

Medya ve Toplum

Media and Society

Cem ZAFER*
Pelin VARDARLIER**

ÖZ

Medya olgusu ortaya çıktığı dönemden günümüze kadar insanlar ve toplum üzerinde etkili olmuştur. Bu etkinin boyutu medyanın ulaşılabilirlik seviyesi ile doğru orantılı olarak değişmiştir. İlk dönemlerde yalnızca yazılı şekilde gerçekleşen medya faaliyetleri oldukça az insan üzerinde etkili olurken zaman içinde sesli ve görsel medya yapılarının oluşması medyanın etki alanını genişletmiştir. Günümüzde ise sanal ortamda oluşturulan sosyal medya yapılarının ulaşım kolaylığı, etkileşim özelliği ve bu alanlarda sağladığı kolaylıklar sayesinde medya oldukça büyük kitleler üzerinde etkili olma özelliği kazanmıştır. Sosyal medya yapısı öncelikle birey devamında ise toplum yapısı üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu belirleyicilik bazen bilinçsizce olsa da genel anlamda medyanın toplum üzerinde yönlendirici bir etkisinin olduğu yadsınamaz bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada medyanın toplumu nasıl şekillendirdiğinin izahı yapılmıştır.

ANAHTAR KELİMELELER

Medya, Toplum, Sosyal Medya.

ABSTRACT

Media phenomenon has been effective on people and society since its emergence. The size of this effect has changed in direct proportion to the level of accessibility of the media. In the early periods, only the media activities that took place in the written form were influential on very few people, while the formation of audio and visual media structures over time expanded the media's sphere of influence. Today, thanks to the ease of transportation, interaction characteristic and the facilities it provides in the social media structures created in the virtual environment, the media has gained the ability to be influential on the masses. Social media structure plays a decisive role on the structure of society. Although this determinism is sometimes unconsciously, it is an undeniable fact that the media has a directive effect on society in general. In this study, it is explained how media shape society.

KEYWORDS

Media, Society, Social Media.

Makale Geliş Tarihi / Submission Date 19.10.2018		Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 14.07.2019	
Atıf	Zafer, C. ve Vardarliher, P. (2019). Medya ve Toplum. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22 (2), 355-361.		

* Dr., cemzafer06@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0285-2755.

** Doç. Dr., İstanbul Medipol Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü, pvardarliher@medipol.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5101-6841.

GİRİŞ

Toplumsal yaşamın ortaya çıkması ile başlayan iletişim faaliyetleri, ilk dönemlerde sözel olarak gerçekleştirilirken, geçen zaman ve gelişen yapılarla beraber yazının icadına bağlı olarak yazılı hale dönüşmüştür. Yazının icadının ardından yazılı materyallerin çoğaltılması ile birlikte bilgi, haber vb. unsurların yazılı şekilde dağıtılması faaliyetine başlanmıştır. Bu başlangıç günümüzdeki anlamıyla kitle iletişim veya medya faaliyetlerini ifade etmektedir. Devam eden süreçte medya faaliyetlerinde görsel materyallerin de kullanılması ile birlikte medya araçları hem yazılı hem görsel hale gelmiştir. Değişen ve gelişen teknolojik yapı içinde insanlığın sanayi toplumuna doğru geçişi ile birlikte toplumsal iletişimde teknolojiye dayalı bir medya yapısı gündeme gelmiştir. Günümüze yaklaştıkça bilgi toplumuna geçiş ile birlikte dijital veya sanal olarak nitelendirilen ortamlarda sağlanan iletişime doğru bir geçiş yaşanmıştır.

Toplumsal yaşamın haber gereksinimini karşılamak için toplum hayatına dahil olan medyanın toplumsal yaşama etkilerini aktarmak amacıyla hazırlanmıştır. Yapılan literatür taraması ile oluşturulan çalışmanın sonuç bölümünde medyanın etkileri ve bunlara yönelik çözüm önerileri yer almaktadır.

1.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1.Medyanın Tarihsel Süreçteki Gelişimi

Medya kavramı köken olarak ele alındığında Latince'den türediği görülmektedir. Latince; ortam, araç gibi anlamlara gelen *medium* sözcüğünün çoğulundan medya kavramı türetilmiştir. Kavram; her çeşit bilginin bireylere veya topluluklara aktarılması yoluyla gerçekleşen bilgilendirme, eğitime vb. temel sorumluluklara sahip olan görsel ve işitsel araçlar bütünü olarak tanımlanmaktadır (Soydan, Alpaslan, 2014: 57).

