

## SOSYAL MEDYADA DİJİTAL KAMUOYU

Deniz YENGİN  
İstanbul Aydın University, Turkey  
[denizyengin@aydin.edu.tr](mailto:denizyengin@aydin.edu.tr)

Tamer BAYRAK  
İstanbul Aydın University, Turkey  
[tbayrak@aydin.edu.tr](mailto:tbayrak@aydin.edu.tr)

### ÖZ

İletişim kavramı, insanoğlu için temel bir gereksinim olan, bireyler arası bilgi aktarım sürecini ifade etmektedir. İnsanoğlu iletişim sürecini gerçekleştirebilmek uğruna iletişim kanallarını oluşturmuş ve bu kanalları daima geliştirmeye çalışmıştır. Elektriğin icadından sonra gelişen teknoloji, tekniğin de gelişimiyle birlikte konvansiyonel medyanın oluşmasına neden olmuştur. Yapısı itibariyle tek yönlü bir iletişim modeli sunan konvansiyonel medya, insanların iletişim sürecine katılma arzusundan dolayı yerini yeni medya teknolojilerine bırakmıştır. Yeni medya teknolojileri bireylere bilginin oluşum sürecine doğrudan müdahale etme şansı tanımaktadır. Bu bağlamda toplum olmak ve toplum olarak yaşayabilmek için belli etik kavramlar nezdinde kamuoyu oluşumuna gereksinim duyan insanlar, yeni medya teknolojileri sayesinde sosyal medya ortamlarında da kamuoyu oluşturmakta ve gündemi belirleyerek toplum olarak tecrübeyi artırmaktadırlar. Bu çalışmada konvansiyonel medyadan yeni medyaya olan geçiş ile birlikte sosyal medyada kamuoyu oluşumu, sosyal medya ortamı Twitter'dan seçilen tweetler derlenerek incelenecektir.

**Anahtar Kelimeler:** *konvansiyonel medya, sosyal medya, dijital kamuoyu, twitter*

## PUBLIC OPINION IN SOCIAL MEDIA

### ABSTRACT

The concept of communication refers to the process of information transfer between individuals, which is a fundamental requirement for mankind. Mankind has created communication channels for the purpose of realizing the communication process and has always tried to develop these channels. The technology that developed after the invention of the electric power, together with the development of the technique, led to the formation of the conventional media. Conventional media, which offer a one-way communication model, have left their place to new media technologies because of their desire to participate in the communication process. New media gives individuals the chance to intervene directly in the process of knowledge creation. In this context, people who need to form public opinion in certain ethical concepts in order to be a society and to live as a society, are creating public opinion in social media environments thanks to new media technologies and increasing their experience as a society by setting an agenda. In this study, public opinion formation in the social media will be examined by compiling selected social media tweets from Twitter with the transition from conventional media to new media.

**Keywords:** *conventional media, social media, digital public opinion, Twitter*

### GİRİŞ

İnsanoğlunun tarih boyunca ihtiyaç duyduğu ve oluşumu hakkında çeşitli kuramlar üreterek yapısını anlamaya çalıştığı iletişim, Türkçe'de “*duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, iletişim*” (TDK, 1998, s.1067) anlamına gelmektedir. İletişim kavramı, enformasyon ile işlenerek anlamlı veri kümesi haline gelmiş olan bilgilerin kaynaktan hedefe doğru aktarılma sürecini ifade etmektedir. Jan Van Dijk'in Ağ Toplumu

(The Network Society) adlı çalışmasında belirttiği gibi, bilgi sanal ortamda bit (binary digit) olarak adlandırılan anlamsız veri kümelerinin enformasyon süreciyle bir araya gelmesi sonucu oluşmaktadır. Bu veri kümelerinin dijital dünyadaki karşılığı 0 ve 1 ile ifade edilmektedir. Anlamsız veri kümeleri bir araya gelerek veriyi (ölçülebilir ve test edilmeye hazır, nispeten anlamlı bit kümeleri) oluşturur. Bir araya gelen veriler ise, mevcut bilgi dağları ve yorumlarla işlenerek bilgi olgusunu meydana getirir. Bilgi bu süreç sonunda elde edilmiş, test edilebilir ve ispatlanabilir anlamlı veri kümelerini ifade etmektedir.

