



Sahibini Vuran (Dijital) Silah: Sosyal Medyanın Bumerang Etkisi Üzerine Bir Değerlendirme*

Weapon Shooting the Owner: An Evaluation on the Boomerang Effect of Social Media

Mustafa İNCE

Karabük Üniversitesi, İletişim
Fakültesi, Karabük, Türkiye

ORCID

M.İ. : 0000-0001-8058-1076

Corresponding Author:

Mustafa İNCE

Email:

mince7@hotmail.com

Citation: İnce, M. (2020). Sahibini vuran (dijital) silah: Sosyal medyanın bumerang etkisi üzerine bir değerlendirme. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (1): 84-94.

Submitted : 08.11.2019

Accepted: 12.03.2020

Özet

İnternetin kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya da günlük yaşamımızın vazgeçilmezleri arasında yerini almıştır. Özellikle, twitter, Facebook, Instagram başta olmak üzere sosyal medya mecralarında her gün milyonlarca insan vakit geçirmekte ve çeşitli paylaşımlarda bulunmaktadır. Sürekli ve sınırsız bilginin paylaşıldığı bu mecraların; kolay ulaşılabilir olması, kendine özgü çekiciliği, zengin ve alternatifli içeriği, interaktifliği, insanlar arasında etkileşim sağlaması, bireysel düşünceleri yaymaya / yayınlamaya imkân vermesi gibi nedenlerle farklı sosyo-demografik özelliklere sahip insanlar tarafından aktif olarak kullanılmaktadır. Ancak ne var ki sosyal medyaya duyulan bu aşırı ilgi, önce alışkanlığa bir süre sonra da bağımlılığa dönüşebilmektedir. Bu bağımlılık, her yaştan (kadın-erkek) sıradan insanların yanı sıra, siyasetten spora, bürokrasiden ticarete birçok farklı pozisyon, görev ve meslekteki insanların, neredeyse tüm duygu ve düşüncelerini, icraatlarını ve hatta her anlarını bu platformlara taşıma ihtiyacı duymalarına neden olmaktadır. Günümüzde sosyal medya paylaşımları yüzünden işinden kovulan, istifa etmek zorunda kalan, yargılanan, hapse atılan insanlara ve hatta sosyal medyada canlı yayında intihar edilen pek çok olaya rastlamak mümkündür. Bu çalışmanın amacı, sosyal medya mecralarının bilinçsiz, kontrolsüz ve sorumsuz bir şekilde kullanılması sebebiyle, paylaşımların, kullanıcılar açısından telafisi güç birtakım zararlara neden olabileceğini ortaya koymaya çalışmaktır. Çalışma kapsamında 2018 yılında bazı sosyal medya paylaşımlarının neden olduğu farklı kategorilerden (olumsuz) örnek olaylar incelenerek değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital silah, Sosyal Medya, Bumerang Etkisi, Sosyal Medya Bağımlılığı.

Abstract

With use of internet being prevalent, social media has been indispensable in our casual life. Especially on Twitter, Facebook and Instagram, millions of people spend time and share various content every day. Continuous and unlimited information is shared within these environments, actively used by people with different socio-demographic characteristics due to easy accessibility, unique attractiveness, rich and alternative content, interactivity, interaction between people, and the ability to spread / publish individual thoughts. However, excessive interest towards social media can become an addiction. This addiction causes people of all ages (woman and man), including

*Bu çalışma, 4-7 Nisan 2019 tarihinde gerçekleştirilen II. Uluslararası AVRASYA Multidisipliner Çalışmalar Kongresi'nde sunulan bildiriden üretilmiştir.

people in politics, sports, bureaucracy, trade and many different professions to move almost all their emotions, thoughts and actions to these platforms. Therefore, it is possible to come across people who have been dismissed from work, forced to resign, tried, imprisoned and even committed suicide on social media. This study aims to demonstrate that social media use can cause irreparable damages since internet usage is often unconscious, uncontrolled and irresponsible. Within the scope of the study, (negative) case studies caused by social media in 2018 were examined and evaluated.

Keywords: Digital Gun, Social Media, Boomerang Effect, Social Media Addiction.

1. GİRİŞ

İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte, hem internet ağına dahil olan insanların sayısı hem de sosyal medya mecralarını kullanan kişilerin sayısı her geçen gün artmış ve artmaya devam etmektedir. 2018 yılı verilerine göre 81 milyon nüfusa sahip Türkiye’de 54,3 milyon internet kullanıcısı bulunmakta ve bu oran ülke nüfusunun %67’sine denk gelmektedir. Yine Türkiye’de nüfusun %54’ünü oluşturan 51 milyon kişi sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır. Ülkemizde son 5 yılda internet kullanan bireylerin oranı yüzde 35,5 artmıştır. Son on yılda sosyal medya kullanım oranı ise %38’den %72’ye çıkmıştır. Sosyal medya kullanımındaki bu artış, aynı zamanda sosyal medyaya bağımlı kitlelerin oluşmasını da beraberinde getirmektedir. Yeni medyanın hayatımızda giderek daha fazla yer edinmesi, bireylerin yaşamlarını da bu araçlar vasıtası ile anlaması, algılaması ve değerlendirmesine yol açmaktadır. Böylece insanlar adeta soyla medyayla yatıp sosyal medyayla kalkmakta, medya araçlarının gerçekliğine bağlı duruma gelmektedirler. Genellikle gün boyu online oldukları bu ortamlarda, bireyler, sürekli yeni paylaşımlarda bulunmakta, akrabalarından, arkadaşlarından, yakın çevresinden, tanıdıklarından ilgi gördükçe de bu paylaşımlar daha da artmaktadır. Öyle ki; hangi sosyo-demografik özelliğe sahip olursa olsun pek çok kullanıcı neredeyse günlük yaşamındaki tüm anları bu platforma taşıma durumuna gelmiştir. Adba International’ın (2018) araştırmasına göre, 1 Ocak-20 Aralık 2018 tarihleri arasında sadece Türkiye’de (bir yılda) twitter üzerinden 2 milyar 594 milyon 748 bin 212 paylaşım yapıldığı düşünüldüğünde sanal ortamdaki mesaj trafiğinin ne boyutta olduğu daha iyi anlaşılmaktadır.

