

Sosyal Medyada Failin Davranış Kodları Üzerine: Ahlakın Kaynağı Bağlamında Felsefi Bir Soruşturma

Emin Çelebi¹
İnönü Üniversitesi

Öz

İletişim kurabilme ve ahlaklı olma insanlığın iki özsel niteliğidir. İletişim bireyin bir toplum içinde var olmaya ve varlığını anlamlı hâle getirme uğraşı iken; ahlak var olmanın değer ve niteliğine ilişkindir. Doğal olarak her iki kavram bir eyleme(ye) işaret eder. İkisi yan yana geldiğinde ise “var olmanın anlam ve değeri” gibi bir terkip oluşur ki bu da bizi felsefe ile karşı karşıya getirmektedir. Günümüzde ortaya çıkan yeni medya teknolojileri ile beraber medyanın, dolayısıyla iletişimin niteliği de önemli ölçüde değişmiştir. Yeni medya tabiatı gereği yeni etik sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda yapılan etik tartışmaların önemli ölçüde geleneksel medyanın etik kriterleri çerçevesinde yapıldığını görmekteyiz. Biz bu çalışmada bu çerçevede yapılan tartışmalara kısaca değindikten sonra, yeni medyanın önemli bir unsurunu teşkil eden sosyal paylaşım sitelerinde ortaya çıkan birey davranışlarının etik kodlarını “ahlakın kaynağı” bağlamında felsefi bir perspektiften irdelemeye çalışacağız. Ahlakın kaynağı ile ilgili teorilerin bir kısmı doğrudan insanın kendi varlığının analizini de beraberinde getirmektedir. Bu çerçevede öne çıkan iki farklı perspektif kuşkusuz D. Hume ve I. Kant’ın çözümlerinde ortaya çıkmaktadır. Her iki düşünürün felsefi perspektiflerinden hangisinin konumuz bağlamında daha açıklayıcı olduğu irdelenmeye çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler

Etik • Ahlak • Ahlakın kaynağı • Etik kodlar • Yeni medya • Sosyal medya • Hume • Kant

¹ İnönü Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Felsefe Bölümü, B Blok 44280 Malatya. Eposta: emincel@hotmail.com

Atf: Çelebi, E. (2015). Sosyal medyada failin davranış kodları üzerine: Ahlakın kaynağı bağlamında felsefi bir soruşturma. *İş Ahlakı Dergisi*, 8, 263–288.

Yeni medya terimi, doğal olarak eski medya, klasik medya veya geleneksel medya konseptinden farklı bir olguyu ifade eder. Bu durumda klasik medyanın temel niteliklerini ortaya koymak, yeni medyanın da temel özelliklerini anlamamıza yarayacaktır. Klasik yahut geleneksel medyanın (gazete, radyo, televizyon, sinema) en temel niteliği çerçevesinin belli olmasıdır. Çerçevesinin belli olması aynı zamanda kontrol edilebilirliğinin mümkün oluşunu ifade eder ve dolayısıyla da bir meslek grubunun eylem alanına işaret eder. Geleneksel medyanın diğer bir özelliği tek taraflı ve dikey bir enformasyon sağlamasıdır. Başka bir özelliği ise değişme hızının ve bilgi akışının hem form olarak hem de içerik olarak yavaş olmasıdır. Saptadığımız bu üç niteliğe karşıt olarak yeni medyanın özelliklerini belirleyebiliriz. Birincisi, yeni medyanın neredeyse muayyen bir sınırı ve muhatap kitlesi yoktur ve buna paralel olarak kontrol edilebilme imkânı son derece zordur. Çünkü söz konusu medya, bir meslek erbabının bir araya gelerek oluşturduğu kurallı bir birlik değildir. İkincisi, yeni medya etkileşime eş zamanlı açık olup çoklu bir ortama sahiptir. Dolayısıyla tek taraflı bir enformasyondan ziyade neredeyse imkân bulan bütün bireylerin paydaş olabildiği interaktif bir ortamdır. Üçüncü olarak da yeni medya gittikçe çeşitlenen ve araçsal işlerliğini sürekli bir biçimde geliştiren niteliği ile son derece hızlı bir iletişim ve etkileşim imkânı sunmaktadır.

Binark'ın (2007b, s. 21) işaret ettiği gibi bilgisayar, internet ortamı, cep telefonları, oyun konsolları, *İpod* veya avuç içi veri bankası kayıtlayıcıları ve iletişimcileri; diğer bir deyişle tüm bu dijital teknolojilerin oluşturduğu yeni medya giderek gündelik yaşamın her alanına nüfuz etmiş, yaşam pratiklerini önemli ölçüde dönüştürmüş, âdeta insan bedeninin bir parçası gibi bir rol ifa eder noktaya gelmiştir. Dijital kodlama sistemine sahip olmaları itibarıyla yeni medyanın interaktif özelliği, iletişim sürecine çok katmanlı ve eşzamanlı bir boyut kazandırmaktadır. Nitekim bu medya artık “beşinci kuvvet” (fifth estate) olarak nitelenmektedir (Ward ve Wasserman, 2010, s. 282).

Karşılaşılan bu yeni duruma ister içerik ister kullanım pratiği açısından bakılsın “etik” tartışma kaçınılmaz olmaktadır. Çünkü bir yandan hem kullanan kitle hem de muhatap kitle açısından anonim bir durum söz konusudur. Bir taraftan bu yeni durumun doğasının korunması bir taraftan da belirli ilkeler etrafında bir kullanımın gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Çünkü iletişimin ve dolayısıyla etkileşimin doğrudan insan yaşamını çok boyutlu etkilediği bir durumla karşı karşıyayız. Etki sahası; kültürel, ideolojik, geleneksel ve ekonomik etkiler gibi makro bir düzeyden bireyin özel varlığını ilgilendiren mahremiyet ve mülkiyet üzerindeki etkiler gibi mikro düzeye kadar geniş bir ortamdır bahsediyoruz. Bu durum, Castells'in ifade ettiği gibi, “... popüler kültür ile öğrenilen kültür, eğlence ile bilgilenme, eğitim ile kanaat arasındaki ayrımın, hatta farkın sona ermesi” (Castells, 2005, s. 497'den akt., Binark ve Sütcü, 2007, s. 169) anlamına gelmektedir ki bu da ana akım bir simgesel ortamın oluşması demektir. Yeni medya ile birlikte meslek ahlakının kapsam alanı değiştiğinden etişin de bir anlamda kapsam alanı değişmiş olmaktadır. Yurttaş medyası olarak nitelenen

yeni medya ile ilişkili etik anlayış “açık etik” olarak kavramsallaştırılmaktadır. Bu yeni durumda bloglar, vikiler, sosyal medya ağları ile birlikte amaçlı kullanıcı kitlesi, âdeta kimi durumda haberci, kimi durumda gazeteci, kimi durumda yazar ve entelektüel rolleri ile karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla daha önce kapalı kapılar ardında yapılan gazetecilik ve medya faaliyetlerinin doğası da değişmiş olmaktadır. Böylece etik sadece medya profesyonellerinin değil, hepimizin sorunu olmaktadır. Ayrıca bu durumda ortaya çıkan doğal değişim, etiğin söz konusu kullanıcılar tarafından “bir meslek etiği” olarak tartışılmasını anlamsız kılmaktadır. Etik sorunlar artık bütünüyle kaçınılmaz hâle gelmektedir. Çünkü yeni medya neredeyse hepimizin bütün yaşam alanını ilgilendirir hâle gelmiştir. Ayrıca yeni medya kültürü açıklığı ve karşılıklı etkileşimi de dayatmaktadır. Doğal olarak yeni medya kültürü ile birlikte etik tartışma ve uyarıların mahiyeti de değişmektedir. Nitekim “açık etik” kavramsallaştırması da bununla ilgilidir (Ward ve Wasserman, 2010, s. 281). Ayrıca yeni medyanın büyümesi şu anlama gelmektedir ki gazetecilik, geleneksel-profesyonel etikten karmaşık medya etiğine doğru bir geçişe maruz kalmaktadır. Profesyonel ve yurttaş gazeteciler (citizen journalist), medya etiğini tekrar keşfetme çabasındalar ve doğruluk, teyit etme ve objektiflik gibi var olan kriterleri yeni medya çevresine nasıl adapte edeceklerini tartışmaktadırlar. İlk etapta ortaya çıkan değer çatışmasına rağmen online ve offline gazeteciler yeni ve geleneksel medya etiğini bütünleştirecek bir medya etiğini geliştirme çabası içine girmişlerdir (Ward ve Eid, 2009).

Konumuz bağlamında yeni medya etiği veya medya ahlakı gibi kullanımlarda kavramsal bir karışıklık olduğu izlenimini ortadan kaldırmak için birkaç hususun altını çizmemiz gerekmektedir. Etik ve ahlak terimleri günümüzde neredeyse birbirinin yerine kullanılan iki kavramdır. Ancak aralarında teknik olarak kısmi bir fark vardır. Ahlak doğrudan davranışlara değer atfetmemiz biçiminde somutlaşırken, etik ise daha ziyade ahlak üzerine tutarlı ve sistematik bir konuşma disiplini. Bu çalışmada tartışma konumuz her iki boyutu da kapsadığından her iki terimi de kullandık. Ancak bu yaptığımız ayırımın mutlak olmadığını, cümlelerin anlamlılık durumuna ve akışına göre tercihlerde bulunduğumuzu ifade etmek gerekir. Ahlak ve etik tartışmaları; kaynak, mahiyet, çeşitlilik, evrensellik gibi birçok başlık altında teorik ve pratik boyutlarıyla tartışmaya konu edilmiştir. Bu başlıkların her birinin alt başlıkları düşünüldüğünde konunun ne kadar geniş olduğu anlaşılacaktır. Bu itibarla ahlakın bütün boyutlarından hareketle bir anlama çabasına girişmek ve yukarıda bahsettiğimiz üzere, enstrüman ve içerik olarak geniş bir yelpazesi olan yeni medyanın hepsinden bahsetmek bu çalışmanın sınırları açısından mümkün olmamaktadır. Bu nedenle çalışmanın ahlaki boyutu ahlakın kaynağı itibarıyla ortaya çıkan iki ana paradigma; yeni medya kısmı ise sosyal paylaşım ağları (Facebook, Twitter, Instagram vb.) ile sınırlandırılmaktadır. Ancak konumuza doğrudan girmeden önce yeni medya ve ahlak arasında kurulan ilişki ve bu çerçevede yapılan tartışmalara kısaca değinmek faydalı olacaktır.