Medyanın ortaya çıkması hiç şüphesiz insanların iletişim kurma ihtiyacı ile paralellik gösterir. Bu bağlamda temel yapılara indirgenildiğinde medya ile insanlık tarihinin aynı yaşlarda olduğunu söylemek mümkündür. İlk zamanlarda insanların iletişimde ateş ve duman kullanması, barınakların duvarlarına resimler çizmesi veya çeşitli aletleri kullanarak farklı sesler çıkarması gibi durumlar iletişim ihtiyacı ve dolayısıyla medyanın gelişimine örnek gösterilmektedir. Bu konuda Jeanneney tarafından yapılan medyanın doğuşuna dair açıklamada; *“en az gelişmiş durumlar dikkate alındığında, ilk medya yapılarının oldukça basit ve öngörülebilir bir olayın ulaşılabilecek olan tüm insanlara basit bir şekilde anlatılması”* ifadelerine yer verilmiştir (Jeanneney, 1998: 20).

En kısa tanımla, haberleşme ve bilgilendirme faaliyetleri olarak ele alınan ilk medyanın boyutları insanların sözlü iletişime başlaması ile birlikte gelişme ve genişleme göstermeye başlamıştır. Konuşma ile birlikte gelişen iletişim yapısı ile sözlü kültür oluşurken bir kültürel aktarımı da beraberinde getirmiştir. Nitekim insanlar ve bu bağlamda toplumların birbiri ile olan etkileşimi sonucunda sözlü kültüre ait öğeler toplumlar arasında aktarılmaya başlanmıştır (Berger ve Luckmann, 2008: 80-101; Giddens, 2005: 508).

Konuşmanın başlaması ile gelişen medya devam eden süreçte yazının icadı ile bir adım daha ileriye gitmiş ve medyanın yazılı boyutu ortaya çıkmıştır. Yazı ile birlikte metinlere dönüştürülen bilgiler, haberler vb. bireyler arasında paylaşılmaya başlanmıştır. Bununla birlikte, yazının toplumsal düzen ve kültürel gelişme açısından da büyük etkileri vardır. Örneğin Türklerin İslam'ı seçmesiyle başlayan kültürlenme sürecinin aktarımı Kutadgu Bilig ile gerçekleşmiştir ki bu aktarım nesiller ötesi bir boyuttadır.

İlk dönemler elle yazılan ve bu şekilde çoğaltılan haberlerle yürütülen medya faaliyetleri XV. yüzyılın ortalarına doğru matbaanın icadıyla birlikte ivme kazanmıştır. Matbaanın icadıyla daha kolay çoğaltılan metinler sayesinde daha fazla insana ulaşma imkânına kavuşulmuştur (Özçağlayan, 2008: 133). XX. yüzyılın sonlarına doğru medya kavramının yavaş yavaş kitle iletişim araçlarını temsil eden kavramların yerine kullanıldığı görülmektedir. Bu kullanım şekli ile kullanılma oranı artan kavram zaman içinde gündelik dilde yerleşik bir hal almıştır. Bu bağlamda medya kavramı ile bütünsel manada iletişim araçları ve ortamlarının kast edildiğini söylemek mümkündür (Soydan, Alpaslan, 2014: 57).

Medyanın günümüzdeki konumuna bakıldığında gerek insan ve gerekse toplum hayatında oldukça önemli bir pozisyonda olduğu görülmektedir. Nitekim gelişen teknolojilerle daha yaygın hale gelen medya yapıları gündelik yaşamın her alanında bilgilendirici ve yönlendirici bir güç olma özelliği kazanmıştır. Teknolojinin medya yapıları içinde kullanılması ile birlikte ise medya tüm koşullarda iletişim kurmayı sağlama fonksiyonuna erişmiştir (Soydan, Alpaslan, 2014: 57).

Genel bir yapıyı ifade eden medya kavramı bünyesinde yazılı basın, görsel medya, işitsel medya gibi unsurları barındırmaktadır. Bu bağlamda medya bünyesinde yer alan bilgi, haber, yorum vb. unsurlar görsel, işitsel ve yazılı şekilde insanlara iletilebilmektedir (Soydan, Alpaslan, 2014: 57). Günümüzde ise gelişen teknolojilerle birlikte internetin kullanılması ve bu yapı üzerinde etkileşim temelli internet sitelerinin oluşturulması *sosyal medya* olarak adlandırılan yapının literatüre girmesini sağlamıştır.

1.2.Sosyal Medyanın Doğuşu ve Gelişimi

Sosyal medya, insanın düşünce, fikir ve kendileriyle ilgili bilgileri paylaşmak üzere bir araya geldiği ortak bir yerdir. Sosyal medya terimi, diğer insanlara ulaşmak ve onlarla bağlantı kurmak, bir ilişki yaratmak, güven inşa etmek ve bu ilişki içerisindeki insanlara sunulan ürünü, satın almaya hazır olduklarında orada olmak için tüm bu teknolojileri nasıl efektif kullanabileceğidir (Safko, 2012: 41). Sosyal medya terimi, bireylerin aralarında çeşitli içeriklerde ki bilgiyi paylaşarak iletişim kurmaları için imkan sağlayan online araçlar ve web sitelerini içermektedir (Vardarlıer & Eren, 2013: 852).

