

İLETİŞİM ARACI OLAN SOSYAL MEDYA’NIN SOSYAL DEĞİŞİME KAZANDIRDIĞI BOYUT¹

Cansu Meryem BİRİNCİ² Remziye TERKAN³

Makale İlk Gönderim Tarihi / Recieved (First): 15.12.2023

Makale Kabul Tarihi / Accepted: 25.12.2023

Atıf/©: Birinci, C. M., Terkan, R., (2023). İletişim Aracı Olan Sosyal Medya’nın Sosyal Değişime Kazandırdığı Boyut. Journal of Management Theory and Practices Research, 4(2), 180 - 195

Özet

Aynı anda geniş kitlelere ulaşan sosyal medya pek çok farklı kültür ve anlayışı etkisi altına almakta ve kişi/kişilere özgü davranışlarda değişikliklere sebep olmaktadır. Davranış değişiklikleri ilişkileri şekillendirmekte ve iletişime farklı bir boyut kazandırmaktadır. Değişim süratle gerçekleşirken ve bilgi akışı müthiş bir hızla yaşamımızda gerçekleşirken bazen bilinçli bazen bilinçsiz tüm değişimi, akışı, manipüle edilmek istenenleri ve manipülasyon yöntemlerini de beraberinde getirmektedir. İletişim aracı olan sosyal medya, sosyal, kültürel, siyasal hareketleri etkilese de etkileşim aracı olarak küresel hareketliliği istenilen yönde sağlayabilecek bir güce sahip olmaktadır. Yeni dünya düzeninde temel yaşam faktörü olarak kontrolü elinde tutan sosyal medya olmadan yaşam durur, hiçbir şey yapılamaz kanısında birleşirse ve de sosyal medya bir avantajlar dünyası olarak tanımlansa da beraberinde dezavantajları da getirmektedir. Avantajlar ve dezavantajlar dengesinin sağlanması da aslında başta kişi/kişiler olmakla birlikte, toplumsal yaklaşımlarla gerçekleşebileceği gerçeğini de göz ardı etmemek gerekmektedir. Bu çalışma ile yeni dünya düzeninin temeli olan sosyal medyayı ve sosyal medyanın topluluklara, kültürlere, düşünce ve inanışlara nasıl etki ettiğini ve başta kişiler olmak üzere iletişimin nasıl, ne şekilde değiştiğini, iletişimde dinamikleri nasıl değiştirebileceği ortaya konmaya çalışılmıştır. Bilinen gerçeklerin dahi nasıl pamuk ipliğine bağlı bir hale gelebileceğini ve istenilen metot ve tekniklerle bir anda milyonlara söz konusu konunun nasıl aktarılıp, kabul görece duruma geldiğinin gerçeği göz önüne çıkarılmaya çalışılmıştır. Çalışma, değişim ve gelişim sürecinde yeni dünya düzeninde sosyal medyanın avantaj ve dezavantajlarını ortaya koyarak ve bundan sonraki dijital akışta nelere dikkat edilmesi konusunda farkındalık sağlamaya çalışmaktadır. .

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, İletişim, Etkileşim, Değişim, Gelişim Süreci

JEL Kodu: M31

1 Bu çalışma IV. Uluslararası Akademik Çalışmalar -ASC-2022-Bahar Kongresi’nde (03-05 Kasım 2022) Poland -Al-cide De Gasperi University of Euroregional Economy’de sunulan bildirimlerden seçilerek hakem süreci sonunda kabul edilerek yayınlanmıştır.

2 Dr. Onbeş Kasım Kıbrıs Üniversitesi, KKTC, cm.birinci@onbesku.edu.tr, Orcid no: 0000-0001-7084-6536

3 Prof Dr. Yüksek Öğretim Planlama, Denetleme, Akreditasyon ve Koordinasyon Kurulu, KKTC, remziyeterkan09@gmail.com, Orcid no: 0000-0002-5309-3285

THE DIMENSION THAT SOCIAL MEDIA, A COMMUNICATION TOOL, BRINGS TO SOCIAL CHANGE

Citation/©: Birinci, C. M., Terkan, R., (2023). İletişim Aracı Olan Sosyal Medya'nın Sosyal Değişime Kazandırdığı Boyut. *Journal of Management Theory and Practices Research*, 4(2), 180 - 195

Abstract

This study examines the impact of social media usage as a communication tool on communication and relationships. Social media, reaching wide audiences simultaneously, influences various cultures and perspectives, leading to changes in individual behaviors. Behavioral changes shape relationships and add a different dimension to communication. As rapid change and information flow occur in our lives, conscious or unconscious manipulation, along with the desire to influence change, accompany these shifts. Despite influencing social, cultural, and political movements, social media, as an interactive tool, holds the power to facilitate global mobility in the desired direction. Without social media, considered a fundamental factor in the new world order, life is perceived to come to a standstill, with a unanimous belief that nothing can be accomplished. Despite being described as a realm of advantages, social media also brings disadvantages. Balancing the advantages and disadvantages is a reality that depends not only on individuals but also on societal approaches. This study aims to uncover how social media, the foundation of the new world order, impacts communities, cultures, thoughts, beliefs, and how communication, particularly among individuals, has changed. It explores how the dynamics of communication can be altered and emphasizes the delicate nature of even well-known facts, illustrating how methods and techniques can quickly convey a subject to millions and make it widely accepted. By revealing the advantages and disadvantages of social media in the changing and developing process, this study aims to raise awareness of what to consider in the future digital flow.

Keywords: Social Media, Communication, Interaction, Change, Development Process

JEL Classification: M31

1. GİRİŞ

İletişim yazının icadı ile başlamış ve günümüzde sosyal medyaya kadar teknolojinin gelişim ve değişimi ile gelmiştir. İletişim insanlığın en temel ihtiyaçlarından biridir. İnsanoğlunun iletişimsiz yaşamını sürdüremediği bilinen gerçeklerdendir. Geçmişten günümüze çeşitli iletişim biçimleri ve araçları ile sağlanan iletişim, 2000’li yıllarda birçok sosyal ağ siteleri ile sosyal medya kavramını gündeme getirmiştir.

Sosyal medya küresel olarak kişilerin iletişim içerisinde bulunduğu web2.0 tabanlı dijital alanları içinde bulundurmaktadır. Sosyal medya ile kişi- kişiler, topluluklar, kurumlar ve toplumlar arasındaki mesafe ortadan kalkmaktadır. Duygular, düşünceler, eylemler anında paylaşılabılır olmuştur (Tayfur, 2018). Geleneksel olarak ifade edilen sıradan, bilindik medyadan sonra dijital iletişim çağında yeni medya ifadesinin karşımıza çıkması ile yeni kelimesi dijitalleşme ile farklı bir önem kazanmış ve ilgiyi artırmıştır.

Yeni medya çağımızda çok yönlü kullanılabilen vazgeçilmez bir araç olmuştur. İletişim teknolojilerinin gelişimi yeni iletişim ortamlarını ortaya çıkarmış, bu da yeni medya olarak isimlendirilmiştir. “Yeni medya hızın ön plana çıktığı, coğrafik ve demografik anlamda kapsanan alanın genişlediği, iletişimde uzak mesafelerin engel oluşturmadığı, iletilerin kitleler tarafından seçilip, ayıklanıp gönderilebildiği, büyük bir bellek kapasitesinin söz konusu olduğu iletişim biçimi olarak tanımlanmaktadır” (Aktan, 2017, s. 49). Sosyal medya ile iletişim anında kurulup, istenilen bölge, istenilen hedef kitleler tarafından mesajlar anında alınarak, saklanabiliyor, yanıtlanabiliyor, yanıtlar bir diğer kitleler tarafından yorumlanabiliyor olmaktadır.

İnternet ile başlayan ve teknolojinin gelişimi ile devam eden süre içinde çeşitli iletişim imkânları doğmuştur. Bu imkânlar içerisinde küresel olarak eşzamanlı ses ve görüntü şekli ile iletişim de bulunmaktadır. İletişimi sanal dünyadan gerçekliğe taşıyan bu önemli gelişim sadece bireylerin ve toplulukların iletişimini değil, kurumların ve işletmelerin pazar dilimlerindeki etkililiğini de artırmaktadır. Hedef kitlelerin etkilenebileceği pazarlama çalışmaları hazırlanıp dijital platformlarda sunulmaktadır. Yeni medya olarak tanımlanan sosyal medya ile sadece kişiler arası iletişim değil, kurumlar arası ve işletme – tüketiciler ve tüketiciler arasında bir etkileşim sağlanabilmektedir (Çağıl, 2017). Yaşam döngüsü yeni medya ve olanakları ile hızlı bir akış içerisinde gerçekleşmektedir.

