

# Yeni Medya ve İletişim Çalışmalarının Etik Teoriler ve Yönetişim Bağlamında Değerlendirilmesi <sup>1</sup>

Sema YANMIYAN <sup>2</sup>

Başvuru Tarihi: 18.12.2020

Kabul Tarihi: 27.07.2021

Makale Türü: Derleme

## Öz

Etik konusunun en çok tartışıldığı alanlar olan medya ve iletişim çalışmalarında bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte yeni etik sorunlar da gündeme gelmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojileri etkileşimli olma, bireylerin aktif katılımını sağlama, özgürlükçü bir ortam yaratma, sınırsız bilgiye erişme gibi imkânlar sunan yeni bir medya ortamı oluşturmuştur. Bu çalışmanın amacı da bilgi ve iletişim teknolojilerinin yeni medya ve iletişim çalışmaları alanlarında neden olduğu etik sorunları sonuççuluk, faydacılık, erdem etiği ve deontoloji etik teorileriyle değerlendirerek etik ikilemler üzerinden incelemektir. Ayrıca çalışma, yeni medya ve iletişim çalışmalarında ortaya çıkan etik ikilemleri medya yönetim modelleriyle birlikte ele alarak etik sorunlara çözüm önerileri sunmaya çalışmaktadır. Etik teoriler, yeni medya ve iletişim çalışmalarında karşılaşılan etik sorunları MERITS modeli ile ikilemler üzerinden tartışarak karşılaştırmalı bir bakış açısından analiz etmeyi sağlamaktadır. Yönetişim modelleri ise etik ikilemlere özenetim mekanizmalarının oluşturulması, meslek etik ilkelerinin belirlenmesi ve medya okuryazarlığı eğitiminin alınması şeklinde çözümler sunmaktadır. Çalışmada yöntem olarak literatür taramasına dayalı ikincil kaynaklardan elde edilen verilerin toplanması tekniği kullanılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Medya Etiği, Medya Yönetişimi, Yeni Medya, İletişim Çalışmaları ve Medya Okuryazarlığı Eğitimi

**Atıf:** Yanmıyan S. (2021). Yeni medya ve iletişim çalışmalarının etik teoriler ve yönetişim bağlamında değerlendirilmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(3), 871-888.

<sup>1</sup> Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

<sup>2</sup> İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, [semayanmayan@gmail.com](mailto:semayanmayan@gmail.com), ORCID: 0000-0002-6655-137X

## Evaluation of New Media and Communications Studies in the Context of Ethical Theories and Governance

Sema YANMIYAN<sup>3</sup>

Submitted by: 18.12.2020

Accepted by: 27.07.2021

Article Type: Review

### Abstract

*In the media and communication studies which are the most discussed areas of ethical issue, new ethical problems have also come to the fore with the developments in information and communication technologies. Information and communication technologies have created a new media environment that offers opportunities such as being interactive, ensuring active participation of individuals, creating a liberal environment and access to unlimited information. The aim of this study is to examine the ethical problems caused by information and communication technologies in the fields of new media and communication studies through ethical dilemmas, by evaluating the ethical theories of consequentialism, utilitarianism, virtue ethics and deontology. In addition, the study tries to offer solutions to ethical problems by addressing ethical dilemmas that arise in new media and communication studies with media governance models. Ethical theories enable us to analyze ethical problems encountered in new media and communication studies from a comparative perspective by discussing them through dilemmas with the MERITS model. On the other hand, governance models offer solutions to ethical dilemmas in the form of establishing self-regulatory mechanisms, determining professional codes of ethics and receiving media literacy training. In the study, the technique of collecting data obtained from secondary sources based on literature review was used as the method.*

**Keywords:** *Media Ethics, Media Governance, New Media, Communication Studies and Media Literacy Education*

<sup>3</sup> Istanbul University Faculty of Communication Department of Journalism, [semayanmayan@gmail.com](mailto:semayanmayan@gmail.com), ORCID: 0000-0002-6655-137X

## Giriş

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler medyayı yeniden yapılandırmıştır. Medyanın yeniden yapılandırılması, medyaya yeni işlevler kazandırmakla birlikte birtakım etik sorunları da beraberinde getirmiştir. “Yeni medya ortamlarının ‘araç’ olarak çoğalması, çeşitlenmesi ve gelişmesi, alanda eyleyen sayısının çok olması, yazılı basın endüstrisinin de yeni medya endüstrisine paralel olarak gelişmesi, içerik üretiminin hızlı ve çok olması yeni medya ortamlarını etik sorunlar bağlamında ele almayı zorunlu kılmaktadır” (Binark & Bayraktutan, 2013, s. 25-26). Ayrıca bilgi ve iletişim teknolojileri medya ortamını oluşturan ve etkileyen iktidar, ekonomi, toplum gibi süreçlere teknoloji gibi yeni bir süreci ekleyerek medyanın yapısını ve süreçlerini de yeniden şekillendirmiştir. Bu anlamda yeni teknolojilerle birlikte değişen medya yapısını anlamak ve günümüzde hâkim olan medya yönetim modeli üzerine tartışmak için etik sorunlar yönetim modelleriyle birlikte de incelenmektedir.

Yeni medya ve iletişim çalışmalarındaki etikle ilgili çalışmalar genel olarak kuramsal çerçevede hangi etik sorunlarla karşılaşıldığı, bu sorunların belli başlıklar altında toplanması ve sınıflandırılması veya bu sorunlara ilişkin bilinen nitel ve nicel yöntemlerle yapılan alan araştırmaları şeklinde olmuştur. Ancak, etik sorunlar sonuççuluk, faydacılık, erdem etiği ve deontoloji gibi etik teorilerle birlikte ikilemler üzerinden karşılaştırmalı bir şekilde ele alınmamıştır. Bu çalışmanın amacı, etik sorunları etik teorilerle birlikte ikilemler üzerinden karşılaştırmalı olarak analiz etmektir. Ayrıca, bu çalışmada etik ikilemleri karşılaştırmalı bir şekilde analiz etmek için daha önce tercih edilmemiş bir yöntem olan MERITS modeli kullanılmıştır. Böylece bugüne kadar tek boyutlu bir bakış açısıyla ele alınan etik sorunlar çok boyutlu bir bakış açısıyla sunulmaktadır. Yeni medya ve iletişim çalışmalarındaki etik sorunların etik teorilerle karşılaştırmalı olarak tartışıldığı bu çalışma, bilgi ve iletişim teknolojileriyle değişen medya ortamı ve davranışlarını, toplumun taleplerini ve beklentilerini medya profesyonelleri için etik değerler ve normlarla değerlendirmeye çalışmaktadır.

Yine, etik sorunlara çözüm önerileri sunmayı hedefleyen bu çalışma medya yönetimi modelleriyle birlikte ele alınmaktadır. Yeni medya ve iletişim çalışmaları alanındaki etik ikilemler bilinen medya yönetim modelleri ile çözüme ulaştırılamamaktadır. Karmaşık ve kompleks bir yapıya sahip olan yeni medya için özdenetim mekanizmalarının oluşturulması veya meslek etik ilkelerinin belirlenmesi konusunda zorluklar ortaya çıkmaktadır. Bu konuda yapılan düzenlemeler bulunmasına rağmen bu düzenlemeler yeni medya ve iletişim çalışmalarındaki etik sorunların çözümünde yeterli olamamaktadır. Bu nedenle meslek etik ilkelerinin ve devlet düzenlemelerinin yanında topluma sorumluluklar yükleyen ve yeni medyadaki etik sorunlara karşı farkındalık yaratacak medya okuryazarlığı eğitimi önem kazanmaktadır.

Bu çalışmada yeni medya ve iletişim çalışmaları alanında en çok tartışılan ve hâlen üzerinde net çözüme ulaştırılamamış konular olan eğlence iletişimi ve çocuklar üzerinde etkisi, siyasal iletişim ve gazetecilik alanındaki şeffaflık ve nesnellik, ürün yerleştirme, reklamcılık ve pazarlama alanlarında uygun ve zararsız içerik üretimi, iletişim çalışmaları alanında yapılan alan araştırmalarının, anket çalışmalarının ve çevrimiçi araştırmaların güvenilirliği ve verilerin gizliliği ve güvenliği ile ilgili etik sorunlar incelenmiştir. Aynı zamanda bu konular medya okuryazarlığı eğitimi çerçevesinde en çok üzerinde durulan sorunlar olması nedeniyle de çalışma için önem taşımaktadır. Çalışmanın en ayırt edici özelliği ise bu konuları MERITS gibi topluma etik ikilemlere ilişkin çok boyutlu, pratik ve bilinçli bir akıl yürütme ve sorumluluk bilinci görevi kazandıran bir modelle ele alınmasıdır. Böylece etik teoriler, amacı topluma farkındalık ve bilinç kazandırmak olan medya okuryazarlığı eğitimine de katkı sağlamaktadır.