Ne var ki; bu sanal ortamın kullanıcıları her zaman soğukkanlı, bilinçli ve doğru şekilde hareket edememektedirler. Farklı duygu durumlarında ve farklı ruh hallerinde (öfkeli, üzgün, stresli, gergin, duygusal, vb.) bu ortamlarda paylaşılan mesajlar, daha sonra pişmanlık uyandırmakta ve kişiyi zor durumda bırakabilmektedir. Kimi zaman espri olsun diye yapılan bir yorum, paylaşılan bir fotoğraf, kızgınlıkla yazılan bir mesaj kişiyi işinden dahi edebilmektedir.

Sosyal medya mecralarının bilinçsiz, kontrolsüz ve sorumsuz bir şekilde kullanılması sebebiyle, yapılan paylaşımların, kullanıcılar açısından telafisi güç birtakım zararlara neden olabileceğini ortaya koymaya amaçlayan bu çalışmada değerlendirmeye alınan olaylar, konuyla ilgili muhtelif yerlerde yayınlanan haberlerden derlenerek elde edilmiştir.

2. SOSYAL MEDYANIN GÜNDELİK YAŞAMDAKİ YERİ

Genel anlamda medyanın toplumsal yaşamdaki rolü ve bireyler üzerindeki etkisi büyüktür. *“Medyanın yaygınlığı ve büyük kitleler üzerindeki etkisi, sürekli olarak medyadan ileti alan ve medyaya bağımlı hale gelen topluluklar oluşmasına neden olmuştur. Medyanın etkilerinin, insanlar arasında örgütlenip kültüre dönüşmesiyle de medyanın yarattığı toplumlar ortaya çıkmıştır. 21. yüzyılda akademik veya halktan grupların ciddi biçimde eleştirdiği medyanın toplumları yönlendirmesi ve yönetmesi sorunu, medyayı bilerek ve seçerek izleyen grupların oluşmasına da yol açarken, medyanın egemenliğini engellemiştir”* (Karppinen ve Moe, 2014, 337).

Geçmişten günümüze medyanın toplumları yönetmede ve yönlendirmedeki rolü genellikle aynı kalmış, sadece argümanları değişmiştir.

İnternet hayatımıza dahil olmadan önce, ilk başta gazeteler daha sonra da televizyon egemen kitle iletişim aracı konumundaydı. Ancak internetle birlikte bu egemenlik son buldu. Bundan yaklaşık 25 yıl önce yaşamımıza giren internet ve sağladığı yenilikler hem iletişim dünyamızı hem de toplumsal yaşantımızı temelden değiştirdi. Gerek kamuda gerek iş yaşamında gerekse özel hayatımızda bilgi-iletişim teknolojisi kaynaklı köklü değişikliklere sebep oldu. İnternetin hızlı bir şekilde hayatın her alanına böylece dahil olması, elbette toplumsal yaşamda da önemli değişikliklere yol açtı. Özellikle sosyal ağlar, iletişim dünyasını ve kitle iletişimini çok farklı bir noktaya taşıdı. Günümüzde, internet ve dolayısıyla sosyal medya ya da bir başka ifadeyle yeni medya, egemen kitle iletişim aracına dönüştü. Bu dönüşüm ise toplumsal yaşamda önemli farklılıklar meydana getirdi.

Günümüzün toplumsal yapısını medya-iletişim-kitle iletişimi ekseninde ele aldığımızda, özellikle son on yılda ortaya çıkan ve her geçen gün toplumsal yaşamda daha aktif rol alan yeni bir medya türü ile karşı karşıya bulunmaktayız. İster sosyal medya, isterse yeni medya olarak adlandırılın, bu yeni medya türü geleneksel kitle iletişim araçlarından fonksiyonel açıdan farklı bir konumdadır (Alav, 2018:8). Gücünü bizzat bireylerden alan sosyal medyanın bugünkü pozisyonuyla, potansiyel sivil toplum gücü olarak değerlendirilmesi mümkündür. Sosyal medya aracılığıyla dağıtılan ve/veya sunulan haber, bilgi, fotoğraf, video gibi içerikler bir yandan içinde bulunduğu toplumu etkilerken öte yandan geri bildirimler sayesinde kaynağın bizzat kendisini de etkileyebilmektedir. Sosyal medyanın toplumsal gücünün temelinde ise, iletilmiş olduğu iletilerin güncel ve geri dönüşümlerinin anlık/en kısa sürede oluşmasının yanı sıra, medya iletilerine verilen bireysel ve kitlesel tepkilerin kısıtlanmadan, sansüre uğramadan özgürce iletilmesi ve bunun yanında zaman ve mekân kavramlarının olmayışıdır (Alav, 2018:9). Bu ve benzer özellikleri sayesinde sosyal medya, günümüzde de gelecekte de önemli olacaktır.

Sosyal medyanın salt medya-iletişim ekseninde toplumsal konularda belirgin bir etkinliğinden bahsetmek elbette mümkündür.