Sosyal medya, en basit tanımlamasıyla Web2.0 adı verilen teknolojilerin kullanıldığı iletişim ortamlarını ifade etmektedir. İletişim, etkileşim ve katılımdan doğan Web 2.0 tabanlı yapılar, iletişim sağlayan araçlar, iletişim temelli internet siteleri ve internet üzerinde yer alan yayınlar olarak da tanımlanan sosyal medya yapısı insanlar arasında sosyalleşmenin sağlanması amacıyla kullanılan bir medya türüdür (Kahraman, 2013: 19 – 20). Bu yapı, yeni ortaya çıkan iş modellerini, sosyal yapıları ve teknoloji alanındaki sunumları teşvik etmek amacıyla bireyler, hazırlanan içerikler ve sağlanan veriler arasında verimli etkileşimi kolaylaştıran teknoloji ve uygulamalar düzeni olarak tanımlanmaktadır (İyiler, 2009: 9). Bu yeni medya yapılanmasının geleneksel medya ile arasındaki en büyük farklardan biri bilgi – haber yayılımının ve iletişimin çok hızlı gerçekleşmesiyle birlikte kullanıcılara karşılıklı etkileşim imkânı da sunmasından kaynaklanmaktadır (Talimciler, 2013: 15 – 17).

Sosyal medyanın ortaya çıkışı Web 2.0 olarak adlandırılan yapıları dayanmaktadır (İyiler, 2009: 19). Öncesinde Web 1.0 ile başlayan temel internet teknolojilerindeki statik yapının Web 2.0 ile dinamik hâle dönüştürülmesi ile içerik oluşturma imkânına kavuşan kullanıcılara bu durum sosyal tabanlı bir yapı ile sunulunca sosyal medya yapısı oluşmaya başlamıştır (Bozarth, 2010: 11). Genel olarak bakıldığında sosyal medya; bilgi ve fikir paylaşımı için sohbet dayalı medyayı kullanarak çevrimiçi olarak bir araya gelen insan toplulukları arasındaki faaliyetler, uygulamalar ve davranışları ifade etmektedir. Bir başka ifadeyle sosyal medya; içeriğin resimler, videolar ile işitsel unsurlar biçiminde yaratılmasını ve kolaylıkla yayınlanmasını mümkün kılan web tabanlı uygulamalardır (Safko & Brake, 2009: 6). Sosyal medya uygulamalarının içeriğini tamamen bireyler belirlemekte ve bireyler birbirleri ile sürekli bu uygulamalar üzerinden etkileşim kurabilmektedir.

Web 2.0’la medya sektöründe meydana gelen tek gelişme sosyal medya olarak algılansa da bu durum olayın yalnızca birincil ve somut yönünü temsil etmektedir. Nitekim sosyal medya yapısının oluşması ile birlikte medyanın tekelleşmiş yapısında da bozulmalar meydana gelmiştir. Sosyal medya yapılarının ortaya çıkışına kadar birkaç büyük medya grubunun hâkimiyetinde olan medya organları artık bireysel yapıların da hâkim olduğu mecraların baskısı altına girmeye başlamıştır. Bu bağlamda medya patronlarının yönlendirmelerinden bağımsız olarak içerik üreten ve bu içerikleri istedikleri insanlarla paylaşan yeni bir medya yapısı ortaya çıkmıştır (Kahraman, 2013: 19 – 20).