## Etik Teoriler ve Medya Etiği

Etik kelimesi Yunanca “töre”, “karakter” gibi farklı anlamlara gelen “ethos” sözcüğünden türetilmiş olup ahlaki değerleri ifade etmektedir. En genel anlamıyla etik, ahlak felsefesi olarak tanımlanabilir. Felsefenin ana dallarından biri olan etik, doğru ve yanlış/iyi ve kötüyü ayırmak amacıyla ahlaki değerlerden yararlanmaktadır. Bu nedenle etiği ahlakla birlikte ele almak gerekmektedir. Ahlak, bireylerin gündelik hayattaki toplumsal ilişkilerini düzenleyen kurallar ve normların bütünüdür. Etik ise profesyonel ilkelere ilişkin değer yargılarını ele almaktadır. Başka bir deyişle etik, bireylerin meslek hayatındaki davranışlarını ahlakın öz değerleriyle birlikte inceleyerek düzenleyen kurallar bütünüdür. Mesleki davranış ilkeleri, somut bir etik örneğidir. Mesleki etik ilkelere en iyi örnek olarak gazetecilerin meslek ilkelerini içeren Gazeteciler Cemiyeti'nin Etik İlkeleri gösterilebilir. Bu kurallar içerisinde gazetecinin güvenilir, nesnel ve şeffaf olabilmesi için nasıl davranması gerektiğine ilişkin talimatları içeren çeşitli etik ilkeler yer almaktadır. Ayrıca bu etik ilkeler gerçeği araştırmak ve bildirmek, kamu mensuplarına, kaynaklara, konulara ve meslektaşlara verilen zararı en aza indirmek gibi ilkeleri de içermektedir.

“Etik, insan davranışının ilkeleridir. Konusu ahlaktır ve ahlaki açıklamaya, buna bağlı olarak da ilkeler tespit etmeye çalışır. Etik belli bir disiplin altında çözümlenir ve bu çözümlenme sonucunda elde edilen verilerle ahlaki bir disiplin oluşturmaya çalışır” (Soygüder, 2003, s. 166). Etikteki değer yargılarını belirleyen ise, ahlaki değerlerdir. Ahlak, neyin doğru ya da yanlış/iyi ya da kötü olduğu ile ilgili bireyin kendi değer yargılarıdır. Etik ilkeler yasal yönetmelik ve yönergeler de yer almasa da neyin iyi ya da kötü/doğru ya da yanlış olduğuna ilişkin bireyin kendi içsel duygularını ifade etmektedir. Bireyin sorunlarla başa çıkması için toplumsal ve kültürel değerleri ve normları ortaya koymaktadır.

Doğru ya da yanlış/iyi ya da kötü ahlaki ilkeler bağlamında ele alındığında iki farklı etik yaklaşım söz konusudur. Biri tanımlayıcı etik, diğeri ise normatif etikdir. Karşılaştırmalı etik olarak da bilinen tanımlayıcı etik “ne olduğu” ile ilgilenmektedir. Tanımlayıcı etik, çeşitli kültür, mekân ve zamana göre değişkenlik gösteren ahlaki değerleri ve davranışları incelemekte ve bu faktörlere göre şekillenen davranışları değer yargılarına başvurmadan açıklamaktadır. Kuralcı etik olarak da bilinen normatif etik ise “ne olması gerektiği” ile ilgilenmektedir. Normatif etik, ahlaki açıdan doğru ve yanlış/iyi ve kötü davranışlar ayrımını çeşitli ilkeler, kurallar ve teorilerle ortaya koymaya çalışmaktadır. Bu iki etik biçimle iletişim alanı şu şekilde değerlendirilebilir: Tanımlayıcı etik anlayışa göre gazetenin satışını arttırmak için ünlünün bireysel mahremiyetini açığa çıkaran bir haber yapmasına karar vermesi bir sorun oluşturmazken, normatif etik anlayış böyle bir olayın doğru ya da yanlış/iyi ya da kötü olup olmadığını tartışmaktadır.

Temel etik felsefelerden biri olan normatif etik, sonuççuluk ve faydacılık gibi iki farklı teori tarafından şekillendirilmiştir. Normatif etiğin bir alt dalı olan sonuççuluk, son yüzyıllarda medya etiğinde hâkim olan teoridir. Sonuççuluk, bir davranışın doğru ya da yanlış/iyi ya da kötü sonuçlara yol açmasına göre o davranışı doğru ya da yanlış/iyi ya da kötü olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla sonuççuluk bakış açısına göre ahlaki açıdan doğru/iyi bir eylem, doğru/iyi sonuçların ortaya çıkmasını sağlayan eylemdir. Normatif etiğin bir diğer alt sınıfını oluşturan faydacılık ise ahlaki açıdan doğruyu/iyiyi gerçekleştiren davranışın sağladığı faydaya göre belirlenmektedir. Buradaki fayda, mutluluk ya da haz anlamına gelmektedir. Faydacılık teorisine göre eylemin sonucunda yarar varsa eylem ahlakidir. Faydacılık, en fazla mutluluğu en fazla sayıda insana neyin getirdiğiyle ilgilenmektedir.

Faydacılıkla ilgili iki teori geliştirilmiştir. Birincisi Jeremy Bentham'ın geliştirdiği “Hedonistik Analiz” teorisidir. “Hedonistik Analiz”, bir davranışın sonucunda elde edilen haz ve acıların ağırlığını ölçmektedir. “Bentham'ın hazcı hesaplaması, hazların ve acıların niceliklerinin, şu etkenlere göre kelimenin gerçek anlamıyla hesap edilmesinden oluşuyordu: ne denli yakın ya da uzak, ne denli kalıcı, ne denli şiddetli, aynı

türden hazzı ya da acıya neden olma olasılığı ne kadar ve kaç kişi etkileniyor” (Zack, 2019, s. 213). Bentham, haz ve acıyı ölçerek etiği bilimsel bir alana taşımaya çalışmıştır. Bu teori, çoğunluğa acıdan daha fazla haz veren davranışı ahlaki olarak doğru/iyi kabul etmektedir. Medya ve gazetecilik mesleğinde faydacı etik düşünce sisteminin birçok örneğini görmek mümkündür. Örneğin, ölümcül bir trafik kazasına ait fotoğrafın gazetede yer alması mahremiyeti ihlal ederek kurbanın ailesine zarar verse de toplumun kaza hakkında bilgilendirilmesi ve toplumu riskli ve tehlikeli davranışlara karşı uyarması açısından kamuya fayda sağlamaktadır.

İkincisi John Stuart Mill’in faydacılık teorisidir. John Stuart Mill, faydacılık teorisini sadece miktarla sınırlandırmamış hazzın miktarıyla birlikte kalitesini de içerecek şekilde genişletmiştir. Mill, faydacılık teorisinde mutluluğun niteliği üzerinde durmaktadır. Tamamen mutlu olmak için özgür ve bağımsız olunması gerektiğini savunan Mill’e göre, “bireyin mutluluğu ile toplumun iyiliği arasında ‘sağlam bir birliklik’ kurmak için eğitim ve kamuoyunun beraber çalışmaları gerekmektedir” (Buckingham & Burnham & Hill & King & Marenbon & Weeks, 2017, s. 192). Mill faydacılık teorisini sadece nicel değil, nitel olanla birlikte ele alması açısından Bentham’dan ayrılmaktadır. Bu anlamda faydacılık, acısız mutluluğu ifade etmekte ve eylemin ahlaki olarak değerlendirilebilmesi için acıyı en aza indirerek faydayı arttırmayı amaçlamaktadır. Birçok insana bu düşünce sistemi mantıklı geldiğinden faydacı teori ahlak felsefesine egemen olan düşünce hâline gelmiştir. Ancak bu düşünce sistemine eleştirel yaklaşan düşünürler de olmuştur.

John Rawls belirli bir sınıf, çoğunlukta olsa bile diğerlerinden daha geniş bir özgürlüğe sahip olduğunda bu özgürlüğün adalete aykırı olması açısından faydacılık teorisini eleştirmektedir. Rawls toplumsal sistemin ahlaki değer yargılarına göre işleyebilmesi için adaleti merkeze koyduğu “toplum için adalet” anlayışını geliştirmiştir. Bu anlayışın temeli, özgürlük ve fark ilkelerine dayanmaktadır. Özgürlük ilkesi, her bireyin eşit olarak ifade özgürlüğü, inanç özgürlüğü gibi temel hak ve özgürlüklere sahip olması gerektiğini ifade etmektedir. “Rawls’un ikinci ilkesi olan Farklılık İlkesi tamamen eşitlikle ilgilidir. Toplum, en çok ezilen gruplara daha fazla servet eşitliği ve fırsat verebilecek şekilde düzenlenmelidir. İnsanlar farklı miktarlarda para kazanırsa, bu eşitsizlik ancak en kötü durumdakine doğrudan yardım ediliyorsa mümkün olabilir” (Warburton, 2019, s. 334). Başka bir deyişle fark ilkesi, toplumun refahı söz konusuysa toplumsal eşitsizliğin haklı kabul edilebileceğini belirtmektedir. Bu ilke için en önemli amaç, fayda için toplumdaki adaletin sağlanmasıdır. En adil kararı vermek için Rawls, bilgilerin ve rasyonel düşünme becerisinin kullanıldığı bir düşünce modeli önermektedir.

Faydacı teoriye bir diğer eleştiri liberal kuramın önemli temsilcisi olan Thomas Jefferson’dan gelmiştir. Jefferson doğrunun/iyinin çoğunluğun yararına göre belirlenmesinin azınlık haklarını göz ardı ederek çoğunluğun zulmü ile sonuçlanabileceğine dikkat çekmektedir. Bu anlamda Jefferson’ın ahlak teorisi “faydalı olanın kültürel olarak değiştiğini” ileri sürmektedir (Holowchak, 2014, s. 147). Bilgisayar ve akıllı telefonlar gibi bilgi ve iletişim teknolojileri her an bilgiye erişme, sürekli iletişim kurma ve diğer bireylere ulaşma işlevleri açısından sonuççuluk ve faydacılık teorilerine göre ele alındığında olumlu kabul edilse de siber-merkezcilik<sup>4</sup>, gizlilik ve güvenlik gibi durumlar açısından olumsuz gelişmelere de neden olmaktadır. Örneğin, teknolojik belirlenimciliğe göre bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi bu teknolojiye ulaşabilen grubun bilgi birikimine katkı sağlarken, ulaşamayan grupla arasındaki farkı arttırmaktadır.