İnsanlar bilgiyi birbirlerine ulaştırmak için çeşitli yöntemler geliştirmiştir. İlk çağlarda insanlar mağara duvarlarına resimler çizerek mevcut bilgiyi aktarmıştır. Hatta bu çizimler Altamira Mağarası'nda ki hareket devrimini sergileyen öküz resmi gibi bilgiler kümesini de içermiştir. Bununla yetinmeyen insanoğlu yazı teknolojisini geliştirmiş ve elde ettiği teknik bilgiler ışığında teknolojinin de yardımıyla kâğıt üretimine geçmiştir. Kâğıdın bulunuşuyla birlikte bilgiler yazılı olarak kaydedilmeye başlanmış, böylelikle bilginin gelecek nesillere de aktarılma fırsatı bulunmuştur. Teknoloji sayesinde iletişim süresini çok kısa süreler indirgeyebileceğini anlayan insanlar, elektriğin de yardımıyla konvansiyonel medyayı geliştirmiştir. Gazete, dergi, televizyon gibi araçları ifade eden konvansiyonel medya, insanlara kaynaktan hedefe doğru tek yönlü bir iletişim modeli sunmuştur. Ancak insanların katılımcı olma arzusu tek yönlü iletişim modelinin, insanların doğrudan müdahale edebildiği yeni medya kavramına doğru biçim değiştirmesine neden olmuştur. Artık insanlar yeni medya ile hem kaynak hem de hedef konumuna geçebilmekte, bilgisayar ve internet sayesinde bilgiyi çok kısa sürelerde dünyanın herhangi bir yerine iletebilmektedir.

İnsan, diğer insanlarla birlikte yaşayabilen, topluluk oluşturan, topluluklar ile toplumu meydana getiren ve bir arada yaşamak için çeşitli kurallar üretilip uygulayan bir varlıktır. İletişim sayesinde, yazı ve dil ile bütünleşen insanoğlu daima toplum olarak yaşayabilme arzusu gütmüştür. Bu nedenle toplum olarak yaşayabilme uğruna çeşitli kavramlar geliştirmiştir. Bu kavramların başında, insanların bir arada yaşayabilmek için tanımladığı etik kavramı göze çarpmaktadır. Etik, Türkçe'de "*töre bilimi, ahlak bilimi*" ve "*ahlaki, ahlakla ilgili*" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 1998, s.1068). Ayrıca etik kavramı, bir diğer adı olan *aktöre* ile de anılmaktadır. "*Aktöre kavramı yalnızca mesleki alanla sınırlandırılmamaktadır. Aktöre, bireyin tutum ve davranışlarına ilişkin incelemelerde bulunan ahlakbilimin bir bölümüdür.*" (Güz vd., 2002, s.11) Etik kavramı, özetle insanların toplum olarak yaşayabilmeleri için geliştirdikleri, yazılı olan veya olmayan ahlak kurallarını ifade etmektedir. Bu bağlamda etik kavramı içeriğinin toplumdan topluma değiştiği de görülmektedir.

Etik ve iletişim kavramı toplumu şekillendiren en önemli kavramların başında gelmektedir. Nitekim iletişimin sağlıklı bir şekilde tamamlanabilmesi toplumda şiddet gibi istenmeyen eylemlerin engellenmesini sağlamaktadır (Gerbner, 2014, s.390-391). Etik ise toplumun genel olarak kabul ettiği davranış modellerinin sergilenecek toplum yaşantısının sağlıklı bir şekilde devam etmesine neden olmaktadır. Bu bağlamda toplumsal yaşama uyum sağlayan insanlar özel hayat gibi sınırlandırılmış özel alanlara ihtiyaç duymaktadır. Yeri geldiğinde özel hayatını toplumdan soyutlama ihtiyacı güden insanoğlu özellikle günümüz toplumunda toplumsal ve özel hayat olarak iki gündelik yaşam tarzı benimsemiş durumdadır. Bu nedenle sergilediği davranış modellerini, topladığı ve yaydığı bilgileri, etkileşimde bulunduğu kavramları toplumsal ve özel alan olarak sınıflandırarak toplumdan dışlanmamayı amaçlamaktadır. Bu noktada ise bir başka önemli kavram olan kamu ve kamuoyu devreye girmektedir.