Yeni medya olarak da adlandırılan sosyal medya, “kitle izleyicisini bireysel kullanıcı olarak da kapsayabilen, kullanıcıların içeriğe veya uygulamalara farklı zaman dilimlerinde ve etkileşim içinde erişebildikleri sistemler” olarak görülmektedir (Geray 2003: 20). Kişisel kullanımı konusunda artık sınırsız bir büyüklüğe ulaşan sosyal medya ve yeni medyanın temel özelliklerinin tüm sektörlerdeki işletmelere olan etkisi, çalışma yaşamında da değişime yol açmış, yeni yönetim anlayışları ve iş modelleri ortaya çıkmıştır. Neredeyse bütün şirketlerin, siyasi grupların, sivil toplum örgütlerinin ve diğer kuruluşların bir web sayfası bulunmakta, çalışanlar artık her gün internete girmekte ve internet üzerinden iletişimi sağlamaktadır. Böylelikle yeni medya daha açık, şeffaf ve etkileşimli bir araç olarak işlemektedir. Kurumlar ve takipçileri, birbirinin etkinliklerini ve hareketlerini takip edebilecek daha etkin bir dayanağa sahip olmaya başlamıştır. Sosyal medyayla birlikte hız öne çıkmış, hem coğrafi hem demografik anlamda kapsama alanı büyümüş; böylece iletişimde uzak mesafelerin engel taşımadığı, iletilerin kitleler tarafından seçilip, ayıklanıp adreslenebildiği, büyük bir bellek kapasitesinin söz konusu olduğu bir iletişim biçimi ortaya çıkmıştır. Bu iletişim biçiminde görüntü ve ses eşzamanlı olarak iletişim ortamında taşınabilmektedir. Dolayısıyla yeni medya, kullanıcılar veya kullanıcı grupları arasındaki bilgi alışverişinde karşılıklı etkileşimi sağlayabilmektedir. Öte yandan teknolojinin, üretimden tüketime kadar olan tüm süreçlerde toplumsal ilişkiler tarafından biçimlenen bir mücadele alanı olduğu, toplumsal yaşamın ve toplumsal ilişkilerin içinde şekillendiği, yapılandığı ve/veya inşa edildiği dile getirilmektedir (Yücesan ve Özdemir 2008: 10-11). Bu kapsamda “internet-demokrasi ilişkisini irdeleyen akademik çalışmaların bir kısmı, internet ortamını Atina demokrasisi anlayışının katılımcı modeline benzetmekte ve tüm yurttaşların siyasal sürece tıpkı dönemin agoralarındaki gibi dolaysız olarak katıldıklarını öne sürmektedir” (Toprak, 2009). Bir başka deyişle hiyerarşik, bir merkezden birçok kişiye uzanan geleneksel medyaya karşılık yeni medyanın gerek altyapısı

gerekse kullanılan yazılımlarıyla simetrik, demokratik; yani egemeni olmayan, yurttaşların siyasal karar alma etkinliğine daha geniş yer veren, şeffaf, ağ üzerinden katılımı olanaklı kılan bir iletişim modelini temsil ettiğini ileri süren görüşler dile getirilmektedir (Törenli 2005: 159).

2.MEDYA VE TOPLUMSAL ETKİLERİ

Toplumsal yaşamın başlaması ve bu yaşama adapte olan insanların ihtiyaçları içinde yer alan haber alma ihtiyacını giderme faaliyetlerini gideren medya yapıları, önce toplumlar tarafından benimsenmiş, zamanla toplumsal yaşam üzerinde etkinliğini artırmıştır. Bu etki çoğu zaman ulaştırılan haberlerle toplumun yönlendirilmesi şeklinde görülmektedir. Buna ek olarak medyanın toplumu; kültürel, sosyal, idari vb. alanlarda etkilediği topluma yön verdiği bilinmektedir.

2.1.Medyanın Toplum Yapısı-Kültürel Yapı Açısından Etkileri

Medyanın geçmişten günümüze gelen süreci incelendiği zaman kültürün devamlılığının sağlanması açısından da önemli bir faktör olduğu görülmektedir. Nitekim kültürün önemli parçalarının ne olduğunun veya nasıl olması gerektiğinin halka aktarılması ve bu şekilde kültürel faaliyetlerin yaşatılması açısından medya önemli bir yere sahiptir. Medyaya dahil olan araçların kullanılması yoluyla kimi zaman kültürel anlamda yozlaştırma, bireylerin kişilik yapılarının bozulmasına neden olan olayları ortaya çıkarma veya yapılar da bozulmalara neden olma, kimi zaman ise kültürü geliştirme, yaşatma ve bireylerin mental sağlıklarını iyileştirmeye katkıda bulunduğu bilinmektedir (Scannell, 1992: 13).

Konu geleneksel medya açısından belirtildiği gibi olmakla beraber günümüz medya yapısının dijital ortamda olması ve bunun her türlü bilgiye erişimde kolaylık sağlaması internetin toplumsal yapı içinde büyük bir etkisi olması sonucunu doğurmuştur. Bireylerin özgür ortam olarak nitelendirilen internette, ulaşabildiği içerikler sayesinde sosyal anlamdaki sınırlar aşmaya başlanmış ve yetersiz olan gözetim mekanizmaları nedeniyle toplumda bireysel anlamda bir dezenformasyona gidildiği tespit edilmiştir (Uslu, 2007: 224 – 226). Bu bağlamda bireylerin internet üzerinden sanal cinsellik, kumar oyunları gibi yapılar da zaman geçirmeleri ayrıca sosyal ilişkilerin bile internet ortamına taşınması gerek aile ve gerekse toplum yapısı açısından büyük sorunlar doğmasına neden olabilecek gelişmelerdir (Karaca, 2007: 131 - 135).