Diğer bir ahlak teorisi ise erdem etiğidir. Erdem etiği Antik Yunan felsefesi düşünürlerinden Sokrates, Platon ve Aristoteles’in düşünceleriyle şekillenmiştir. Hayatta neyin iyi neyin kötü olduğunu düşünen ilk düşünürlerden biri Sokrates’dir. Sokrates, Delphi Tapınağı’nda yer alan “Gnothi Seauton/Kendini Bil” sözüyle bilgiye dayalı bir etik teori geliştirmiştir. Bilginin iyi ve erdemli, bilgiden kaynaklanan eksikliğin ise kötü

<sup>4</sup> Siber-merkezcilik, bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin sonucunda ortaya çıkan iletişim araçlarının çevre üzerinde öncelikli araçlar hâline gelmesini ifade etmektedir.

olduğunu ileri sürmüştür. “Sadece bir tek iyi vardır: bilgi; sadece bir tek kötü vardır: bilgisizlik.’ Bilgi ayrılmaz bir biçimde ahlaka bağlıdır –o ‘bir tek iyi’dir- ve bu nedenle sürekli hayatlar ‘sorgulanmalıdır’” (Buckingham ve diğerleri, 2017, s. 48). Ahlak ve bilgi arasında ilişki kuran Sokrates, etik bağlamda birey için bilginin ve kendini bilmenin önemine vurgu yaparak bireyin kendini sorgulamasını temel alan bireysel bir etik teori sunmaktadır.

Sokrates’in öğrencisi Platon ise etiği bireysel boyuttan toplumsal bir boyuta taşımıştır. Platon’un toplumsal etik teorisi toplumsal ahlakın sağlanması için ideal bir devlet önermektedir. İdeal devlette “yönetim, en bilgili ve erdem konusunda kavrayış sahibi insanların -yani filozofların- elindeydi” (Solomon & Higgins, 2017, s. 81). Filozoflar tarafından yönetilen ideal devlet, iyi idealar aracılığıyla bireylerin davranışlarını düzenlemekte ve böylece toplumsal iyiyi sağlamaktadır. Platon’un öğrencisi Aristoteles’in “Zoon Politikon/İnsan Toplumsal Varlık’tır” sözü de etiğin tarihsel gelişiminde önem atfetmektedir. Çünkü Aristoteles’in etik anlayışının temelini toplum oluşturmaktadır. Toplumsal varlık olan insan, akli aracılığıyla özgür seçim yaparak erdemli davranışlar geliştirebilir. “O hâlde erdem, tercihlere ilişkin bir huy: Akıl tarafından ve akli başında insanın belirleyiciliğiyle belirlenen, bizle ilgili olarak orta olanda bulunma huyudur” (Aristoteles, 2014, s. 37). Ortayı bulma, aşırılık ve eksiklik arasında denge kurmayı ifade etmektedir. Örneğin cesur bir birey, korkak ve pervasız olmak arasında bir denge sağlamaya çalışmaktadır. Bu anlamda bireyin karakterine odaklanan erdem etiğine göre birey “erdemli bir karakter” geliştirmek için çabalamalıdır. Peki, birey neden erdemli bir insan olmak için çabalamalıdır? Aristoteles’e göre bu sorunun cevabı “eudaimonia”dır. İnsan “eudaimonia/mutluluk”a ulaşmak için erdemli bir birey olmalıdır. Aristoteles insan mutluluğunun sosyal bir bütünlük ile mümkün olabileceğini savunmaktadır. Erdemli yaşanmış bir hayat aynı zamanda bulunduğu toplumun kalkınmasına olumlu etki sağlayabilir.

Görev etiği olarak da bilinen deontoloji bir diğer etik teoridir. Deontolojide “iyi” “doğru”dan ayrılmaktadır. Bazı eylemler iyi sonuçlansa bile yine de yanlıştır. Örneğin, kasıtlı bir yalan sonuçtan dolayı ahlaka aykırı değildir, başlı başına yanlıştır. Deontoloji bir eylemin sonuçlarının doğru ya da yanlış/iyi ya da kötü olduğunu değil, eylemi gerçekleştirenin ahlaki görevlere göre hareket edip etmediğini dikkate almaktadır. Deontoloji teorisinin önemli isimlerinden biri Immanuel Kant’tır. Kant’ın deontoloji teorisinin temelini “kategorik zorunluluk” formülü oluşturmaktadır. Kategori; kuralın koşulsuz, zorunluluk ise; kuralın bir emir niteliğinde olduğu anlamına gelmektedir. “Kategorik zorunluluk” formülü üç temel ahlaki görev önermektedir. Birincisi, herkesin isteklerine cevap verebilecek bir kurala göre hareket edilmesidir. İkincisi, bir yasa koyucu gibi herkesin haklarını gözetecek şekilde davranılmasıdır. Üçüncüsü, insanlığın bir araç olarak değil, amaç olarak kullanılmasıdır. Bu teoriye göre evrensel ilkeler oluşmaktadır. Kant’a göre bireyin her koşulda genel-geçer doğru kabul edilen bir kurala uyması gerekmektedir.

Kant’ın “kategorik zorunluluk” formülü “altın kural” formülünü anımsatmaktadır. “Altın kural, ‘başkalarına sana davranılmasını istediğin gibi davranılmasını’ ya da daha basit bir şekliyle ‘sana nasıl davranılmasını istiyorsan öyle davranılmasını’ ifade etmektedir” (Kaur, 2018, s.52). Kant’ın “kategorik zorunluluk” formülü genel-geçer bir kural önermesi nedeniyle “altın kural”a benzese de evrensellik açısından benzememektedir. Çünkü her bireyin kendine davranılmasını istediği davranışlar birbirinden farklıdır. İlginç bir şekilde Kant, görevlerin çatışma içinde olamayacağını ileri sürmüştür. Kant’a göre herkes için her zaman geçerli olan bir davranış kuralı sayesinde görevlerin çatışması mümkün olmamaktadır. Modern filozoflar Kant’ı eleştirerek genellikle bu konuda daha az katıdırlar ve bir göreve bağlı kalmanın (yalan söylememek gibi) her zaman doğru/iyi davranış biçimi olduğu fikrini reddetmektedirler. Örneğin Kant’ın bir katile bile yalan söylemenin yanlış olduğunu savunmasının aksine modern filozoflar için söz konusu yalan bir kişinin hayatını kurtarmaya

yarayacaksa doğrudur/iyidir. Bu da görevler arası çatışmayı meydana getirmektedir. Deontolojik yaklaşım net ilkelere sahip olması dolayısıyla evrensel bir uzlaşma katkı sağlamakta birlikte görev çatışmalarının oluşmasına da yol açmaktadır.

İletişim çalışmalarında deontolojiye şeffaflık örnek olarak verilebilir. Şeffaflık siyasal iletişimden bireysel iletişime kadar iletişimin birçok alanında gündemde olan bir konudur. Şeffaflık, her şeyi görünür ve ulaşılabilir kılma anlamına gelmektedir. “Şeffaflık dünyası ayrıca her şeyin sergilendiği bir dünyadır” (Han, 2018, s. 106). Gelişen teknolojiyle birlikte bilgiye ulaşmak kolaylaştıkça medyanın, kurumların ve hükümetlerin iletişim kurarken ne derece şeffaf olması gerektiği sorusu şeffaflığın olumlu etkilerinin yanında verebileceği zararları da gündeme getirmektedir. Hükümetler ve kurumlar, verilerini ve stratejilerini herkese ulaşılabilir hâle getirerek kamuoyu ve paydaşlara fayda sağlayabilmektedir. Ancak bu durum aynı zamanda kurumların zarar görmesi tehlikesini de ortaya çıkarmaktadır. Bu anlamda hacktivizm hükümetlerin, kurumların ve bireylerin güvenliği için risk teşkil etmektedir. Bunun en güzel örneğini Wikileaks oluşturmaktadır.

Wikileaks, hükümetlerin gizli belgelerini ifşa eden ve açığa çıkaran bir internet sitesidir. Wikileaks’in editörü ve basın sözcüsü Julian Assange hackerlığın kötü bir şey olmadığını, ifade özgürlüğü hakkı dolayısıyla toplumları bilgilendirmeye hizmet ettiğini savunmaktadır. Assange bilgisayar korsanlığı suçundan yargılandığı mahkeme sonrasında şu yorumu yapmıştır: “Bugün yazılmış makalelerde benim bilgisayar korsanı diye anılmam çok can sıkıcı. Bundan utanmıyorum. Büyük gurur duyuyorum. Bunun çok özel bir sebebi var” (Castells, 2016, s. 16). Hükümetler ise gizli bilgilerin açığa çıkarılmasının ulusal güvenliği riske atması nedeniyle doğru olmadığını öne sürmektedir. Bu konu hâlâ tartışılmaktadır. Yine gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla bireylerin sosyal ağlar üzerinden yaptıkları paylaşımları bireylerin güvenliği açısından risk oluşturmaktadır. Bireyin güvenliğine riske Christian Fuchs’un “Sosyal Medyaya Eleştirel Bir Giriş” adlı kitabında veri koruma yasaları kapsamında Facebook aleyhinde yapılan bir şikâyet örnek verilebilir: “Şikâyetçilerden biri Facebook’un kendisi hakkında depoladığı verilerin kendisine gönderilmesini talep etti. Hesabını silmiş olmasına rağmen, Facebook’un kendisi hakkında depoladığı kişisel verilerden oluşan 1200 sayfalık bir çıktı teslim aldı: ‘facebook.com’u 3 yıl kullandıktan sonra, silebildiğim her şeyi silmeme rağmen Facebook İrlanda benim hakkımda 1200 sayfadan fazla kişisel bilgi toplamıştır” (Fuchs, 2016, s. 357). Deontolojik çerçevede şeffaflığın doğru kabul edilmesi, şeffaflığın yaratabileceği sorunları yok saymak anlamına gelmektedir. Bu gibi durumlar Kant’ın görevlerin çatışamayacağına dair söylemine karşıt örnek oluşturmaktadır. Deontolojik açıdan şeffaflık bir amaç olarak bütün nedenlerden önce gelmelidir. Şeffaflık çıkar elde etmek için değil, şeffaflığın kendisi için olmalıdır.