Kamu Türkçe'de "*hep, bütün ve bir ülkedeki halkın bütünü, halk, amme*" (TDK, 1998, s.1180) anlamına gelmektedir. Toplum olarak bir araya gelen insanları ifade etmektedir. Bu ifade toplumun genel düşüncesini ve olaylar karşısındaki genel tutumunu betimlediğinde kamuoyu adını almaktadır (TDK, 1998, s.1181). Bu tanımlamalar ışığında kamu ismi, kamu alanı, kamusal düzen, kamu vicdanı gibi kelimelerle çoğaltılarak toplumsal kavramlar sınıflandırılmıştır.

Günümüz teknolojisi sayesinde hayata geçen yeni medya ortamları sosyal medya adı altında sanal ortamların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu ortamlarda kullanıcı olarak adlandırılan insanlar oluşturdukları sanal kimliklerle bilgi paylaşımı yapmaktadır. Ancak oluşturulan bu sanal kimlikler

insanların gerçek hayatta kullandıkları kimliklerden tamamen farklı durumdadır. Kullanıcı bireyler oluşturdukları bu kimliklerle farklı bir bireymiş gibi davranabilme şansına sahip olmaktadır. Bununla birlikte sosyal medya ortamları yasalar çerçevesinde kamu alanı olarak tanımlanmaktadır. Kullanıcılar tarafından yapılan yorumlar ve paylaşılan bilgiler toplum hayatındaki etik değerler açısından değerlendirilmektedir (Dedeoğlu, 2016, s.51). Bu nedenle bazı kullanıcı bireyler sosyal medyanın kamu alanı olduğu gerçeğini göz ardı ederek etik olmayan ve toplum tarafından dışlanan yorumlar yapabilmektedir. Aynı zamanda bir kamu alanı olan sosyal medya gündemi belirleyebilme özelliğine de sahiptir. Toplumun geniş kesimlerince takip edilen ve duyarlılık oluşturan olaylar sosyal medyada büyük bir hızla popüler olmakta, kullanıcılar tarafından sürekli olarak yorumlanmakta ve işlenmektedir. Bu da sosyal medyanın kamusal bir güç olarak ne denli kuvvetli olduğunun bir göstergesi durumundadır.

23 Kasım 2016 tarihinde haber olduğu üzere Tekirdağ'ın Çorlu ilçesinde bir şahıs aracının arkasına bağladığı bir köpeği sürüklemiş, o anlar bir sosyal medya kullanıcısı tarafından fotoğraflanarak Twitter'da paylaşılmıştır. O andan itibaren fotoğraf çok kısa bir süre içerisinde kullanıcılar arasında paylaşılarak kamuoyu oluşmuştur. Orman ve Su İşleri Bakanlığı ve Emniyet Müdürlüğü'nce yürütülen soruşturma sonucunda şahıs yakalanmış ve köpek barınağa teslim edilmiştir. Bu bağlamda bu çalışmada Twitter'da çok kısa bir sürede oluşan kamuoyu, kullanıcı bireylerin attıkları iletiler nezdinde incelenecek ve yeni medya teknolojileri bağlamında kamuoyu oluşumu tartışılacaktır.