Yeni dünya düzenini oluşturan, oluştururken şekillendiren sosyal medya kültür, düşünce ve inanışları etkilemekte ve ilişkilerdeki dinamikleri istenilen yönde tetikleyip, istenen yönde etkileşime neden olabilmektedir. Sosyal medya kullanımı, kullanım şekli ve ilişkilerde oluşturduğu altyapı ile aslında dünya düzenini, teknoloji ile hızlanan yaşam sürecinde istenen davranışların ortaya konmasını sağlamaktadır.

Çalışmada, iletişim aracı olan sosyal medyanın iletişimi nasıl etkilediği, ilişkilere yansımaları, yeni dünya düzeninde değişime nasıl yön verdiği, şekillendirdiği, toplumsal yapıyı etkilemesi ile küreselleşmeye kazandırdığı boyut incelenmeye çalışılmıştır. Çalışma, çok kapsamlı yönlerle detaylı incelemeye açık olan keşfedici araştırma niteliğinde olmakla birlikte sonrasında nicel çalışmalara yön verebilecek bir çalışmadır.

1.1. Sosyal Medya

Sosyal medya bireylerin duygu, düşünce ve tecrübelerini paylaşmak için iletişimde oldukları online platformlar olarak tanımlanabilir. Bunun yanında zaman ve mekân ayırımı yapmayan çift ve çok yönlü

iletişime olanak tanıyan bir online iletişim platformudur da denebilir. “Mobil iletişim teknolojileri sayesinde de sosyal medya her an her yerde ulaşılabilecek ve kullanılabilir bir konuma gelmiştir. Bunun sonucunda kullanıcılar anlık paylaşım gerçekleştirmeye başlamıştır” (Aktan, 2017, s.56). Sosyal medyada herhangi bir konuda bireysel kullanım ve paylaşım yapmakla birlikte, kişiler çevrimiçi gruplar oluşturabilmekte, kişisel mesaj ve markalarını oluşturabilmektedirler. Yine kişiler arası, gruplar arası ve kurumlar – işletmeler arasında bilgi alışverişinde bulunabilmekte ve hizmet sağlanmasında altyapı olmaktadır.

Yeni medyanın yaşama gelmesinde en önemli etken internet olmuştur. İnternetin gelişim göstermesi ile her geçen gün sosyal ağlar çeşitlilik göstermiş çok yönlü iletişim yaşam bulmuştur. İnternetin gelişimi ile gerçek dünya sanal dünya içerisinde yaşanmaya başlanmıştır.

İnternet bir bilgisayar ağı olmakla birlikte bir kitle iletişim aracıdır. Kişi, kişiler, kurumlar ve işletmelerin kullandığı bilgisayarlar ve farklı işletim sistemlerini bünyesinde barındıran internet iletişim kurulmasına imkân sağlar. En temel işlevlerinden ikisi iletişim kurma ve haberleşmedir. İnternet aracılığı ile yıllardır görülmeyen kişilere ulaşılabilir, yeni dostluklar kurulabilir, yeni kültürler keşfedilebilir, her konuda bilgi sahibi olunarak elde edilen bilgiler bilgisayara yüklenebilir. İnternet ile yaşamın her alanında tüm istek ve ihtiyaçlara ulaşılabilir. Örnek verilecek olursa, oturduğunuz yerden alışveriş yapılabilir, seyahat ederek ülke ve kültürleri tanınabilir, müzik dinleyerek, kişilerle sözlü ve yazılı tartışma ortamlarına girilebilir.

Küreselleşmenin en güçlü destekçisi olarak görülen internet aynı zamanda yaşamın da en önemli kaynaklarından biri olarak yerini almıştır. Davran'ın da belirttiği gibi internetin gelişmesi ile pek çok sosyal ağ ortamları sağlanmıştır. Sosyal medya kavramı bu yeni ortamlardan biridir. “Sosyal medya, internet ve internet araçlarının alt yapısı olmadan var olması mümkün olmadığından, sosyal medya değer zincirinin ilk destekleyici bileşeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Genel olarak sosyal medyayı tanımlamak gerekirse, internete bağlı bir veri sunucuları ağı olarak tanımlanabilir” (Davran, 2020, s. 33). Küresel hâkimiyetin altyapısı olan internet, sosyal medya ile geleceği şekillendirir bir duruma gelmiştir. Yaşamın olmazsa olmazı, alınan nefes gibi yaşamda yer etmesi ile tanımlanabilen sosyal medya kitleleri her alanda etkisi altına alarak sosyal, kültürel, psikolojik ve ekonomik anlamda etkilemektedir.

1.2. Sosyal Medya'nın İlişkilere Yansıması

Sosyal medya, yeni dünya düzeninde rekabetin giderek arttığı küresel hareketlilikte kendini etkin bir şekilde ortaya koymaktadır. Her alanda olduğu gibi işletmelerin pazar çalışmalarında, marka yaratma çalışmalarında, tüketici kitlesini müşteri kitlesine çevirme çalışmalarında internet aracılığı ile sosyal medyanın varlığı görülmektedir. İnternet altyapısının giderek iyileştirilmesi ve internetin erişilebilirliğinin kolaylığı sayesinde pek çok alan internet üzerinden aktif olarak çalışmaktadır. İnternet sayesinde geleneksel olarak yapılan işler artık dijital olarak yapılabilmektedir. Dijital ticaret, bankacılık işlemi, yurttaşlık hizmeti gibi faaliyetler bulunulan yerden mobil cihazlarla yapılabilmekte ve coğrafik sınırlar ortadan kalkmaktadır. Bostancı'nın da internetin yaşamdaki yeri ve önemini vurguladığı gibi “varılmak istenen nokta gündelik hayatta sıklıkla gerçekleştirilen faaliyetlerin internet aracılığıyla gerçekleştirilebileceği yeni bir yaşam biçimine dikkat etmektir” (Bostancı, 2015, s.50).

Bugün neredeyse her evde internet bağlantısı bulunmaktadır. Büyük küçük herkesin iletişim kurmasını sağlayan internet, bireylerin sadece aile ve arkadaşları ile değil, iş yerleri ile de bağlantı içinde olmasına olanak sağlamaktadır. İnternet kullanımı daha evvel gençlerde yoğunluk gösterirken bugün interneti

orta yaş ve orta yaş üstünün de etkin bir şekilde kullanıyor olduğu görülmektedir.

İnternet mesafeleri ortadan kaldırarak sosyal ilişkiler kurulmasına fırsat sağlamaktadır. Bunun yanında birbirine yabancı kişiler arasında da gerçek veya yapay arkadaşlıklar kurulmasına olanak tanımaktadır. Bazı eleştirilenlere göre internet, akraba ve arkadaşlarla olan yüz yüze iletişimin çekiciliğini ortadan kaldırmakta ve bu karşılıklı etkileşimin gücünü azaltmaktadır. Kirel, Kayaoğlu ve Gökdağ, Carnegie Mellon Üniversitesinde bir grup araştırmacının internet kullanımının sosyal yaşam üzerindeki etkililiğini ortaya çıkarmak adına yaptığı çalışma sonucunu “İnternet kullanımının sosyal katılımı ve ruh sağlığını etkilediğini saptamışlardır. Yoğun internet kullanımı aile ile olan iletişimi azaltmakta; çevredeki arkadaşlarla olan birlikteliği azaltmakta, yalnızlığı artırmakta ve daha çok depresyona neden olmaktadır” (Kirel, Kayaoğlu ve Gökdağ, 2004, s.99) .

İnternetin bireylerin iç dünyasına yansması ve aile ile çevre arasındaki ilişkilerine etkisi dışında iş dünyasında piyasa kullanımında da etkileri bulunmaktadır. Yaşamı olduğu gibi etkileyen internet, kullanım çeşitliliği ve bu kullanımda yarattığı etkiler açısından da çeşitlilik göstermektedir. İnternet reklamlarının tüketicinin satın alma davranışlarına etkileri üzerine yapılan bir araştırmada internet kullanım durumunun %98,4 oranında olduğu, İnternet kullanımının yıllar içerisinde arttığı, İnternete nereden bağlanıldığına bakıldığı zaman %54,8 ile evden, %23,8 ile okul ve işten, %19,0 ile internet kafeden, %2,4 ile cep telefonu üzerinden (3G, WIFI), gerçekleştiği görülmüştür. İnternete bağlanma sıklığının gün boyu %45,2 oranla, her gün bir kez %31,0 oranla, günde birkaç kez %23,8 olduğu gözlemlenmiştir (Gümüş, Güngör, Bilim, 2014, s.97-98).