“Ancak bu mecrayı her kesimden, çok farklı amaçlar için kullananların bulunduğu düşünüldüğünde; bilgi kirliliğinin, yönlendirmenin, yalanın, art niyetli paylaşımların, spekülasyonun çok fazla olabileceğini tahmin etmek güç değildir. İdeolojik, ekonomik, siyasi vb. çıkar amaçlı üretilen içerikler, toplumda kafa karışıklığına, gerginliğe ve infiale neden olabilmektedir. Böyle durumlarda konunun açığa kavuşturulması için ilgililerden ve yetkililerden (konu hakkında) ayrıca bir açıklama ihtiyacı duyulmakta, hatta kimi zaman bu açıklamalar yalanın ve manipülasyonun ortadan kalkmasına yeterli gelmemektedir. Böylece kamuoyu yanlış bilgilendirilebilmektedir. Bunun yanında kendi (şahsi) meselesini memleket meselesi olarak gören, öyle gösteren, toplumsal gerginliğe neden olan, halkı kışkırtmaya yönelik paylaşımlar da gereksiz toplumsal huzursuzluklara neden olabilmektedir” (İnce, 2018:41).

Özellikle gençler, özgürlük alanı olarak değerlendirdiği ve büyük ilgi gösterdiği bu mecraların tehlikelerine karşı oldukça savunmasız durumda bulunmaktadır. Çünkü genellikle kendilerine ait olarak gördükleri veya kendilerini iyi hissettikleri bu mecralarda paylaşılan ve yayılan mesajlara önyargılı olarak istekli ve peşin kabullü olarak yaklaşmaktadırlar. Stevensson, ‘Medya kültürleri, sosyal teori ve kitle iletişimi’ adlı eserinde, yeni medyanın sanıldığı gibi sadece özgürlük sunan mecralar olmadığını belirterek bu mecraların sosyal ve ekonomik çıkarlara hizmet etmeye müsait olduğunu ve hatta hizmet ettiğini savunmuştur. (Stevenson, 2015: 302).

Stevensson, Virilio’nun yeni iletişim teknolojilerinin insan duyuları üzerindeki etkisinin ezici bir şekilde olumsuz olduğunu belirttiğini söyleyerek, yeni iletişim araçlarının ‘gerçek’ anlayışımızı da bozduğunu söylemiştir. (2015: 323). *“Yeni medya evreninde yeni kılıklar seçmeye ve yeni kimlikler edinmeye, böylece kendimizi ‘gerçek’ insan ilişkilerinden uzaklaştırmaya davet ediliyoruz. Teknolojinin insan çıkmazlarına sihirli çözümler bulma kapasitesi, potansiyel olarak bize benlik ve topluluk sorunlarına*

karşı 'sihirli' bir çözüm sunar. İnternet hem bizi atomlaştırıp hem de topluluğa ilişkin sıcak hisler uyandırabilir. Siberuzamda sadece ayrıcalıklı olanla karşılaştığımız, geç kapitalizmin sorunlarından kaçtığımız ve coğrafyanın yüklerinde kurtulduğumuz için farka ilişkin sorunlara karşı körleşiriz. Çevrimiçi çok az gerçek sürpriz ve tanıdık olmayan çok az şey vardır. Siberuzam, Öteki'nin ötekiliğiyle ilgilenmeyi değil, şirket kapitalizminin idaresine dayalıdır (Robins ve Webster, 1999)" (Stevensson, 2015:325).

"Bugün ülkemizde de (yeni) medyanın kısa ve uzun vadede olumsuzluklarından etkilenen farklı sosyo-demografik özelliklere sahip bireylere rastlamak mümkündür. İnternette oynadığı oyun yüzünden intihar eden çocuklardan, canlı yayında kendini asan gençlere, sosyal medyada paylaşımı yüzünden işinden kovulan çalışandan, attığı tweet yüzünden istifa etmek durumunda kalan bürokrata kadar pek çok örneğe rastlamak mümkündür" (İnce, 2019:137) Bütün bu nedenlerden ötürü, yaşamımızın vazgeçilmezlerinden biri olan sosyal medya mecralarında bin düşünüp bir adım atmak gerektiği yadsınamaz bir gerçektir.

3. ARAŞTIRMA

Bu araştırma, sosyal medyada bilinçsizce paylaşılan bilgi, belge, görsel ve mesajların, bizzat mesajları yayımlayanlara -kaynağa- verdiği ve/veya verebileceği olası zararların boyutlarını, Türkiye'de 2018 yılında meydana gelen (konuyla ilgili) bazı örnek olaylar üzerinden değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Hangi sosyo-demografik özelliğe sahip olursa olsun, sosyal medyanın doğru ve bilinçli kullanılmaması sonucu ortaya çıkan olumsuzluklar kişilerin yaşamlarını altüst edebilmektedir. Öyle ki, sosyal medya paylaşımları yüzünden işinden kovulan, istifa etmek zorunda kalan, yargılanan, hapse atılan insanlara ve hatta sosyal medyada canlı yayında intihar edilen pek çok olaya rastlamak mümkündür. Bu ve benzeri durumların yaşanmaması için sosyal medya platformlarının sınırsız ve sorumsuz bir alan olarak düşünülmemesi gerekmektedir. Bilakis, bu mecralarda paylaşılan mesajların telafisi mümkün olmayan neticelere yol açabileceğinin bilinmesi elzemdir. Ülkemizde yaklaşık 51 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu düşünüldüğünde bu konuya dikkat çekilmesi oldukça önemlidir. Bu maksatla ele alınan bu çalışma kapsamında 2018 yılında yaşanan bazı olaylar incelenerek bilinçsiz kullanılan yeni medya platformlarının ortaya çıkarabileceği (maddi-manevi) zararların örneklerle incelenmesi amaçlanmıştır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Çalışma kapsamında, 1 Ocak 2018 – 31 Aralık 2018 tarihleri arasında yaşanan ve konuya ilişkin bazı olaylar tespit edilerek değerlendirilmiştir. Etki derecesi gözetilerek ele alınan araştırma örnekleri, farklı (tarz ve) özellikte olmak üzere 4 (dört) olay ile sınırlı tutulmuştur. Araştırma, niceliksel araştırma yöntemlerinden biri olan ve geçmişte yaşanmış bir olayın günümüzde ya da günümüzde yaşanan bir olayın olası gelecekteki bir olay üzerinde muhtemel etkisinin incelenmesine dayanan 'Tarihsel Model' yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. (Gurbetoğlu, 2015: 12; Çepni, 2007: 20-63; Ekiz, 2003: 19-20; Özdamar vd.,1999: 7-9).