### **Konvansiyonel Medyadan Yeni Medyaya Teknolojik Değişim**

Konvansiyonel medya tek yönlü bir iletişim modelini temel alan, bireylere enformasyonu hızla ulaştırmayı amaçlayan yayın organlarını içeren medya türüdür. Radyo, televizyon ve gazete gibi yayın organlarını içeren konvansiyonel medya insanlarla iletişimi tek yönlü olacak şekilde geliştirmiştir (Kolker, 2009, s.12-13). Bu yayın organları günümüzde iki yönlü iletişime de önem vermektedir. Ancak genel olarak tek yönlü iletişim modeline sadık kalan konvansiyonel medya, içeriğin hedef konumundaki bireylere nasıl ulaştığını ve bireylerde ne gibi etkileri olduğunu ölçümleyememektedir. Bu bağlamda birey yalnızca tüketici konumundadır. Temel olarak tüketim yaparak tükettiği içerik ile ilgili yorum yapmaz ve geri dönüş yapmadığı için iletişim tek yönlü olarak varlığını korumaya devam eder. Tüketici üretici ile iletişim kurmadığı gibi çoğu zaman muhatap dahi bulamayarak konvansiyonel medyanın tek yönlü iletişim modelini özümsemek durumunda kalmaktadır (Sanlav, 2014, s.28).

Yeni medya teknolojileri konvansiyonel medya sonrası insanların bilgi aktarım sürecine dahil olmayı arzulanması sonrası ortaya çıkmıştır. İnsanların kullanıcı olarak nitelendirilmesini amaçlayan yeni medya teknolojileri sahip olduğu çift yönlü iletişim modeli ise özellikle günümüzde hızla gelişmektedir. Paylaşılan bilgiyi çok hızlı bir şekilde kaynaktan hedefe aktarılmasını amaçlayan bu teknolojiler, sosyal medya ortamları gibi sanal içerikli dijital dünyalar oluşturmaktadır. Yeni medya teknolojileri, konvansiyonel medya araçlarının yeniden biçimlendirilmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda yeni medya teknolojilerinin konvansiyonel medya araçlarını temel aldığı görülmektedir. Günümüzde cep telefonunun aynı zamanda ileti yazmaya yaraması gibi gelişmeler, yeni medya teknolojileri ile konvansiyonel medyanın bir araya gelmesi konusuna iyi bir örnek teşkil etmektedir. Kaynak ve alıcıların iş birliğinin söz konusu olduğu bu aktivitede üretim ve tüketim alışkanlıkları da önemli bir rol oynamaktadır (Güz vd., 2002, s.429). Tüm teknolojik gelişmelerin de temelini oluşturan bu iş birliği, artık dijital kodlama sistemine temellenen bir yapıyı ifade etmekte ve yüksek hızda etkileşimin gerçekleştiği sanal ortamları ifade etmektedir (Yengin, 2012, s.120). İnternetin ortaya çıkması ile şekillenen yeni medya teknolojileri, kamu nezdinde kamuoyu oluşumunun en önemli faktörlerinin başında gelmektedir.

### **İnternetin Varoluşu**

İnternet, konvansiyonel medyanın geliştiği dönemlerde, 1960'lı yılların başında ortaya çıkmıştır. İnsanların birer kullanıcı olarak yer aldığı internet, dijital olarak 0 ve 1 ile ifade edilen bilgi kodları ile oluşturulmuştur. Konvansiyonel medyaya bir alternatif olarak geliştirilen internet, insanların bilginin oluşum ve yayılım sürecine direk olarak müdahil olma arzusunun bir ürünü konumundadır. Bu bağlamda internet, kullanıcı bireylerin kontrolü altında şekillenmektedir. İnsanların gösterdiği rağbet

ile içeriği her geçen gün gelişmekte olan internet, kullanıcı bireylerin sınırsız bir şekilde bilgi edinebilmesi ve paylaşabilmesi için özgür ortamlar sunmaktadır. İnternet ayrıca kullanıcılara sanal kimlikler oluşturma şansı vermektedir. Böylelikle kullanıcılar, gerçek kimliklerini gizleyerek bilgiye kolayca erişebilmekte ve her türlü şekilde yaymaktadır.