Medya ve medyanın kültüre olan etkileri konusunda yapılan araştırmalarda, bazı araştırmacıların medyanın birey, kültür ve toplum üzerindeki etkileri açısından bir kendiliğinden oluşumdan söz ettiği görülmektedir. Ancak bu etki unsuruna dair yapılan araştırmalar genel anlamda kendiliğinin oluşmanın pek de söz konusu olmadığını, yönlendirmenin, bozulmanın genellikle bilinçli şekilde gerçekleştirildiğini ortaya koymaktadır (Barrett, Braham, 1995: 63). Medya ve kültür ilişkisi konusunda yapılan bazı araştırmalara göre ise medya ve medya yapısı içinde özellikle televizyon yayınlarının mevcut düzen açısından bir kol işlevi gördüğü ifade edilmektedir. Bu düşüncüyü savunan araştırmacılara göre; bireylerin olumlu ve genel anlamda kabul ettiği duyguları, inançları düşünceleri ve davranışları üzerinde medyanın veya medyaya dahil olan araçların herhangi bir değiştirici etkisi olmamaktadır. Bunun aksine medya, bireylerde mevcut olan değerleri ve duyguları koruyan ve kuvvetlendiren bir etkiye sahiptir. Ancak bahsedildiği gibi yapılan diğer çalışmalar bu çalışmalarda elde edilen sonuçları geçersiz kılmaktadır (Barrett, Braham, 1995: 84).

2.2.Medyanın Sosyalizasyona Etkisi

Bireyin çevresindeki diğer bireylerle etkileşimi, toplum ve kültürel anlamda geçmiş olan kuşaklardan aktarılan ve günümüzde de yaşatılan toplumsal değer ve normların bireye aktarımı ve öğretilmesi olarak tanımlanan sosyalizasyon, medyanın etkilediği bir diğer alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler sosyalizasyon yapısı içinde bir toplumun kendilerine tayin ettiği rolleri, bu roller sonucunda elde ettikleri statüleri, sergilemeleri gereken davranış biçimlerini ve bundan daha öte olarak toplum ve toplumdaki diğer bireylerin beklentilerini öğrenerek bunları içselleştirirler (Fichter, 2001: 22-23; Bilgin, 2003: 351).

Sosyalizasyonun toplum açısından en belirgin yönü birey ve toplum bütünleşmesini sağlamasıdır. Bunun yanı sıra toplumun benimsediği değerlerle yetişen bireyler toplumun kabul ettiği bir insan kimliğine kavuşmaktadır. Bu husus birey ve toplum ilişkisi açısından olduğu kadar toplum varlığı içinde oldukça önemli bir durumdur. Toplumsal beklentileri içselleştiren bireyler veya toplum içinde var olan kuşaklar, kendilerinden sonra gelen kuşaklara toplumsal yapının ve dolayısıyla kültürün aktarımı çabasına girerler. Bu da sosyalizasyonun var olmasıyla doğrudan ilişkili olmakla beraber toplumun devamlılığı için de olmazsa olmaz şeklinde değerlendirilebilecek olan bir durumdur (Tezcan, 1988: 26).

Medyanın sosyalizasyon üzerindeki temel etkisi bu yapıyı oluşturan bütünlük, kültür aktarımı, varlığın devamı gibi hususlarda sağladığı hizmetten kaynaklanmaktadır. Nitekim medyanın toplumsallaşmaya olan yadsınamaz etkisine her yaştan bireyin maruz kaldığı bilinen bir gerçektir. Bu bağlamda medya araçları ile

bilinçli veya bilinçsiz şekilde bu hususa hizmet etmek mümkündür. Ancak tekrar belirtmekte fayda vardır ki bireylerin sosyalleşmelerinin ortadan kaldırılması, sosyalizasyonda eksikler oluşması, kültürel varlığın sarsılması gibi hususlar da medya tarafından gerçekleştirilebilir (Barrett, Braham, 1995: 96).

2.3. Medyanın Kamuoyu Oluşturma Yönünden Etkisi

Kamuoyu olarak adlandırılan yapı; benzer veya aynı toplumsal gruplara üye olan bireylerin belirli bir olay karşısında sergiledikleri ortak tutumlar olarak tanımlanmaktadır. Bu konuda çalışmaları bulunan Childs ise kamuoyu kavramını *kanaatler toplumu* olarak ifade etmektedir. Bununla birlikte kamuoyu yapısı içinde grup içi ve farklı gruplar arasında gerçekleşen etkileşim ve iletişimin de göz ardı edilmemesi gerekliliği üzerinde durmaktadır (Childs, 1940: 44). Kamuoyu konusunda tanımlama yapan liberal görüşe göre, toplumun herhangi bir konu hakkındaki farklı görüş ve değerlendirmelerinin bir araya gelmesi, bu durumdan bir etkileşimin doğması, çatışmaların yaşanması ve yaşanan bu sürecin sonunda ortaya çıkan, toplumun genel kanaatinin izlerini taşıyan görüşler olarak tanımlanabilmektedir (Curran, 1997: 142).