3.3. Sosyal Medyanın Bilinçsiz Kullanımının Sebep Olduğu Mağduriyetler

(Örnek Olay İncelemeleri)

Yeni medya ve/veya başka bir ifadeyle sosyal medyanın bilinçsiz kullanılması, sosyo-demografik özelliği fark etmeksizin tüm bireyler için büyük bir risk teşkil etmektedir. Riskin boyutu, kaynağın etkililiği (ve statüsü) ile doğru orantılıdır. Yani kariyer olarak en tepedekilerin yanlışlarının faturası çok daha ağır olmaktadır. Giderek daha bağımlı hale geldiğimiz bu mecralar adeta mayın tarlasın gibidir. Çok dikkatli ve bilinçli olmayı gerektirmektedir. Aksi takdirde

kişilerin kariyerine, işine, özgürlüğüne, malına ve hatta canına sebep olabilecek şartlar doğurabilir. Bu nedenle bireyler, bu yeni platformların (maddi-manevi) zararlarından korunabilmek için yeni medyayı bilinçli kullanmaları, içeriklerini anlayıp, çözümleyip adeta olumsuzluklarına karşı bir savunma sistemi geliştirmeleri gerekmektedir.

Örnek Olay 1: (Twitter)

03 Mayıs 2018-Yurt Gazetesinde “Sosyal Medyadan Yaptığı Paylaşım Başını Yaktı” başlıklı haberde yer alan bilgilere göre, Oyuncu Burak Alkaş, parasını ödemediği gerekçesiyle sosyal medya hesabından yapım şirketi ile ilgili olarak “bendi dolandırdılar”, “TFT yapım karşılıksız çek vererek beni dolandırdığı için dava açıyorum” şeklinde paylaşımda bulunmuştur. Yapım şirketi, oyuncunun doğru söylemediğini belirterek şikayetçi olmuş ve haklı bulunmuştur. Oyuncu Alkaş ise savunmasında, **sinirle böyle bir paylaşımda bulunduğunu ama kısa süre sonra sildiğini** söylemiştir.

Haberin tamamı şu şekildedir;

“Sosyal Medyadan Yaptığı Paylaşım Başını Yaktı”

Oyuncu Burak Alkaş’a parasını ödemediğini öne sürdüğü yapım şirketi hakkında sosyal medya hesabından yaptığı paylaşım nedeniyle 3 ay 15 gün adli para cezası verildi.

Pis Yedili dizisinde canlandırdığı ‘Orçun’ karakteriyle üne kavuşan oyuncu Burak Alkaş, TFT Televizyon Film ve Yapım şirketinin yapımını üstlendiği ‘Yeşil Deniz’ isimli dizide oynadı. Dizide ‘Müezzin Cemil’ rolünü oynayan Alkaş, 30 Mayıs 2016’da sona eren dizideki ücretini, yapım şirketinin verdiği çekle aldı.

Sosyal Medyadan Ağır Suçlama: Beni Dolandırdılar

Ancak Alkaş; yapım şirketi sahibi Mürüvvet Ayfer’in, Mayıs ayında biten dizinin ücretini Eylül ayı geçmesine rağmen ödemediğini ve kendisine verilen çekin karşılıksız çıktığını iddia etti. Ardından Alkaş, sosyal medyada, “TFT yapım karşılıksız çek vererek beni dolandırdığı için dava açıyorum” şeklinde bir mesaj paylaştı.

Yapım Şirketi Şikayetçi Oldu

Mesaj sonrası İstanbul Cumhuriyet Başsavcılığı’na başvuran Mürüvvet Ayfer, ödemenin yüklü miktarının yapıldığını, geriye kalan kısmın ise bankada meydana gelen bir sorun nedeniyle ödenmediğini belirterek kendisine iftira atıldığını savundu. Ayfer’in şikayeti üzerine Burak Alkaş hakkında soruşturma açıldı. Savcılığın başlattığı soruşturma kapsamında ifadesi alınan ünlü oyuncu, ödemenin yapılmadığını ve çekin karşılıksız çıktığını ileri sürerek sinirle böyle bir paylaşımda bulunduğunu ama kısa süre sonra sildiğini söyledi. Soruşturma sonunda Alkaş hakkında hakaret suçundan iddianame düzenlendi.

580 Lira Ödeyecek

İstanbul Asliye Ceza Mahkemesi’nde hâkim karşısına çıkan Alkaş, olayı kabul ederek kendisinin parasını alamadığını ve bu sebeple paylaşımda bulunduğunu tekrarladı. Duruşmada taraflar arasında uzlaşma sağlanamadı ve sosyal medyada yapım şirketi hakkında paylaştığı hakaret içerikli mesaj nedeniyle Alkaş’a 3 ay 15 gün adli para cezası verildi. İyi hal indirimi alan ünlü oyuncu, 580 lira para cezası ödeyecek.