Sosyal medya, son dönem teknolojisi içerisinde hakkında sürekli konuşulan bir gelişmedir. Almış olduğu konum internet yapısının yıllar içerisinde aldığı değişim ve gelişim ile olmuştur. İnternet Web 1.0 ile başlamıştır. Burada mail göndermek, fotoğraf görmek, çeşitli sitelerde gezinmek temel kullanım çeşitleri içerisindeydi. “2000’lerin ilk yıllarında kullanılmaya başlanan ve 2004’te Web 2.0 adını alan gelişmeler sayesinde internet kullanıcıları kendilerine ait içerikleri kolayca internette paylaşmaya ve mevcut içerik üzerinde de yetki sahibi olmaya başlamıştır” (Genç, 2010, s.486).

Web 2.0 ile üretmek paylaşım yapacak herkes bu dönem itibarı ile harekete geçmiştir. Bu dönem ile birlikte sınırlı üretim ve sınırlı bilgi paylaşımı yerine sınırsız bilgi üretimi ve sınırsız bilgiye ulaşma fırsatları doğmaya başlamıştır. Bu durumda Web 2.0 için sosyal medyayı oluşturan teknik altyapı tanımlaması yapılabilir. İnternetin gelişimi ile her geçen gün sosyal medya sitelerinin sayıları artmakta ve kendi içerisinde üretilenlerle, paylaşım ve etkileşimlerle daha geniş bir yelpaze çizmektedir. Web 3.0’e bakıldığında, semantik web ve yapay zekânın öne çıktığı görülmektedir. Web 3.0’de sosyal medya tarafından yüklenen resimlerin tarama ve tanıma sistemi ile var olacağını vurgulayan Gezgin, “ilerleyen yıllarda aktif olarak kullanılması beklenen web 4.0 ise tamamen yapay zekânın hâkim olduğu, gerçek dünyanın internete ve bilgisayara taşındığı, bilim kurgu filmlerindeki olayların gerçekleştiği bir sistem” olacağını da belirtmiştir (Gezgin, 2018 s.142).

Sosyal medya kavramı genel bir bakış açısı ile değerlendirildiğinde, sosyal kelimesi bireylerin diğer bireylerle bağlantı içinde olmasını ifade ederken, medya kişilerin aralarında bağlantı kurmak ve neler olup bittiği hakkında bilgi sahibi olmak için buldukları ortamlar olarak tanımlanmaktadır. Bu ortamlar, davul, çan, yazılı kelime, telgraf, telefon, radyo, televizyon, elektronik posta, web sitesi, fotoğraf, ses, video, cep telefonu veya kısa mesaj gibi bu bağlantıları kurmak için kullanılabilen teknolojilerdir (Safko, 2012, s.3)

Sosyal medya ile medya sektöründe bulunan üretici ve tüketici hareketleri her geçen gün değişim

göstermektedir. Sosyal medya araçları gelişim göstererek çeşitlenmekte ve kişileri bu araçları kullanmaya yönlendirmektedir. Sosyal medya olarak adlandırılan iletişim ağlarının başında “Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram, MSN, Blogger, Myspace, Youtube vb. gelmektedir. Sosyal ağlar olarak tanımlanan bu yazılım ağları, aynı anda/eşzamanlı olarak milyonlarca kişiye ulaşmaktadır” (Alav, 2020, s.47). Sosyal medya ağları ile her alandan pek çok bilgi sağlanmakta ve rahatlıkla iletişim kurulabilmektedir.

“İnternet Web yazılım destekli çalışan bu sosyal ağlar, benzer ve farklı sınıflardan birçok insanı kendi platformlarında buluşturabilmektedirler. Önceleri masum bir arkadaşlık sitesi olarak kurulan bu ağlar sonraları ise, birey ve toplumları örgütlü veya örgütsüz olarak etkileme sürecine almışlardır” (Alav, 2020, s.47)

Sosyal medyanın farklı kullanım amaçları olmakla birlikte bu amaçlar kişilerin özelliklerine göre değişim göstermektedir. İlgi, tatmin ve doyum hangi alanla kişileri memnun ediyorsa, kullanım o yönde olmaktadır. Sosyal medya ne kadar genele açık yeni bir alan olsa da bazen bireyler sosyal medyayı bir kaçış alanı olarak görmektedirler. Sosyal medyaya izleyici olarak katılmak ve yalnızlığı ortama seyirci olarak yaşamak bu kişiler için daha tercih edilebilir olmaktadır. Bunun aksine yine bazı bireyler sosyal medya ortamı ile kendilerini yeni sosyal çevrelere açmayı ve izleyici kitlelerini genişleterek kendilerini takip ettirmeyi tercih etmektedirler.

Sosyal ağların oluşumunda internet esas rol oynamaktadır. Gün geçtikçe de gözlemlenen çevrimiçi sosyal ağların artışı bu durumu gözler önüne sermektedir. Bireyler, bilgi, duygu, düşünce olsun tüm paylaşım amaçları için sosyal ağlarda bir araya gelmektedirler ve onlar için tüm mesafeleri ortadan kaldıran bu sosyal ağlar yaşamlarına anlam katmaktadır. Özüpek'in de belirttiği gibi “Sosyal ağ platformları, ortak ilgi, faaliyet ve düşünceleri paylaşan kullanıcıların içerisinde yer aldığı online topluluklardır. Web 2.0 teknolojisi ile içerik üretimine ve paylaşımına imkân tanıyan sosyal ağlar, etkileşimli bir yapıya sahiptir” (Özüpek, 2018, s.132)

Sosyal medya özellikle reklam ve pazarlama çalışmalarında da stratejik öneme sahip bir pazarlama kanalı olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medyada yapılan reklam iletişimi çalışmaları, sosyal medya ağlarındaki kullanıcı sayısı ve bu kullanıcılar hakkında bilgi artışı oldukça bu ağların pazar gücünü artırmıştır. Bu nedenle işletmelerin sosyal medyada reklam yapması kaçınılmaz olmuştur (Şengül, 2017). Sosyal medyada pazarlama ile işletmeler pek çok platformda varlıklarını gösterip kendilerini tanıtabilmektedirler. Böylelikle satış marjlarını yükseltip hedef kitleler ile bağlarını güçlendirebilmektedirler.

Gelişen iletişim teknolojileri ile gerek kişiler gerek kurumlar sosyal medyada gerçekleşen bazı çalışmaların farkında olmakta bazı çalışmaların da farkında olmamaktadırlar. Farkında olmamak ilgisizliği ve belli başlı olayları gözden kaçırmayı beraberinde getirmektedir. Kaçırılan olay ve mesajlar, kişileri yeni iletişim portallarına itmektir. Bu portallar kişi veya kişilere farklı kültür, anlayış, düşünce, fikir ve enformasyon akışı sağlamaktadır. Sosyal medya ile iletişim ağları, kişileri ve kurumları büyük değişimler yaşamaya itmekte, yaşama ve iş yapma şekillerini önemli ölçüde etkilemektedir.

Günümüz çocukları dijital dünya çocukları olarak tanımlanabilmekte, düşündürücü şekilde dijital dünyaya uyum ve adaptasyon sağladıkları görülmektedir. Anne karnından öğrenerek dünyaya geliyorlar ifadesi de buradan gelmektedir. Bugün pek çok bireyin defalarca deneyim yaptıktan sonra dijital olarak bir şeyleri öğrenmeleri, çocukların ise şaşırtıcı şekilde hep kullanıyorlar gibi bilinçli olmaları göz ardı edilemez bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır.

2. Sosyal Medya ve Değişim

Medya internet yolu ile uçsuz bucaksız gücünü topluma hatta toplumlara yaymaktadır. İletilmek istenen haber ne tür bir haber olursa olsun aynı anda geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Bu kitlelerin değerleri, tutum ve davranışları, bakış açıları ve düşünce şekilleri ne olursa olsun aynı ileti geniş bir alanda duyurulmuş olmaktadır. Kültürel değerler bu iletiler ile derinleşebileceği gibi, bu iletiler ile kültürel değerlerden de soyutlana bilinmektedir (Ercan,2019). İşte tam da bu noktada medyanın gücü sadece bireyler üzerinde değil, toplumlar üzerinde de ortaya çıkmaktadır.