Yeni Medya ve Ahlak Tartışmalarına Genel Bir Bakış

Yeni medya ve ahlak tartışmaları 1990'lı yıllardan itibaren UNESCO'nun bir takım çalışmaları arasında yer almaktadır. UNESCO 1997, 1998 ve 2000 yıllarında INFOetik üzerine konferanslar düzenlemiş, 2001 yılında "Enformasyon Toplumu Etiği" konusunda rapor hazırlayan bir komisyon kurmuştur. Bu komisyonun 2003 yılındaki toplantısında, İnternet'te ifade özgürlüğü, mahremiyet, gizlilik ve güvenlik konularının yanı sıra dijital erişim eşitsizliği, internet ortamında dilsel ve kültürel çeşitlilik sorunları da ele alınmıştır. 2003 yılında Cenova'da ve 2005 yılında Tunus'ta yapılan Dünya Zirvesinde eşitsizlik, bilgi ekonomisi ve çok kültürlü enformasyon toplumunun geliştirilmesi için tedbirlerin alınması tartışılmıştır. Siber uzamda etik sorunu, erişim, filtreleme, vb. uygulamalar gibi siber uzamın denetimine ilişkin etik seçimlerin gündeme alındığı da görülmektedir. Türkiye'de ise 1998 yılında Türkiye Bilişim Vakfı Yürütme ve Yönetim Kurullarının onayı ile "Bilişim Etiği Çalışma Grubu" tarafından "Bilişim Mesleki Ahlaki İlkeleri Belgesi" oluşturulmuştur. Bu çerçevede yeni medya ortamında çalışan medya profesyonellerinin etik sorumluluklarının yeniden tanımlanmasına ilişkin olarak da Ruhdan Uzun'un *İletişim Etiği* çalışması kapsamında "Sanal Uzay ve Etik" üzerine yaptığı bir çalışma bulunmaktadır (Binark, 2007a, s. 8-9).

İçerik olarak bakıldığında "The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation" isimli vakıf adına Carrie James ve arkadaşlarının "gençlik ve yeni dijital medya" ile ilgili yürütmüş olduğu bir projenin raporu üzerinde durulmaya değer görünüyor. Bu rapora göre beş temel "etik fay hattı" tespit edilmiştir. Bunlar; kimlik (identity), mahremiyet (privacy), mülkiyet (ownership), güvenilirlik (credibility) ve katılımdır (participation) (James ve ark., 2009, s. 20-76).

Kimlik

İnsanın gelişimi ile ilgilenen teorisyenler, kimliği, özellikle modern batı dünyası için, gençliğin en önemli vazifesi olarak görürler. Gençlik süreci boyunca bireyler kendi yaşamlarında kendileri hakkındaki kavramlarını tekrar düşünürler. Çünkü onlar süreç ilerledikçe değerleri, normları ve beklentilerini de kapsayan daha geniş bir toplumun farkına varırlar. Psikologlar keşfetmeyi *gençlerin toplum tarafından farklı kimlikler ve deneyimler üzerinden nasıl kabul gördüklerini sınamalarına imkân veren bir anahtar mekanizma* olarak tanımlamaktadırlar. Bu yüzden Ericson ergenliği bir "psikolojik moratoryum" olarak tanımlar. Öyle ki ergenlik gençlere düşük değerli/daha az riskli bir çevrede kimliklerini özgürce deneyimleme fırsatı veren bir erteleme yahut zaman aşımıdır. İdeal olarak bu hem bireysel hem de toplumsal boyutuyla anlaşılabilir bir kimlik deneyimi ile sonuçlanır. Ericson'un vurguladığı gibi kimlik oluşumu, bir toplumun, sıklıkla alt katmanlar vasıtasıyla genç bireyi tanımladığı bir sürece bağlıdır. Bu süreç gençlik ile başlar, ancak bireyin hayatı boyunca tekrar eder. Kimliğin keşfi ve oluşumu, öz düşünüm, kendini ifade etme ve başkalarından gelen geri

bildirimlerle kolaylaşır. Gençler My Space, Facebook ve kişisel bloglarını kendi değer, kültürel beğeniler, cinsiyet kimliklerini, kişiliklerini ve kendi ilişki ve deneyimlerine ilişkin duygularını ifade etmek için kullanırlar. Online ifadeler, zorunlu olarak offline olanlardan daha fazla bir maksada dönük olmaktadır. Bu itibarla Boyd'un da işaret ettiği gibi online gençler âdeta kendi "varlıklarını" yazmak zorundadır.

Mahremiyet

Bir kimsenin kişisel verilerini ve başkalarına ait bilgilerini sosyal bağlamda nasıl kullandığını gösterir. Yukarıda da ifade edildiği üzere online topluluklar kimlik gelişimi için verimli zeminlerdir. Çünkü bu ortamlar kendini ifade etmeyi, öz düşünümü ve geri bildirim teşvik ederler. Mahremiyetle en fazla ilgili olan şey online ifşanın anonim olarak gerçekleştiği ve pozitif, rahatlatıcı ve takviye edici geri bildirimlere hizmet ettiğiidir. Genç insanlar bloglar ve sanal ortamlar yoluyla yaşamlarında karşılaştıkları güçlüklerle nasıl baş ettiklerine ilişkin düşünceleri ve hikâyelerini anlatmak suretiyle kendilerini güçlenmiş hissederler. "Aşikâr" olarak meydana çıkan bu yeni kültür, genç insanlar için hem fırsatlar hem de riskler taşımaktadır. Bir yandan dikkatli bir şekilde yönetilen ve bilgilendirilen bu paylaşımlar gençlere ilham ve güç kaynağı olabilir, zorluklara karşı destekleyici topluluklar oluşturabilir ve başkalarında bir mahremiyet etiğini teşvik edebilir. Öte yandan ise özensiz ve dikkatsiz paylaşımlar uzun vadede hem gençler hem de yazıştıkları ve kimliklerini ifşa ettikleri arkadaşları için negatif etki yapabilir. Güvenlik hileleri bir karışıklık ve risk teşkil edebilir.

Mülkiyet

Wiki ve sahipli dokümanlar gibi diğer online platformlar, yazarlığı ve sahipliği git-tikçe işbirliğine dönüştürmekte ve yazar ve dinleyici arasındaki sınırı bulanıklaştırmaktadır. Blog ile ilgili yorumlar yazarların içeriğini etkileyebiliyor ve oyuncuların oyun kodları ile ilgili yaptıkları değişiklikler sonraki versiyonlarında şirket tarafından kullanılabilir. Dolayısıyla hangi yazarın hangi fikir ve yazı için ne kadar hak sahibi olduğu, klasik medyadaki karşılığıyla telif hakları meselesi problem hâline gelmektedir. Ayrıca yazılanlara ilişkin olarak sorumluluk ve hesap verebilirlik de bulanık hâle gelebilmektedir.

Güvenilirlik

Burada güvenilirliğin iki boyutu söz konusudur. Birincisi gençlerin kendi güvenilirliklerinin kıstası olması, başka bir deyişle kendi kendilerinin ehliyetlerini tesis etmeleri, diğeri ise gençlerin başkalarının ehliyetlerine dair kendilerinde değerlendirme kapasitesi görmeleridir. Başkalarının güvenilirliklerini değerlendirme yeteneği önemli ve etik bir içeriğe sahip olmasına rağmen buradaki ilkesel kaygı, gençlerin kendi güvenilirliklerini etkileyen kendi yargı ve fiilleridir. Farklı bağlamlarda farklı

kimselere gençler kendi yeterlilik, beceri ve motivasyonlarını arz etmeye nasıl karar veriyorlar? Spence ve Quinn'in deyimiyle bu ortam, herkesin hem bu içeriğin üreticisi hem de tüketicisi konumunda olduğu anonim global bir çevredir (2008, s. 265). Ayrıca dikkat edilmesi gereken diğer bir nokta ise haberin yapılış tarzıdır. Yeni medyada olay vuku bulur bulmaz haberin kaynağı, sağlaması, kontrolü, işlemler yapılmadan neredeyse eş zamanlı olarak haberleştirilmektedir. Dolayısıyla bu yüksek hızda aktarılan haberlere ilişkin doğruluk, kapsamlılık gibi hususlar kuşku hâle gelmektedir. Haberlin güvenilirliğinden ziyade âdeta bir yarış içerisinde yayımlama endişesi daha ön plandadır. Bu bağlamda yeni medyayı etkileyen diğer bir problem ise haberi kimin yaptığı ve yayımladığı sorunudur. Bu durum internet gazeteciliğini özellikle güvenilirliği bakımından etkiler. Çünkü bu hem fiziksel bir gazetede hem de bir web sayfasında yazmaktan daha kolaydır.

