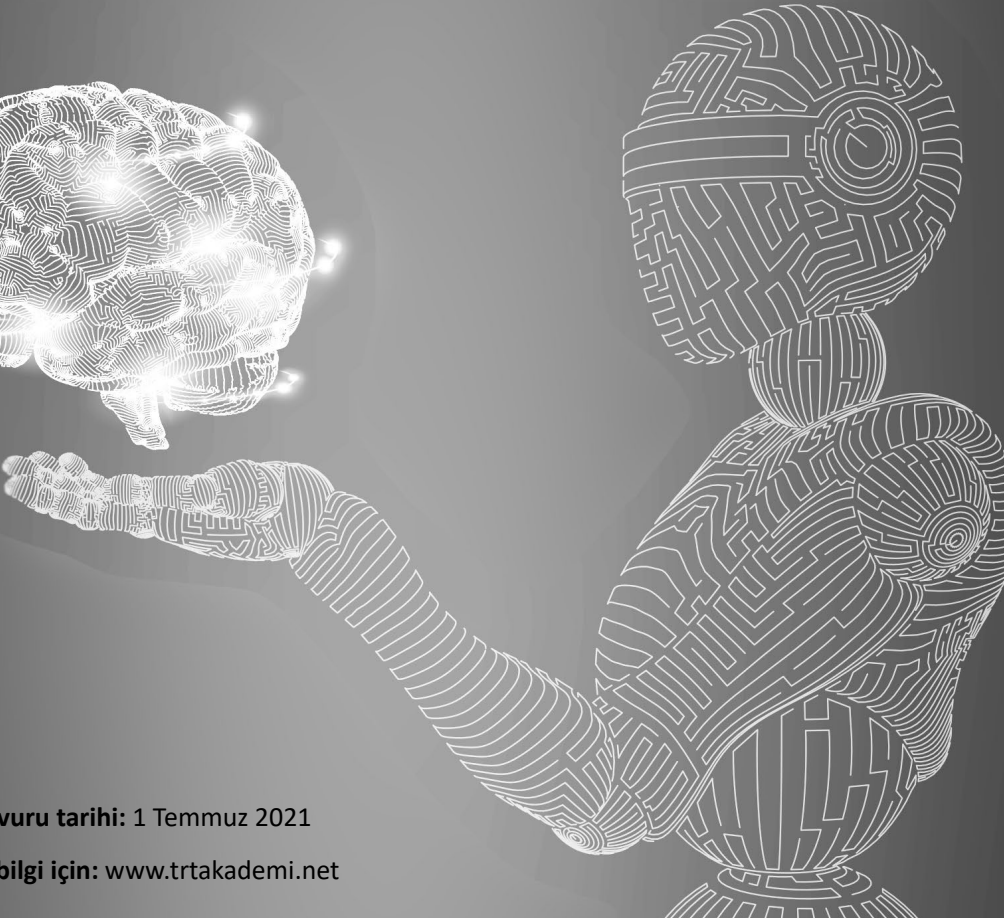
- TRT Akademi Dergisi, TRT'nin ana hizmet alanına uygun olacak şekilde ağırlıklı olarak iletişim bilimi odağına alan ancak diğer sosyal bilim üretimlerine ve disiplinler arası çalışmalara da yer veren yılda 3 defa (Ocak, Mayıs, Eylül) yayınlanan akademik hakemli bir dergidir.
- Her sayı farklı bir dosya konusu odağı alınmakta, ancak ana tema dışında da makaleler yayınlanabilmektedir. Derginin akademik literatüre katkı sağlayan, dinamik, etkin bir yayın olması ve referans niteliği taşıması hedeflenmektedir.
- TRT Akademi Dergisinde yayınlanmak üzere gönderilecek çalışmaların, iletişim bilimi veya iletişim biliminin alt disiplinleriyle ya da iletişim bilimiyle disiplinler arası ilişki içinde bulunan bilim dalları çerçevesinde konuları ele alan, Türkçe ve İngilizce bilimsel, özgün araştırmalar ve / veya derlemeler, değerlendirme makaleleri, kitap eleştirileri veya çeviriler olması gerekmektedir. Gerekli görülmesi halinde dergide röportaj ve soruşturmalara da yer verilecektir.
- Gönderilen çalışmaların başka bir yayın organında yayınlanmamış olması ya da yayınlanma aşamasında olmaması gerekmektedir.
- Çalışmalar önce TRT Akademi Dergisi editör ekibi tarafından yazım kılavuzu ve yayın ilkeleri doğrultusunda incelenir ve değerlendirmesi için derginin Yayın Kuruluna sunulur. Yayın Kurulunun onayını alan çalışmalar, uzmanlık alanlarına göre Hakem Kurulunda yer alan iki hakeme değerlendirmek üzere gönderilir. Çalışmalar gerek duyulması halinde üçüncü hakeme değerlendirmek üzere gönderilir.
- Düzeltme istenen yazıların, TRT Akademi Dergisi'nin belirttiği sürede düzeltmeler yapılmış bir şekilde editörlüğe gönderilmesi gerekmektedir. Belirtilen sürede geri gönderilmeyen yazılar, TRT Akademi Dergisinin daha sonraki sayılarında yeniden değerlendirilmek üzere kabul edilir.
- Yayınlanması uygun görülen veya görülmeyen çalışmalar geri gönderilmez. Yazar(lar)a sadece bilgi gönderilir.

