

Başvuru: 11 Kasım 2015

Revizyon: 17 Aralık 2015

Kabul: 24 Aralık 2015

OnlineFirst: 29 Aralık 2015

Copyright © 2015 • **Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği**

www.isahlakidergisi.com

DOI 10.12711/tjbe.2015.8.0016R • Kasım 2015 • 8(2) • 341-348

Kitap Değerlendirmesi

Yeni Medya, Yeni Araştırmalar New Media, New Researches

Alper Yılmaz¹
Selçuk Üniversitesi

Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri

Derleyen: Mutlu Binark

Istanbul, 2014, Ayrıntı Yayınları, 207 sayfa

Mutlu Binark, 1999 yılında Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde “İletişim Bilimleri” alanında doktora derecesini, 2003 yılında UAK’tan yine aynı alanda doçent unvanını almıştır. Hâlen Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesinde öğretim üyesi olarak çalışmalarına devam etmektedir. Çalışma alanlarını iletişim sosyolojisi, eleştirel medya okuryazarlığı ve yeni iletişim teknolojileri/yeni medya oluşturmaktadır. Hâlen yeni medyada nefret söylemi, yeni medyada etik ilkeler ile yeni medya okuryazarlığı üzerine çalışmalarına devam etmektedir. www.yenimedya.wordpress.com ve www.dijitaloyunkulturu.wordpress.com bloglarının yazarıdır.

Binark’ın derlediği *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri* başlıklı kitap ise yeni medya ortamları araştırmalarında kullanılan yöntem ve teknikleri bir araya getirmektedir. Kitap söz konusu alanda daha önceden yapılan kuramsal incelemeler ve saha araştırmalarını irdelenerek hazırlanmıştır. Kolektif bir çalışmanın ürünü olan bu esere katkıda bulunanlar arasında Mutlu Binark’ın yanı sıra Ezgi Mert, Günseli Bayraktutan, İslam Halaiqa, Mutlu Binark, Selda Tunç, Tuğrul Çomu ve Zeynep Büker Alyanak gibi bilim insanları bulunmaktadır.

Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri kitabı Günseli Bayraktutan’ın kaleme aldığı “Tavır, Merak, Araç: Doğru Yol Boyunca Yürümek” başlıklı sunuş ve Mutlu Binark’ın kaleme aldığı “Giriş” yazılarının haricinde Tuğrul

¹ Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, Konya 42130. Elektronik posta: alper.yilmaz@selcuk.edu.tr

Atıf: Yılmaz, A. (2015). Yeni medya, yeni araştırmalar [*Yeni medya çalışmalarında araştırma yöntem ve teknikleri* kitabının değerlendirmesi, M. Binark, Der.]. *İş Ahlakı Dergisi*, 8, 341–348.

Çomu ile İslam Halaiqa'nın kaleme aldığı "Web İçeriklerinin Metin Temelli Çözüm- lenmesi" başlıklı birinci bölüm, Ezgi Mert'in kaleme aldığı "Anket, Çevrimiçi Anket Tekniği ve Çevrimiçi'nde Anket Uygulaması" başlıklı ikinci bölüm, Zeynep Büker Alyanak'ın kaleme aldığı "Etnografi ve Çevrimiçi Etnografi" başlıklı üçüncü bölüm ve Selda Tunç'un kaleme aldığı "Yeni Medya Ortamlarında Araştırma Etiği ve Öz- düşünümSELLİK" başlıklı dördüncü bölümden oluşmaktadır. Kitaba genel olarak bakıldığında söz konusu bölümlerin geleneksel araştırma yöntem ve tekniklerinin yeni medyaya uyarlanması sonucu ortaya çıkan çalışmalar olduğu görülmektedir.

"Sunuş" bölümünde Günseli Bayraktutan araştırma açısından yöntemin önemli bir tartışma alanı olduğunu söylemektedir. İyi ve nitelikli bilimsel çalışmaların bilim insanlarının ve araştırmacıların gerçek dertlerinden kaynaklandığını belirtmektedir. Bu durum hem araştırmacının hem de çalışmanın güçlenmesini sağlamaktadır. Bayraktutan, bu kitabın da gerçek dertlerden yola çıkmış araştırmacılar tarafından alandaki önemli bir boşluğu doldurmak için hazırlandığını vurgulamaktadır.