1960'lı yılların başında ABD Savunma Bakanlığı'na bağlı Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu önderliğinde ilk fikirleri ortaya atılan internet, 1969 yılında dört ayrı üniversitedeki ana bilgisayarları birbirine bağlayan ARPANET'in hayata geçmesiyle hız kazanmıştır. 1991 yılında günümüzde interneti kod açıklamak için kullandığımız www (World wide web) protokolünün İsviçre'de bulunan Cern Enstitüsü'nde bulunması ile grafiğe dayalı gelişen internet, 1995 yılında servis sağlayıcılarının ortaya çıkması ile günümüz internet anlayışına ulaşmıştır (Kahraman, 2013, s.17). İnternet, gelişimi boyunca girişimcilerin de gözdesi haline gelerek teknik anlamda gelişmiştir. İnterneti kullanan bireyleri tüketici olarak sınıflandıran bu girişim faaliyetleri internet teknolojisinin büyük bir hızla gelişmesine neden olmuştur. Bu bağlamda internet, girişimcilerin de baskısı ile web konseptine sahip olmuş, bu konsept ile gelişimini sürdürmektedir. Günümüz internet teknolojisinin gelecekte alacağı düşünülen teknolojik hali, dijital ortamda kamuoyu oluşumunu anlayabilmek için önem arz etmektedir.

### **Web 1.0 / 2.0 / 3.0 Konseptleri**

Web, insanların internet teknolojisini kullanabilmesi için oluşturulmuş ve sürekli olarak geliştirilmekte olan bir konsepttir. İnsanlar kullanıcı bireyler olarak bu konsepti kullanmakta ve bilgi alıp paylaşmaktadır. Büyük bir hızda gelişen web konsepti başlangıçta sahip olduğu özelliklerini tamamen dönüştürmüş durumdadır. İnsanların konvansiyonel medya aracılığı ile aldığı bilgiler zaman geçtikçe yetersiz kalmış, bilginin yaratım ve dağıtım sürecine doğrudan etki etmek isteyen insanlar ise yeni teknolojileri ortaya çıkarmaya başlamıştır. Bu teknolojilerin esas amacı bilginin oluşturulma ve dağıtılma sürecinin en aza indirgenmesidir.

İnternet, Web 1.0 olarak adlandırılan teknoloji ile meydana gelmiştir. Bu teknoloji özü itibariyle tasarlanan iletilerin konvansiyonel medya gibi tek yönlü iletişim vasıtası ile kullanıcı bireylere ulaştırılması amacını taşımıştır. Kullanıcı bireyler bu teknoloji sayesinde hazırlanmış bilgileri edinerek geri bildirim yapma olanağı bulmadan internetten ayrılmaktadır. Ancak bu teknoloji çok kısa sürede mevcudiyetini yitirmiştir. Bunun temel nedeni Web 1.0 teknolojisi ile paylaşılan bilginin kullanıcı bireyleri tatmin edememesi ve bireylerin bilginin yaratım ve paylaşım sürecine dahil olma arzularıdır.

Kullanıcı bireyler paylaşma ve etkileşime duydukları ihtiyaçtan dolayı mevcut teknolojiyi hızla terk ederek günümüzde çokça kullanılmakta olan Web 2.0 teknolojisini ortaya çıkarmıştır. Bu teknoloji 2004 yılında O'Reilly Media'nın kurucusu Tim O'reilly tarafından Web 2.0 olarak isimlendirilmiştir. Daha önce hazır bilgiyi almak ve tasarlanmış bilgi aracılığıyla alışveriş yapmakla sınırlı olan kullanım, bu teknoloji ile dönüşerek başkalaşmıştır. Bu bağlamda Web 2.0 iletişime dayalı, bilginin hızlı ve özgür bir ortamda paylaşılmasını mümkün kılmaktadır. Her türlü blog çeşidi, siteler, sosyal ağlar ve sözlükler Web 2.0 teknolojisi sayesinde hayata geçmiştir. Ayrıca bu teknoloji sayesinde ekonomik bir atılım da gerçekleşmiş, internet aracılığıyla ekonomik faaliyetler artmıştır (Kahraman, 2013, s.19). Her teknolojik gelişmede olduğu gibi Web 2.0 da gelişmekte ve dönüşmektedir. Ancak kullanıcıların istek ve ihtiyaçlarına göre gelişim gösteren Web 2.0 teknolojisi artık sınırlarına ulaşmış durumdadır. (Fuchs, 2014, s.49)