Buraya kadar anlatılan etik teoriler adalet, ahlak ve erdem gibi evrensel ilkelerin önemine vurgu yapmaktadır. Feminist etik ise bu teorilere alternatif bir bakış açısı sunmaktadır. Bakım etiği olarak da bilenen feminist etik, özellikle kadına ve kanının görevlerine, sorumluluklarına ilişkin konulara odaklanmakla birlikte çocuklara, engellilere ve yaşlılara bakım gibi konuları da kapsadığından bakım etiği olarak da bilinmektedir. Beden teorisi üzerine kurulu bakım etiği, “kadından feminist erdem ve değerlere, toplumsal cinsiyet meselelerinden güç ve baskı konularına kadar uzanmaktadır” (Koggel & Orme, 2010, s. 109-110). Kadınlar gündelik hayatta karşılaştıkları şiddete yeni medya araçlarıyla birlikte stalklama<sup>5</sup>, istenmeyen içerikler içeren mesajlar ve görüntüler aracılığıyla daha da çok maruz kalmaktadırlar. Feminist etik bu sorulara çözüm olarak herkesin kendine ve çevresine karşı duyarlı, özenli ve saygılı olması gerektiğini savunmaktadır. Feminist etiğe göre diğer etik teoriler daha çok erkeklere özgü olan mantık, hak, adalet gibi ilkelere ağırlık vererek empati, özveride bulunma ve sorumluluk gibi kadınlarla özdeşleştirilen ilkeleri görmezden gelmektedir. Bu yaklaşım adaletin

<sup>5</sup> İngilizce “gizlice takip etmek” anlamına gelen “stalk” kökünden türetilen stalklama, yeni medya platformlarında birini gizlice takip etmek anlamına gelmektedir. Örneğin, Instagram’da sahte bir hesap açarak istediğiniz kişileri farklı biri olarak takip edebilirsiniz. Bu kimliği gizleme özelliği, kadınların sosyal ağlar üzerinden daha kolay şiddete maruz kalmasına neden olabilmektedir.

önemli olmadığı anlamına gelmemekte hem kadınların hem de erkeklerin birbirlerine karşı empati kurarak yaklaşımları gerektiğini öngörmektedir. Feminist etik, iletişim etiği bağlamında ele alındığında etik olabilmek için önyargıların bir kenara bırakılarak karşı cinsiyet, ırk ve statüdeki bireyle empati kurarak harekete geçilmesi gerektiğini savunmaktadır. Hükümetlerin uyguladığı sansür politikalarının sorunları bir çözüme ulaştıramayacağını, sorunların ancak eleştirel bir bakış açısı, karşılıklı fikir alışverişi ve empati ile çözülebileceğini ileri sürmektedir.

### **Yönetişim Kavramı ve Medya Yönetişimi**

Genel olarak yönetim, “hükümetler, iş paydaşları ve politika kararlarının uygulanması arasındaki etkileşimi” ele almaktadır (Ysa & Albareda & Forberger, 2014, s. 8). Medya yönetişimi ise medya tutumlarını etkileyen süreçleri ifade etmektedir. Medyanın tutumunu toplumsal, ideolojik ve ekonomik süreçler etkilemektedir. Medya yönetişimi, medya ortamını yöneten ekonomik, ideolojik, toplumsal kurallar ve düzenlemelerin bütünüdür. Medya yönetişimine ilişkin medya ile ilgili birçok görüş bulunmaktadır: Medyanın devlet için bir bilgi aracı, kitleleri eğitmek için ideal bir araç, geniş kitlelere ulaşmak için kanal, üretimi sağlamak için tüketici bir toplum yaratma, dikkat dağıtan mesajlarla hayatı keyifli hâle getirme, demokrasi aracı olarak iktidarın gücüne karşı koyma gibi olumlu ve olumsuz fikirler yer almaktadır.

Medya ortamını ve medyanın tutumlarını etkileyen temel yönetim modeli üç gruptan oluşmaktadır. İlk olarak topluma mesajın gönderilmesinde rol oynayan insanlardan oluşan medya, ikinci olarak kurallar ve düzenlemeleri yapan bireylerden oluşan iktidar ve son olarak ise çeşitli talep ve beklentileri olan bireylerden oluşan toplum bulunmaktadır. Bu üç grubun dışında tartışılan dördüncü bir grup olarak teknolojiden söz edilmektedir. Teknoloji, yönetişimi kolaylaştırma ve zorlaştırma bakımından iki yönlü olarak değerlendirilmektedir. Geniş kitlelere kısa sürede ve ücretsiz bir bilgi akışı sağlama açısından kolaylaştırma, geleneksel medyaya göre daha geniş bir gözetim sağlaması dolayısıyla da zorlaştırma gibi etkileri bulunmaktadır. Teknoloji bu yönleriyle diğer üç grubu da önemli bir şekilde etkilemekte ve değiştirmektedir.

Erken modern dönem yönetim modeli medyanın iktidarın yanında hareket ettiği yönündedir. Bu görüşe göre medya iktidarın ve güçlü seçkinlerin istek ve talepleri doğrultusunda toplumu etkilemekte ve biçimlendirmektedir. İktidar ve güçlü seçkinler toplumu partileriyle yetinmeleri gerektiği, isyan etmemeleri ve güce karşı uysal kitleler olmaları konusunda ikna etmek için propaganda amaçlı olarak yönlendirmişlerdir. Çoğu zaman medya aktif şekilde bireylerin dikkatini dağıtmak ve bireyleri devrimci düşüncelerden uzak tutmak amacıyla “halk için afyon” olarak kullanılmıştır. Erken modern dönem modeli olarak isimlendirilen bu modelin mantığı oldukça basittir; kanallar güçlü seçkinlerin hedeflerine hizmet etmektedir ve medya okuyucuları/izleyicileri de seçkinlerin bir dediğini iki etmemektedirler.

18. yüzyılda medya Edmund Burke tarafından “Dördüncü Güç” olarak adlandırılmıştır. Bireysel medya anlayışı yerine çoğulcu bir medya teorisi ile medyayı ele alan Burke, medyayı büyük bir endüstrinin parçası olarak kabul etmektedir. Çünkü medya, ilk önce hükümetle toplum arasında bir kanal olarak, ikinci olarak da kamuoyunun nabzını ölçen olarak ve üçüncü olarak da yöneticilerin gücünün kullanımının kontrolü olarak işlev görmektedir. Bu işlevlerin gerçekleşmesi için de tam bir özgürlük ortamına ihtiyaç duyulmaktadır. Model, eski medya yönetişimi modellerine göre ciddi değişiklikler içermektedir. “Toplum kökleri geçmişe uzanan organik bir yapı olduğundan Burke onun siyasi organizasyonunun zaman içinde doğal olarak gelişeceğine inanır. Bu doğal süreci kesecek geniş kapsamlı veya ani siyasi değişimler fikrine karşı çıkar” (Buckingham ve diğerleri, 2017, s. 173). Örneğin Burke’e göre Fransız Devrimi, iktidara ve güçlü seçkinlere güçlerini kısıtlayan



bir şey olmadığından vatandaşlarının isteklerini ve ihtiyaçlarını göz ardı ederek gücü kötüye kullanma yönündeki riski göstermiştir. Bu dersi alan iktidar yasalara ve mevzuatlara yeni siyasi idealler eklemeye başlamıştır. Böylece anayasalar ile basın özgürlüğü güvence altına alınmıştır.

“Dördüncü Güç” bir sosyal sorumluluk modeli olarak bir “bekçi köpeği” gibi kamuoyu yararına iktidarı denetlemektedir. Temel dayanağı tam özgürlüğe dayanan ve sansürü reddeden bu model, güçlü medya yöneticilerinin bilgi akışını etkilemesi açısından olumsuz örneklerle de sahiptir. Bunun en ünlü örneği; gazete sahipleri Randolph Hearst ve Joseph Pulitzer arasında daha çok satmak amacıyla yaşanan rekabet dolayısıyla İspanya-ABD arasındaki bir olayın abartılarak verilmesi sonucu iki ülke arasında savaş çıkmasıdır. Böylece Randolph ve Pulitzer “sarı gazetecilik (yellow journalism)” adı verilen yeni bir gazetecilik akımını ortaya çıkarmışlardır. “Bu akımda çeşitli şekillere, karikatürlere, resimlere, fotoğraflara yer verildi. Yazılarda iri puntolar ve renkli fotoğraflar önem kazandı. Sundukları içerikte ise üstün nitelikte etkileyici öyküler, cinsellik, günah ve şiddet ana temalardandı” (Soygüder, 2003, s. 85). Böylece bu iki isim bilgilendirme ve haberdar etme görevlerinden uzaklaşarak sansasyonel bir gazetecilik anlayışını gündelik hayata kazandırmıştır. Yine İkinci Dünya Savaşı birçok bireye göre “Dördüncü Güç”e dayanan “Özgür Medya Modeli”nin başarısızlıklarından biridir. İronik olarak, medyaya bu özgürlüğü vermenin bütün meselesi, bu tür bir gücün kötüye kullanılmasını önlemek ve medyanın demokrasi açısından sağlıklı bir şekilde işlemlerini sağlamaktır. Tam özgürlük ortamının da kötü kullanımı ortadan kaldırmaması sonucu yeni bir medya yönetişimi modeli oluşturmaya çalışan bir komisyon 1947’de bunu gerçekleştirmiştir.