Uluslararası medya aracılığı ile dünya haberleri, gerçekleştirilen bilimsel çalışmalar, buluşlar, yenilikler, dünyanın herhangi bir yerinde gerçekleşen olaylar sağlanabilmekte ve küresel bilgilendirme yapılabilmektedir. Dünya devletlerinin ortak kamuoyu bilinci ve yardımlaşma duygularının gelişmesine etki ederek ortak kültürlerin ve milletlerin bir araya gelmesi ve kaynaşmaları, birçok farklı konularda konuşabilmeleri, uzlaşabilmeleri veya ayrışmaları uluslararası medya ile gerçekleştirilmektedir. Bu yönden değerlendirildiğinde, uluslararası medya oldukça etkili bir yapıya sahip olmaktadır (Alav, 2020).

İnternetin yaşama girmesi ile medyanın internet üzerinden cep telefonu, bilgisayar gibi iletişim araçları ile yayılım yapması küresel hareketliliği beraberinde getirmiştir. Bu hareketlilik dijital ortamları kaplayan medyanın sosyal medya adı ile geleneksel medyayı arka plana itmesine sebep olmuştur. “Terim olarak sosyal medya, kullanıcıların ağ teknolojileri kullanarak etkileşimini sağlayan araç, hizmet ve uygulamaların bütünüdür” (Boyd, 2008, s.92). Gezgin ve İralı, sosyal medya kavramını “aslında yeni iletişim ortamlarının yarattığı ağ teknolojileri için geliştirilmiş olsa da, oldukça kısır bir tanımdır. Çünkü sosyallik ve medya kavramı hiçbir zaman birbirinden ayrılmamış, hangi teknolojik seviyede medyayı kullanırsak kullanalım her daim sosyallik içinde olduğumuz bir gerçektir” (2017, s.79) ifadeleri ile vurgulamıştır.

Günümüzde her yaş grubundan kullanıcı sosyal medyadan bilgi edinip, grup olarak çevrimiçi ortamlarda bulunabilmekte, bireysel mesajları ve her türlü paylaşımlarını yapabilmekte, elektronik olarak iletişim kurabilmektedirler. Sosyal medyanın teknolojik içeriği her geçen gün bir özellik daha kazanırken, sosyal medya sosyolojik etkilerle bireyleri ve toplumları etkilemektedir çünkü bireysel ve toplumsal her değer etkileşim ve değişim ile karşı karşıya kalmaktadır. Bireylerin ve toplumların yaşam şekilleri internet ile birlikte tamamen değişmiş ve kullanıldığı sosyal ağlar bireyler ve toplumlar üzerinde sınır tanımayan bir etki gücüne hâkim olmuştur.

İnsan yaşamının tamamen her anını dolduran ve her duygu, düşünce, hareket ile bütünlük içinde olunan en favori sosyal medyalar; Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Youtube... gibi sosyal ağlar olduğu bilinmektedir. Bu gelişmiş teknoloji dünyası ile birlikte dünyaya gelen bireyler konuşmaya, yürümeye başladıkları andan itibaren sosyal medyayı takip edebilir durumda olmakta iken, yaşı ileri olan büyükler de özellikleri ve cazibeleri ile kısa zamanda sosyal medyanın aktif kullanıcılarından olmuşlardır.

Geleneksel medyanın içinde bütünleşmiş ve daha ilerisinin olamayacağını, sosyal medyanın kullanılmayacağını düşünen, böyle bir yaklaşım içerisinde sosyal medyaya yaklaşan ileri yaş kişiler de aynı anda interaktif etkileşim içerisinde olmanın cazibesi ile sosyal medyanın bağımlısı olmuş durumdadırlar. Sosyal medyada anında iletişim kurmanın ve etkileşime girmenin yanında yerine göre görüntülü olarak da bu iletişimi kurabilmektedirler. Tek yönlü olmayan ve geri dönüşü zaman almıyan bu iletişim şekli, aynı zamanda farklı mesajları ard arda alabilmeye ve kişinin kendine özgü tepkilerle bu mesajlara geri dönüş yapmasına olanak sağlamaktadır.

Günümüz dünyasında bireyler ve toplumlar yeni bir iletişim medyası ve küresel bir etkileşim süreci içerisindeyler. İnternet teknolojisinin yarattığı sosyal medya aynı anda milyonlarca insanı etkileşime geçirmektedir. Dünyanın herhangi bir yerinde gerçekleşen yerel bir haber bireylerin verdiği öneme göre ulusal bir habere, oradan da evrensel boyuta taşınabilmektedir (Alav, 2020). Böylelikle bir bölgenin haberi tüm dünyanın gündemine oturabilmektedir. Bu aynı zamanda toplumsal yapıların alacağı konumu göstermektedir.

3. Sosyal Medya ve Gelişim Süreci

İletişim teknolojilerinin gelişimi ve iletişim şekillerindeki değişiklikler dünyayı bütünleştirmiştir. İletişim teknolojilerinin medya çalışmaları üzerindeki etkisine bakıldığında, gelişen iletişim teknolojilerinin genel olarak herkesi etkilediği söylenebilir. Bireyler, topluluklar ve toplumlar olsun, gelişen iletişim teknolojileri, alışkanlıkları değiştirmiş ve istenilen yönde hareket edilmesini fark ettirmeden zorunlu kılmıştır. İletişim teknolojilerinin gelişimi ile medya ve iletişim sistemi hız kazanarak, daha geniş kitlelere daha hızlı ulaşım ile imkân sağlamıştır. Bu da iletişimde küreselleşme kavramını ortaya çıkarmıştır.

Çok uluslu medya kuruluşları ile toplumlararası engelleri ortadan kaldırma çalışmaları olduğu bilinmektedir. Toplumların kendi içlerinde yaptıkları uygulamalar dışında dünya genelinde küreselleşmenin gelişmesi için ortam ve koşulları düzenleyen bazı uluslararası kuruluşlar da küresel medyanın önünü açacak çalışmalar yapmışlardır (Sayılğan, 2008, s.233-241).

Küreselleşme sürecinde medya her şeyin kara endekslendiği bir pazar haline gelmiş olmasından dolayı eleştirel bir bakış açısı almıştır. Bu özelliğinden dolayı medyanın pazar ekonomisinin tüm özelliklerini taşıdığı vurgulanmıştır. Böylece medyanın küreselleşme sürecinde üretimde etkin rol oynadığı ifade edilmiştir. Medyanın sermaye sahiplerinin elinde olması, haber ve bilginin kontrol edilerek verilmesi anlamına gelmektedir (Aziz ve Sungur, 2014). Günümüzde gelişen iletişim teknolojileri toplumlar arası güçlü ağların kurulmasını sağlamıştır. Ekonomiden, kültüre, siyasetten, sosyal alana kadar hâkim olan bir ağlar bütünü oluşturulmuştur. Amaç geniş kitlelere ulaşabilmektir.

İletişim teknolojilerinin gelişerek günümüz dünyasındaki yerini alması iletişim sınırlarını ortadan kaldırmış ve küresel iletişime olanak sağlamıştır.

Bireylerin ve toplumların yaşam biçimlerini belirlemede medyanın önemli bir rolü vardır. Gezgin'in de ifade ettiği gibi "bireylere yaşam ve davranış biçimi sunan medyadan kültürel bağlamda toplum da etkilenmektedir. Örneğin; gündelik hayatın önemli bir unsuru ve insanın temel ihtiyaçlarından biri olan yeme-içme konusunda topluma gereken alışkanlıkları gelişen teknolojiler ile birlikte medya kazandırmaktadır" (2018, s.96).

Medyada ortaya konan metin veya haber bireylerin buldukları toplum içindeki toplumsal ve bireysel algılarına göre hazırlanıp verilmektedir. Yaratılmak istenen algı, oluşturulmak istenen yargı hedef kitlenin hassas olduğu noktadan hazırlanmakta ve bunun diğer topluluklara veya kültürlere ulaşımı sağlanmaktadır. Özellikle sosyal medya aracılığı ile verilmek istenen mesaj kolaylıkla iletilmekte ve mesajı oluşturan kodlarla kişiler veya topluluklar etki altına alınabilmektedirler. Strateji mi kültürü? Kültür mü stratejiyi belirler sorusu karşısında verilecek yanıt, kültürün stratejiyi belirlediği iken, sosyal medya ile oluşturulan strateji kültürü etkiler denebilir. Gücünün bu denli önemli olduğu sosyal medyanın kullanımı da küreselleşme boyutunda o denli önemli bir yer tutmaktadır.