Günümüzde gerek toplumsal ve gerekse teknolojik alanlarda yaşanan gelişmelerle birlikte iletişim faktörü geleneksel medya ile birlikte sosyal medya aracılığıyla yoğun şekilde gerçekleştirilen bir yapıya bürünmüştür. Bu büyüme o denli kapsamlı olmuştur ki insanlar birebir yaşayarak tecrübe edemedikleri olayları medyada yansıyan halleriyle öğrenmeye ve değerlendirmeye başlamışlardır (Kaya, 1999: 24). Bu medyaya bağımlı değerlendirme hususu ise *kamuoyu* olarak nitelendirilen ortak bakış açısının medyanın yönlendirmesinde olmasına olanak sağlamıştır. Bu hususta avantaj veya dezavantaj olarak belirtilebilecek olan husus geleneksel ve güncel medya yapılarındaki farklılıklardır. Nitekim bu yapıların ulaşabileceği kitleler düşünüldüğü zaman güncel medya yapısının geleneksele göre oldukça fazla bir kitlesinin olduğu görülmektedir. Bu durum ise ortaya çıkacak olan görüşün mahiyetine göre olumsuzluk da meydana getirebilir. Yine kamuoyu açısından bireylerin güçlü medya yapılarının yanlış yönlendirmelerine maruz kalmaları sonucunda gerçekte olmayan hususları var gibi kabul ederek hatalı yaklaşımlar sergilemeleri mümkündür ki bu da medyanın kamuoyu konusundaki en önemli dezavantajlarından biridir. Ayrıca bireylerin paylaşım yapmasına izin verilen medya yapıları altında yayılan yalan haberlerin viral yayılımının da gerçekleşmesi medyanın kamuoyu oluşturmadaki etkisi ile birlikte kontrolsüzlük açısından olumsuz bir yapının ortaya çıkabileceğine işaret etmektedir (Stein, 2005).

2.4. Medyanın Toplumsal Etkileri Açısından Toplumsal Hareketler Oluşturma Faktörü

Tarihsel sürece bakıldığında zaman neredeyse bütün dönemlerde ve bütün kültür – medeniyet yapıları içinde toplumsal anlamda iktidara bir başkaldırı veya direniş olduğunu görmek mümkündür. Bu hareketler özellikle modern öncesi olarak adlandırılan dönem için ele alınmaktadır. Bununla birlikte insanlığın postmodern dönemde yeni bir yapı oluşturması, toplumsal hareketlerin modern yapıya kayması sonucunu doğurmuştur. Bu bağlamda toplumsal hareketler konusunda, bu hareketlerin gerçekleştiği toplumlarda yaşanan radikal değişimler sonucu modern yaşamın artırdığı rasyonelleşmeye tepki mahiyetinde ortaya çıktığı görüşü hâkimdir (Foweraker, 1995: 9). Bu hususun tarihsel süreçteki örneklerini görmek de mümkündür. Nitekim Batı Avrupa’da toplumsal yapının pek çok alanında ortaya çıkan değişimler sonucunda gerçekleşen toplumsal hareketler dönemin iktidar yapıları tarafından korku verici olaylar olarak değerlendirilmiştir (Foucault, 2003). Araştırmacılar toplumsal hareketlerin ortaya çıkış nedenleri, gerçekleşme süreçleri gibi durumlarda benzerlik olduğunu belirtmekle beraber bu olaylar karşısında iktidar yapılarının tutumlarını da her dönem benzer olarak ele almışlardır. Ancak üzerinde ittifak kılınan bir diğer husus ise toplumsal hareket kavramının pek çok olayı kapsıyor olmasıdır (Crossley, 2002, ss.8-9).

Toplumsal hareketlere dair süreç incelendiği zaman XIX. yüzyılda başlayan ve gün geçtikçe gelişen hareketlerin modernite ve meşruiyet sorunsallarını temele alan hareketler olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bununla birlikte gelişen olaylar XX. yüzyılda yerini sınıf temelli toplumsal hareketlere bırakmıştır. Bu dönemle ilgili yapılan araştırmalar 1960’lı yıllardaki toplumsal hareketlerin siyasal iktidarı hedefe almakla birlikte ekonomik altyapısı olan sınıf hareketleri olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak literatürde bu hareketler eski toplumsal hareketler olarak adlandırılmaktadır. 1970’li yıllarda ortaya çıkan ve barış, özerklik, kadın hakları vb. temelli hareketler ise yeni toplumsal hareketler olarak değerlendirilmektedir (Çetinkaya, 2008: 12).