Giriş bölümünde Mutlu Binark, geleneksel medyadan (kitap, televizyon ve radyo) farklı olarak sayısal ve özellikle de etkileşimsel medyaya değinmekte; internet ağlarını ve sosyal iletişim medyasını nitelemek üzere "Yeni medya" terimini kullanmaktadır. Binark, yeni medya alanında akademik çalışmalar yapan farklı bilim insanlarının yeni medya terimini nasıl açıkladıklarına da değinmektedir. Buna göre Lievrouw ve Livingson için yeni medya, bilgi ve iletişim teknolojileri kullanılarak geliştirilen iletişim pratiklerini ve bu cihazlarla pratikler etrafında şekillenen sosyal düzenleme veya örgütlenme biçimlerini kapsamaktadır. Kitle iletişim araçlarının, geleneksel iletişim araçlarından yeni iletişim araçlarına doğru gelişen tarihsel süreci içinde biçim ve içerik yönünden birçok yenilik gerçekleştirmiştir. Yeni medya dijital- lik, etkileşim, kullanıcıların içerik üretimi ve paylaşım gibi özellikleri ile geleneksel medyadan farklılık göstermektedir. Yeni medyanın multimedya ve etkileşim özellik- leri sayesinde mesajın iletildiği hedef kitle içeriği yeniden üretmekte ve döngüsel bir iletişim modeli oluşturmaktadır.

Binark, internetin geleneksel medya metinlerindeki başlangıç ve sonu ortadan kaldırdığını, bu nedenle çevrimiçi olarak yapılacak araştırmaların başlangıç ve son noktalarının araştırmacı tarafından sınırlanması gerektiğini belirtmektedir. Günümüzde internet ve web 2.0 gibi çeşitli yeni medya ortamlarının insanların günlük yaşamlarının bir parçası olması nedeniyle ulusal ve küresel bağlamda iletişim, enformasyon, etkileşim pratikleri hızla gelişmektedir. Bu durum sahada çalışan araştırmacıları çevrimiçi araştırmalar yapmaya yöneltmiştir. Binark, internet çalışmalarında başvurulan araştırma yöntemlerinin temelde altı kategoriye ayrıldığını belirtmektedir. Bunlar; çevrimdışı ya da çevrimiçi anket uygulamaları, web kullanım bilgisi gibi bilgileri ölçen laboratuvar deneyleri, siyasal enformasyon kaynaklarının veya meta-enfor-

masyon olarak arama motoru içeriklerinin çözümlenmesine yardımcı olan niceliksel yöntemler, çevrimiçi ya da çevrimdışı derinlemesine görüşmeler, dijital etnografi olarak adlandırılan katılımlı gözlem ile söylem analizi ve tarihsel ve estetik eleştiri gibi niteliksel araştırma yöntemleridir.