Genel olarak kültürlere bakıldığında temel bazı yapısal özellikler taşıdıkları görülür. Bu özellikler irdelendikçe topluma ait kültürün işlevi ve niteliği ortaya çıkar. İletişim araçlarının gelişimi kadar hızlı

olmasa da zaman içerisinde kültürlerin değiştiği söylenebilir. Haviland'ın da belirttiği gibi “değişim; çevre krizleri, yabancı istilası, kültür içerisinde davranış ve değerlerin farklılaşmasıyla meydana gelir” (2004, s. 84). “İnsan etkinlikleri sonucunda kültür oluşurken aynı anda kültür de insan etkinliklerinin oluşumunda etkilidir” (Barlowen, 2001, s.2). Bu ifadeden yola çıkarak yeryüzündeki en akıllı canlı varlık olan insanın geliştirdiği iletişim teknolojileri sayesinde kültürel değerler etkilenmekte ve insan etkinliklerinin bu etki yönünde gerçekleştiği söylenebilmektedir.

Küreselleşme ile dünyanın büyük bir bölümünde kültürlerin birbirine yaklaştığı ve etkilendiği görülebilmektedir. Kültürlerin birbirinden etkilendiği günümüzde küresel kültür düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Küreselleşme ile kültürlerin etkileşimi dolayısı ile de etki alanını güçlü tutan kültürün hakimiyeti görülebilmektedir. “Ayrılıklar, benzerlikler ve farklılıklar daha görünür hale geliyor. Bu süreçte, insanlığın kültürel ortak zemininin güçlenmesi, imkân dâhiline giriyor” (Aydın, Erdoğan, Sarıbay, Bolay, Altan, 2002, s.21).

Teknoloji kendine özgü değerler sistemine sahip, insan yaşamında büyük değişikliklere sebep olan bir uygulamadır.

Günümüzde kültürler, radyo, televizyon, gazete ile değil tamamen sosyal medya ile şekillenmektedir. Sosyal medyada üretilen ideoloji ve düşünce sunuş biçimleri izleyici kitlesini etkilemekte ve düşünce sistemlerini istemsiz bir şekilde dönüştürmektedir. Böylelikle manipülasyon gerçekleşmiş olur. Günümüzde gelişen iletişim teknolojileri ile kültürün değişim içinde olduğu ve bunun güçlü sebeplerinden birinin de kitle iletişim araçları olduğu söylenebilir.

Teknoloji ile gelişen kitle iletişim araçları geniş izleyici kitlelerini ideolojik ve kültürel olarak etkilemektedir. Bu etkilenme toplumdaki yaşam şeklinin gelişip değişmesinde önemlidir. Sosyal medya ile güncel haberlere, popüler her tür bilgiye, eğlenceye, spora, yaşama dair ne varsa anında ulaşılabilmektedir.

Teknolojinin gelişip, güçlenmesi ile bilgi üretimi ve dağıtımı da güçlenmiş, iletişimin küresel olarak kurulup yaşandığı bir dünya gözlenmeye başlamıştır. Medya, sosyal medya olarak ön plana çıkmış ve popüler kültür oluşmuştur.

Yıldız'ın da vurguladığı gibi “popüler kültürün yaygınlaşmasıyla birlikte ortak zevkler ortaya çıktı. İletişim araçları sayesinde özellikle farklı yaş grubuna dâhil kesimler aynı dizileri, aynı filmleri, aynı haberleri seyredip dünyalarının benzeşmesinin ve aradaki iletişim uçurumunun yok olmasının sosyal dünyaları hemen hemen aynı olmaktadır” (2005, s.139).

Gelişen iletişim teknolojileri ile bireyler ve topluluklar bilgilendirilip, yönlendirilmektedirler. Günümüzde bireylerin düşünce şekli, yapısı, tutum ve davranışı değil her gün, her an sosyal medyadan aldığı bilgiler doğrultusunda şekillenmektedir. Bu sebeple, sosyal medyada dönen, ortaya konan her türlü bilgi, içerik ve mesajın büyük dikkatle düzenlenmesi gerekmektedir.

Sosyal medya insanlık üzerinde öyle büyük bir etkiye sahip olmuştur ki tamamen bağımlılık yaratmıştır denebilir.

Sosyal medyada mesajlar sürekli bir döngü içerisinde. Dolayısı ile düşünceler, fikirler, ideolojiler sınır tanımadan kişilere ulaşarak etkilemektedirler. Yeni medya bugün kültürü şekillendiren öğelerin odağındadır denebilir.

4. Dijitalleşmenin Küresel olarak İletişime Etkisi

Son yıllarda her anlamda ve her alanda yaşanan hızlı değişimler beraberinde pek çok yeniliği getirmiştir. Teknolojinin yakalanamaz bir hızla gelişmesi gerek bireyleri gerekse toplumları dönüşüme uğratmıştır. Bireyler, gruplar ve toplumlar olarak yaşam şekli değişmiş, teknolojinin gelişimi dünya genelini etkilemiştir. Yaşanan bu hızlı gelişim ve değişimler, insanların düşünce yapısını, tutum ve davranışlarını olaylara yaklaşımını, bakış açılarını farklı şekillerde yönlendirmiştir. Tüm bunlar gerçekleşirken, sosyal, kültürel, siyasal ve ekonomik alanlarda hızlı dönüşümler olmuştur. Tüm bunlar tartışılırken küreselleşme kavramı ortaya çıkarak, tartışmaların merkezine yerleşmiştir. Toplumların her konuda birbirinden etkilenmeye başlaması, ortak bağ oluşturması küreselleşme olarak adlandırılmaktadır. Küreselleşmeyi en genel tanımı ile Gezgin ve İralı topluma ait olanın sınırlarını aşarak toplumlararası bir boyuta ulaşması olarak tanımlarken, “bu tanımda yer alan yerel olgular, siyasal, sosyal, kültürel ve ekonomik faktörlerdir ve bu öğelerin yerellerdeki sınırlarını aşıp uluslararası boyutta en fazla sayıda insana kendini tanıtmayı ve kabul ettirmeyi; kaynaşma, bütünleşme yani küreselleştirmeyi oluşturmaktadır” (2017, s.152) ifadelerini kullanmışlardır.

Mengü'ye göre; ekonomi ve politik bakış açısı ile sosyal medya ve internet değerlendirildiğinde, “küreselleşme ideolojisinin teknolojiyi geliştirme, bireyleri kontrol etme, insanları tek yönlü manipüle etme, manipüle edilmiş bilginin gerçeklik sorunu, güven eksikliği, egemen gücün genel olarak kabulü, değerlerin yitimi gibi bazı benzerlikler gösterdiği ileri sürülebilir” (2012, s.109) vurgusunu yapmıştır. Ekonomik, politik ve toplumsal alanlarda etkililiğini gösteren küreselleşme, iletişim alanında da gelişen iletişim teknolojileri ile değerlerin aktarılması ve kabul ettirilmesinde etkili rol oynamıştır.

Günümüzde insanlar arası ilişkiler ve bilgi paylaşımı, yer, mesafe, konum gözetmeksizin kitle iletişim araçları ile belirlenebilmektedir. İnternetin yaşama girmesi ile kitle iletişim araçları kişilerarası erişim ve bilgiye ulaşmak-bilgiyi paylaşmak için vazgeçilmez olmuştur. Işık'ın da belirttiği gibi “iletişim ağlarının merkezileşmesi ortak tüketim ve eğlence normları oluşturmuştur. Uydu teknolojileri yoluyla uluslararası bağlamda yayınlar gerçekleştiren medya devleri, kurguladıkları gerçekleri tüm dünya ölçeğinde paketleyip sunmaktadırlar” (2014, s.4).

Dijitalleşmenin küresel çapta ortak ağlar ile gerçekleşmesi iletişimin küresel yayılımını sağlamış ve medyanın aktif bir şekilde ön plana çıkmasına neden olmuştur. Medya bu denli sosyal ağlarda ön plana çıktıkça kullanılan dil ve ortaya konan mesajlar hassasiyet kazanmıştır. İnsanları birbirine bağlayan ve ortak paylaşımaya yönlendiren anadilleridir. Köksal'ın da belirttiği gibi, “ekin yumağının ortasında yer aldığı için başta dil olmak üzere, toplumsal kurumlardan herhangi birinde küçük bir değişim, bütün öteki kurumlarda da değişimler yaratır. Dil bu nedenle bütün öteki kurumlar arasında ayrıcalıklı bir yeri olan tek kurumdur” (2003, s.55).