Örnek Olay 2: (Instagram)

05 Haziran 2018-Tarihinde medya24.com adlı sitede yayınlanan habere göre, Rap müzik dünyasının tanınmış isimlerinden Ezhel Serkan İpekçioğlu, kullandığı 'Ezhel06' isimli **instagram hesabında hint keneviri bitkileri ile çekilmiş fotoğrafının olduğu ve bu fotoğrafın 5 bin 182 kişi**

tarafından beğenildiği belirlenmiştir. Yine İpekçioğlu tarafından şarkı sözü olarak "Esrarın da etkisiyle ışık daha parlak çekilir nefesler" sözünü yazdığı tespit edilmiştir. Şarkıcının bu paylaşımlarının suç unsuru barındırdığı gerekçesiyle ilgili birimler tarafından şikâyete konu edilmiştir. Ezhel için hazırlanan iddianamede savcılık genç müzisyenin Instagram paylaşımları ve şarkı sözlerinin uyuşturucuya teşvik ettiğini öne sürerek sanatçının **10 yıla kadar hapsini istemiştir**. Ezhel'in 28 Şubat 2018 tarihinde YouTube yayınında uyuşturucuya özendirici paylaşımda bulunduğunu belirten savcılık, aynı zamanda şarkılarında da şiddete özendirdiğini iddianameye eklemiştir.

Haberin Tamamı Şu Şekildedir;

Şarkılarında uyuşturucuya özendirdiği gerekçesiyle cezaevine gönderilen rap müzik sanatçısı Ezhel'in sosyal medya paylaşımları başını yaktı. Genç şarkıcının 10 yıla kadar hapsi isteniyor.

Rap müzik dünyasının tanınmış isimlerinden Ezhel Serkan İpekçioğlu, geçtiğimiz hafta uyuşturucu madde kullanımına özendirdiği gerekçesiyle gözaltına alınmıştı. BİMER'e yapılan şikâyetler neticesinde gözaltına alınan ve cezaevine gönderilen genç müzisyenin sosyal medya hesabından yaptığı paylaşımlar başına büyük iş açtı.

Ezhel için hazırlanan iddianamede savcılık genç müzisyenin Instagram paylaşımları ve şarkı sözlerinin uyuşturucuya teşvik ettiğini öne sürdü.

Ezhel'in 28 Şubat 2018 tarihinde YouTube yayınında uyuşturucuya özendirici paylaşımda bulunduğunu belirten savcılık, aynı zamanda şarkılarında da şiddete özendirdiğini iddianameye ekledi.

Sosyal Medya Paylaşımları Yaktı

Habertürk muhabiri Arzu Kaya'nın haberine göre, İpekçioğlu'nun kullandığı 'Ezhel06' isimli instagram hesabında hint keneviri bitkileri ile çekilmiş fotoğrafının olduğu, bu fotoğrafın 5 bin 182 kişi tarafından beğenildiği belirlendi. Yine İpekçioğlu tarafından şarkı sözü olarak "Esrarın da etkisiyle ışık daha parlak çekilir nefesler" sözünü yazdığı belirlendi.

23 Mayıs 2018 günü gözaltına alınan İpekçioğlu, paylaşımların kendisi tarafından yapıldığını belirterek, "Instagram ve Youtube isimli sosyal medya ortamında paylaştığım videoda amacım uyuşturucu madde kullanmayı özendirmek değildi. Ben müzisyenim, güfte yazdığım da oluyor. Bu nedenle bu şekilde bir video paylaştım. Suçlamayı kabul etmiyorum" dedi. "Uyuşturucu madde kullanılmasını özendirme" suçundan tutuklanarak cezaevine gönderildi.

Hapis ve Adli Para Cezası Talebi

Anadolu Cumhuriyet Başsavcılığı'nca hazırlanan iddianamede, şüphelinin sosyal medya ortamındaki paylaşımlarıyla uyuşturucu ve veya uyarıcı madde kullanılmasını alenen özendirecek şekilde paylaşımlar yaptığını belirtildi. Bu durumun da sosyal medyadaki yazılar ve şüphelinin beyanıyla sabit olduğu kaydedildi. Hakkında "uyuşturucu madde kullanılmasını özendirme" suçundan 5 yıldan 10 yıla kadar hapis cezası ve bin günden on bin güne kadar adli para cezası ile istemiyle dava açıldı. İpekçioğlu'nun yargılanmasına önümüzdeki günlerde Anadolu 44. Asliye Ceza Mahkemesi'nde başlanacak.

Ağustos'ta Sahne Alacaktı

Ezhel ilk albümünü 2017 yılında çıkardı. Sercan İpekçioğlu'nun "Şehrimin tadı" adlı şarkısının videosu internette 31 milyon kişi tarafından izlendi. İlk albümü Müptezhel'le büyük bir çıkış yakalayan Ezhel, Ağustos ayında Macaristan'da Sziget Festivalinde sahne alacaktı.

Örnek Olay 3: (Facebook)

8 Kasım 2018- www.sgkrehberi.com sitesinde yer alan habere göre, bir devlet hastanesinde çalışan temizlik işçisi, hastaneyi su basması üzerine, sosyal medya adresinden, “...gelecek tüm hasta ya da hasta yakınlarının dikkatine! gelirken yanınızda can yeleği, bot, çizme, yağmurluk, şnorkel, yüzme bilmiyorsanız simit, makarna, kolluk, ya da bu işi keyfe çevirmek istiyorsanız mayo getirmeniz önerilir” şeklinde bir paylaşımda bulunmuştur. Ancak bu paylaşım çalışanı işinden atılmasına sebep olmuştur. Paylaşımı yapan kişi iş akdi feshedilerek, tazminatsız kovulmuştur. Çalışanın Yargıtay’a yaptığı itiraz da reddedilmiştir.

Haberin Tamamı Şu Şekildedir;

Yargıtay, çalışma hayatındaki davranışlarda yine dikkat çekici önemli bir karara imza attı. Karara göre, Facebook’ ta bu espriyi yapan çalışan tazminatsız işten atılabilir.

‘Hastaneyi Su Bastı, Botla Gelin...Yüzme Bilmiyorsanız Simit, Can Yeleği Alın...’