Katılım

Katılımın yeni medyadaki etik problemlerin gelip dayandığı nihai nokta olduğu söylenebilir. Bunun kimlik, mahremiyet, mülkiyet ve güvenilirliği kapsadığı söylenebilir. Katılım; bir kişinin bir toplulukta, bir toplumda ve dünyada sahip olduğu sorumluluklara odaklanır. Katılımın iletişim, üretim, paylaşım, politika, ekonomi ve toplum gibi yaşamın bütün katmanlarından bilgi ve enformasyon kullanımını içine alan birçok formu vardır. Birincisi geleneksel (offline) toplumlarda sosyal, ekonomik ve politik yaşama katılım; yaş, sınıf, cinsiyet, ehliyet, coğrafi bölge, sermaye vb. gibi birçok kaynağa sahip olan kişilerle sınırlıdır. Gençler bu mezkûr niteliklerden ötürü söz konusu alanlarda sınırlı bir biçimde söz sahibidirler. Yeni toplumda (online) ise yeni medya enstrümanlarını kullanabilen ve teknik ve sosyal olarak arama becerisine sahip olan herkes katılımcı durumundadır. İkincisi online davranış standartları offline ortama göre daha az açıktır. Birçok katılımcı ifade özgürlüğü için tehlikeli olacağı korkusuyla standartlar oluşturmaya direnir. Bir diğer husus ise yeni medyanın ayırt edici bir özelliğinin kullanıcılar tarafından online içeriğin değiştirilmesine müsaade eden Web2.0 tabanlı olmasıdır. Katılımcılarda bunun için herhangi bir ehliyet ve nitelik sınırı aranmaz. Yeni medyanın en önemli erdemi ve en büyük sorumluluğu açık oluşunda yatar. Yeni medya bir yandan gençleri farklı perspektiflerini ortaya koymaya ve yeni güçlü rollerine davet ederken, öte yandan online ortamlarda gençleri tacize ve sorumluluktan (accountability) kaçmaya angaje eder ve onların katılımlarını dar çıkar grupları ile sınırlayabilir. Parçalanmışlık; sosyal tolerans ve sorumluluktan ziyade katılımın olanaklı bir çıktısıdır. Netice itibarıyla her hâlükarda ister kabul etsinler ister etmesinler gençlerin sanal ortamlarda varsaydıkları roller sorumluluk taşımaktadır.

Kanada Sosyal Çalışanlar Derneği de benzer bir çalışmasında (CASW, 2014), bir mesleği icra edenlerin paylaştıkları değer ve ilkeleri ortaya koyan etik kodları şu şekilde sıralamaktadır: Kişilerin temel değer ve itibarına saygı, sosyal adaleti sür-

dürme, insanlığa hizmet, mesleki uygulamasında dürüstlük, meslek uygulamasında gizlilik, meslek uygulamasında yeterlilik.

Ward ve Eid'in bu vasatta işaret ettiği etik sorunları ise şöylece özetlemek mümkündür: Yeni medya ve sosyal ağları kullanmak; toplum, kültür ve siyaset araştırmacıları için sosyal kimlik, mahremiyet, uzaktan eğitim, sosyal sermaye, internetin sosyopsikolojik etkileri, siber alanın kötü kullanımı, diaspora, sosyal statü ve enformasyon elde etme gibi ilgili birçok konuya teşvik eden bir mahiyeti haizdir (2009, s. 1). Bu imkânlar kötü kullanıldığında çeşitli vakıalara sebebiyet vermektedir. Seçmenlerin politik olarak manipüle edilmesinden tutun da intihar, mahremiyeti ihlal, siber suçlar, tacizler, cinsel istismara varıncaya kadar birçok etik problem ile karşı karşıya kalmaktayız.

Görüldüğü üzere yeni medya ve etik tartışmaları, daha çok mevzubahis etik sorunların mevcudiyetine vurgu yapan deskriptif bir hüviyeti haizdir. Başka bir deyişle bu minvalde tartışılan konular bir tespit ve dikkat çekmeden öteye gidememekte, tartışmalarda meselenin kökenine dair herhangi bir çözümleme görülememektedir. İşte bu kökensel çözümleme, problemin kaynağına ilişkin sorgulama işi felsefeye düşmektedir. Zaten kaynak yahut ilk neden araştırması felsefenin diğer bir adı veya asli görevidir. Ahlak doğrudan insan edimleri ile ilgili olduğuna göre davranışın kendisinden sâdır olduğu insanın doğası ile ilgili bilgiler toplamı, başka bir deyişle insanın karmaşık ve sofistike yapısına ilişen ayrıklı veçhelerin her biri, pratik yaşamda karşılaştığımız karmaşık durumu da izah etmede yardımcı olabilir.

Sosyal Paylaşım Sitelerinde Fail Davranışlarının Ahlaki Kaynakları Üzerine Felsefi Değıniler

Ahlak kelimesi Arapçada “hulk” veya “huluk” kelimesinin çoğulu olup tabiat, huy, seciye anlamlarına gelir (Cürcani, 1997). Ahlakın İngilizce karşılığı “moral” ise Latince “moralis” kelimesinden türetilmiş; adet, karakter hâl ve hareket demektir. Terim olarak ise ahlakın genelde üç şekilde kullanıldığı görülür. (i) Umumi hayat tarzı, (ii) bir grup davranış kuralı ve (iii) söz konusu hayat tarzı ile davranış kuralları üzerinde yapılan fikri bir araştırma (Kılıç, 1998).

Vurgulamak gerekir ki ahlak/etik tartışmalarına ilişkin olarak felsefe tarihinde neredeyse filozof sayısı kadar görüş vardır. Heinemann'ın (1997, s. 366–367) da işaret ettiği gibi bu görüşler filozofun yaklaşım ve tasavvur dünyasına göre değişir. Ona göre ahlaki açıdan doğru seçim yapma ve doğru karar verme öğretisi olarak da tanımlanan söz konusu ahlak bilimi veya etik, “Ben bu dünyanın bana arz ettikleri arasında neleri seçmeliyim?”, “Hangi yaşam biçimini tercih etmeliyim?”, “Ne istemeliyim veya ne yapmalıyım?” sorularının yanıtını arar. Örneğin birinci sorudan kalkılmışsa hedonizm veya utilitarizm (yararcılık), ikinci sorudan kalkılmışsa “varoluş etiği”, “eudaimonizm” veya Plotinos'un “mistik etiği” üçüncü sorudan kalkılmışsa

karşımıza Kant'ın “gereklilik etiği” çıkar. Ancak yapılan tasnifler bile birebir aynı değildir. Detaylara inildikçe her filozofun özgül yaklaşımı ile karşılaşırız. Bu itibarla konumuzun başlığında ifade ettiğimiz “felsefi değiniler” tabirinden, bütün felsefede ortak bir ahlaki tavrın var olduğu gibi yanlış bir sonuç çıkarılmamalıdır. Öte yandan filozofların yahut düşünce sistemlerinin her biri bağlamında bir irdeleme yapma teşebbüsünün, bu çalışmanın sınırlarını aşacağı aşikârdır. Bu nedenle burada önemli gördüğümüz iki temel paradigma olan rasyonalist ve empirist tutum üzerinden iki önemli filozofu eksene alarak incelememizi yapmaya çalışacağız. Birincisi empirizmin zirvesi sayılabilecek İskoç filozof David Hume, diğeri ise ahlakın rasyonel açıklamasında doruk noktası sayılabilecek Immanuel Kant.

Ahlaki insan doğasının bir parçası olarak gören Hume, bunun doğal sonucu olarak da tüm insanların zihin, duygu ve edimlerinde benzer olması gerektiği sonucuna varır (Hume, 1985b, s. 626). Çünkü “insan doğası” herkeste ortak bir varlık alanı olup evrenseldir. Hume işte bu ana fikir çerçevesinde ahlak teorisini geliştirir.

Hume'a göre ahlak, bilimin nesnelere olan belirli ilişkilerden müteşekkil olmadığı gibi, idrak tarafından aynı kesinlikte keşfedilebilecek herhangi bir olgusal meseleden de oluşmaz. Bu durumda ahlakın aklın bir nesnesi olmadığını kanıtlayabiliriz. Erdem ve erdemsizlik olgusal meselelerden akıl yoluyla türetilemez. Örneğin kasten cinayeti tüm boyutlarıyla irdelediğimiz zaman sadece belirli tutkular, güdüler, iradeler, düşüncelerden başka bir şey bulamayız. Bu hâlde başka hiçbir olgusal konu yoktur. Ancak refleksiyonumuzu kendi içimize çevirdiğimizde bu eyleme karşı bizde var olan bir “onaylamama” duygusunun var olduğunu fark ederiz. Bu bir olgusal durumdur. Fakat bu aklın değil, duygunun nesnesidir. Bunu eyleme geçirici duygu bizde mevcuttur, nesnede değil (Hume, 1985b).

Ahlakın üretici kaynağı akıl olmayıp duygu olduğuna göre hangi duyguların ahlakın üretici ilkesi olduğunu araştırmak gerekir. Hume'a göre insan zihninin başlıca kaynağı veya eyleme geçirici ilkesi haz ya da acıdır (pleasure or pain). Bu duygular (sensations) hem düşüncemizden hem de duygumuzdan (feeling) uzaklaştırıldığı zaman büyük ölçüde tutkuya ya da eyleme, arzuya ya da iradeye muktedir olamayız (Hume, 1985). Hazzın üretici kaynağı nedir? sorusuna Hume'un sistemi içerisinde bulabileceğimiz yanıt şu şekildedir. “Tüm bedensel becerilerimiz açısından genel olarak ifade edebiliriz ki, bizde yararlı güzel ya da şaşırtıcı olan her şey, bir kendini beğenmişlik nesnesi olarak haz üretir. Buna göre haz “benlik” (self) ile ilişki içinde tutkunun nedeni olmaktadır” (Hume, 1985b, s. 352).