Küreselleşme, kültür, dil ve toplumla ilişkilidir. Kültür bir toplumda geçerliliği olan ve adet, gelenek, görenek şeklinde devam eden her türlü dil, duygu, düşünce, inanç, sanat ve yaşayış öğelerinin tümüdür (Turan, 2003). Bir birey dünyaya geldiği andan itibaren çevresi ile ilişki içine girer. Önce çekirdek aile ile çevreyi tanımaya ve doğrularını öğrenmeye başlar. Bu doğrular aileden gelen, yetişme halinin verdiği kabul gören doğrulardır. Seneler içerisinde genişleyen çevre ile bireysel gözlemler, konuşmalar, alınan duyular ve eğitimde kazandıkları ile kültür konusunda edindiklerini geliştirir. Dil bu konuda kültürün içeriğini anlatabilmesi için hayati önem taşır. Bu noktada da herkes tarafından anlaşılabilmesi gereklidir.

Günümüzde, kültürel iletişim ile kültürel etkileşim birlikte gerçekleşmektedir. Kültürel etkileşim

dünya ülkelerini ideolojik açıdan etkilerken bir taraftan da topluluklar ve bireyler arasında var olan farklılıkları da gözler önüne sermektedir. Dijital ortam iletişimdeki berraklığı artırmaktadır. Yine dijitalleşme ile sosyal, politik, kültürel ve ekonomik şartlar bakımından sınırlılıklar ortadan kalkmaya başlamış ve bu süreç küreselleşmenin giderek yaşamın vazgeçilmez bir parçası olduğunu göstermiştir.

Küreselleşme ve dijitalleşmenin bu küreselleşme kavramını daha şeffaf bir hale getirmesi ile toplumlar kendilerine ait değerleri öteki toplumlardan çok da ayrı tutamamışlardır. Gelişen teknoloji ile ulaşımın kolaylaşması, elektronik haberleşme sisteminin hızla ve önem kazanarak gelişmesi, nüfus hareketliliği, emek ve sermaye akışı gibi faktörler insanı hem mesafeli oldukları olay, kişi ve değerlerden etkilenmelerini kolaylaştırmış hem de onları yaşamlarının her anında farklı özellikte insanlar ve farklı değerlerle yüz yüze getirmiştir (Küreselleşme, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Özel ihtisas Komisyonu Raporu, Ankara, 2000).

Küreselleşme modern bir olgu olup yaşanan dünyada siyasal, kültürel, sosyal, ekonomik ve teknolojik dönüşümü ifade eden en belirgin kavramlardandır.

Kitle iletişim araçlarının küreselleşme sürecinde etkileri büyüktür. Küreselleşme sürecinde dijitalleşme sayesinde hızın gerçekleştiği görülmektedir. Bu durum, dijitalleşme ile küreselleşme süreci hız kazanmıştır şeklinde ifade edilebilir. Bu hız ile küreselleşmedeki şeffaflık ortaya çıkmış ve sosyal medya araçları ile toplumlara etkili bir şekilde ulaşması gerçekleşmiştir. Küreselleşme sürecinde kitle iletişim araçları ile kazanılan hızı Yıldız, “bu aşamada ortaya çıkan önemli bir sorun, sürecin başlangıcında çok seslilik söylemi ve umuduyla ortaya çıkan kitle iletişim araçlarının zaman içinde tek seslilik ve tek perspektiften bakılan bir dünya görüşü üretmede adeta kullanılır duruma gelmeleri olmuştur” (2005, s.169-170) şeklinde değerlendirmiştir. Günümüzde gelişmiş iletişim ağları ile her gruba ve her topluma ulaşılabilirliktedir.

Küreselleşmenin hedeflerinden birinin tek tip dünya kültürü oluşturmak olduğu söylenmektedir. Bu, kültür unsurlarını kapsayan bir hedef olarak ifade edilmektedir. Böyle bir sonuç ne kadar mümkün tartışılrsa da küreselleşme ile toplumsal kültürler, kendi kültür çerçeveleri içerisinde zarar verildiği görülmektedir. Gelişen iletişim teknolojileri ile sosyal medya kullanımı sonucu farklı toplumlardan insanlar giyim kültürü, yemek kültürü, film kültürü, kısacası aynı tüketim kültüründen zevk almaya başlamışlar, tek tip kültür düşünce ve tutumuna yönelmişlerdir.

Tüm bunların gerçekleşmesinde alt yapıyı internet oluşturmaktadır. “İnternet, içerik ve özellikleriyle özgür bir iletişim ortamıdır. Kullanımı kolaydır, ekonomiktir, yer/alan ve zaman olarak oldukça esneklerdir. Diğer iletişim kanallarına göre hedeflenen kitleye ulaşmada daha başarılıdır. Her istenilen konu istenildiği biçimde sunulabilir, paylaşılabilir” (Yıldız, 2005, s.184).

Dijitalleşme ile geleneksel medya değişim göstermiştir. Durna ve arkadaşları bu durumu, “Dijitalleşme, medya kuruluşlarının yapısını, iletim aracını, iletişim formatını ve içeriğini yapısal olarak etkilemektedir” (2019, s.33) ifadeleri ile açıklamaktadırlar.

Teknolojinin gelişimi ile teknoloji kullanımının artış göstermesi, sosyal ağların da bu gelişime paralel sayıca artması bilgi ve haberin pek çok kanaldan geçmesi anlamına gelmektedir. Sosyal ağların çeşitliliği medya ve medya içeriklerinin değişimine neden olmuştur. Medya kanallarının dijitalleşmesi yeni medya olgusunu ortaya çıkarmıştır. Yeni medya dijitalleşme ile bir dönüşümü ifade etmektedir. Bu dönüşüme örnek olarak; internet gazeteciliği, sosyal medya platformları, eğlence, sağlık, bilgi gibi pek çok konuya ulaşılabilirlik ve mobil uygulamalar gösterilebilir. Yeni medya, iletişim sürecinde kodlanmış verilerin internetle birlikte dijitalleşmesi ile ön plana çıkmıştır (Uçak, 2018). Uçak aynı

zamanda “enformasyon ağları ve veri tabanı alt yapısının da olgunlaşmasını ve dijitalleşmesini sağlayan yeni medya aynı zamanda teknik, toplumsal, ekonomik alanlarda iletişimi sağlayan bir bilişim toplumu oluşturmuştur” (2018, s.132).

Günümüzde dijitalleşme sayesinde sosyal medya yaşamı etkileme ve yaşama yön verme konusunda etkin rol oynamaktadır. Sosyal medya ile kişisel içerikler üretilmekte ve bu içeriklere ulaşılabilirliktedir.

Dijitalleşme ile sosyal medya bugün yaşamın bütününe kuşatmış ve küreselleşme ile iç içe olmuştur. Dijitalleşme olgusu ile, bireyler ve toplumların direkt olarak etkilendikleri görülmektedir.

Sayar'ın da ifade ettiği gibi “Elektronik cihaz sayısının dünya nüfusunu geride bıraktığı günümüzde dijital teknolojiye erişim sağlayabilen insanlar, akıllı bileklikler ile uyku performanslarını, akıllı çantalar ile almaları gereken kalori miktarını ve akıllı telefonlar ile dünyanın eğilimlerini takip etmektedirler” (2019, s.37). Sosyal medya araçları ile anında gerçekleşen haberleşme sadece bireysel iletişime değil kitlesel iletişime de olanak sağlamaktadır. Yeni medya çağı hız çağı olarak da ifade edilirse bireyler, gruplar kısa bir zaman içinde ifade etmek istediklerini ifade ederek, vermek istedikleri mesaj veya mesajları hedef kitlelerine ulaştırabilmektedirler.

Hız çağı olan yeni medya, sahip olduğu bu özellikle bireyler arası iletişimde bireylerin emojiler kullanarak ifadelerini belli şekil ve kalıplara sokabilmelerine olanak sağlamaktadır veya yaşama hızlıca devam etme gerekliliği ile bazı sözcükleri kısaltma yaparak kullanmalarına neden olmaktadır. Bu durum, iletişimde ilişkilerin belli bir kalıba girmesine yol açmaktadır. Örneğin sevgisini ifade etmek isteyen biri bu sevgiyi kelimelere dökmek ve duygularındaki ölçüyü vurgulamak yerine bir kalp emojisi göndererek göstermektedir. Kullanılan kalp sevgi ifadesini gösterirken, zaman içerisinde bu kalp emojisi sevgiyi sıradan bir ifadeye çevirmekte ve belli bir kalıba koymaktadır. Bunun yanında kelime kısaltmaları, örneğin ‘tamam’ sözcüğü ‘tmm’ şeklinde yazılarak dilimiz kurallarına aykırı davranmaya itmekte ve bunu da yine belli bir kalıba koyarak sıradan, olağan bir dil kullanımının doğruluğu düşüncesine itmektedir.