Kitap dört ana bölümden oluşmaktadır. Tuğrul Çomu ve İslam Halaiqa'nın kaleme aldığı "Web İçeriklerinin Metin Temelli Çözümlemesi" başlıklı birinci bölüm, "Web 1.0'dan web 2.0'a *ağ mimarisi*", "İçerik çözümlemesi", "Söylem çözümlemesi", "Netnografi" ve "Araştırmalarda bilgisayar yazılımlarından yararlanma" alt başlıklarından oluşmaktadır. Yazarlara göre insanların yaşamlarının ve iletişim biçimlerinin değiştirmesinde 20. yüzyılda ortaya çıkan internetin rolü büyüktür. İnternet, bireylerin dijital dünyada var olmalarının yanı sıra metin, fotoğraf, ses ve video gibi multimedya içeriklere ulaşmalarını da sağlamaktadır. İnternet ve arayüzey olarak adlandırılan sosyal mecraların analizinde iki tür yaklaşım üzerinde durulmaktadır. Bunlardan birincisi kullanıcı temelli yaklaşımdır. Bu yaklaşımda kullanıcıların internet kullanım alışkanlıkları, süreleri, yöntemleri ve internet hakkındaki görüşleri araştırılır. İkinci yaklaşım içerik temelli yaklaşımdır. Bu yaklaşımda internet kullanıcıları arasında kullanılan metin ve üretilen içerik analiz edilmektedir. Web 1.0'la ortaya çıkan internete katılım, paylaşım ve etkileşim gibi özelliklerin eklenmesiyle web 2.0 ortaya çıkmış, daha büyük gelişmelerle birlikte ise web 3.0 ve hatta web 4.0'a doğru yol alınmaktadır. Bu gelişimle birlikte arayüzeyler ve dolayısıyla yeni medya da değişmektedir. Yeni medya üzerine yapılacak araştırmalarda, araştırmanın konusunun, kapsamının, yönteminin, araştırma nesnesinin ve bu doğrultuda kullanılacak tekniklerin çok iyi bir biçimde belirlenmesi gerekmektedir.

İnternet çalışmalarında içeriklerin çözümlenmesinde, içerik çözümlemesi ve söylem çözümlemesi olmak üzere iki farklı tekniğe başvurulmaktadır. İçerik çözümlemesi iletişim içeriği olarak medya metinlerini kantitatif, sistematik ve nesnel bir biçimde araştırma ve analiz etme tekniğidir. İçerik çözümlemesi, açık içerik ve örtük içerik üzerine yapılmaktadır. Niceliksel içerik çözümlemesi açık içeriği çözümlerken, niteliksel içerik çözümlemesi örtük içeriğin çözümlenmesinde kullanılmaktadır. Söylem çözümlemesi ise yazılı, görsel veya hareketli görüntü gibi farklı metin türlerinin içinde yer alan söylemin niteliksel olarak ve kuramsal biçimlerle çözümlenmesini ifade etmektedir. Söylem çözümlemesi makro ve mikro olmak üzere iki yapı üzerinden gerçekleştirilmektedir. Makro yapılar ise tematik ve şematik olmak üzere iki boyutta ele alınmaktadır. Tematik analiz tematik yapı ve içeriğin anlamıyla ilgili bilgileri ortaya koymaktadır. Şematik analiz ise durum, yorumlar, arka plan bilgisi, bağlamsal bilgi, tarih, sonuç ve haber kaynakları ile ilgilenmektedir. Mikro yapılar kapsamında cümle ve kelimeler incelenmektedir. Teun A. Van Dijk söylem çözümlemesinin hatlarını aşağıdaki şekilde çizmiştir.

- a) Söylemin bağlamlarını incelemek,
- b) Hangi grupların, iktidar ilişkilerinin ve ihtilaflarının bulunduğunu çözümlmek,
- c) Önavsarımları ve ima edilenleri açığa çıkartmak,
- d) Kutuplaştırılmış grup kanaatlerini vurgulayan tüm biçimsel yapıyı incelemek.

Yeni medya araştırmalarında kullanılan bir diğer teknik netnografidir. Netnografi, internet veya teknolojik ağ etnografisidir; teknoloji aracılığıyla çağdaş sosyal dünyanın karmaşıklığına uyarlanmış etnografidir. Netnografik araştırmanın uygulanabileceği çevrimiçi ortamlar temel olarak beş başlık altında toplanmıştır. Bunlar, haber grupları, web sayfaları, e-posta listeleri, çok oyunculu zindanlar ve arama motorlarıdır. Netnografik araştırmalarda, araştırma verileri incelenen çevrimiçi topluluğa ait tüm metin, görüntü, ses ve video içeriği, araştırmacının kendi gözlem ve deneyimleri ile yapılan çevrimiçi görüşmelerin kayıtlarından oluşmaktadır. Nitel bir araştırma tekniği olarak ortaya çıkan netnografik araştırmada, incelenen alandaki genel eğilimlerin, ortak konu ve yaklaşımların neler olduğu saptanabilmekte, ancak bu saptamalar genellenememektedir. Çevrimiçi araştırma çalışmalarında çözümlene şablonunun oluşturulmasında, incelenecek ağ yapısının, arayüzey özelliklerinin ve ağın nasıl kullanılacağıının belirlenmesi büyük önem taşımaktadır.