Haz ve acı duygularının insan doğasında yerleşik iki üretici ilke olması, doğal olarak bütün erdemlerin izahı için yeterli olmaz. Özellikle bireysel çerçevenin dışında kalan sosyal erdemlere ilişkin kaynak soruşturmasında Hume, söz konusu değerlerin toplum ve insanlığın çıkarlarına dikkatimizi celbeden “saygıdan” türediğini ileri

sürer. Ancak bu saygının kaynağı ise gözlemcide (spectator) var olan ve onama(ma) mızın kökenini oluşturan *fydadır*. Özetle bütün ahlaki kararlarla ilgili değer ve değersizliklerde bu ilkeye müracaat edilir. Söz konusu ilke; adalet, dürüstlük, yumuşaklık, şefkat vb. erdemlerin yegâne kaynağıdır (Hume, 1985a).

Yarar ve çıkar vesilesi olan bir şeyin neden onaylandığı sorusu Hume'un sistemi içerisinde şöyle yanıtlanabilir. "Başkalarına ya da kişinin kendisine yararlı olmaya dolaysızca uygun olan bir karakterin görüşünden haz duyarız. Karakterleri yargılamada her seyirciyi aynı görünen biricik *çıkara* ya da *haz*, karakteri yoklanan kişinin ya da onunla bağlantılı olan kişilerindir. Bu hazlar bize bizimkilerden daha zayıf bir şekilde dokunsalar bile teorik olarak bunlar ahlakın ölçütü olurlar ve bizimkileri pratikte giderek dengelerler (Hume, 1985b, s. 641).

Burada karşımıza çıkan problem, insan doğasının evrenselliği ve ahlaki fiillerin üretici ilkesi olan haz ve acı duyumları ile fayda ilkesinin bütün insanlar için aynı derecede genel geçer olması durumunda, farklı insan davranışları ve ahlak telakkilerinin nasıl ortaya çıktığıdır. Bu sorunun farkında olan Hume, Enquiry'de şu saptamaları yapar:

Bu durum gayet olağandır. Nitekim doğal hadiselerde de birbirine benzeyen vakıalardan kimi zaman farklı neticeler çıkabiliyor. Bunun sebebi olarak filozoflar, sebeplerde mevcut zıtlıkların olduğunu, sebepte bulunan olumsuzluktan ziyade ters bir neticeyi doğurmaya sebebiyet veren bir zıtlığı ihtiva ettiğini kavramakta güçlük çekmezler. Aynı durum iradî eylemlerde bulunan insanlar için de geçerlidir. Dolayısıyla çoğu zaman güler yüzlü olan bir insan bazen somurtabilir veya tersi de olabilir. Sebebini sorduğumuzda ise ya dışının ağırdığını veya acıktığını keşfederiz. Dolayısıyla özel hâllerde ve şartlarda insanlar farklı eylemler gösterebilirler. Bazı durumlarda ise özel olaylara ilişkin ortaya çıkan eylemin açıklaması yapılamaz. Bu ise insan karakterinin bir dereceye kadar değişken ve düzensiz olmasından kaynaklanmaktadır. Bu insanoğlunun sürekli bir karakteridir. Fakat nasıl ki rüzgârlar, yağmurlar, bulutlar vb. hava değişiklikleri insan kavrayışının ötesinde olan sabit prensipler tarafından idare ediliyorsa, aynı şekilde bizim de idare prensiplerini bilmediğimiz bu insan tabiatındaki düzensizliklerin olması iç prensip ve güdüler de bir "birörneklik" tarzında işleyebilirler. Bütün eylemler insan doğasında mündemiç üretici güdüler tarafından erdemlilik vasfını kazanır.

Hume'un görüşlerini kısaca özetledikten sonra, onun tam karşıt kutbunda sayılabilecek Kant'ın ahlak temellendirmesine kısaca göz atalım.

Kant (2004) insanı tamamen bir akıl varlığı olarak tasarlar. İnsanın bilişsel yönü itibarıyla işlevsel olan, başka bir deyişle epistemolojik sorunlarla ilgilenen akla Kant'ın terminolojisinde "teorik akıl", eylemsel yahut edimsel yönü itibarıyla işlevsel olan akla ise "pratik akıl" denir. Ona göre saf akıl, bizatihi kendi başına pratiktir. İnsana ahlak yasası kendisini doğrudan arz eder. Onun için tutku, mutluluk, duygu gibi herhangi bir aracıya gereksinimi yoktur ve a priori'dir. Edimlerin ahlaki değerinin

de esas olan şey, ahlak yasasının iradeyi doğrudan belirlemesidir. İradenin herhangi bir oluşturucu etkisi yoktur. Kant, iradenin pasifliği konusunda Hume ile aynı görüştedir. Ancak Hume'dan farklı olarak Kant, duyguyu da tamamen etkisiz kılar. Ahlak tamamen “otonom” bir hüviyeti haiz olup âdeta bir *kendinde varlıktır*.

Ahlakın kaynağı bizatihi insanın kendisi ise ve bu da bir tür akıl ise, bunun göstergeleri nelerdir? Veya bunun kriterleri nasıl açığa vurulabilir? Kant'a göre dünyada, hatta dünyanın dışında bile, *iyi istemedi* başka kayıtsız şartsız iyi sayılabilecek hiçbir şey düşünülemez. Dolayısıyla ahlaki edimin zeminini bu nitelik oluşturur. Bunun için ödevden dolayı yahut ahlak yasasının bir gereği olarak yapılan bir eylem, ahlaki değerini onunla ulaşılabilecek amaçta bulmaz, onu yapmaya karar verdiren maksimde bulur. Bu maksim evrenseldir, evrenselleştirilebilir ve şöyle dile getirilir: “Öyle davran ki, davranışının maksimi genel geçer bir yasa olsun.” (Kant, 2009, s.38). Eylemin ahlaksal değeri, ondan beklenen etkide bulunmamakla birlikte, hareket nedeninin beklenen etkiden kaynaklanmasını gerektiren eylemin herhangi bir ilkesinde de bulunmaz. Çünkü bu etkiler (kendi durumunun memnuluk verici olması hatta başkasının mutluluğunu sağlama gibi) başka nedenlerden de ortaya çıkabilir. Dolayısıyla bunlar için en üstün ve koşulsuz iyinin ancak kendisinde bulunduğu akıl sahibi bir varlığın istemesine gerek yoktur. İşte bu yüzden ahlaksal diye isimlendirebileceğimiz böylesine eşsiz iyiyi, besbelli ki ancak akıl sahibi varlıklarda bulunan ve istemeyi umulan etki değil de –bu tasarımı belirlediği ölçüde– yasa tasarımının kendisinden başka bir şey oluşturamaz (Kant, 2009).

Her iki filozofun ahlak telakkilerini özetleyecek olursak, Hume'un ahlaki evrensel insan doğasında mündemiç, duygu temelli (haz-acı, fayda), koşullu ve iradeden bağımsız iken; Kant'ın ahlak telakkisinin akıl temelli, otonom, koşulsuz ve evrensel bir karakter arz eder. Davranış koşulsuz buyruktan kaynaklanıyorsa ahlaklı olur veya ödevde uygun olmuş olur. Başka bir deyişle ödev kendisini, kendi olmağı itibarıyla dayatır.

Şimdi “söz konusu ahlak anlayışlarından hangisinin sosyal medyadaki davranışların üretici ilkesi olmasında etkili olduğu” sorusunun yanıtını aramaya koyulabiliriz.

Bu çerçevede Alan Gewirth'in “Jenerik (Jeneric) Tutarlılık İlkesi”nin bir tartışma zemini yaratması itibarıyla önemli olduğunu düşünüyoruz. Söz konusu ilke, bilinçli failin² varlığından hareketle hem insanların sahip oldukları özgürlük ve refah gibi temel hakların içeriğini ortaya koymakta hem de rasyonel otorite için bir tasvir ve reçete önermektedir. Gewirth'in argümanının özeti şöyledir (Spence ve Quinn, 2008):

- “Özgürlük” ve “refah” maksada yönelik bir failin zorunlu özellikleridir.

² Bu tabiri “deliberate agent”ın karşılığı olarak kullandık. Aslında kasıtlı yahut maksatlı fail diye de çevrilebilir. Ancak dilimizde böyle bir terkip olmadığı için anlaşılma gücünün ortaya çıkacağını düşündük. Burada kastedilen şey, bir failin bir fiili belli bir amaca yönelik olarak gerçekleştirmesidir. Böyle düşünüldüğünde “bilinçli fail” kullanımının anlam itibarıyla daha doğru olabileceği kamsındayız.

- Bütün rasyonel bilinçli failler, özgürlük ve refah için doğal haklara sahiptir. Çünkü bu iki kavram, bütün kasıtlı faillerin zorunlu koşullarıdır ve ahlak bu zorunlu özelliklerin içinde yerleşiktir.
- Her fail, bir fail olması itibarıyla ki bu yeter koşuldur, şunu söyler: Fiilin normatif yapısı, kendi kendisiyle çelişme pahasına zorunlu sağduyulu ve ahlaki sınırlamalara yönelir.
- Failler, kendi kişisel perspektiflerinden, kendi failliklerinin zorunlu ve pratik koşulları olmaları dolayısıyla mantıksal olarak özgürlük ve refaha haklarının olduklarını iddia etmelidirler. Öz saygıya bağlı olarak bu haklar sadece ihtiyatidir.
- Bilinçli failler olmalarından dolayı bu haklara sahip olan failler tarafından yapılan rasyonel gerçekleştirme, bu failleri, kendi ile olan çelişki pahasına rasyonel olarak şunu kabule götürür: Bütün bilinçli failler, tam da yeter koşul olan bilinçli fail olmak dolayısıyla, aynı zamanda özgürlük ve refaha hak sahibidirler. Bu haklar başlangıçta sadece ihtiyati idi, şimdi ise başkaları ile ilgili olmaları hasebiyle ahlaki oldular.
- Kasıtlı eyleme yönelmesi itibarıyla her rasyonel fail, mantıksal olarak üstün bir ahlak ilkesini kabule sevk edilir. Bu ilke “jenerik tutarlılık ilkesidir” ve şunu ifade eder: Özgürlüğe ve refaha hakkı olan bütün faillere, o kimsenin kendisi de dâhil saygı duyulmalıdır.