Yaşanan olayda bir devlet hastanesinde çalışan temizlik işçisi, hastaneyi su basması üzerine, sosyal medya adresinden, ...gelecek tüm hasta ya da hasta yakınlarının dikkatine! gelirken yanınızda can yeleği, bot, çizme, yağmurluk, şnorkel, yüzme bilmiyorsanız simit, makarna, kolluk, ya da bu işi keyfe çevirmek istiyorsanız mayo getirmeniz önerilir” şeklinde bir paylaşımda bulundu.

Ancak bu paylaşım işinden etti...İş akdi feshedilerek, Tazminatsız kovuldu.

Kovulmanın şokunu yaşayan işçi soluğu İş Mahkemesinde aldı ve haksız yere işten çıkarıldığını ileri sürerek, işe iadesini talep etti.

Davalı işveren ise, Facebook paylaşımının, asıl işveren...’ı kötüleyen ve küçük düşüren ”... nitelikte olduğunu, ‘...gelecek tüm hasta yada hasta yakınlarının dikkatine! gelirken yanınızda can yeleği,... bot, çizme, yağmurluk, şnorkel, yüzme bilmiyorsanız simit, makarna, kolluk, ya da bu işi keyfe çevirmek istiyorsanız mayo getirmeniz önerilir” şeklinde bir paylaşımda bulunan davacının bu davranışının işçinin sadakat yükümlülüğününün açık ihlali olup doğruluk ve bağlılıkla bağdaşmadığını ileri sürerek feshin haklılığını savundu.

Mahkeme: Espri Yapmış!

Mahkeme temizlik işçisinin paylaşımını, hakaret kastı olmadığı gibi espri amaçlı buldu. Yine bu davranışın, işçi ile işveren arasındaki güven ilişkisini ve davalı şirketin ticari itibarını sarsmadığını değerlendirek işe iadeye karar verdi.

İşveren kararı temyiz etti.

Yargıtay: Küçük Düşürücü ve Aşağılayıcı

Son sözü söyleyen Yargıtay ise, çalışanın espisini affetmedi.

Yargıtay, davacının Facebook’tan yaptığı paylaşımının işvereni küçük düşürücü ve aşağılayıcı nitelikte olduğu, espri niteliğinde sayılamayacağı, bu sebeple iş sözleşmesinin haklı sebeple feshedilmesinde herhangi bir hukuka aykırılığın olmadığına karar verildi.

İşte o Karardan bir bölüm...

‘...temizlik işçisi olarak alt işveren... şirketinde çalıştığı ve bazen işyerinde su basması olaylarının yaşandığı doğru olsa bile, 27.10.2014 tarihinde; “...a gelecek tüm hasta ya da hasta yakınlarının dikkatine! Gelirken yanınızda can yeleği, Zodyak bot, çizme, yağmurluk, şnorkel, yüzme bilmiyorsanız simit, makarna, kolluk, ya da bu işi keyfe çevirmek istiyorsanız mayo getirmeniz önerilir” şeklinde Facebook’tan yaptığı paylaşımın, asıl işvereni küçük düşürücü ve aşağılayıcı nitelikte olup, espri niteliğinde sayılmayacağı, bu nedenle davacının söz konusu eyleminin işveren açısından doğruluk ve dürüstlikle bağdaşmayan hareket olarak değerlendirilip iş sözleşmesinin haklı

nedenle feshedilmesinde herhangi bir hukuka aykırılık olmadığı, davacının bu eylemleri haklı fesih sebebi oluşturacağından davanın reddine karar verilmesi gerekir...'

Örnek Olay 4: (Twitter)

30 Eylül 2018-Sosyal Medya Paylaşımları Elon Musk'ın Başını Yaktı-Euronews Türkiye'de yer alan habere göre ABD'li elektrikli otomobil üreticisi ve enerji depolama şirketi Tesla'nın kurucusu Elon Musk'ın twitter üzerinden "Tesla hisselerini geri toplamak ve borsadan çekmek için mali kaynak bulduğuna ilişkin" paylaşım yapmıştı. Ancak, ABD Menkul Kıymetler ve Borsalar Komisyonundan (SEC), perşembe günü, Musk'ın, Tesla hisselerini geri toplamak ve borsadan çekmek için mali kaynak bulduğuna ilişkin sosyal medya üzerinden yaptığı açıklamasının "doğru olmadığı ve yanlış yönlendirici olduğu" suçlamasıyla dava açmıştı. Bu süreçte Tesla'nın hisseleri yüzde 20 düştü, bu dönemde şirketin piyasa değeri de yaklaşık 12,2 milyar dolar azaldı.

Haberin Tamamı Şu Şekildedir;

ABD'li elektrikli otomobil üreticisi ve enerji depolama şirketi Tesla'nın kurucusu Elon Musk'ın, hakkındaki yolsuzluk soruşturması kapsamında şirketin yönetim kurulu başkanlığından ayrılacağı, kendisi ve şirketi adına toplam 40 milyon dolar ceza ödeyeceği bildirildi.

ABD Menkul Kıymetler ve Borsalar Komisyonundan (SEC) yapılan açıklamaya göre Musk, 45 gün içinde şirketin yönetim kurulu başkanlığından istifa edecek ve gelecek 3 yıl boyunca bu pozisyona aday olamayacak.

Musk, Tesla'nın Üst Yöneticisi (CEO) olmaya devam edecek.

Açıklamada, Musk'ın, "davadaki suçlamaları kabul ya da reddetmeden" kendisi ve şirketi adına 20'şer milyon dolar ceza ödemeyi kabul ettiği kaydedildi.