Kitabın Ezgi Mert tarafından hazırlanan “Anket, Çevrimiçi Anket Tekniği ve Çevrimiçi’nde Anket Uygulaması” başlıklı ikinci bölümü “Anketin kısa tarihçesi”, ”Çevrimiçi anket ve uygulanması” ve ”Genel değerlendirme” alt başlıklarından oluşmaktadır. Anket tekniği, tarama yönteminin kapsadığı bir alan çalışması tekniğidir. Tarama araştırmasının mantığını, aynı soruyu yanıtlayan çok sayıda yanıtlayıcıyı içeren örnek grupların seçilmesini takiben birçok değerşkenin ve birden fazla hipotezin ölçülmesi ve geçmiş deneyimler, davranışlar veya karakteristikler hakkında zamansal sıra ile bağımtılı olarak çıkarsama yapılması oluşturmaktadır.

Yeni medya çalışmaları kapsamında internet üzerinden gerçekleştirilen anket uygulamaları çevrimiçi anket tekniği olarak adlandırılmaktadır. Çevrimiçi anketin oluşturulması ve dağıtılmasında kullanılabilen web siteleri bulunmaktadır. İnternet üzerinden gerçekleştirilen çevrimiçi anketler esnek tasarımlı, hızlı ve maliyetsizdir. Çevrimiçi anketlerin kapsam sorunu, gizlilik ve doğrulama sorunu ve tasarım sorunları gibi bazı dezavantajları da bulunmaktadır.

Mert çalışmasında çevrimiçi anket tekniğini kullanan akademik çalışmaları incelemiştir. Bu çalışmalardan ilki Ufuk Eriş’in 2009 yılında yazdığı niteliksel bir çalışma olan *Türkiye’de Kırıcı (Hacker) Kültürü* başlıklı doktora tezidir. Eriş, Anadolu Üniversitesi’nin internet sunucusunda sağlanan yer ile bir çevrimiçi anket hazırlamıştır. Kırıcıların yani hackerların buluştukları internet forumlarındaki anket bölü-

müne kendi anketinin internet adres bağlantısını yüklemiştir. Anket bir yıl süreyle yayında kalmış ve 258 kişi katılmıştır. Çalışmanın evrenini Türkiye’deki tüm kırıcılar (hackerlar) oluştururken, anketi cevaplayan 258 kişi amaca yönelik örnekleme oluşturmuştur.

Mert’in çalışmasında incelediği bir diğer çalışma Mehmet Emin Babacan’ın 2012 yılında yazdığı niceliksel bir çalışma olan *Sosyal Paylaşım Alanlarında Sosyal Sermaye* başlıklı doktora tezidir. Babacan çalışmasında anketi geniş bir evrenin betimleyicisi olarak ele almıştır. Örneklemin temsil ediciliği önemsenmiştir. Çalışma sosyal medya kullanımının sosyal sermayeye katkısını Türkiye’de bilgisayar ve internet teknolojilerini en çok kullanan yaş grubu olarak üniversite gençliği üzerinden ölçmekle sınırlıdır. Bu sebeple araştırmanın evrenini Türkiye’deki öğrenciler oluşturmakla beraber örneklemini ise üniversitelerde örgün öğretimde bulunan lisans öğrencileri oluşturmuştur. Hazırlanan anket formu Türkiye’deki bütün üniversite öğrencilerine sosyal medya üzerinden dağıtılmış, öğrencilerin geri dönüş yapmaları beklenmiştir. 1254 öğrencinin geri dönüşüyle anketten elde edilen veriler, örnekleme temsil edecek şekilde düzenlenmiş ve homojen bir veri sağlanmıştır.