“Dördüncü Güç” modelinin medya güçleri tarafından kötüye kullanımına bir çözüm olarak 1947’de 11 bilim insanının bir araya geldiği Hutchins Komisyonu tarafından “Özgür ve Sorumlu Bir Basın” adlı rapor yayınlanmıştır. Rapor, “Dördüncü Güç” modeline farklı bir bakış açısı sunmaktadır ve medya kuruluşlarının sahip olduğu özgürlüğün tamamını eleştirmektedir. Rapor, “Dördüncü Güç” idealinin öncülüyle aynı fikirdeydi: Medyanın güçlü politikacılar, hükümetler ve şirketler üzerinde ihtiyaç duyulan bir kontrol aracı olarak hizmet edebileceği. Ancak Hutchins ve meslektaşları yol gösterici “özgürlük” ilkesinin bu sonucu garanti etmediğini vurgulamaktadırlar. Bu nedenle komisyon yeni bir yol gösterici ilke önermiştir: “Topluma Karşı Sorumluluk”. “Komisyonun yayınlanan bu raporu basın alanında yalnızca Birleşik Devletler medyasında toplumsal sorumluluk kuramı terimini ortaya çıkarmakla kalmamış, aynı zamanda günümüze kadar basın felsefesi ve etiği alanındaki tartışmaların başlıca konusu durumuna getirmiştir” (Özgen, 2002, s. 112). “Sosyal Sorumluluk Modeli” dünyadaki medya yönetişimi için baskın etik kılavuz türü olmaktadır. Model, devletin müdahalesine izin veren eski “Özgür Medya Modeli”nden farklı olarak etik meseleleri “yargılamak” için profesyonel etik kodlar ve özdenetimi önermektedir.

“Dördüncü Güç” modelinden sonra “Sosyal Sorumluluk Modeli” yükselişe geçmiştir. Model, sosyal sorumluluğa odaklandığından, medyanın bir şekilde yönetilmesi ve uygun görülen şeyleri yapması için serbest bırakılmaması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu yönetim modeli de en iyi şekilde sektörün kendisi tarafından gerçekleştirilebilir. Bu nedenle, öncelikle medya ortamının her bir kolu için toplu olarak oluşturulmuş meslek etik ilkeleri belirlenmelidir. İkincisi ise bu etik ilkelere uyulmasını sağlayacak olan profesyonel bir özdenetim sisteminin kurulmasıdır. Bu sistem, medya ortamına ideal yönetim modeli sunmak için ciddi bir şekilde eksik olan adli sistemi ve elbette devlet müdahalesine alternatif olarak hizmet edecek bir yapı sağlamaktadır. Basının bu kendi kendini yönetme sistemi, hükümetin yönetişimine benzeyebilmektedir; devlet baskısı nedeniyle değil, medya kuruluşları arasındaki karşılıklı anlaşma nedeniyledir. Ancak komisyon, her sistemde kontrol ve dengeye ihtiyaç olduğunu vurgulamaktadır. Bu nedenle aşırı durumlarda özdenetimin çalışmadığı ortaya çıkarsa hükümetin müdahalesine yer açılmalıdır. Kuvvetler ayrılığının bu önerisinin meslek mahkemeleri, davranış kuralları, para cezası ve diğer yaptırımlar tarafından gerçekleştirilebileceği düşünülmektedir.

Günümüzde ise bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler “Sosyal Sorumluluk Model” nin tek başına yeterli olamayacağını göstermektedir. Sadece kamu yararı adına devlet veya sektör tarafından belirlenecek etik ilkeler yeterli olmamaktadır. Çünkü yeni medya geleneksel medyaya göre çok daha karmaşık bir yapıya sahiptir. Ucuz ve herkes tarafından ulaşılabilir ve içerik üretilebilir bir yapıya sahip olması nedeniyle geniş kitleler tarafından kullanılan yeni medya bireylere de sorumluluklar yüklemektedir. Tam da bu noktada medya okuryazarlığı eğitimi yeni bir yönetim modeli olarak değerlendirilebilmektedir. “Sosyal Sorumluluk Modeli” uygulamaları yerine bugün farklı pratiklerin devreye girdiği görülmektedir. Örneğin sosyal sorumluluk projeleri genellikle devlet aygıtının bulunması gereken yerlerde sorumluluk alanlarını ikame eder durumdadır. Günümüzde bu durum, medya okuryazarlığı ile “Sosyal Sorumluluk Modeli”nin ikame edilmesi anlamına gelmektedir” (Özgen, 2019, s. 63). Özgen’e göre medya okuryazarlığı 1980’lerde kendi içine çekilmeye başlayan “Sosyal Sorumluluk Modeli”nin yerine bir alternatif olarak ortaya çıkmıştır.

### **Yeni Medya ve İletişim Çalışmalarında Etik Teoriler ve Yönetişim**

İletişim alanındaki etik ikilemleri ve sorunları değerlendirmeden önce etik konular üzerinde pratik düşünmeye yardımcı olacak bir bakış açısı sunan MERITS (Multi-dimensions Ethical Reasoning and Inquire Task Sheet/Çok Boyutlu Etik Akıl Yürütme ve Sorgulama Görevi Belgesi) modelini ele almak gerekmektedir. Patrick Lee Plaisance tarafından ortaya konulan MERITS, “bir konuya dâhil olan değerlere, doğru karar vermeye yardımcı olabilecek felsefi ilkelere, çeşitli paydaşların çıkarlarına ve olması gereken güvenilir etik müzakerelerin bir parçası olan ahlaki görev ve düşüncelere odaklanmayı amaçlamaktadır” (Media Ethics: Ethics Theory: Application to Media, 2020). Bu modele göre etik ikilemlere ilişkin bilinçli bir etik akıl yürütme geliştirmek için hangi soruların sorulması gerektiğini ortaya koymak gerekmektedir. Öncelikle ikilemde çelişen etik değerler belirlenmelidir. Bu değerlerin önemi ve nasıl çelişmekte olduğu tanımlanmalıdır. Çelişmekte olan değerler belirlenirken öncelik verilen değerlerin hangi sonuçlara yol açacağı neden-sonuç ilişkisi çerçevesinde değerlendirilmelidir. Hangi değere niçin öncelik verileceği ekonomi, politik, toplumsal boyutları göz önünde bulundurmayı gerektirmektedir.

Sonrasında sonuççuluk, faydacılık, erdem etiği ve deontoloji gibi etik teorilerin karar vermede nasıl rehberlik edeceği düşünülmelidir. Karar verme sürecinde ise potansiyel bütün paydaşların karardan nasıl etkileneceği dikkate alınmalıdır. Sonuççuluk teorisine göre kararın zarara neden olup olmayacağı seçimi belirlemektedir. Erdem etiği teorisine göre karar açıklandığında ahlaklı ve erdemli bir birey olarak hissedilip hissedilmeyeceği belirleyici olmaktadır. Deontoloji teorisine göre ise karar vermede ahlaki görev ve sorumluluklar ön plana çıkmaktadır. Örneğin, gazetecilikteki kilit değerler; zararın en aza indirilmesi, gerçeğin aranması ve raporlanması, bağımsız davranılması ve hesap verilmesidir. Oysa bu değerler pazarlama veya reklamcılıkta daha az önemli olabilmektedir. Ancak her iletişim mesleğinde öncelikli görülen bir değer, güvenilirlik değeridir.

Eğlence iletişimi filmler, müzik, oyunlar ve televizyon şovları gibi medya gösterisine ilişkin alanları içermektedir. Medyanın eğlendirme işlevine yönelik içerikler üreten eğlence iletişimi birçok insanı etkileyerek gündelik hayatın her yerinde kendini göstermektedir. Eğlence iletişimi yasal bir düzenlemeye tabi olmayıp etik ilkelerini kendi çerçevesine göre belirlemektedir. Bu durum eğlence iletişiminin uygunsuz içerik üretme gibi olumsuz sonuçlarına neden olabilmektedir. Özellikle mesajın içeriğini anlama yetisine sahip olmayan çocukların maruz kaldığı içerikler etik açıdan sorun oluşturmaktadır. “Çocukların internet kullanımı, yarattığı risk ve zararlar açısından önemli bir etik tartışma alanıdır. İnternetin getirdiği başlıca online riskler pornografi, zorbalık, cinsel mesajlar, tanınmayan kişilerle etkileşim, online ilişki kurulan kişilerle buluşma, kişisel bilgilerin kötüye kullanımı ve zararlı içerik gibi başlıklar altında ele alınabilmektedir” (Aydn, 2013, s. 105).