Teknolojinin gelişimi ile dijitalleşme hızı beraberinde getirirken, yeni medya iletişimin hızlanmasına ve anında küresel olarak bireylerin her yere, her topluma ulaşabilmesine öncülük etmektedir. Mesafeler ne olursa olsun, iletişimin eş zamanlı sağlanması bazen olumlu bazen de olumsuz sonuçlar doğurmaktadır.

5. Toplumsal Yapı ve Sosyal Medya

Sosyal medyada iletişim süreci açık, hızlı, karşılıklı olumlu-olumsuz tepkilerin anlık gerçekleşmesi açısından güçlü ve etkili olmaktadır. Sosyal medya ile kişi bir yandan sosyal medyanın içindeyken bir yandan sosyal medyanın dışında olabilmektedir. Alav, bu durumu “sosyal medya bir nevi hibrit bir varlıktır. Bir tarafta iletişim kanalları, diğer tarafta ise iletişime maruz kalan canlı organizma/insan olgusu sosyal medyayı hibrit bir nesne haline dönüştürmüştür” (2020, s.30) şeklinde ifade etmiştir.

Genel olarak geleneksel medya değerlendirildiğinde mesajlar kişilerin bilinçaltını etkileyerek, yönlendirmeye yönelik oluşturulur. Oysa sosyal medyada mesajlar açık kaynaklı ve katılımcı bir yapıdadır. Burada da bilinçaltı etki altına alınabilecek mesajlar kullanılır ancak açık kaynaklı ve katılımcı içerikli olması, mesaja hareketlilik katmakta ve hızlı bir şekilde yön değişme özelliği sağlamaktadır. Sosyal medyanın kişiler ve topluluklar üzerinde etkili olmasında iletişim ile etkileşimin ve birçok arkadaş edinme sitesinin önemli bir etkisi bulunmaktadır.

Toplumsal yapı kavramı irdelenecek olursa; sosyoloji biliminde toplumsal bir sistemin yapısal adı olarak tanımlanır. Toplumsal yapı içinde Alav'ın da vurguladığı gibi, “toplumsal ilişkiler, statü ve

roller, toplumsal kontrol mekanizmaları, toplumsal normlar, toplumsal sapmalar, toplumsal gruplar ve sınıflar, kent ve metropoller, toplumsal tabaka yapıları, toplumsal hareketlilikler, siyasal yapılanmalar, kültür, sanat, hukuk, medya ve ekonomi gibi pek çok yapının yer aldığı görülmektedir” (2020, s.32).

Toplumsal yapı içindeki değişimler kişi ile başlar. Kişi toplumun en küçük hücresi konumundadır. Kişiden gruplara, sınıflara, topluluklara değişimler yansır ve böylelikle değişim yapının genelinde görülür duruma gelir. Bireyle başlayan toplumsal yapı içindeki değişim kurumsal yapı ve normlarına yansımakta oradan da değerler sisteminde görülmektedir. Sosyal medya ile sosyal ilişkiler ve dolayısı ile toplumsal yapı da etkilenmektedir. Buna paralel olarak toplumsal yapının ihtiyaç duyduğu her şey teknolojik gelişmeleri harekete geçirebilmektedir.

Sosyal medyada düşünceler paylaşılmakta, arkadaş edinilmekte, ticaret yapılmakta, görüş ve düşünce tartışmaları gerçekleşmekte olduğundan ve bu eş zamanlı olabildiğinden süratli bir yayılım gerçekleşmekte, bu da sosyal medya üzerinden bireysel etkileri toplumsal etkilere dönüştürebilmektedir.

Sosyal medya ile kişiler ve toplumsal yapılar sınırsız bir şekilde etkilenmektedir. Sosyal medya küresel olarak hızlı erişim gücüne sahiptir ve bu sosyal medyayı vazgeçilmez kılıp, bireyler ve toplumlar üzerinde bağımlılık yaratmaktadır. Toplumsal olarak sosyal medyanın gücü değerlendirildiğinde; sosyal medyada iletiler güncel olup, anlık geribildirimler gerçekleşmektedir. Sosyal medya mesajlarına kişisel ve toplumsal tepkiler sınırlandırılmamakta, özgür bir şekilde mesajlar zaman ve yer gözetmeksizin dolaşabilmektedir.

Sosyal medyanın toplumsal gücünü ortaya koymak için bir örnek verilecek olursa; Arap baharı devriminde örgütlenmemiş halk, sosyal medya ile örgütlenmiş, toplumsal yapıyı siyasal olarak temelinden değiştirmiştir. Bu noktada sosyal medya demokrasinin savunucusu durumundayken diğer taraftan diktatörlerin tehdidi altında olmaktadır. Toplumsal yaşamda hız ve zaman önemli öğeler olmakla birlikte, sosyal medya zaman kavramını ortadan kaldırarak kişilerin ve toplumların yaşam hızını artırmaktadır (Alav, 2020).

6. Toplumsal Yapının Etkilenmesinde Sosyal Medya

Sosyal medya ile kişiler birbirini etkilemekte ve bu etkileşim topluma ve toplumun yapısına yansımaktadır. Sosyal medyada gerçekleşen iki yönlü iletişimde gönderici ve alıcılar herhangi bir konu ile ilgili düşüncelerini veya duygularını aktarmak istedikleri gibi şekillendirmekte ve uygun gördükleri kodlar ile sosyal medyada sunmaktadırlar. Bu noktada önemli olan verilmek istenen mesajın nasıl kodlanacağı ve hedef kitle /kitlelere nasıl aktarılacağıdır çünkü önemli olan alıcının almasının istenildiği şekilde mesajın gönderilmesidir. Sosyal medyada yerine ulaşmayacak, anlamsal olarak havada kalacak bir içerik göndericinin gerçekleşmesini istediği bir durum değildir. Propaganda amaçlı sosyal medya kullanımlarında ise kişilerin tepkileri yönlendirilmek istendiğinden mesajlar bu yönde kodlanabilmektedir ancak önemli olan düşünülerek verilen tepkiler olduğundan sosyal medyada dikkat edilmesi gereken nokta mesajın anlaşılacak şekilde alıcıya verilmesidir.

Toplumsal yapıda sosyal sınıflar bulunmakta ve bu sınıflar kitleleri ortaya koymaktadır. Kitleler, kişilerin oluşturduğu büyük gruplar olarak tanımlanmaktadır (Alav, 2020). Kişilerin oluşturduğu gruplar ve sınıfların toplumsal temsiliyeti varken aynı zamanda tüm grup ve sınıflar her bir kişiyi temsil etmektedir. Kitle içinde kişiler birbirlerini tanımakla beraber tanımayabilirler ancak sosyal medya bunu ortadan kaldırarak kişiler arasında etkileşimi sağlamaktadır.

SONUÇ

Günümüzde sosyal medyada pek çok kişi birbirini tanımamakta ancak paylaşımlar sayesinde görüş, düşünce, fikir alışverişi yapabilmekte ve de paylaşımcı olabilmektedirler. Fiziksel olarak kişilerin aynı ortamı paylaşıp paylaşmadığı önem taşımamakla birlikte, fikir birliği ve ayrılığı içerisinde veya yoruma açıklık platformu ile sanal münasebet söz konusu olabilmektedir. Düşünce, fikir ve görüşlerin bu kadar aktif olduğu ve yaşamın her anına hâkim olduğu noktada fiziksel birliktelik önemini kaybetmeye başlamaktadır.

Sosyal medyada kişilerin hangi sınıftan, kültürden, meslekten ve yaşam şeklinden geldiği önem taşımamaktadır. Bu noktada sosyal medya kitleleri birleştiricidir denebilir. Alav, kitleleri oluşturarak bir arada tutan sosyal etkileşimin nedenini “kitlenin ortak hedef ve amaçlarının olmasıdır. Kitlelerin merkez noktaları ise, kitleyi ortak etkileşime çeken ve yönlendiren bireylerin çoğunluğunun bulunduğu yerlerdir. Kitle toplumlarının var olabilmesi için her şeyden önce açık (şeffaf), aktif ve dinamik bir toplum yapısının var olması gerekir” (2020, s.47) ifadeleri ile açıklamıştır.