Bu argümanın sonucu rasyonel bir biçimde şunu göstermektedir ki jenerik tutarlılık ilkesi, her zaman, her yerde her bilinçli fail için geçerli olan evrensel haklar ilkesidir.

Jenerik tutarlılık ilkesinden hareketle, karakter erdemleri bağlamında Hume’cu ahlak duyumuna sahip herkesin zorunlu olarak etik davranacağı biçiminde görüşler dile getirilmiştir. Çünkü iyi, iyi yaşama, mutluluk, kendini gerçekleştirme gibi hedefler, insanların etik davranmalarını neredeyse zorunlu hâle getirmektedir ve bunlar rasyonel gerektirimlerdir (Spence ve Quinn, 2008). Ancak dikkatli bakıldığında “özgürlük ve refah temelinde eylemde bulunmanın kaynağı nedir?” diye bir soru sorulduğunda, buna Hume’cu terminoloji ile “haz duyumumuz ve fayda talebimiz” biçiminde bir yanıt verilebilir. Fakat özgürlüğün Hume’un ahlak anlayışında herhangi bir yeri yoktur. Kant’ta (2004) ise özgürlük ahlakın “varlık koşulu” olarak ifade edilir. Yani özgürlük olmadığı takdirde herhangi bir ahlaki edimin gerçekleşme imkânı olamaz. Ancak öte yandan filozofa göre, evvela ahlaklı olduğumuz bilgisinden hareketle özgürlüğün bilincine varırız. Yani ahlak, özgürlüğü bilme düzeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat eylem üreten bir ilke değildir. Dolayısıyla Gewirth’in söz konusu ilkesinin, bir taraftan özgürlük ve refahı bir hak olarak ortaya koyarak bunun zorunlu olarak ahlaki edime götürüleceğini ifade etmesi, özgürlük ile refah durumunu iki telos olarak aynı zemine oturtması anlamına gelmektedir ki bize göre bu durum son derece tartışmaya açıktır. İnsanlar özgür olmak için mi ahlaklı davranırlar yoksa özgürlük olduğu için mi ahlaklı davranmanın imkânına sahiptirler? Realite ikinci soru lehine tezahür etmektedir. Ayrıca

özgürlük bir duygu olarak değerlendirilemez. Özgürlük ontolojik bir hakktır. Özgürlüğün kısıtlanması ile sorumluluk dolayısıyla ahlakilik ortadan kalkar. Ancak aynı şey karakter erdemleri veya fayda, refah, mutluluk vb. bir telos için söylenemez. Çünkü “insanlar mutlu olmak için yahut refah içinde yaşamak için erdemde bulunurlar” demek bir biçimde mutlu olmaya yahut iyi bir durumda yaşamaya uygun fiiller üretmelerinin gerekliliğini de ifade eder. Başka bir deyişle söz konusu telosa uygun eylemler, ahlaki eylemler olmak zorundadır. Veya bu eylemler mutluluk üretir ve ahlakidir. Dolayısıyla hem erek hem de kaynak olarak bir noktada buluşurlar. Ancak aynı şey özgürlük için söylenemez. Nitekim Hume, bu bağlamda özgürlüğe “hayal” der. Çünkü özgürlük insan doğasını zorunlu bir unsuru olmadığı gibi, karakter ve davranış arasında zorunlu olarak gerçekleşen edimlerde, ona göre özgürlüğe yer yoktur. Hume felsefesi açısından yukarıdaki ilkenin ikinci unsuru olan refah talebi, ahlaki edimin üretici ilkesi olabilir ve duygudaşlık (sympathy) aracılığıyla başkalarının edimleri de ahlaki geçerlilik kazanır.

Araştırma konumuza bu çerçevede tekrar dönecek olursak, “sosyal medya ortamında sergilenen edimlerin kaynağı ve güdüsünün ne olduğu” sorusu sorulmalıdır. Aslında bu soru ahlakın kaynağı nedir sorusu ile ilişkili olduğu kadar ahlaki olmayanın kaynağına da ilişkindir. Bizim araştırma konumuz “etik problem” olduğuna göre, öncelikle ahlakın kaynağına ilişkin ortaya atılan iki farklı yaklaşımdan hangisini “ahlaki olmayan” edimleri de izah etmede başarılı olduğu tartışmasını yapmayı gerekli kılmaktadır.

İnsanlar niçin mahremiyeti ihlal etmeye meraklıdır? Hangi saikle sosyal medyada sahte hesaplar açılmakta, insanları tahrik ve taciz eden eylemlerde bulunmaktadır? İnsanlar niçin kendi çıkarları, tarafgirlikleri, ideolojileri vs. doğrultusunda manipülasyonlara, sahtekârlıklara, yalana vs. başvurumaktadırlar? İnsanlar niçin başkalarının gözünde kahraman olmak için kendilerinde olmayan şeyleri varmış gibi göstermektedirler? Hak, hukuk, adalet, diğerkâmlık vb. hususlar hangi gerekçelerle göz ardı edilebilmektedir? İnsanlar niçin kendi benlikleri üzerinde refleksiyon yapmamaktadırlar? Hatta insanlar niçin dürüst olmadıkları hâlde dürüst görünme zorunda hissetmektedirler? Bu soru listesi oldukça uzatılabilir.

Bu bağlamda yukarıda zikredilen etik fay hatlarını farklı bir formda formüle etmenin mümkün olduğunu düşünüyoruz.

Kimlik, Mülkiyet, Güvenilirlik ve Mahremiyet

Modern insan, din, etnisite, coğrafya, kültür, mezhep, meşrep, cemaat gibi makro ve mikro düzeyde oldukça farklı birçok kimlik ve aidiyete sahiptir. İnsanlar bu aidiyetlerini doğal olarak önemser ve öncelerler. Taraf ve lehinde olma, doğrudan duygusal bir durum yaratmaktadır. Sosyal paylaşım siteleri oluşan enformasyonu kendi lehine çevirme, çarpıtma ve kullanma imkânı sunduğundan –ki bu da yukarıda ifade ettiğimiz özgürlüğün/ davranışların zeminini oluşturma durumuna karşılık gelmektedir– âdeta

ahlaki ölçütlere uygun davranmamak neredeyse olağan hâle gelmektedir. Örneğin ülkemizde vuku bulan gezi olayları vb. birçok olayda nasıl manipülasyonların yapıldığına ve kitlelerin aidiyet temelli duygusal yönlerinin nasıl tahrik edildiğine şahit olunmuştur.

Kimlik sahibi olmanın bir de varoluşsal tezahürü veya boyutu vardır. [Jaspers'in \(2010\)](#) kendi özgül bağlamında işaret ettiği gibi baştan beri her felsefenin çabası, ilgili bulunduğu alanda kendini açıklayarak ortaya koymak, varlığını kendiliğinden bildirilir duruma getirmektir. Bu bildirilir durum da gerçek oluştan ayrılamaz.

Gençlerin My Space, Facebook ve kişisel bloglarını kendi değerlerini, kültürel beğenilerini, cinsiyet kimliklerini, kişiliklerini ve kendi ilişki ve deneyimlerine ilişkin duygularını ifade etmek için kullanmaları her zaman etik davranmayı zorlaştırabiliyor. Çünkü her insan belirli araçlarla kendini beğenmek ve beğendirmek ister. Dolayısıyla gençlerin kendilerinde olamayan ancak toplum tarafından üst ahlakilik skalasında yer bulan değerleri kendilerinde varmışçasına davranmaları Jaspers'in işaret ettiği varoluşsal bir temelde izah edilebilir.

Kimlik oluşumunu tetikleyen diğer bir saik ise mülkiyettir, sahip olma isteğidir. Burada mülkiyet, herhangi bir mala/şeyaya sahip olmaktan iktidara sahip olmaya kadar giden geniş bir yelpazede kullanılmaktadır. Çünkü sahip olmak ile iktidar olmak arasında çok sıkı bir ilişki vardır. Kimliklerin birbirine galebe çalma isteğinin itici gücü, mülk sahibi olma duygusudur. Veyahut insanlar mülkiyet sahibi olarak kimliklerini tahkim etmek isterler. Dolayısıyla ister makro veya mikro düzeyde aidiyetler olsun, isterse varoluşsal açıdan kimlik inşa süreçleri olsun, muktedir olma duygusunun temel bir saik olduğu ve bu minval üzere mülkiyet ile kesiştiği söylenebilir. Diğer fay hatları olan mahremiyet ve güvenilirlik de bu bağlamda mülkiyet ile ilişkilendirilebilir. Özel olanı bilme itkisi ve keşfetme arzusu, sahip olma isteğinin öncül duygusudur. Bunun iktidarı tahkim etmekle ilişkisi de açıktır. Bunların yapılabilmesi için güvenilir/ehliyet sahibi olmayı sağlamak gereklidir. Bu noktada başkalarının güvenliğinin ve mahremiyetinin çok fazla önemi yoktur. Yine ülkemizde vuku bulan dinleme ve izleme skandallarının ve bu yolla elde edilenlerin geleneksel ve yeni medya araçlarıyla teşhir edilmesi, fiilin kendisi kadar teşhirinin de söz konusu etik fay hatları ile irtibatlandırılabilceğini göstermektedir.