Örneğin dijital oyunlar çocukların gerçek ve sanal dünya arasındaki ayrımı yitirmelerine yol açabilmektedir. Böylece çocuğun gerçek dünya ile bağı koparak sanal dünyada kaybolup gidebilmektedir. Mariam, Momo ve Mavi Balina gibi şiddet içerikli dijital oyunlar çocuklarda intihar gibi hayatlarını sonlandırabilecekleri tehlikeli sonuçlara yol açabilmiştir. “Çocukları etkisi altına alarak intihara kadar sürükleyen oyun görünümü kötü niyetli yazılımlar dün TBMM Bilişim Teknolojileri Bağımlılığı Araştırma Komisyonu’nda ele alındı. Komisyonu bilgilendiren psikologlar ‘Mavi Balina’, ‘Mariam’ ve ‘Momo’ gibi kötü niyetli yazılımların kişide adrenalin seviyesini artırarak merak ve korku oluşturduğu için bağımlılığa neden olduğuna dikkat çekiyor” (Hürriyet, 2019).

Eğlence iletişiminin neden olabileceği etik sorunlara çözüm arayışına giden bazı ülkeler olası zararlı içeriklere ilişkin uyarılar sunan kuralları içeren çeşitli organizasyonlar kurmuşlardır. Amerika Birleşik Devletleri’nde filmler için Amerikan Sinema Filmleri Birliği, oyunlar için Eğlence Yazılım Değerlendirme Kurulu ve televizyon için TV Ebeveyn Kuralları bu organizasyonlara örnek olarak verilebilir. Ayrıca, Hollanda’da Görsel-İşitsel Medya Sınıflandırma Enstitüsü (NICAM) çocuklara zarar verebilecek bilgisayar oyunu, filmler ve televizyon programları için “kijkwijzer” isimli kılavuzu kullanmaktadır. Ancak bu uygulamaların yeterli olamayacağı durumlar için (şiddet ve müstehcen unsurlar gibi) bazı yasal yaptırımlar da uygulanmaktadır. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte çevrimiçi eğlence ortamlarına erişilebilirliğin artması evde ve okullarda içerik kontrolü ve filtrelemeyi gerekli hâle getirmektedir. Bu nedenle bu sorunlara çözüm olarak çocukların web siteleri ve çevrimiçi uygulamalara erişimi için ebeveynlerinin iznini almaları tartışılmaktadır.

Etik teoriler perspektifinde ele alındığında sonuççuluk ve faydacılık teorileri web siteleri ve çevrimiçi uygulamalara erişimi engellemenin ve kısıtlamanın çocukların yarar sağlayacak bilgiye erişimini de engelleyerek mustarip olmalarına yol açabileceğini ileri sürmektedirler. Ayrıca, özerkliğin kısıtlanması da tartışma konusu olmaktadır. İçeriklere erişimin engellenmesi ve kısıtlanması çocuk için daha çekici hâle gelerek “yasak meyve etkisi” yaratabilmektedir. Deontoloji ve erdem etiği çerçevesinde ele alındığında ise çocuğun zararlı etkilerden korunması ahlaki açıdan doğru olarak kabul edildiğinden engelleme ve kısıtlama etik kabul edilmektedir. Çocukları zararlı etkilerden korumak için önerilen çözüm önerilerinden biri medya okuryazarlığı eğitimidir. Medya okuryazarlığı eğitimi, medya mesajlarının alt metnini deşifre etme, medyanın kodlarını çözümüleme ve medya mesajlarını filtreden geçirerek sorgulayarak okumayı sağlamaktadır. Ayrıca, medya mesajlarının etkilerine karşı çocuğun kendisini korumasına yardımcı olmaktadır. Medya okuryazarlığı eğitimi sadece çocukların değil, eğlence iletişimi ve medya gösterisinin büyüdü dünyasına karşı bir direnç ve bağımsızlık sistemi geliştirmesi için yetişkinlerin de alması gereken bir eğitimidir. “Ebeveynler çocukların rol modelleridir. Anne ve baba ne yapıyorsa çocuk da onu yapar. Ebeveynlerin medya kullanımı konusunda doğru örnekleri yansıtması ve medyayı bilinçli tüketmesi gerekmektedir” (Orhon, 2019, s. 14).

Etik değerler politikacılar, gazeteciler ve toplum arasındaki etkileşim açısından ele alındığında politikacılar mesajlarını iletme, gazeteciler mesajları bağımsız ve eleştirel bir bakış açısıyla vermek, toplum da iletilen mesajlar aracılığıyla bilgilenmek ve haberdar edilmek istemektedir. Politikacılar parti için iyi olanın toplum için iyi olmadığı gibi durumlarda etik ikilemlerle karşı karşıya kalabilmektedir. Wikileaks bu konuda güzel bir örnektir. Sızdırılan belgelerin ifşa edilmesi hem hükümetler hem de toplum açısından hangi etik ikilemlere neden olabilir? Bu soruna üç farklı etik bakış açısı getirilmektedir. Birincisi eylemin amacına odaklanan ve evrensel kurallara bağlı olan deontoloji teorisidir. Bu teoriye göre, gazetecilerin toplumsal açıdan önemli olan bilgiyi yayınlaması bir görev olarak görülmektedir. Bu görevi yerine getirmenin sonuçları önemli değildir. Kant’ın görev etiği teorisine göre sonuçları her ne olursa olsun örneğin savaşa yol açsa bile yalan söylenmemeli ve gerçek olduğu gibi verilmelidir. İkincisi eylemin sonuçlarının değerlendirildiği faydacılık teorisidir. Amaç odaklı bu teori eylemin sonuçlarına odaklanarak eylemin neden olacağı sonucun çoğunluk için yarar sağlayıp

sağlamamasına göre karar vermeyi gerektirmektedir. Özellikle faydacı akıl yürütme izlenirken karardan etkilenen herkesin bu hesaplama dâhil edilmesi önemlidir. Üçüncü olarak ise bazı eylemler hakkında karar verirken sadece bu etik teoriler yeterli olmamakta, bu durumlarda herkes için ortak iyiye hizmet eden mesleki etik ilkeler de dikkate alınmalıdır.

8 Kasım 2020 tarihinde Türkiye Cumhuriyeti Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak'ın instagram üzerinden istifa ettiğini bildirmesi, siyasal iletişim açısından güncel ve dikkat çekici bir örnektir. Berat Albayrak'ın Cumhurbaşkanı'nın onayına sunmadan ve onun onayı olmadan yaptığı bu açıklama etik ikilemlere neden olmaktadır. Sonuççuluk teorisine göre kararın instagram üzerinden açıklanması zarar verici bir sonuca neden olmadığı için etik kabul edilebilmektedir. Ancak, onaylanmadan bildirilen bir karar olması ve belirsizlik içermesi nedeniyle tartışmalı bir durumdur. Deontoloji teorisine göre resmi görev ve sorumluluklara uygun bir davranış olmaması dolayısıyla etik olarak kabul edilmemektedir. İstifanın öncelikle Cumhurbaşkanı'na sunulması ve onun bu kararı onaylamasından sonra kamuoyuna duyurulması gerekmektedir.

İkna edici iletişim, belirli hedeflere ulaşmak için tasarlanmış iletişim süreçlerini ifade etmektedir. İkna edici iletişim sadece insanlara ürünü pazarlamak için değil, sağlıklı ve doğru tercihler yapmasını sağlamak açısından da önem atfetmektedir. “İkna edici iletişime örnek olarak bir sosyal medya gönderisi verilebilir. Örneğin, bir öğrencinin ebeveyni, çocukları için güvenliği sağlamak amacıyla okulun yakınındaki kaldırımlara duyulan ihtiyacı vurgulayan bir sosyal medya gönderisi paylaşabilir. Bu durumda hedef kitle, sosyal medyayı kullanarak okul yetkilileriyle de iletişim kurmuş olacaktır” (Effective Persuasive Communication Proof Reading Services, 2020).

İkna edici iletişimde pazarlamacı veya reklam uzmanı para kazanırken etik olarak doğru davranıp davranmadığı konusunda ikilem yaşayabilmektedir. “Sigara reklamlarına izin verilip verilmemesi etik ikilem konusudur. Bu alanda reklama izin verilmesi, halkın sağlığına zarar veren ürünü destekler mahiyettedir. Diğer yandan; firmanın ürün satma ve ifade özgürlüğü ihlal edilmiş olmaktadır” (Karabaş, 2013, s. 147).

Pazarlamada etik ikilemlere neden olan diğer bir önemli konu, ürün yerleştirmedir. Ürün yerleştirme, mesajı gönderen kurumun niyetini açık ve net bir şekilde belirtmeden kapalı olarak bilgisayar oyununda, blogda, filmde ve televizyon programlarında markasını sunduğu bir pazarlama iletişimi biçimidir. Sponsor mesajını ticari olmayan medya içeriğine dâhil ettiğinden mesajın kaynağı ve ikna edici amacı açık değildir. “Pazarlama iletişimi amaçlı oyunlarda ürün yerleştirme gibi yöntemler kullanılması ile çocuklar savunmasız bir şekilde reklam bombardımanına maruz kalmaktadır (Okay, 2019, s. 123). Örneğin çocuklar gibi hassas gruplara sık sık tatlı veya oyun reklamlarıyla ulaşılmaktadır. Çocuklar ticari hedefler ile eğlence hedefleri arasında ayırım yapamamaktadırlar ve bu nedenle ticari taraflarca kolayca ikna edilebilmektedirler. Bu anlamda reklamcılıkta ürüne ilişkin bütün gerçekler söylenmemekle birlikte ihtiyaç duyulmayan bir ürünün/hizmetin tüketimi için yanıltıcı bilgileri içeren sayısız örnek bulunmaktadır. Ayrıca yeni medya kullanıcıları geleneksel medyadan daha çok reklama maruz kalmaktadır. Çünkü çevrimici reklamcılık daha üretkendir.