- Çalışmalar 6000 kelimeyi geçmemelidir. 2000-3000 kelimelik daha kısa yorum yazıları veya tercümelemler de kabul edilmektedir. (Tercüme metinlerde yazarın KPDS, ÜDS veya denk bir belgedeki notunun C ve üzeri olması koşulu aranmaktadır)
- Çalışmalar A4 kâğıdının bir yüzüne, sol ve sağ taraftan 2'şer cm.'lik boşluk bırakılarak, 12 punto harf karakteri, Times New Roman fontu ve 1,5 satır aralık ölçüsü kullanılarak yazılmalıdır. Alt başlıklar, ana başlığa göre bir küçük punto ve küçük harf kullanarak koyu ve sola bitişik şekilde yazılmalıdır.
- Yazar/yazarların isimleri çalışmanın başlığının hemen altında sağa bitişik şekilde verilmeli ayrıca yıldız dipnot şeklinde (*) yazarın kurumu, unvanı sayfanın en altında dipnot şeklinde belirtilmelidir. Yazar/yazarlar, çalıştıkları kurum ismini; üniversite, fakülte ve bölüm olarak Türkçe ve İngilizce bildirmelidirler.
- Yazar/yazarlar, TRT Akademi Dergisine tüm iletişim bilgilerini (Adres, telefon, fax ve E-Mail) bildirmelidirler.
- Girişten önce 200 kelimeyi geçmeyecek şekilde çalışmanın kapsamını, amacını, ulaşılan sonuçları ve kullanılan yöntemi özetleyen İngilizce özet verilmelidir. İngilizce çalışmalarda ise Türkçe özet hazırlanmalıdır.
- Giriş bölümü büyük harfler ile "1. Giriş" şeklinde belirtilmelidir. Alt bölümler her bölüm içinde bölüm numarası kullanılarak "1.1.", "1.2." şeklinde numaralandırılmalıdır. Son bölüm sonuç/tartışma bölümü olmalı ve bunu sırasıyla notlar, kaynakça ve varsa ekler kısmı takip etmelidir.
- Türkçe yazılarda Türk Dil Kurumunun Yazım Kılavuzu, İngilizce yazılarda Oxford English Dictionary örnek alınmalıdır. Türkçe çalışmalarda yabancı sözcükler yerine olabildiğince Türkçe sözcükler kullanılmalıdır.
- Çalışmanın değerlendirilmek üzere teslimi sırasında Türkçe ve İngilizce özetlerinin de eklenmesi gereklidir.
- Çalışmanın ve çalışmanın özetinin üzerinde, başlığa yer verilmelidir.
- Çalışmanın özetinde; çalışmanın problematiği, amacı, kuramsal perspektifi, araştırma metodu ve bulgularına yer verilmelidir.

- Tüm referanslar metin içinde, sırasıyla yazarın soyadı, tarih ve gerekiyorsa sayfa numaraları yazılarak verilmelidir. Aynı kaynaklara yapılan göndermelerde de bu yöntem uygulanmalı ve “a.g.e.”, “ibid.”, “op. cit.” gibi kısaltmalar kullanılmamalıdır.
- Metin içinde numaralandırılan notlar metnin sonunda, numara sırasına göre ve kaynakça bölümünden hemen önce verilmelidir.
- Yazarın adı metinde geçmiyorsa ve kitaba atıf yapılıyorsa, yazarın soyadı ve tarih verilmelidir (Jarvick, 1996).
- Yazarın adı metinde geçmiyor ve belli sayfalar söz konusuysa, yazarın soyadı, tarih ve sayfa numarası verilmelidir (Jarvick, 1996: 111).
- Yazarın adı metinde geçmiyor ve birbirini takip etmeyen sayfalar söz konusuysa, yazarın soyadı, tarih ve sayfa numaraları ayrı ayrı verilmelidir (Jarvick, 1996: 111-3).
- Yazarın adı metinde geçiyorsa ve kaynakçada yazarın birden fazla eseri mevcutsa sadece bahis konusu olan kitabın yayın tarihi ve sayfa numarası yazılmalıdır (1996: 111).
- Yazarın adı metinde geçiyorsa ve kaynakçada bu yazarın bir eseri mevcutsa sadece sayfa numarası verilir (111).
- İki yazarlı kitaplarda her iki yazarın da soyadları yazılarak verilmelidir (Frantzich ve Sullivan 1996: 89).
- Yazarlar ikiden fazlaysa ilk yazarın soyadından sonra “ve diğerleri” anlamında “v.d.” ibaresi kullanılmalıdır (Caroline Pauwels v.d. 2000: 89).
- Yazarın aynı yıl içinde yayınlanmış birden fazla eserine gönderme varsa, basım yılına a. b. c gibi harfler eklenerek kaynaklar birbirinden ayrılmalıdır (Noam, 1991a: 34).
- Birden fazla kaynağa yapılan göndermeler noktalı virgülle ayrılmalıdır (Jarvick, 1996: 234; Noam, 1991: 45; Dörr 2000: 456).

- Metin içindeki alıntılar için çift tırnak kullanılmalıdır. 40 kelimedenden uzun alıntılar, tırnak kullanılmadan girintili paragrafta ve ana metne göre bir küçük punto ile verilmelidir. Alıntı içinde vurgulanan sözcükler ise tek tırnak ile verilmelidir. Kitap, film isimleri gibi özel nitelemeler italik harfler ile, yazarın vurgu yapmak istediği sözcükler ise tek tırnakla belirtilmelidir.
- TRT Akademi Dergisi APA yazım kuralları ve kaynak gösterme biçimini esas almaktadır.
- Yazar/yazarlar çalışmanın içerisinde kullandıkları görsel öğeleri yüksek çözünürlükte ayrı bir klasörde Dergiye iletmekle mükelleftir.

Dergimizin "Yapay Zeka"
konulu 13. sayısı için
makalelerinizi bekliyoruz



Son başvuru tarihi: 1 Temmuz 2021

Detaylı bilgi için: www.trtakademi.net