Görüldüğü üzere etik fay hatları diye nitelenen sorunları yukarıda arz ettiğimiz Hume ve Kant'ın ahlak yaklaşımlarını ölçüt olarak değerlendirdiğimizde, davranışların gerçekte duygu temelli ortaya çıktığı görüşü ağırlık kazanmaktadır. Akıl, [Hume'un \(1985\)](#) deyimiyle, âdeta tutkuların kölesi olmakta sadece tutkuların dayatması sonucunda rasyonalleştirme işlevi görmektedir. Kant'ın yaklaşımının, ahlak için her ne kadar ideal bir çerçeve çizse de pratik yaşamda çok fazla karşılığının olmadığı söylenebilir. Ayrıca sosyal medya söz konusu olduğunda ahlakın kaynağından ziyade ahlaksızlığın kaynağının da sorgulanması gerekliliği kendisini dayatmaktadır ki bu noktada Hume'cu yaklaşımın daha açıklayıcı olduğu söylenebilir.

Değerlendirme ve Sonuç

Yeni medya ve etik ilişkisi; geleneksel bir biçimde meslek etiği, etik standartların saptanması, etik sınırların korunması için gerekli mevzuat düzenlemeleri gibi başlıklarla işlenmekte ve bu çerçevede ortaya çıkan ihlallere dikkat çekilerek gündeme getirilmektedir. Ancak problem felsefi, psikolojik ve sosyolojik perspektifler bağlamında kökensel olarak çok fazla söz konusu edilmemektedir. Sorunun tespiti ile çözüm mekanizmaları doğal olarak paralellik arz eder. Bu itibarla problemin çeşitli disiplinler açısından irdelenmesi, çözüm çerçevesinin genişlemesine de katkı sağlayacaktır.

Bu çalışmada yeni medyada etik sorunların kökeni sınırlı bir felsefi perspektiften irdelenmeye çalışılmıştır. İnsan doğasının temel niteliklerinin göz ardı edilerek insan edimlerinin anlaşılması neredeyse imkânsızdır. Ancak bütün bireyleri bağlayan standart, mutlak ve evrensel bir insan doğasından bahsetmek de aşırı bir yorum olarak değerlendirilmelidir. Her iki uca sivrulmadan, felsefi olarak bireyin farklı olabilecek özel dünyasını ihmal etmeden ahlaki olan ve olmayan davranışların ortak kodlarının önemli ölçüde tayin edilebileceğini söylemek mümkündür.

Çalışmamız bağlamında irdelemeye çalıştığımız Kant ve Hume'un ahlak anlayışları, davranışı oluşturan güdünün ne olduğu bağlamında farklılık arz etmektedir. Yaşadığımız hadiselerden, gündelik problemlerden hareketle bakıldığında, kanaatimiz Hume'un ahlak anlayışının daha fazla açıklayıcı olduğudur. Burada vurgulanması gereken husus, sadece ahlaki olanın değil, ahlaki olmayan davranışın da güdüsünü yahut ilk ilkesini tespit etmenin gerekliliğidir. Humecu paradigmanın bize göre en fazla işe yaradığı yer burasıdır. İnsanın karakter erdemleri veya erdemsizliklerinin duygusal/duygusal temelli oluşu, sosyal medyadaki etik ihlallerin açıklanmasında işe yarar gözükmektedir. Öte yandan bu düşünceler her iki filozofun epistemolojik anlayışlarından kopuk olamaz. İşte bu noktada, söz konusu medyadaki ahlaki ihlallerin önlenmesi için mevcut önlemlere ek olarak, epistemolojik açıdan ne gibi tedbirler alınabileceği konusu da tartışmaya açılmalıdır.

Nitekim kimi düşünürler (Ward ve Wasserman, 2010) bu noktaya işaret etmişlerdir. Şayet enformasyon bir bilgi ise özellikle doğruluk itibarıyla epistemolojinin koşulları ile uyumlu olmalıdır. Şayet bir enformasyon doğruluk ve güvenilirlik zemininde yayılmayı umuyorsa minimal düzeyde de olsa doğruluk kriterini taşımalı ve bu bilgiyi yayanlar, geniş ölçüde epistemik kriterlerin farkında olmalıdırlar. Söz konusu epistemik kriterler, bilginin üretildiği kaynağın bağımsızlık, doğruluk, geçerlilik ve güvenilirlik niteliğini taşımasıdır. Bu epistemik kriterler mantıksal olarak bilgiyi yayan kişinin adalet, doğruluk, dürüstlük, güvenilirlik, samimiyet gibi etik kriterlere göre davranmasını tetikleyebilir. S. J. Wulf (2000) ise doğrudan Hume'un epistemolojisi ile erdemler arasında bir ilişki kurar. Çünkü Hume'a göre erdemli davranışı elde etmek için kişinin ona karşı bir arzu ve eğilim taşıması gerekir. Bu meyanda ılımlı veya hafif-

letilmiş şüphencilik erdemi teşvik eder. Uygun zeminde ılımlı şüpheci felsefe, tutkularını ve ilgisiz perspektifini törpüleyerek bir kimsenin karakterine etki edebilir. Bu şüphe tarih, şiir ve politika ile bütünleştirildiği takdirde bir kimsenin iyi yaşamı nasıl elde edebileceğini ilham eder. Ona göre erdeme eğilimi olmayan bir kimse, en iyi yaşam şekli için gerekli olan karakter türünü elde etme arzusunu da taşımaz.

Netice itibarıyla insan kompleks bir varlık olduğu kadar bütünlüklü bir varlık olduğundan salt ahlaki çözümlerden hareketle etik sorunlara çözüm üretmek mümkün olmayabilir. Bu çerçevede söz konusu etik atmosferin oluşumuna katkı sağlama potansiyeli bulunan eğitim sisteminin bütün boyutlarıyla (kültürel, dinsel ve felsefi) yeniden yapılandırılmasının önemli olduğunu düşünüyoruz. Bunun da doğası gereği felsefi arka plan ve çözümlemelere ihtiyacı olduğu açıktır.

Received: September 25, 2015

Revision received: November 23, 2015

Accepted: December 26, 2015

OnlineFirst: December 30, 2015

Copyright © 2015 • Turkish Journal of Business Ethics

www.isahlakidergisi.com/en

DOI 10.12711/tjbe.2015.8.0024 • November 2015 • 8(2) • 278-288

Extended Abstract

On Agent's Codes of Conduct in Social Media: A Philosophical Investigation in the Context of the Source of Moral

Emin Çelebi¹
İnönü University

Abstract

Communication and morality are two essential human features. While communication tries to make one's existence meaningful in society; morality is concerned with one's values and merit. Both concepts naturally imply action. If both come side by side, they form the combination implying existence's meaning and merit that in this point, we confront philosophy. Today, the nature of media, as well as the nature of communication, has been changed through new media technologies. New media, also known as digital media, brings ethical problems with it. It seems that the debates on new media and ethics have been performed mostly within the framework of old media's criteria. In this paper, while attempting to touch on these disputes philosophically, so have we attempted to examine the ethical codes of individuals' actions and behaviors in the context of the source of morality in social media, which constitutes one of the most important parts of new media. Some theories concerning the source of morality directly entail analysis of the human being, itself. In this respect, two different approaches have arose, Kant's and Hume's philosophical analyses; which of these philosophers' perspectives is more explanatory will be scrutinized in the context of this topic.

Keywords

Ethics • Morals • Source of morality • Code of ethics • New media • Social media • Hume • Kant

¹ **Correspondence to:** Emin Çelebi (PhD), Department of Philosophy, Faculty of Science and Literature, İnönü University, B Blok Malatya 44280 Turkey. Email: emince1@hotmail.com

Citation: Çelebi, E. (2015). On agent's codes of conduct in social media: A philosophical investigation in the context of the source of moral. *Turkish Journal of Business Ethics*, 8, 278–288.

The term *new media* refers to its natural difference from the traditional concepts of media. In this case, revealing the fundamental characteristics of conventional media helps one understand the basic features of new media. The basic nature of classical or traditional media (newspapers, radio, television, and cinema) is that their framework is certain. At the same time, having a clear framework refers to the possibility of being able to control it; therefore, it also marks the activity area of professional groups. Another feature of traditional media has been to provide unilateral and vertical information. Also, other features are its slow rate of change and information flow, as well as of form and content. If new media were to be defined against these three characteristics, new media firstly has almost no clear boundary, nor does it have a collection of discourses on it; parallel to this, its possibility of being controlled is extremely difficult.

As Binark (2007b, p. 21) indicated, new media was created by computers, the Internet, cell phones, game consoles, and iPods, by handheld data bank recorders and communicators; all of these digital technologies have gradually penetrated into every aspect of daily life, have significantly transformed the applications of life, and have almost come to a point where it performs a role as if it were a part of the human body. As it has a digital coding system, the interactive features of new media simultaneously bring multi-layered dimensions to the communication process. Indeed, this media has been characterized as “from now on, the fifth plane” (Ward & Wasserman, 2010, p. 282). This is because media has a wide area of impact from its macro-level effects (cultural, ideological, traditional, and economic); at the micro level, it is concerned with the private existence of individuals, privacy, property, and so on. As Castells expressed, this situation literally means “...the end of the distinction, even the difference, between conviction and education, between entertainment and being informed, and between popular culture and learned culture;” this means it is the creation of a symbolic mainstream media (as cited in Binark & Sütçü, 2007, p. 169).