Deontolojik teoriye göre pazarlamanın odak noktası motivasyon olmakta ve pazarlama evrensel olarak geçerli kurallar tarafından yönlendirilmektedir. Bu bakımdan, insanları eğlendirici içeriğin arkasında ticari bir amaç olduğu konusunda uyardıktan ikna etmenin yanlış olduğu düşünülmektedir. Bu soruna çözüm olarak marka ve medya sahiplerinin ve program yapımcılarının ürün yerleştirme stratejilerini kitlelere açık hâle getirmeleri gerekmektedir. Faydacılık teorisine göre ise bir televizyon programına ürün yerleştirme zararlı olmamalıdır. Çünkü kitlelerin çoğunluğu ticari amaçları tanıyan yetişkinlerden meydana gelmektedir. Faydacılık teorisine göre hedef, gösterinin içeriğiyle kitleleri eğlendirmektir ve altta yatan ticari hedef o kadar önemli değildir. Ayrıca sponsörlük, içeriği kitleye ücretsiz olarak sunma hizmeti sağlamaktadır.

İletişim çalışmaları çoğu zaman bir tür araştırma yapmayı içermektedir. Bir araştırma projesine başlamadan önce ise etik meseleleri dikkate almak önemlidir. Araştırma etiği çok geniş bir alan olduğu için iletişim bağlamında özel olarak ilgili olan bazı ikilemlere odaklanmak gerekmektedir. Örneğin iletişim çalışmaları çerçevesinde yapılan alan deneylerinde etik meseleler daha problemlî hâle gelmektedir. Politikacıların seçimler öncesi yaptığı alan araştırmaları katılımcıların bu tür deneylerde katılımcı olma konusunda gerçekten rıza gösterip göstermediği sorusunun ötesinde oylama sonuçlarını etkilemesi açısından daha sorunlu olabilmektedir. Etiğin temel olarak deneylerde bir rol oynadığı düşünülmektedir, çünkü tasarımdaki deneyler bir şekilde insanları yönlendirmektedir. Ancak, anket araştırması gibi araştırma türlerinde, istenmeyen ve etik açıdan sorunlu etkiler ortaya çıkabilmektedir. Anket araştırmasında araştırma etiği, soruların formülasyonunu ve seçimini içermektedir. En olumlu sonuca yol açan soruların değil, en iyi ölçümü sağlayan soruların sorulması sağlanmalıdır. Örneğin, bazıları politikacıların veya partilerin anketlerde nasıl performans gösterdiğinin rapor olarak verilmesinin vatandaşların oy kullanma niyetlerine yardımcı olduğunu iddia ederken, diğerleri oy verme sürecini bozduğunu iddia etmektedir.

Bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler web siteleri ve çevrimiçi uygulamalar üzerinden yapılan araştırmalara ivme kazandırmıştır. Bir web sitesi tasarımındaki değişikliğin ziyaretçiler tarafından nasıl karşılanacağını test etmek amacıyla bir gruba eski, bir gruba yeni özelliğin sunulduğu bir araştırma yapıldığını düşünelim. Tıklama sayısına göre hangi uygulamanın tercih edildiği tespit edilebilmektedir. Bu tür araştırmalar etik teoriler açısından tartışma konusu olmaktadır. Deontolojik teoriye göre siteyi ziyaret eden herkesin açık onayı alınmadığı için bu araştırma etik bulunmamaktadır. Ancak herkesin izninin alınması da pratik bir öneri değildir. Çünkü büyük bir web sitesine her ziyarette onay formu okuyup imzalayarak giriş yapmak ziyaretçiler için meşakkatli bir iştir. Ayrıca bu öneri uygulansaydı bile bireyler siteye girmek istemeyebilirdi. Faydacı teoriye göre ise araştırmayı yapmamak bilgi sağlamayı engelleyeceği için olumsuz kabul edilmektedir.

Bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin sonucunda ortaya çıkan yeni teknolojiler verilerin kullanımı, güvenli olarak saklanması, bilgiye kolay erişilebilirlik gibi etik sorunlara neden olabilmektedir. “Veri madenciliği, çeşitli bilgi parçaları arasında ilişkiler kurulması demektir. Özellikle yeni medya ortamlarında kullanıcıların verilerinin işlenmesi ve ortamda bırakılan dijital izler üzerinden yapılan veri eşleştirmesi ile kullanıcılara yönelik profil bilgileri çıkartılmaktadır” (Binark & Bayraktutan, 2013, s. 74). Örneğin WhatsApp’ın 4 Ocak 2021 tarihinde güncellediği ve 15 Mayıs 2021’de kullanıcılarına sunmaya hazırladığı Gizlilik Sözleşmesi gizlilik hakkının ihlali dolayısıyla tartışmalara neden olmuştur. Bu sözleşme WhatsApp kullanıcılarının içeriklerini Facebook’a erişime açmasını içermektedir. Ayrıca WhatsApp, kullanıcıların bu sözleşmeyi onaylamamaları durumunda uygulamayı kullanamayacağını da belirtmektedir. WhatsApp’ın gizlilik hakkını ihlal eden bu kararı kullanıcılar tarafından tepkiyle karşılanmıştır. Bunun üzerine kullanıcıların bazıları Signal, Telegram gibi benzer uygulamalara geçiş yapmışlardır. WhatsApp’ın bu konudaki kararından dönüp dönmeyeceği ise henüz netleşmemiştir.

Deontolojik teoriye göre verilerin herkese açık olması mahremiyet ve özerklik haklarına aykırıdır. Kant’ın ahlaki davranış anlayışı bireylerin seçim özgürlüğüne ve rasyonel karar vermelerine saygı gösterilmesi gerektiğini savunmaktadır. Bireylerin verilerini asıl amaçladıklarının dışında başkaları tarafından kullanılması ahlaki olarak doğru kabul edilmemektedir. Faydacı teori ise kurum için sağlanan faydanın birey için sağlanan faydadan daha büyük bir fayda sağlayacağı gerekçesiyle bireysel verilerin kurumlar tarafından kullanılmasında sakınca görmemektedir. Deontolojik teori bireyin araç olarak kullanıldığı kanısına varırken faydacı teori toplam faydanın hesaplanabilirliği açısından olayları değerlendirmektedir.

## Sonuç

Etik iyi-kötü, doğru-yanlış, güzel-çirkin gibi ikilemler üzerinden evrensel insani değerleri incelemektedir. Evrensel etik değerlerin belirlenmesinde ise toplumsal ve kültürel ahlaki değerler ve normlar rol oynamaktadır. Bu nedenle de etiğin çalışma alanını ağırlıklı olarak sosyal bilimler oluşturmaktadır. Sosyal bilimlerin bir alt disiplini olan iletişim çalışmaları etik meselelerin en çok tartışıldığı alanlardan biridir. Bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ise iletişim çalışmalarındaki etik meselelerin alanını daha da genişletmiştir. Böylece yeni teknolojilerin neden olduğu etik meseleleri ele almak bir gereklilik hâline gelmiştir.

Yeni medya ve iletişim çalışmalarında etik konusunun ele alınış biçimi, kuramlarla açıklama, sorunların belirlenmesi ya da etik sorunlara ilişkin yapılan alan araştırmaları üzerinden gerçekleşmiştir. Bu çalışmada ise etik konusu etik teoriler ve MERITS modeli ile ikilemler üzerinden tartışılarak karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır. Bu çerçevede yapılan analiz sonucunda etik sorunlara çözüm arayışı içerisinde olan etik teorilerin ortak paydada bulunduğu bir çözüm önerisi sunmadığı görülmektedir. Etik teorilerin her birinin bir sorunu ele alış biçimi farklı olmakla birlikte etik teoriler birbirine karşıt öneriler de sunmaktadır. Bu anlamda kendisi tartışmalı bir konu olan etik ikilemler, etik teoriler ile net bir çözüme ulaştırılamasa da sorunlara karşılaştırmalı ve farklı bakış açıları sunması açısından önem taşımaktadır. Etik ikilemleri yönetim modelleriyle ele almanın gerekliliği ise tam bu noktada ortaya çıkmaktadır. Yönetim modelleri, etik sorunları etik teorilere göre özdenetim mekanizmalarının oluşturulması, meslek etik ilkelerinin belirlenmesi gibi daha somut bir yaklaşımla değerlendirerek çözmeye çalışmaktadır. Bu anlamda, medya okuryazarlığı eğitimi yeni bir yönetim modeli olarak yeni medya ve iletişim çalışmaları alanındaki etik ikilemlerin çözümü için önemli bir modeldir. Yeni medya ve iletişim çalışmalarındaki etik sorunların olumsuz etkilerinden korunmak için bireylerde farkındalık yaratmayı sağlayan ve eleştirel okuma becerisini geliştiren medya okuryazarlığı eğitimine etik teoriler üzerinden karşılaştırmalı bir bakış açısı sunan MERITS modeli bilinçli ve pratik düşünmeyi geliştirmeye yardımcı olması açısından katkı sağlamaktadır.

Yeni medya ve iletişim çalışmaları alanlarındaki etik sorunları, etik teoriler aracılığıyla düalist bir yaklaşımla değerlendiren bu literatür çalışması, bu alanda yapılan diğer çalışmalara etik sorunları ikilemler üzerinden çok boyutlu bir bakış açısıyla ele alması açısından kaynak oluşturmaktadır. Ayrıca etik sorunlara MERITS modeli ile ikilemler üzerinden bir analiz sunan literatür çalışmalarının bulunmaması dolayısıyla bu çalışmanın analiz bölümünde yer alan bilgi ve içerikler bundan sonra yapılacak olan çalışmalar tarafından doğrulanmaya ve yanlışlanmaya açıktır. İlâveten, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler medya ve iletişim alanındaki etik çalışmaları daha karmaşık ve sorunlu hâle getirdiğinden etik sorunlara sadece yasal düzenlemeler ile çözüm bulunamamaktadır. Bu nedenle yeni medya ve iletişim araçlarının negatif etkilerinden korunmak için topluma ve bireylere de sorumluk düşmesi toplumun ve bireylerin eleştirel düşünme becerilerini geliştirecek çalışmalara ihtiyacı arttırmaktadır.