Geleneksel anket yönteminde, anketlerden elde edilen verilerin anlamlı bilgiler hâline gelebilmesi için işlenmesi gerekmektedir. Bu işlem de bilgisayarların işlem gücünün ve yazılımlarının kullanılmasıyla gerçekleştirilmektedir. Veriler bilgisayar ortamında kodlanmaktadır. Veri kodlama adı verilen işlem ham verilerin bilgisayar tarafından okunabilir bir biçime sokularak sistematik şekilde yeniden düzenlenmesi olarak tanımlanmaktadır. Çevrimiçi anket tekniğinde ise veriler anketin doldurulma aşamasında internet üzerinden kodlandığı için araştırmacı hazır veri kodlarını istatistik analizleri yapacağı bilgisayara internetten indirerek kaydetmektedir. Çevrimiçi anket tekniğiyle hazır bir şekilde kodlanmış veriler daha sonra istatistik programında gerekli analizlerin yapılması için kullanılmaktadır. Analizler sonucunda araştırmanın başlangıcında öne sürülmüş hipotezler doğrulanmakta ya da reddedilmektedir.

Zeynep Büker Alyanak tarafından hazırlanan “Etnografi ve Çevrimiçi Etnografi” başlıklı üçüncü bölüm ise “Etnografi ve etnografik araştırma”, “İletişim çalışmalarında etnografik araştırmalar”, “Çevrimiçi etnografi”, “Gözlem teknikleri: katımlı gözlem ve pusuculuk”, “Çevrimiçi etnografi çalışmalarının değerlendirilmesi”, “Araştırılan öznelerin araştırmaya ilişkin tutumları”, “Farklı araştırma tekniklerinin bir arada kullanılması” ve “Çevrimiçi etnografik araştırmalarda teknikler ve ortamlar” alt başlıklarından oluşmaktadır. Çalışmada ilk olarak etnografi kavramı ele alınmıştır. Etnografi, temel olarak bir kültürün tanımlanmasını ve başka bir yaşam tarzını anlama çabasını ifade etmektedir. Etnografik çalışmalar insan ve insan topluluklarını dinlemeyi ve gözlemeyi içermektedir. Çalışma süresince gözlenen alana dair bilgiler kayıt altına alınmaktadır. Geçmişte alan notlarını sadece yazılı belgeler oluştururken

teknolojinin gelişmesiyle fotoğraflar, ses kayıtları ve videolar da alan notlarına dahil olmuştur. Bu durum etnografik çalışmaları niteliksel olarak zenginleştirmiştir.

Yeni medya araştırmalarında niteliksel bir araştırma yöntemi olan etnografi, kullanıcıların kitle iletişim araçlarını ne şekilde kullandıklarını araştırmak için kullanılabilir. Bu durum etnografik çalışmaları niteliksel olarak zenginleştirmiştir.

Alyanak çalışmasında etnografi yöntemini kullanan akademik çalışmaları incelenmiştir. Bu çalışmalardan ilki Burçe Çelik'in Kürt gençlerin cep telefonu kullanımı ile ilgili olarak 2011 yılında gerçekleştirdiği *Teknoloji ile Kimlik Mücadelesi: Kürt Gençleri ve Cep Telefonu* adlı çalışmasıdır. Araştırma, ticari bir ürün ve iletişim teknolojisi olarak cep telefonunun Kürtçenin eğitim ve bilişim dili olduğunu gösteren bir olgu hâline nasıl geldiğini ele almakta ve bu durumun etnik politikalarda nasıl karşılık bulabileceği sorusundan hareket etmektedir. Araştırmacı güvene, özdeşimselliğe ve etiğe dayanan ilkelerle açık uçlu sorular sormak suretiyle teknoloji kullanımı aracılığıyla farklı kültürlerin deneyimlenmesi gibi yerel ve özgül bir konunun araştırılmasının bir örneğini sunmuştur.