Naturally, the nature of ethical discussions and warnings has also changed with the culture of new media. Thus, the conceptualization of “clear ethics” is related to this (Ward & Wasserman, 2010, p. 281). In addition, the growth of new media means that journalism has been exposed to a shift from the traditional professional ethics to a complicated media ethics. Professional and citizen journalists have attempted to explore media ethics again and have discussed how they will adapt the existing criteria, such as righteousness, confirmation, and objectivity, to the new media environment. Although value conflicts were the first to occur, online and offline journalists have entered into the effort of improving a media ethics that will integrate new and traditional media ethics (Ward & Eid, 2009).

An Overview of the New Media and Ethics Debate

The debate between new media and morals has been located among a number of the United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization's (UNESCO) works since the 1990s. UNESCO has organized conferences on information (INFO) ethics in 1997, 1998, and 2000; it has established a commission to prepare a Report on Information Society Ethics in 2001. In the 2003 meeting of this commission, digital-access inequality, and linguistic and cultural diversity issues were also discussed in addition to the issues of privacy, confidentiality, and security in the Internet environment. In the World Summit, which was held in Geneva in 2003 and in Tunis in 2005, taking precautions was discussed for the development of a multicultural information society, knowledge economy, and inequality. Ethical choices about the control of cyberspace, such as ethics issue in cyberspace, applications of access, filtering, and so on appeared on the agenda. In Turkey, the *IT Professional Moral Principles Document* (1998) was formed by the Information Ethics Work Group with the approval of the Board of Directors and the Executive of the Turkey Informatics Foundation. In this context, as related to the re-defining of ethical responsibilities for media professionals who work in the new media environment, Ruhdan Uzun's (cited in Binark, 2007a, pp. 8–9) study, *Virtual Space and Ethics* [Sanal Uzay ve Etik] is found in the scope of her study on communication ethics.

In terms of content, James and his friends' (2009, pp. 27–76) project report for the John D. and Catherine T. MacArthur Foundation (2009, pp. 20–76) on youth and the new digital media seems worth mentioning. According to this report, five basic ethical fault lines were identified: identity, privacy, ownership, credibility, and participation.

Identity

Theorists interested in human development see identity, especially in the modern Western world, as the most important task of youths. During this process, individuals re-think the concept of self in their own lives because they also realize a wider community that contains values, norms, and expectations. Psychologists describe this discovery as a key mechanism that allows young people to test how they are accepted by society through different identities and experiences.

Privacy

This indicates how someone uses others' personal data and informational property in the social context. As previously stated, online communities are fertile grounds for identity development because these environments encourage self-expression, self-reflection, and feedback. The most relevant thing about privacy is that, as online disclosure takes place anonymously, it services positive, comforting, and reinforcing feedback. Young people feel empowered while explaining their thoughts and stories about how they cope with the challenges they face in life through blogs and virtual environments.

Ownership

Other online platforms such as Wiki and proprietary documents convert authorship and ownership to the corporation and blur the line between author and audience. Comments related to a blog can affect authors' content, and changes that are made to the program codes can be used by the company in the next version. Therefore, the rights an author owns for ideas and writings, which is a matter of copyrights and was a provision in traditional media, has become a problem.

Credibility

Two dimensions of credibility are mentioned here. First is the criteria of youths for their own reliability; in other words, they install their own competence. The second is that youths consider themselves as having the ability to evaluate others' competence. How do youths decide to exhibit their qualifications, skills, and motivations to different people in different contexts? [Spence and Quinn \(2008, p. 265\)](#) stated that this environment is an anonymous global environment where everyone is a manufacturer and consumer of content. Additionally, another point to consider is how the news is made.

Participation

This is said to be the final point that ethical problems in the new media have come to and are based on. This is said to cover identity, privacy, ownership, and reliability. Participation focuses on the responsibility that a person has in a community, a society, and the world. There are many forms of participation that involve the use of knowledge and information from all strata of life, such as communication, production, sharing, politics, economy, and society. Firstly, participation in social, economic, and political life in traditional (offline) communities is limited to people who have many resources, such as age, class, gender, qualifications, geographical regions, capital, and so on. Youths have a limited say in these areas because of these properties. Anyone who has the technical and social skills to search and be able to use new media instruments is a participant in the new (online) society.

In a similar study, the Canadian Association of Social Workers ([CASW, 2014](#)) also listed the ethical codes that set out the values and principles shared by those who practice a profession as follows: respecting the fundamental values and dignity of people, maintaining social justice, serving humanity, being honest in professional practice, respecting privacy in professional practice, and being competent in professional practice.

The ethical issues that [Ward and Eid \(2009, p. 1\)](#) have pointed out in this context can be summarized as follows: Using new media and social networks has a nature that promotes research in many topics, such as social identity; privacy; distance

learning; social capital; the social and psychological effects of the internet; the misuse of cyberspace; diasporas; and achieving social status and information for society, culture, and politics. These facilities give rise to various facts when they are used poorly. Many ethical problems are faced, from political manipulations of the electorate, to suicide, violation of privacy, cybercrime, harassment, and sexual abuse.

Philosophical References on the Moral Sources of Failed Behaviors on Social Sharing Sites

In Turkish, *ahlâk* is the plural of the word “hulk” or “huluk” in Arabic, and it means nature, temperament, and character (Cürçani, 1997). The English equivalent is *morals*, derived from the Latin *moralis*, and it means character, condition, and motion. Morality as a term is generally observed to be used in three ways: (i) public lifestyle, (ii) a group of behavioral rules, and (iii) an intellectual survey performed on lifestyle and the rules of conduct (Kılıç, 1998).

However, even classifications that are performed are not exactly the same. Every philosopher has faced some specific approach when they are examined in detail (Heinemann, 1997, pp. 366–367). An analysis will be made in this study by placing two important philosophers on the axes of rationalist and empiricist attitudes, which are two fundamental paradigms that have been found to be important. First is the Scottish philosopher, David Hume, who can be considered as the pinnacle of empiricism; the other one is Immanuel Kant, who can be considered as the pinnacle of the rational explanation of morality.

Hume saw morality as a part of human nature and consequently concluded that all people should be similar in mind, feelings, and actions (Hume, 1985b, p. 626). This is because human nature is a common and universal experience to all. Hume developed moral theory under this main idea.

According to Hume, morality does not occur through any factual issue that can be discovered through touch, as he was certain it was not composed of the clear relationships that are the object of science. In this case, one can prove that morality is not a result of the mind. Virtues and vices can be derived from factual issues through reason. For example, one cannot find anything aside from certain passions, motives, will, and thoughts when all aspects of an intentional murder are examined. In this case, there is no other factual topic. But when the reflections are turned inwards, one realizes that the feeling of disapproval against this action exists. This is a factual situation. But this is an object of emotion, not the mind. This action occurs as a feeling, not as an object (Hume, 1985a).

Whether the source of moral production is the mind or the emotions and which sensations are the principles of moral production must be investigated. According to Hume, the main

source or principle of the call to action in the human intellect is *pleasure* or *pain*. When these sensations are removed from one's thoughts or feelings, one can have neither great passion and action nor great desire and will (Hume, 1985a). What is the source of pleasure? The answer that can be found in Hume's (1985a, p. 352) system is as follows:

It can generally be stated in terms of our physical skills that everything we have that is useful, beautiful, or surprising produces pleasure as the object of one's own pride. Accordingly, pleasure is the cause of passion within the relationship to self.

After briefly summarizing Hume's views, now a brief look will be taken in consideration of the opposite viewpoint: Kant's moral justification.

Kant (2004) contemplated the existence of the reason as completing the human. *Theoretical reason*, in Kant's terminology, means the reason that deals with aspects of the human being and epistemological problems, while, *practical reason* deals with the practical dimension that is behavioral one, of human being. According to him, the pure reason is the practical in itself. Moral law supplies itself directly to the human being. There is no requirement of passion, happiness, emotion, and so on for any of its tools, it is inferred. That is the essence in action's moral value directly determines its moral law. There is no effect of will on its construction. The passivity of will is viewed the same as Hume. But unlike Hume, Kant also made feeling totally ineffective. An *autonomous* identity that completes morality is conferred and is a type of *existence in self*.

What is the source of morality itself, what is the human self; also, what is this one type of intellect and what are its indicators? Or how can these criteria be revealed? According to Kant (2009), in the world and even outside of it, nothing can be considered an absolute unconditional good except "good will". Therefore, the groundwork of the action of morals creates these qualities. For this, an action that is performed as a necessity of assignment or because of moral law does not find in intent that which achieves moral value with it; it finds in the maxim from which it decided to do it. This maxim is universal and can be applied universally; it is expressed as follows:

Act only according to that maxim by which you can at the same time will that it should become a universal law. The moral value of action is not found in any relation of the action that requires being sourced from the effect that is expected from the cause action; this is together with not being found in the effect that is expected from it because these effects may also arise from other causes (ensuring even someone else's happiness is gratifying in this case). Hence, having a mind that finds the most supreme and unconditional good but in itself is not the need to desire existence for these. Because of this, the unique good that has been called morality is obviously not that effect that is found but in the assets of the mind

or hoped for in its request; this design determinedly cannot create anything other than the self of its own design of law (Hume, 2000).

Now the search for the answer can begin to the question of which of the mentioned ethical concerns are effective at being behavior's generating principle.