## Kaynakça

- Aristoteles. (2014). *Nikomakhos'a etik* (Çev. S. Babür). Ankara: BilgeSu Yayınları.
- Aydın, İ. (2013). Çocuk, internet ve etik. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 98-119. Erişim adresi: [https://www.researchgate.net/profile/InayetAydin/publication/316473196\\_Cocuk\\_Internet\\_ve\\_Etik/links/590063720f7e9bcf65458fc3/Cocuk-Internet-ve-Etik.pdf](https://www.researchgate.net/profile/InayetAydin/publication/316473196_Cocuk_Internet_ve_Etik/links/590063720f7e9bcf65458fc3/Cocuk-Internet-ve-Etik.pdf).
- Binark, M. ve Bayraktutan, G. (2013). *Yeni medya ve etik*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Buckingham, W., Burnham, D., Hill, C., King, P. J., Marenbon, J., Weeks, M. (2017). *Felsefe kitabı* (Çev. E. Lakşe). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Castells, M. (2016). *İletişimin gücü* (Çev. E. Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Effective Persuasive Communication Proof Reading Services. (2020). Erişim adresi: <https://www.ozassignments.com/solution/effective-persuasive-communication-assignments-solution>.
- Fuchs, C. (2016). *Sosyal medyaya eleştirel bir giriş* (Çev. İ. Kalaycı ve D. Saraçoğlu). Ankara: NotaBene Yayınları.
- Han, B.-C. (2018). *Şiddetin topolojisi* (Çev. D. Zaptçıoğlu). İstanbul: Metis Yayınları.
- Holowchak, M. A. (2014). *Thomas Jefferson and philosophy*. USA: Lexington Books.
- Mavi Balina, Mariam ve Momo bağımlı yapıyor çünkü... (2019, 25 Mayıs). Hürriyet. Erişim adresi: <https://www.cnnturk.com/turkiye/mavi-balina-mariam-ve-momo-bagimli-yapiyor-cunku>.
- Karabaş, S. (2013). Pazarlama iletişim aracı olarak tüketicilerin reklam denetimine karşı tutumları: reklam etiği. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 143-157. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ckuiibfd/issue/32891/365383>
- Kaur, P. (2018, January). The goldenness of 'the golden rule' an ethical business perspective. *International Journal of Advanced Educational Research*, 3(1), 52-55. Erişim adresi: <http://www.educationjournal.org/download/448/2-6-156-784.pdf>
- Koggel, C. & Orme, J. (July 2010). Editorial care ethics and applications. *Ethics and Social Welfare*, 4(2), 109-110. doi: 10.1080/17496535.2010.484255.
- Media Ethics: Ethics Theory: Application to Media. (2020). Erişim adresi: <https://quizlet.com/70492815/media-ethics-ethics-theory-application-to-media-chapter-3flash-cards/>.
- Okkay, İ. (2019). *Dijital oyunların çocuklar üzerinde yol açtığı etiksel sorunlar*. A. M. Kırık (Ed.), *Yeni medyada çocuk ve iletişim içinde* (s. 115-142). İstanbul: Çizgi Kitabevi.
- Orhon, N. (2019). *Tek başına medya okuryazarlığı? Bir de yanına 'aile okuryazarlığı' versek!*. M. Bostancı (Ed.), *Medya okuryazarlığı içinde* (s. 1-16). Ankara: Nobel Yayınları.

- Özgen, M. (2019). *Medya okuryazarlığının ekonomi-politik bağlamda çözümlenmesi ve değerlendirilmesi*. M. Bostancı (Ed.), *Medya okuryazarlığı içinde* (s. 49-66). Ankara: Nobel Yayınları.
- Özgen, M. (2002). *Gazetecinin etik kimliği*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Solomon, R. C. ve Higgings, K. M. (2017). *Felsefenin kısa tarihi* (Çev. M. Topal). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Soygüder, Ş. (2003). *Eyvah paparazzi*. İstanbul: Om Yayınları.
- Ysa, T., Albareda, A., Forberger, E. (2014). *What is governance*. P. Anderson, G. Buhninger, A. Gual (Ed.), *Reframing addictions: policies, rocesses and pressures içinde* (s.8-16). Europe: Alice Rap Project.
- Warburton, N. (2019). *Felsefenin kısa tarihi* (Çev. G. Ateşoğlu). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Zack, N. (2019). *Antik Yunan'dan postmodern döneme felsefe tarihi* (Çev. Ş. Alpagut). İstanbul: Say Yayınları.

## Extended Abstract

### Purpose

The areas where ethical dilemmas are most encountered and therefore the most discussed are media and communication studies. Developments in information and communication technologies add new ones to the existing ethical dilemmas by expanding the field of media and communication studies. The aim of this study is to analyze ethical problems in a multidimensional way over ethical dilemmas by considering the MERITS model which is a different method than the methods known so far. Thus, ethical problems that have been handled from one-dimensional perspective until today are presented from a multi-dimensional perspective. This study provides a conscious, critical and practical analysis of ethical problems encountered in new media and communication studies.

### Design and Methodology

In the study, the technique of collecting data based on theoretical literature analysis was preferred as a method. Ethical problems in new media and communication studies are evaluated with ethical theories of consequence, utilitarianism, virtue ethics, and deontology. Consequentialism and utilitarianism, which are sub-fields of normative ethics, are discussed with Jeremy Bentham's "Hedonistic Analysis" and John Stuart Mill's thoughts. Furthermore in this study in which ethical dilemmas are evaluated with comparative perspectives are included John Rawls's "Justice for Society" and Thomas Jefferson's "The Oppression of the Majority" which makes criticism the ethical theories developed by Jeremy Bentham and John Stuart Mill. The ethics of virtue shaped by the ideas of ancient Greek philosophy thinkers are explained by the ethical perspectives of Socrates, Plato and Aristotle. Deontology is handled with Immanuel Kant's "Categorical Imperative" theory. In addition to these four ethical theories, feminist ethics/caring ethics are also included in terms of presenting a different perspective. Governance which refers to the processes that affect media attitudes is expressed with models the early modern era which argued that the media took sides with the power, Edmund Burke's "The Fourth Estate"



and the "Responsibility to Society" suggested by the Hutchins Commission. Besides these three models, it is suggested as an alternative model in "Media Literacy Education." While examining the ethical dilemmas in new media and communication studies, the MERITS model is used as a method which developed by Patrick Lee Plaisance and provides a practical perspective on ethical problems.

### **Findings**

This study handles the issue of ethics comparatively by discussing ethical theories and the MERITS model through dilemmas. As a result of the analysis made within this framework, it is seen that ethical theories in search of solutions to ethical problems do not offer a solution proposal where they meet on a common ground. Although the way each ethical theory deals with a problem is different, ethical theories also offer opposing suggestions. In this sense, ethical dilemmas which are a controversial issue, are important in terms of presenting comparative and different perspectives to problems, although they cannot be resolved with ethical theories. The necessity of addressing ethical dilemmas with governance models arises at this point. Governance models try to solve ethical problems by evaluating them with a more concrete approach such as establishing self-regulation mechanisms and determining professional codes of ethics according to ethical theories. In this sense, media literacy education is an important model for solving ethical dilemmas in new media and communication studies as a new governance model. The MERITS model which provides a comparative perspective through ethical theories to media literacy education which creates awareness in individuals and improves critical reading skills in order to avoid the negative effects of ethical problems in new media and communication studies contributes to the development of conscious and practical thinking.

### **Research Limitations**

Ethical studies in new media and communication studies have generally been in the form of ethical problems encountered in the theoretical framework, the collection and classification of these problems under certain headings or field studies on these problems with known qualitative and quantitative methods. However, ethical problems are not dealt with in a comparative way through dilemmas with ethical theories such as consequence, utilitarianism, virtue ethics and deontology. For this reason, there is not enough literature study to support the part of this study that is tried to be analyzed over dilemmas through ethical theories. Therefore, information and contents included in the analysis section of this study are open to verification and falsification by future studies.

### **Implications (Theoretical, Practical and Social)**

Lack of studies that evaluate ethics subject in a comparative way through ethical theories revealed the necessity for studies that fill the gap in this field. In addition, as developments in information and communication technologies make ethical studies in the field of media and communication more complex and problematic, ethical problems cannot be solved only with legal improvements. Therefore, the responsibility of society and individuals in order to be protected from the negative effects of new media and communication tools increases the need for studies that will develop critical thinking skills of society and individuals. In this sense, studies with models that will contribute to conscious and practical thinking such as MERITS should be expanded.

**Originality/Value**

This study, unlike other studies, evaluates ethical problems comparatively through dilemmas with ethical theories. In addition, the MERITS model which was not preferred before was applied in this study to analyze ethical dilemmas in a comparative way. Thus, ethical problems that have been handled form a one-dimensional perspective until today are presented form a multi-dimensional perspective. This study in which ethical problems in new media and communication studies are discussed in comparison with ethical theories tried to present the changing media environment and behavior with information and communication technologies, the demands and expectations of the society for media professionals with ethical values and norms.

**Araştırmacı Katkısı:** Sema YANMIYAN (%100).