Teknolojinin gelişimi, kitle iletişim araçlarının çeşitlenip gelişmesine fırsat sağlamıştır. Sosyal medya kişisel iletişim ve etkileşimleri, toplumsal iletişim ve etkileşime çevirmiştir. Sosyal medya ile kişiler toplumla bütünleşmiş, toplum kültürü almakla beraber diğer toplumların kültürlerini almaya açık hale gelmiştir. Sosyal medyanın kişiler ve toplum üzerindeki etkisi değerlendirildiğinde, kişilerin sadece kendi toplum insanı, kültür ve değeri değil, diğer toplumların kültür, değer inançlarını da benimsemesine neden olduğu görülmektedir.

Değinilebilecek diğer bir nokta, kişilerin ve toplumsal yapıların birbirlerinden etkilenme derecesi sosyal medyayı ne kadar sıklıkla kullanmaları ile bağlantılıdır. Günün büyük bir bölümünü sosyal medya ile iç içe geçiren bir birey, burada gerçekleşen tüm etkinlik, aktivite, düşünce, eğlence vb. paylaşımları takip edebilmekte ve sanal dünya içindeki mesajların içerisinde kendini bütünleşmiş ve ayrılmış olarak bulabilmektedir. Kişinin sanal dünya ile bütünleşmiş olması sosyal medya içerisindeki pek çok şeyi kabul edip benimsemesi, mesajlar ile kişisel yapısını uyumlaştırması anlamına gelmektedir. Sosyal medya içinde ayrışması veya kişinin kendini mesajlardan ayırık düşünmesi ise, sosyal medyada ortaya konan mesajları alması değil, bu mesajlar içerisinde kendine uygun bulduğu, hoşlandığı, beğendiği, takdir ettiği ve ilgisini çektiği mesajları benimsemesi, diğerlerini göz ardı, kulak arkası etmesi demektir. Kişinin kendince mesajları süzgeçten geçirmesi ve kişisel, toplumsal, küresel bakış açısı değerlerine yönelik uygun bulduğu mesajları alması, kabul etmediklerini de reddetmesi gözlenen bir gerçektir.

Medya ve kişiler arasında tepkisel iletişim ve karşılıklı güven olduğu sürece sağlıklı ve doğru ilişkiler kurulabilmektedir. Sosyal medyada paylaşılan bir düşünce, haber, eğlence, moda ve farklı bir yaşam tarzı örneği çok çabuk hatta anında tüm kitlelere ulaşabilmektedir. Bu paylaşımlardan etkileşim çok yüksek olmakla birlikte, kişilerin sosyal medyaya kontrollü uyumu toplumsal yapı için büyük önem taşımaktadır. Alav'ın da vurguladığı gibi “Medya ve bireyler; bilim ve bilgi toplumu olma yönünde karşılıklı etkileşim sürecinde oldukları müddetçe daha sağlıklı ve verimli bir birey – medya ilişkisi oluşacaktır” (2020, s.75). Önemli olan, kültürlerarası iletişim düşünüldüğünde, sosyal medyanın ortaya koyduğu mesajları kültürlerin doğru bir zeminde örtüştürebilmesidir. Etik kurallar çerçevesinde gerçekleşecek her türlü iletişim, her alandaki iletişim ve doğru aktarım yeni dünya düzeninin doğru şekilde şekillenmesinde önemli rol oynayacaktır.

Sonuç olarak denilebilir ki, bilinçli kişiler bilinçli toplumları oluşturacak ve bilinçli toplumlar da böylelikle bilinçsiz toplumların her zaman önünde olacaktır.

KAYNAKÇA

- Aktan E. (2017). Sosyal Medya ve Siyasal Katılım. Eğitim Yayınevi.
- Alav O. (2020). Kitle İletişim Araçları Medya. Medyanın Birey ve Toplumsal Yapıya Etkileri. İstanbul: Hiperlink yayınları.
- Aydın M. S., Erdoğan M., Sarıbay A. Y., Bolay S. H., Altan M. (2002). Küreselleşme: Siyasi, Ekonomik ve Kültürel boyutlarıyla Küreselleşmeye Genel Bir Bakış, Sosyal Bilimler Dizisi 3, Ufuk Kitapları.
- Aziz A., Sungur S. (2014). Prof. Dr. Ersan İLAL'e Armağan. İletişim ve... 1. Baskı. İLAD. İstanbul: Hiperlink
- Barloewen, von Constantin (2001). Modernleşme ve Küreselleşme Sürecinde Kültürel Kimlik, Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, Küreselleşme ve Modernleşme Sürecinde Kültürel Kimlik, Offset Fotomat, Ankara.
- Bostancı M. (2015). Sosyal Medya ve Siyaset. Konya. Palet Yayınları.
- Boyd D. M. (2008). American Teen Sociality in Networked Publics, Doktora Tezi. Berkeley Üniversitesi, California.
- Çağlı, A. (2017). Sosyal Medya ile Dijital Pazarlama. Dikeyksen 61. 1.Baskı: Ağustos 2017, İstanbul
- Davran İ., (2020). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Akademik Güdülenmeye Etkisi. İstanbul Hiperlink yayını.
- Durna T., Binark M., Bayraktutan G., (2019). İletişim Hakkı ve Yeni Medya Tehditler ve Olanaklar. 1. Baskı. Ankara: umag Vakfı Yayınları: 141. Medya ve Gazetecilik Dizisi: 3.
- Ercan, S. (2019). Sosyal Medyanın Toplumsal Hayata Etkileri. Motto Yayınları. Şubat, 18, 2019. İstanbul.
- Genç H. (2010). İnternetteki Etkileşim Merkezi Sosyal Ağlar ve E-İş 2.0 Uygulamaları. Akademik Bilişim 10 – XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, Muğla.
- Gezgin S. (2018). Dijital Çağda İletişim. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Gezgin S. (2018). Medya ve İletişime Diyalektik Bakış. 1.Baskı. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Gezgin S., İralı A. E. (2017). Yeni Medya Analizleri. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Gümüş S., Güngör S., Bilim H. G. G., (2014). İnternet Reklamlarının Tüketicinin Satın Alma Davranışlarına Etkileri. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Haviland W. A. (2004). Cultural Anthropology, Paperback.
- Işık M. (2014). Medyada Yeni Yaklaşımlar. Konya: Eğitim Kitabevi
- Kirel Ç., Kayaoğlu A., Gökdağ R. (2004). Sosyal Psikoloji. Eskişehir. Anadolu Üniversitesi. Web-Ofset.

- Köksal A. (2003). Dil Yetisi ve Sanatsal Yaratıcılık İçin Anadilin önemi, Dil ve Dilimiz Türkçe, Sempozyum Bildirileri, Tömer Yayınları, Ankara Ün. Basımevi.
- Mengü S. Ç. (2012). Halkla İlişkiler- Bir Kültür Politikası. Konya: Eğitim Kitabevi.
- Özel İhtisas Komisyon Raporu, Ankara, 2005. Küreselleşme, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı.
- Özüpek M. N. (2018). İMAJ ve Türleri – İmaja Dair Her Şey-. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Safko L. (2012). The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success, 3rd Edition. Wiley Publishing.
- Sayar T. E. (2019). Dijitalleşen Dil: Emoji ve Kısaltmalar Dilimizi Değiş (Geliş)tirecek mi? Editör, Genel Mehmet Gökhan (2019). İletişim Çağında Dijital Kültür. Eğitim Yayınevi.
- Sayılgan Ş., Bilgili C., Tan N. (2018). 'Küreselleşme Sürecinde Türkiye'de Yabancı Sermayenin Medyaya Girişi, Medya Eleştirileri, İstanbul: Beta Yayınları.
- Tayfur G. (2018). Haber Toplama, Yazma ve Yayınlama Teknikleri. Konya, Eğitim Yayınevi.
- Turan Ş. (2003). Kültürün Korunması Açısından Anadilin Önemi, Dil ve dilimiz Türkçe Sempozyum Bildirileri, TÖMER Yayınları, Ankara Üniversitesi Basımevi, Mayıs.
- Uçak O. (2018). Dijital Medya ve Gazetecilik. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Yıldız Ş. (2005). Dil Kültür İletişim ve Medya. Ankara: Sinemis Yayınları.