In this context, it has been deemed important to create the groundwork for a discussion of Alan Gewirth's Principle of Generic Consistency. This principle reveals the nature of basic human rights, such as freedom and prosperity, through motion from the existence of deliberate agents and also offers a description and prescription for rational authority. The summary of Gewirth's argument is as follows:

- Independence and prosperity are mandatory features of an action with purpose.
- All rational, deliberate agents have natural rights to freedom and prosperity.
- As such, each deliberate agent states the normative structure of the action tends to have a mandatory, prudential, and moral restriction at the expense of contradicting itself.
- Deliberate agents, from their own personal perspective, must claim to have the right to freedom and prosperity, as logically their own agent has mandatory and practical conditions.
- At the same time, all deliberate agents have the right to freedom and prosperity because being an agent is a sufficient condition. These rights were originally just precautionary; now they are moral by reason of their relation to others.
- Every deliberate agent, as director of a deliberate action, is logically impelled to accept a superior moral principle. This principle is the Principle of Generic Consistency and refers to the following: All deliberate agents with the right to freedom and prosperity, including that person's self, must be respected (Spence & Quinn, 2008).

Who embraces Humean ethical theory, in the context of character virtues through emotion from the Principle of Generic Consistency, has voiced opinions in the form that everyone with a sense of morality will behave ethically. This is because goals such as the good, good life, happiness, and self-realization make it almost mandatory that people behave ethically, and these are rational implications (Spence & Quinn, 2008). However, when one asks the question "What is the source that is found in action on the basis of freedom and prosperity?" and it is looked at carefully, the response can be given in the form of "for our sense of pleasure and request of usefulness" through Humean terminology. Yet, there's no place for freedom in Hume's understanding of morality. Kant (2004) expressed moral freedom as a "condition of existence." In other words, it is impossible to perform any moral action in the absence of freedom. According to philosophers from the other side, however, one is conscious of freedom

through movement before one has first knowledge of morals. Namely, morality emerges in order to know freedom, but it is not a principle that produces action. Therefore, it is extremely clear from our discussion that Gewirth's principle, on one hand, means to place freedom and prosperity in the same groundwork as two ultimate objectives that express the precursor to a moral action, as these are compulsory and put forth as a right of freedom and prosperity. Is it possible for people to be free if they don't behave ethically? Do people have the possibility of ethical behavior in order to have freedom? Reality manifests in favor of the second question. Additionally, freedom cannot be evaluated as a feeling. Freedom is an ontological right. With the restriction of freedom, morality, and hence responsibility, disappear. Yet the same thing can be said of character virtues or benefits like welfare, happiness, and so on for ultimate objectives. Because to say that humans are those who are found in virtue in order to be happy or to live in prosperity shows the necessity of performing appropriate actions as a way to be happy or live in a good situation. Said another way, actions that are appropriate for this ultimate objective must be moral actions (or these actions produce happiness and are moral). Consequently, they meet at a point as both the ideal and the source. Yet the same cannot be said for freedom. Indeed, Hume called freedom imaginary in this context. This is because according to him there is no place for freedom in actions that are performed as a necessity between character and behavior, as freedom is not a necessary element of human nature. The request for prosperity, the second element in the above principles, can be the manufacturing principle of moral actions in terms of Hume's philosophy; through sympathy, it acquires the actions of others and the validity of morals.

At this point, we believe the ethical fault lines can be in a different form of the formulating agent in this context.

Identity, Ownership, Credibility, and Privacy

Modern humans have many, quite different identities and affiliations in the macro and micro levels, such as religion ethnicity, geography, culture, sects, modesties, and congregations. People attach importance and prefer these affiliations naturally. Being a party to and in favor of these things creates a direct emotional state. Because the offering of information that comprises social networking sites can be turned to one's favor, distorted, and used, the freedom mentioned above corresponds to a situation that forms the groundwork of these behaviors: failure to comply with even a measure of morality has become practically commonplace.

Another motive that triggers the formation of identity is ownership and the desire to be an owner (Jaspers, 2010). Ownership here has a wide variety of uses, from owning any goods or items to as much as owning power. This is because there is a close relationship between power and being an owner. The driving force is the feeling

of being a property owner, the feeling of identities wanting to be on top of each other. Or it is people wanting to fortify their identity as an owner of property. Hence, the demand to have macro or micro affiliations, if one wants to ontologically have the processes of identity construction, can be said to be a basic motive of the feeling of being capable and intersects with property over this mode. Privacy and reliability as the other fault lines can also be associated with ownership in this context.

In reality, the view of behaviors that occur based on feeling gains weight when considered in the context of Hume and Kant's approaches to morality that were offered in the questions on ethical fault lines shown above. The mind, in Hume's statement (1985a), has the function of rationalizing only the result of the imposition of passion when it becomes a near slave of passion. Albeit, if one draws the ideal framework for Kant's approach to morality, it can also be said that too much counterbalance does not exist in practical life. Additionally, the need that suggests itself is to question the source of immorality rather than the source of morality when it comes to social media; at this point, the Humean approach can be said to be more descriptive.

Results

The origin of ethical issues in new media was analyzed from a limited philosophical perspective in this study. Understanding human actions by ignoring the basic properties of human nature is almost impossible. However, talking about the standards, absolutes, and universal human nature that connects all individuals should also be considered as an extreme commentary. It is possible to say that the common codes of moral and non-moral behaviors can be determined to a great extent without neglecting that the private world of the individual may be philosophically different before scattering both ends.

The ethical understanding of Kant and Hume, which was investigated in the context of this study, showed differences in terms of what constitutes the motives of behavior. When looked at with motion from the daily problems or events one has experienced, our opinion is that Hume's ethical understanding is more descriptive. The point that should be emphasized here is the necessity to determine the motive or primary principle of immoral behavior, not just moral behavior. This is where Hume's paradigm was most beneficial. That the virtues or vices of human character have an emotional foundation seems useful in explaining ethical violations in social media. On the other hand, these thoughts cannot be divorced from both philosophers' epistemological approaches. At this point, the subject of what kind of measures can be epistemologically taken in addition to existing measures in order to prevent moral violations in the media should be opened for discussion.

Indeed, some thinkers (Ward & Wasserman, 2010) have also made the same point. If information is knowledge, especially if it's accurate, it must comply with the conditions

of epistemology. If information hopes to be spread on the ground of honesty and reliability even minimally, it must carry the criterion of accuracy; those who spread this knowledge should be widely aware of epistemic criteria. S. J. Wulf (2000) established a direct relationship between virtue and Hume's epistemology. According to Hume, in order to possess virtuous behavior, one must have a desire and tendency towards virtues. This encourages the virtue of moderate or mitigated skepticism.

Consequently, one may not be able to find solutions to ethical problems by moving from mere moral analysis now that people are as whole as they are complex in their being. In this context, we think it is important to restructure all aspects of the education system (cultural, religious, and philosophical) that has the potential to contribute to the creation of an ethical atmosphere. Inherently, the need for philosophical groundwork and analysis is clear.

Kaynakça/References

- Binark, M. (2007a). Yeni medya çalışmaları. M. Binark (Ed.), *Yeni medya çalışmaları* içinde (s. 5–17). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Binark, M. (2007b). Yeni medya çalışmalarında yeni sorular ve yöntem sorunu. M. Binark (Ed.), *Yeni medya çalışmaları* içinde (s. 21–44). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Binark, M., & Sütçü, G. B. (2007). Teknogünlüklerdeki çok(lu) sessiz yaşamlar: Yeni medyanın sessiz enstrümanları - yeni orta sınıf gençlik. M. Binark (Ed.), *Yeni medya çalışmaları* içinde (s. 147–175). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Cürcanı, S. Ş. (1997). *Kitabu'ı-ta'rifat* (A. Erkan, Çev.). İstanbul: Bahar Yayınları.
- Heinemann, F. (1997). Etik (D. Özlem, Çev.). D. Özlem (Ed.), *Günümüzde felsefe disiplinleri* içinde (s. 361–384). İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Hume, D. (1985a). *An inquiry concerning the principles of morals* (Ed. C. W. Hendel). Indianapolis: The Bobbs-Merill Educational Publishing.
- Hume, D. (1985b). *A treatise of human nature* (Ed. E. C. Mossner). London, UK: Penguin Books.
- Hume, D. (2000). *An enquiry concerning human understanding*. Leeds: Leeds Electronic Text Centre. Retrieved from www.etext.leeds.ac.uk/hume/ehu/ehupbsb.htm
- James C., Davis, K., Flores, A., Francis, J. M., Pettingill, L., Rundle, M., & Gardner, H. (2009). *Young people, ethics, and the new digital media: a synthesis from the goodplay project*. Massachusetts, London, England: The MIT Press Cambridge.
- Jaspers, J. (2010) *Felsefe nedir?* (İ. Z. Eyuboğlu, Çev.). İstanbul: Say Yayınları.
- Kant, I. (2004). *Critique of practical reason* (T. K. Abbott, Trans.). New York, NY: Dover Publications.
- Kant, I. (2009). *Ahlak metafiziğinin temellendirilmesi* (İ. Kuçuradi, Çev.). Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu.
- Kılıç. R. (1998). *Ahlâkın dini temeli*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Spence, E. H., & Quinn, A. (2008). Information ethics as a guide for new media. *Journal of Mass Media Ethics*, 23(4), 264–279. <http://dx.doi.org/10.1080/08900520802490889>

- The Canadian Association of Social Workers. (2014). *Social media use and social work practice*. Retrieved from <http://www.casw-acts.ca/en/social-media-use-and-social-work-practice>
- Ward, S. J. A., & Eid, M. (2009). Ethics, new media, and social networks. *Global Media Journal - Canada Edition*, 2(1), 1–4.
- Ward, S. J. A., & Wasserman, H. (2010). Towards an open ethics: implications of new media platforms for global ethics discourse. *Journal of Mass Media Ethics*, 25(4), 275–292. <http://dx.doi.org/10.1080/08900523.2010.512825>
- Wulf, S. J. (2000). The skeptical life in Hume's political thought. *Polity*, 33(1), 77–99.