Teknolojinin içeriği kullanıcı bireylerin ihtiyaçlarına ve hayal gücüne cevap veremez durumdadır. Bunun temel nedeni kullanıcı bireylerin ihtiyaçlarına cevap veren bir sanal benliğin belirgin bir ihtiyaç ortamı oluşturmasıdır. Sanal benlik, hızlı üretim ve buna bağlı olan hızlı tüketim sürecine cevap veremeyen insan gücüne bir alternatif olarak geliştirilmiştir. Kullanıcı bireyler sanal benlik vasıtası ile taleplerine çok kısa bir süre içerisinde cevap bulmaktadır. Bu bağlamda sanal benlik insanların kodlamaları ile oluşturulmuş dijital konsepttir. Bu konseptin adı ise Web 3.0 olarak adlandırılmaktadır. Web 3.0 kullanıcı bireylerin hızlı tüketim ağına kolay adapte olabilmeleri adına geliştirilmektedir. Buna göre yapay benlik kullanıcının isteğine göre hareket etmekte ve kullanıcıları

kişisel istekleri doğrultusunda yönlendirmektedir. Semantik web olarak da adlandırılan Web 3.0 konsepti gelecek yıllarda tamamlanması öngörülen gelişmiş bir teknolojidir.

Günümüzde kısmen de olsa örneklerine rastlanılan Web 3.0 teknolojisi sayesinde kullanıcı bireylerin ilgilendikleri konular yapay benlik sayesinde tespit edilerek bunların takip edilmesi öngörülmektedir. Örneğin bir kullanıcı internette gördüğü bir fotoğraftaki kadının parmağında bulunan yüzüğe tıkladığında yapay benlik kullanıcıyı yüzüğün satıldığı mağazanın sayfasına yönlendirmektedir. Bununla yetinmeyen yapay benlik bu yönlendirmeyi kaydederek ilerideki kullanımları da önceden tasarlamakta ve aynı kullanıcı tekrar internete girdiğinde sunumlar yaparak metanın tüketilmesi için aracı olmaktadır. Bu bağlamda yapay benlik kullanıcıyı birebir takip ederek ona göre şekil almakta ve kullanıcı ile adeta içselleşmektedir.

İnternet, teknolojik gelişimin neticesinde insanların tüm gerçek yaşam biçimini içermeye başlamıştır. Öyle ki, kimi insanlar gündelik zamanlarının çoğunu interneti kullanarak geçirmektedir. Yeni medya teknolojileri bu anlamda büyük bir sorun teşkil etmektedir. Bazı kullanıcı bireyler yeni medya teknolojilerinin göstermiş olduğu gelişimin hızına ayak uyduramayarak ruhsal ve fiziksel anlamda problemler yaşamaktadır. Günümüzde Netlessfobi ve Nomofobi olarak adlandırılan rahatsızlıklar yeni medya teknolojilerinin beraberinde getirdiği en büyük sorunlardan biri durumundadır. Netlessfobi kullanıcı bireyin internetsiz kalma korkusudur. Nomofobi ise kullanıcı bireyin internet ile bütünleşen akıllı cep telefonundan mahrum kalma korkusudur. Bu iki rahatsızlık kullanıcı bireyleri ruhsal anlamda oldukça rahatsız etmektedir. Rahatsızlığın ulaştığı boyut gereği gelişmiş bazı ülkelerde tedaviye yönelik tıp merkezleri açılmıştır.