Adı, şekli, türü vb. ne olursa olsun toplumsal hareketlerin en temel ortak noktası bu harekete dahil olan bireylerin kolektif bir bilinç veya ortak bir akıl etrafında bir ortak kimlik bulmalarıdır. Nitekim bu hareketlerin temel amacı, var olma sebebi ve toplumsal yapı içerisindeki işlevi var olan yapının ötesinde bir yapının oluşumunu hem soyut hem de somut anlamda gerçekleştirmektir (Çoban, 2011: 1). Toplumsal hareketlerin bu varlık oluşturma mücadelesi içinde kendi var oluşunu da sağlayabilmesi adına iletişim araçlarına duyduğu ihtiyaç yadsınamaz bir gerçektir. Bu bağlamda toplumsal hareketlerin temelinde var olan mevcudiyeti sağlama

ve hedefe ulaşma amacı için iletişim araçlarıyla sıkı sıkıya bir bağlılığın da sağlanması gerekmektedir. Medya yapısı ile sağlanan iletişim ve bunun sayesinde gerçekleşen ortak bilinç veya kimlik oluşturma unsuru, gelişen ve değişen medya yapılarında da varlığını değişime ayak uydurarak sürdürmüştür. Nitekim yeni medya olarak nitelendirilen gelişmiş iletişim yapısının toplumsal hareketler üzerindeki etkisi incelendiğinde yeni bir kimlik yapısı oluşumunu sağladığı görülmektedir. Bu yapı içinde kimlik oluşturan bireyler geleneksel medyatik kimliklere göre daha aktivist bir yapıdadırlar. Ancak bu aktivist yapı içinde bireylerin daha benmerkezci bir yaklaşım sergilemeleri de dikkat çekicidir. Bu bağlamda yeni medyanın toplumsal hareketler üzerindeki etkisinin bireysel bazda ortaya çıktığını ve bu ortaya çıkışın da öncelikle yeni özne şeklinde olduğunu söylemek mümkündür. Bu yapı içindeki benmerkezci tavırlarda otorite bireyin kendisi olacak şekilde daha otonom, kendine yetebilen, tutarlı vb. bireysel yapılar öne çıkmaktadır. Bu değişim ise toplumsal hareketlerin ve direnişlerin şeklini değiştirmektedir. Geleneksel medyaya oranla daha baskın bir hâle gelen günümüz sosyal medya yapısı ve bu yapının gerek birey ve gerekse toplum hayatında etkin bir şekilde kullanılmaya başlanması toplumsal hareketlerde hem yatay hem de dikey bir etki etki oluşturarak bu yapının bir dönüşüme uğramasının önünü açmıştır (Mattoni, Trere, 2014: 252).

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Geçmişten günümüze insanlar için etkili bir yönlendirme aracı olan medya, kapsamının genişlemesine bağlı olarak günümüzde bu etkinliğini daha da arttırmıştır. Geline nokta da medya gerek toplumsal gerek bireysel anlamda yönlendirme faaliyetini artırarak devam ettirmektedir.

Medyanın toplumsal ve bireysel anlamda yönlendirme faaliyetlerinin bütünsel olarak yararlı veya zararlı şeklinde değerlendirilmesi eksik veya hatalı bir değerlendirme olacaktır. Nitekim gerek kültürel aktarım gerek bireylerde toplumsal bağlılığın artırılması ve gerekse toplumsal anlamda gerekli noktalarda birlik ve beraberliğin sağlanması için yapılacak çağrılarda sosyal medyanın etkin bir şekilde kullanımı büyük bir avantaj sağlayacaktır. Bu şekilde insanlara çok daha kısa bir sürede ulaşarak istenen veya beklenen sonuca da bu bağlamda kısa bir sürede ulaşmak mümkündür.

Bu avantajların yanında sosyal medya kullanımı ile meydana gelebilecek olan sorunlar ve dolayısıyla dezavantaj olarak değerlendirilebilecek durumlar da mevcuttur. Sosyal medya ile toplumsal anlamda yanlış yönlendirmeler, hatalı bilgilendirmeler ile sorunlar yaşanmasına neden olma hususu medya – sosyal medya yapısının en büyük dezavantajlarından biridir. Bu dezavantaj konusu toplumsal anlamda zarar verici bir niteliktedir. Nitekim dünyada yakın tarihte bu minvalde gerçekleşen pek çok olaya şahitlik edilmiştir. Bunun yanı sıra yine sosyal medya yapıları üzerinden gerek bireysel ve gerekse toplumsal anlamda kasıtlı yanlış yönlendirmeler, hatalı bilgi aktarımları sonucunda insanların ve dolayısıyla toplumun zarar görmesine neden olmak da mümkündür.