Dava süreci

SEC, perşembe günü, Musk'ın, Tesla hisselerini geri toplamak ve borsadan çekmek için mali kaynak bulduğuna ilişkin sosyal medya üzerinden yaptığı açıklamasının "doğru olmadığı ve yanlış yönlendirici olduğu" suçlamasıyla dava açmıştı.

Tesla, 18 Ağustos'ta şirketin ABD Adalet Bakanlığı tarafından da soruşturulduğunu açıklamıştı.

Musk, 13 Ağustos'ta Twitter hesabı üzerinden yaptığı açıklamada, Tesla'yı hisse başına 420 dolar teklifle New York borsasından çekme planını 2 Ağustos'ta şirketin yönetim kuruluyla paylaştığını bildirmiş ve Suudi Arabistan varlık fonunun kendisiyle 2017'nin başından beri Tesla'yı borsadan çekme konusunda görüştüğünü kaydetmişti. Musk, 24 Ağustos'ta ise şirketin yönetim kurulu ve hissedarlarıyla yaptığı görüşmelerin ardından, Tesla'nın borsadan çekilme kararının iptal edildiğini duyurmuştu.

Musk'ın ilk açıklamasından bugüne kadar Tesla'nın hisseleri yüzde 20 düştü, bu dönemde şirketin piyasa değeri de yaklaşık 12,2 milyar dolar azaldı. Musk, ABD merkezli uzay aracı ve roket üreticisi SpaceX şirketinin de yöneticisi konumunda bulunuyor.

SONUÇ

İyi mi kötü mü tartışılarsun, sosyal medyanın, yanlış ve bilinçsiz kullanılmasının, başta kullanıcıların bizzat kendilerine verdiği zararlar olmak üzere pek çok olumsuz yönlerinin bulunduğu açıktır. Bu olumsuzluklara dikkat çekmek maksadıyla farklı tarzlardaki olaylar üzerinden ele aldığımız örneklerde sosyal medya veya başka bir ifadeyle yeni medyanın bilinçsiz bir şekilde kullanılmasının kişilerin canına, malına, işine, kariyerine nasıl zarar verdiği ortaya

konmaya çalışılmıştır. Sosyal medyanın ve yeni iletişim platformlarının, her geçen gün daha fazla insan tarafından kullanılmaya başlandığı düşünüldüğünde, mağduriyetlerin de giderek artması muhtemeldir. Bu çalışmayla sosyal medyada yaşanan mağduriyetlere dikkat çekilerek benzer sorunların yaşanmaması hususunda bir bilinçlenme oluşturulması amaçlanmıştır.

Sosyal medyanın yanlış ve bilinçsiz kullanımının sebebiyle yaşanabilecek maddi-manevi mağduriyetlerin önüne geçebilmek için yeni medya okuryazarlığı eğitiminin her düzeyde yaygınlaştırılmasının yanı sıra devletin ilgili organlarına, kurum ve kuruluşlara, sivil toplum kuruluşlarına da sorumluluklar düşmektedir. Sosyal medya mecralarının sınırsız, serbest, kontrolsüz bir alan olmadığı her fırsatta altının çizilmesi gerekmektedir. İnsanlar hakkında bilgi toplanmak istendiğinde, işe alımlarda, güvenlik soruşturmasında hatta yargulamalarda dahi sosyal medya paylaşımları incelenebilmektedir. Son zamanlarda sosyal medyada yapılan paylaşımların delil olarak mahkemelerce kabul edilebildiği ve iş akitleri çerçevesinde bu paylaşımların içeriğinin 'haklı' veya 'geçerli' fesih kapsamında değerlendirildiği görülmektedir. Bazı kurumlar da bu hususta çalışanlarını uyarmakta, sosyal medya platformlarında dikkatli olmalarının altını çizmektedirler. Örneğin Türk Hava Yolları, yayınladığı bir bilgilendirme notu ile çalışanlarından, sosyal medyada yaptığı paylaşımlara dikkat etmelerini istedi. THY, yeni bir düzenleme ile pilot ve kabin memurlarının sosyal medyada üniformalı fotoğraflarını, videolarını paylaşmamaları, mevcut markaya zarar verecek hukuki sonuçlar yaratabilecek içeriklerden kaçınmalarını istedi.

Sosyal medyadaki her anın takip edilebildiğinin, kayıt altına alındığının, paylaşımlarını kontrolsüz olarak çoğaldığının bilinmesi ve bu mecralarda önemli mesaj, fotoğraf, bilgi ve belgelerin paylaşılmaması gerektiği unutulmamalıdır. Günün her anında, hayatın her alanına dair yapılan paylaşımlar, kullanıcıları hata yapmaya zorlamaktadır. Özellikle kişilerin farklı psikolojide ve farklı ruh halindeyken (öfkeli, üzgün, duygusal, yorgun) hata yapma riski daha da artmaktadır.

KAYNAKÇA

- Alav, O. (2018). Sosyal Medya'nın Birey ve Toplumsal Yapıya Etkileri, *Elektronik Sosyal Bilgiler Eğitimi Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1
- Alkan, T. (1989). *Siyasal Bilinç ve Toplumsal Değişim*, Ankara: Gündoğan Yayınları.
- Atabek, Ü. (2001). *İletişim ve Teknoloji Yeni Olanaklar Yeni Sorunlar*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Balle, F. ve Eymert, G. (1991). *Yeni Medyalar*. Çev.: Mehmet Selami Şakiroğlu, İstanbul: İletişim Yayınları
- Bauman, Z. (2015). *Bireyselleşmiş Toplum*. Çev.: Yavuz Alagon, İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Cereci, S. Ve Özdemir H. (2015). Medyanın Toplumsal Gelişimi: Medya Toplulukları, *The Journal of Academic Social Science Studies*, Number: 33, p. 1-10, Spring I 2015
- Çakır, H. ve Topçu, H. (2005). Bir iletişim dili olarak İnternet. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19 (2), 71-96.
- Çepni, S. (2007), *Araştırma ve Proje Çalışmalarına Giriş*. Trabzon: Celepler Publication,
- Ekiz, D. (2003), *Eğitimde Araştırma Yöntem ve Metodlarına Giriş: Nitel, Nicel ve Eleştirel Kuram Metodolojileri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Erdoğan, İ., (2013). Yeni Medya Gazeteciliğinde Etik Bir Paradigma Belirlemenin Kapsamı ve Sınırları, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı 36 / Bahar 2013nix Yayınevi.
- Gurbetoğlu, A. (2015), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi

- Güzel, E. (2016). Dijital Kültür ve Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Rekabetin Aktörü 'Dijital Habitus', *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4 (1).
- Güzel, M. (2006). Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü. *Küresel İletişim Dergisi*, Sayı.6
- Hall, G. ve Brichall, C. (2013). *Yeni Kültürel Çalışmalar, Kuramsal Serüvenler*, Çev.: Onur Kartal, İstanbul: Say Yayınları
- Hasdemir, T. A., (2012), Gelenekselden Yeni Medya Okuryazarlığına: Türkiye Örneğinde Bir Değerlendirme, *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl 5, Sayı 2: 23-40, Çorum.
- İnce, M. (2018). *Haber edinme aracı olarak internet ve internet haberciliği*, Konya: Eğitim Yayınevi
- İnce, M. (2019). Yeni Medya Okuryazarlığının Önemi Üzerine Bir Değerlendirme, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 7, Sayı: 90, Mart 2019, s. 125-145
- İnce, M. ve Koçak, M. C. (2017). Basın (Ulusal Gazeteler) 15 Temmuz'u Nasıl Gördü? *Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 12/35*, p. 239-254
- Karakulakoğlu. E. S. (2012). Sosyal Medyanın Karanlık Yüzü. *The Turkish Online Journal Of Design, Art and Communication*, 2.(4) ss. 32.40.
- Karppinen, K. and Moe, H. (2014). "What We Talk about When We Talk about "The Market": Conceptual Contestation in Contemporary Media Policy Research". *Journal of Information Policy*, (4), 327-341.
- Kazancı, M. (2010). *Dijital Kitap (E-Kitap) Yayıncılığı: Türkiye'de Yayıncılık İçin Yeni Fırsatlar, Eski Sorunlar*, Ankara.
- Kellner, D., (2014). *Yeni Teknolojiler/Yeni Okuryazarlıklar: Yeni Binyılda Eğitimin Yeniden Yapılandırılması, Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar* (Çev. M. Akif Barış), (Ed.) Mukadder Çakır, İstanbul: Doğu Kitabevi, 413-444.
- Maigret, E. (2012). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. Çev.: Halime Yücel, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Manovich, L. (2001) *The Language of New Media*. MIT Press: Cambridge, Mass.
- Mora, N. (2008). Medya ve Kültürel Kimlik. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt:5 Sayı:1 Yıl: 2008.
- Ohler, J. B. (2013) *Digital Storytelling in the Classroom: New Media Pathways to Literacy, Learning, and Creativity*. California: CORWIN A SAGE Company.
- Özdamar, K.; Odabaşı, Y.; Hoşcan, Y.; Bir, A. A.; Kırcaali, İftar, G.; Özmen, A. & Uzuner, Y. (1999), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları
- Özyal, B. (2016). Tık Odaklı Habercilik: Tık Odaklı Haberciliğin Türk Dijital Gazetelerindeki Kullanım Biçimleri, *Global Media Journal TR Edition*, 6 (12), Bahar/Spring
- Pavlik, J.V. (2013). *Yeni Medya ve Gazetecilik*. Çeviren Müge Demir ve Berrin Kalsın. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Pembecioğlu, N. (2006). *İletişim ve Çocuk, İletişim Ortamlarında Çocuk ve Reklam Etkileşimi*. Ankara: Ebabil Yayıncılık.
- Phillips, D. ve Young, P. (2009). *Online Public Relations, A practical guide to developing an online strategy in the world of social media*. London: Kogan Page Limited
- RTÜK, Medya Okuryazarlığı Projesi, www.rtuk.org.tr

M. İnce

- Stevenson, N. (2015). *Medya Kùltürleri, Sosyal Teori ve Kitle İletişimi*. Çev.: Göze Orhon ve Barış Engin Aksoy, Ankara: Ütopya Yayınevi
- Tosun, C. (2005). Dil Zenginliđi, Yozlaşma ve Türkçe. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 1 (2), 136-153
- Törenli, N. (2005). *Bilişim Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Teknolojileri Medya, Yeni İletişim Ortamı*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Tuncer, A. ve Diğerleri (2013). *Sosyal Medya*. Ed.: Zeynep Özata, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2877
- Türkođlu, N. (2007). *İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim. Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar*, İstanbul: Kalemus Yayınları.
- Tyner, K. (2010). *Media Literacy: New Agendas in Communication*. New York: Routledge Falmer.

İnternet Kaynakları

- <http://www.adbaint.com/sosyal-medyada-2018in-enleri-adba/>
- <http://www.hurriyet.com.tr/ik-yeni-ekonomi/sosyal-medya-islerinden-etti-40495044>
- <http://www.yurtgazetesi.com.tr/magazin/sosyal-medyadan-yaptigi-paylasim-basini-yakti-h91044.html>
- <https://www.medya24.com/ezhel-in-instagram-paylasimlari-basini-yakti-2380.html>
- <https://www.sgkrehberi.com/haber/182920/sosyal-medyada-dikkat-yaptigi-paylasim-isinden-etti.html>
- <https://tr.euronews.com/2018/09/30/sosyal-medya-paylasimlari-elon-muskin-basini-yakti>