Fiziksel ve ruhsal olarak çeşitli zararlar veren yeni medya teknolojileri, geliştirilen konseptler aracılığıyla kullanıcı bireyleri dönüştürmektedir (Dijk, 2016, s.41). Bu dönüşüm gereği kullanıcılar gerçek toplum yaşamında sergileyemedikleri tutum ve davranışları sergilemektedir. Twitter, yeni medya teknolojilerinin kullanıcı bireyler üzerinde ne denli etkin olduğuna iyi bir örnek teşkil etmektedir (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012, s.83). Ülke genelinde kamuoyu oluşuma bile neden olan sosyal medya ortamları, yeni medya teknolojilerini kullanan bireylerin paylaştıkları iletilerin çözümlenmesi için oldukça verimli veriler sunmaktadır. Bu anlamda bu çalışmada kamuoyu oluşuma iyi bir örnek teşkil eden Twitter incelenerek sosyal medyanın etkinliği araştırılmaktadır.

### **Sosyal Medyada Kamuoyu Oluşumu**








Sosyal medya, yeni medya teknolojilerinin bir ürünü olan, insanların sanal dünyada sosyalleşmesine fırsat veren bir dijital ortamdır. Sosyal medya sayesinde insanlar dünyanın her yerindeki bireylerle sosyalleşme fırsatı bulmaktadır. Günümüzde artık insanların benimsemiş olduğu ve kaçınılmaz bir şekilde dönüşen konvansiyonel medyaya alternatif olarak geliştirilen yeni medya teknolojileri, insanların iletişim sürecini çok kısa sürelerle indirgeme arzusunun bir ürünüdür. Sosyal medya ortamlarında bilgi çok büyük bir hızda oluşmakta ve kullanıcı bireyler olarak bilgiyi işleyen insanlar aynı bilgiyi dünyanın her yanına internet aracılığıyla anında ulaştırabilmektedir. Bu durum dünyanın küreselleşmesini de beraberinde getirmektedir. Gerçek toplum hayatında insanlar bir araya gelerek topluluk oluşturmaktadır. Bu topluluklar benimsedikleri dünya görüşleri doğrultusunda dil ve kültürlerinin de etkisiyle bir araya gelerek toplumu oluşturmaktadır. Toplum, içinde barındırdığı bireylerin bir arada yaşayabilmesi için yazılı olsun veya olmasın etik değerler belirlemekte ve bu etik değerler ışığında hayatını idame ettirmektedir. Belirlenen tüm kurallar toplumun kendi içinde yaptığı bir tür doğal oylama ile belirlenmekte ve zamanla benimsenmektedir. Buna göre toplum (bir diğer adıyla kamu) paylaşılan bir problem veya ilgi alanı etrafında oluşan ya da birleşen insan topluluğunu ifade etmektedir (Oktay, 2002, s.32).

Kamu, yaşamını idame ettirmek adına yaptığı doğal oylamalarla çeşitli aşamalardan geçmektedir. Geçirdiği bu aşamalar kamuoyunun soyut bir olgu olduğunu göstermiştir. Bu bağlamda kamuoyu üzerine yapılan bazı yorumlar, kamuoyunun her zaman bilinçli ve rasyonel şekilde oluşmadığını, oylamaların durumsal yapıldığını ifade etmektedir. Buna göre kasıtlı olarak verilen yanlış bilgiler de kamuoyu oluşumuna neden olmaktadır. Böylelikle insanların yapacakları kodaçimler bilinçli ve rasyonel bilgileri içermeyecek, ancak kamunun doğal oylaması ile kamuoyu oluşmuş olacaktır. Bu

durumda kitle iletişim araçlarının önemi büyüktür. Kamuoyunun oluşmasına yaptığı katkı yadsınamaz ölçüde büyük olan kitle iletişim araçlarının objektifliği ve tarafsızlığı ise belirsiz durumdadır. Kitle iletişim araçlarının bu durumu ortaya çıktıkları ilk günden itibaren sorgulanmaktadır. Tüm bu bilgiler ışığında kamuoyunun ölçülebilmesi için dört mekanizmadan söz edilmektedir: Bireylerden gelen yazışmalar ve mesajlar, kamuoyunun araştırmaları, kitle gösterileri ve seçim sonuçları (Oktay, 2002, s.33-36).