Alyanak makalesinde aynı zamanda 2007-2008 tarihleri arasında Mutlu Binark ve Günseli Bayraktutan Sütçü tarafından gerçekleştirilen *Dijital Oyun Kültürü ve Türkiye’de Gençliğin İnternet Kafe Kullanım Pratikleri: Çevrim İçi ve Çevrim Dışı Kimlik Egzersizleri, Hareketsiz Toplumsallaşma ve Sanal Kariyer Yapma-Ankara’da Etnografik Alan Araştırması* başlıklı çalışmayı da incelemektedir. Bu araştırma projesi, dijital oyun kültürüne ve dijital oyun oynama edimine ilişkin Türkiye’de gerçekleştirilen ilk etnografik çalışmadır. Araştırma, “internet kafe kullanım pratikleri” ve “yerli dijital oyun üretim süreci” olmak üzere iki ayrı bölüm olarak ele alınmıştır. Araştırma, kültürel çalışmalar kuramını temel almış ve kültür endüstrisi kavramsal çalışmalarını da içermiştir. Araştırmacılar araştırmada kullanılan nitel ve nicel metin çözümleme teknikleri ve derinlemesine görüşmelerin yanı sıra çalıştaylar, paneller, toplantılar, odak grup görüşmeleri, anket tekniklerle elde edilen bilgilerin birbirleriyle tutarlı olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmanın sonuç bölümünde genç kuşakların dijital oyun kültürüne dair farkındalık eksikliği olduğuna ve eleştirel medya okuryazarlığı bakış açısına sahip olmadıklarına dikkat çekilmiştir. Araştırma sonucunda ortaya konulan en temel önerinin eleştirel medya okuryazarlığının geliştirilmesinin gerekliliği olduğu söylenmiştir.

Alyanak’ın çalışmasında incelediği bir başka çalışma Mimi Ito ve ekip arkadaşlarının John D. And Catherine T. M. MacArthur Vakfı’ndan aldıkları destekle 2005-2008 yılları içerisinde ABD’de gerçekleştirdiği Amerikalı gençlerin internet ve yeni medyayı kullanma biçimlerini ele alan çalışmasıdır. Ito ve arkadaşları yeni medyanın gençlerin sosyal yaşamlarındaki rolünü kavramayı hedeflemişlerdir. Araştırmanın iki temel sorusu yeni medyanın gençlerin yaşam pratiklerine ve gündemlerine nasıl

dahil olduğu ve bu pratiklerin çeşitli dinamikleri nasıl etki altına aldığıdır. Araştırmacılar etnografik yöntemi içeren niteliksel bir araştırma yürütmüşlerdir. Araştırma kapsamında anketler, görüşmeler, günlükler, gözlemler, içerik analizi vb. yöntem ve teknikler kullanılmıştır.

Kitabın Selda Tunç tarafından hazırlanan “Yeni Medya Ortamlarında Araştırma Etiği ve Özdüşünsellik” başlıklı son bölümü ise “Araştırmacı ve özdüşünsellik meselesi”, “Araştırmacının iktidar alanları”, “Yeni medya çalışmaları ve etik” ve “Veriye ulaşmak ve etik sorumluluk” alt başlıklarından oluşmaktadır. Araştırmanın bizim dışımızda var olan, istediğimiz zaman istediğimiz bilgileri seçeceğimiz bir bilgi edinme alanı değil, araştırma süresince değişen ve dönüşen bir etkileşim süreci olduğu belirtilmektedir. Araştırmacı tarafından seçilen araştırma konusu, araştırmacılar için ne ifade etmektedir? Katılımcıların görüşleri araştırmaya ne ölçüde yansımakta ya da hangi etkenler bu yansımaları engel olmaktadır? Tunç’a göre araştırmacı kendisini araştırmanın bir uzantısı gibi düşündüğünde, nesnesine karşı yabancılaşmanın önüne geçmiş olmaktadır.