Sosyal medya konusunda meydana gelebilecek olan zararlı durumların ortadan kaldırılabilmesi adına bu yapıların belirli denetim mekanizmalarına tabi tutulması zaruridir. Özellikle sosyal medya ortamlarında yapılan paylaşımların toplumsal anlamda doğurabileceği zararlı hususların takip ve tespit edilmesi bunun devamında ilgili yayının ortadan kaldırılabilmesi toplumun bütünselliği açısından büyük önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Barrett, O. ve Braham, P. (1995). *Media, Knowledge and Power*, London: Routledge.
- Berger, P. L. ve Luckmann, T. (2008). *Gerçekliğin Sosyal İnşası: Bir Bilgi Sosyolojisi İncelemesi*, (Çev. Vefa Saygın Ögütler), İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Bilgin, N. (2003). *Sosyal Psikoloji Sözlüğü; Kavramlar, Yaklaşımlar*, İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Bozarth, J. (2010). *Social Media For Trainers*, San Francisco: Pfeiffer Publish.
- Childs, H. (1940). *An Introduction To Public Opinion*, New York: Wiley And Sons
- Crossley, N.(2002). *Making Sense of Social Movements*, Philadelphia, Open University Press.
- Curran, J., (1997). *Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme*, Medya Kültür Siyaset, (Der. Süleyman İrvan), Ankara: Ark Yayınları.
- Çetinkaya, Y. D. (2008). *Toplumsal Hareketler; Tarih, Teori ve Deneyim*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çoban, B. (2011). "Toplumsal Hareketler ve Yeni Alternatif\ Radikal Medyalar", *Yeditepe Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, No, 14.
- Soydan, E, Alparslan, N. "Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi", *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 2014, S. 7.
- Fitcher, J. (2001). *Sosyoloji Nedir?*,(Çev. N. Çelebi), Ankara: Atilla Kitabevi.
- Foucault, M., (2003). *İktidarın Gözü*, (Çev. Işık Ergüden) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foweraker, J., (1995). *Theorizing Social Movements*, London: Pluto Pres.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya.
- Giddens, A., (2005). *Sosyal Teorinin Temel Problemleri: Sosyal Analizde Eylem, Yapı ve Çelişki*, (Çev. Ümit Tatlıcan), İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- İyiler, Z., (2009). *Elektronik Ticaret ve Pazarlama-İhracatta İnternet Zamanı*, Ankara: Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi.
- Jeanneney, Jean-Noël, (1998). *Başlangıcımızdan Günümüze Medya Tarihi*, (Çev. Esra Atuk). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kahraman, M., (2013). *Sosyal Medya 101 2.0, Pazarlamacılar İçin Sosyal Medyaya Giriş, 2.b.*, İstanbul: Media Cat Kitapları, Kapital Medya Yayınları.
- Karaca, M.(2007). "Aileyi Tehdit Eden Yeni Bir Tehlike: Sanal İlişkiler", *Humanities Sciences*, 2 (3).
- Kaya, A. R., (1999). *Medya, Toplum, Siyaset*, (Ed. Kemal Alemdar), *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*, İstanbul: Afa Yayınları.
- Mattoni, A. ve Trere, E., (2014). "Media Practices, Mediation Processes, and Mediatization in the Study of Social Movements", *Communication Theory*, 24(3), 252-271.
- Özçağlayan, M. (2008). "Gazetelerin Gelişimi ve Gazeteciliğin Geleceği (Yeni Teknolojiler ve Medya Ekonomisi Açısından Genel bir Değerlendirme)", *Marmara İletişim Dergisi*, 13(13).
- Safko, L. (2012). *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*. 3.Edition. New Jersey: Wiley.
- Safko, L. ve Brake, D.(2009). *The Social Media Bible*. New Jersey: Wiley.
- Scannell, P.(1992). "CultureandPower: A Media", *CultureandSociety Reader*, London: Sage.
- Soydan, E. ve Alpaslan, N. (2014). "Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi", *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, (7), 53-64.
- Stein, R. (2005). *Media Power: Who is Shaping Your Picture of the World?*. Lincoln: Universe.
- Talimciler, A. (2013). *Sosyal Medya Aracılığıyla Değişen Futbolun Yeni Dünyası, Yeni Medya Üzerine Yeni İletişim Teknolojileri*, (Ed. Müge Demir), Konya: Literatürk Yayınları, İnceleme-Araştırma, 46.
- Tezcan, M., Otel, M. ve Pazarlaması, T. (1988). *Boş zamanlar sosyolojisi*. Ankara:Doğan Matbaası.
- Toprak, A. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı facebook:" görülyorum öyleyse varım!"*. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Törenli, N. (2005). *Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimleniş: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları.
- Uslu, Z. K. (2007). *Yeni iletişim araçları ve toplumsal etkileri*. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 10-1.
- Vardarlıer, P. ve Eren, E.(2013). «Social Media's Role in Developing an Employees Sense of Belonging in the Work Place as an HRM Strategy.» *The Proceedings of 9th International Strategic Management Conference*. Riga: Elsevier, 852-860.
- Yücesan, G. ve Özdemir, A. M. (2008). *Sermayenin Adaleti: Türkiye'de Emek ve Sosyal Politika*. Ankara: Dipnot Yayınları.