Özdüşünsellik ile birlikte düşünülmesi gereken diğer iki konu nesnelci ve öznelci bakış açılarıdır. Araştırmacının bu iki bakış açısından hangisiyle özdeşleştiği ve bu bakış açılarının deneyimle kurduğu ilişki önemlidir. Nesnelci bakış açısı, istatistik, etnografik tasvir, biçimsel modelleme gibi araçlar üzerinden nesnel düzenlilikler kurmaktadır. Öznelci bakış açısı ise, gündelik hayatın örgütlü pratikleri yoluyla toplumsal gerçekliğin sürekli olarak inşa edilmesidir. Yani öznelci bakış açısı toplumsal aktörlerin olumsal ve sürekli yaratacılığıdır. Selda Tunç, entelektüellerle toplum arasındaki ilişkilerin sınanmasında özdüşünselliğin sık kullanılmadığını düşünmektedir. Bunun nedenlerinden biri entelektüellerin kendilerini toplumdan ayrı ve farklı bir bilinç olarak gördükleri gerçeğidir.

Özdüşünsellik kavramı bilen öznenin ayrıcalığını sorgulamaktadır. Araştırmacı için özdüşünsellik, araştırdığı nesneye dönük düşünme sürecini imlemektedir. Araştırmacının kimliği de araştırma sırasında ve etkileşim sürecinde yeniden yapılanmaktadır.

Özdüşünsellik araştırmacıya, araştırma sürecinde yeni yolların ve bu yolların kesişme ya da tamamen farklılaşma süreçlerinin var olabileceğini göstermektedir. Her araştırma, yeni görme biçimleri oluşturup görülenleri sorgulamayı gerektirdiği gibi, teorik ön kabulleri, *a priori* varsayımları ve önyargıları da içine alarak genişlemektedir. Araştırmanın her aşaması, özdüşünsellik ile yeni görme biçimleri oluşturmaktadır.

İnternetin ortaya çıkışı mevcut araştırma yöntemleri ile ilgili bazı tartışmaları beraberinde getirmiştir. E-posta, web siteleri ve cep telefonları aracılığıyla gerçekleştirilen

şen iletişimin araştırılmasına yönelik ilgi artmış, ancak bu durum mevcut araştırma yöntemlerinin teknoloji aracılığıyla kurulan etkileşimler için uygun olup olmadığıyla ilgili kaygıyı beraberinde getirmiştir. Mevcut araştırma yöntemlerinin yeni medya ortamlarına uyarlanması konusunda çeşitli soru işaretleri vardır. Bu soru işaretleri birtakım yeni etik kaygıları ortaya çıkarmıştır. Eski yöntemlerin yeni teknolojiye uyumu ile ilgili olarak önerilen en önemli ilke özdeşünümselliktir. Özdeşünümselliğin sorunları aşmada yardımcı olabileceğini savunan bilim insanlarına göre siber bilgi sosyolojisini yeni tasarım ve yaklaşım olanaklarını harekete geçirmek için özdeşünümselliğin gücünden yararlanmak gerekmektedir.

Bir araştırmanın gerçekleştirilebilmesi için araştırmacının en az üç tür iktidara sahip olması gerektiği belirtilmektedir. 1. Üniversiteler/kurumlar arasında görece bir yapı içinde bulunmak. 2. Araştırmacının kendi eşitleri arasında sivrilen konumu: sosyal ve kültürel sermaye sahibi olması. 3. Araştırmacının araştırma yapacağı insanlar üzerindeki iktidarı. Yeni medya çalışmalarında araştırma alanlarının değişikliğe uğradığı görülmektedir. Tunç'a göre yaşam alanlarının teknoloji aracılığıyla her gün yeniden biçimlenmesi kültürel sınırları ve sorulacak soruları etkilemektedir. Sonuç olarak yeni medyanın araştırmacılara yeni araştırma konuları, yöntemleri, teknikleri ve verileri sağladığı belirtilmektedir. Tunç ayrıca çevrimiçi ve çevrimdışı araştırmalarda araştırmacının araştırma nesnesine yabancılaşmadan etik unsurlar çerçevesinde araştırmasını gerçekleştirmesinin önemini vurgulamaktadır.