Sosyal medya, gerçek toplum yaşamının sanal bir izdüşümüdür. Buna göre dijital ortamda kamu, gerçek toplum yaşamında yaptığı doğal oylamayı sosyal medya ortamlarında da yapmaktadır. Ancak gerçek toplum yaşamına göre oldukça hızlı sürelerde kamuoyu oluşmaktadır. Bu anlamda gerçek toplum yaşamında yer alan kamuoyu araştırmasının sahip olduğu “alt bir gruba veya daha büyük bir gruba genelleştirmek için kullanılan örneklemeden veya örneklemin elde edildiği popülasyondan sistematik, bilimsel ve tarafsız bilgi toplama işlevi” (Lake ve Harper, 2008, s.5) tanımı sosyal medyadaki kamuoyu araştırması için de geçerlidir.

Sosyal medya içinde barındırdığı enformasyon ile bilginin oluşumuna konvansiyonel medyadan farklı olarak hızlı sürelerde etki etmektedir. Bununla birlikte yeni medya teknolojilerinin en ilginç özelliklerinden biri bu teknolojileri kullanan bireylere sağlanan kimliklerini gizleme özgürlüğüdür. Bu sayede kullanıcı bireyler gerçek kimliklerini gizleme imkânı bularak sosyal medyada yer almakta ve kamuoyu oluşumu sürecine yararlı ve zararlı bilgilerle katkı yapmaktadır. Sosyal medya bu nedenle toplum tarafından dışlanmış davranış modellerini de barındırmaktadır. Gerçek toplum yaşamında dışlanan ve istenmeyen davranış modellerinden olan şiddet sosyal medyada hiçbir engelleme maruz kalmadan hedef konumundaki alıcı bireylere ulaşmaktadır. Ancak gerçek toplum yaşamındaki etik değerlere sadık olan geniş kullanıcı toplumu sosyal medyadaki etiksel bozumu yadırgamakta ve dijitalleşmiş olan şiddeti gerçek toplum yaşamından elde ettiği birikim ve alışkanlıkla eleştirmektedir. Bu anlamda sosyal medyada yayılan bilgilerin kamuoyu oluşmasındaki etkileri gerçek toplum yaşamında olduğu gibi incelenme olanağı sunmaktadır. Buna göre bu çalışmada kamuoyu oluşumunda oldukça sağlıklı veriler sunan şiddet faktörü şekil.1 de oluşturulmuş olan tablo ile çözümlenerek sosyal medyadaki kamuoyu oluşumu kavramı tartışılmaktadır.

ŞİDDET TÜRÜ	ESKİ ŞİDDET Gerçek Ortam	DİJİTAL DÖNÜŞÜM	YENİ ŞİDDET Dijital Ortam
Kodlu Şiddet İkonu			
Araçsal Şiddet İkonu			
Fiziksel Şiddet İkonu			

Şekil 1: Şiddetin Dijital Dönüşümü

Kaynak: Yengin, D. (2012) Dijital Oyunlarda Şiddet, s.132

Gerçek toplum yaşamında ve dijital ortamda gözlemlenen şiddet çözümlenmesi açısından sınıflandırıldığında üç adet şiddet ikonu ile bir model oluşturulmaktadır. Bu model kodlu şiddet ikonu, araçsal şiddet ikonu ve fiziksel şiddet ikonu olarak ayırım ile açıklanmaktadır.

Kodlu şiddet, gerçek toplum hayatında karşılaşılan, şiddet unsurları barındıran şiddet göstergesi konumundadır. Bu açıdan kodlu şiddet, dijital ortama dönüştürüldüğünde aynı kod açımına maruz kalmaktadır. Modelde de görüldüğü üzere kuru kafa ile ifade edilen kodlu şiddet örneği, bir dijital oyunda da aynı biçimde kodlanarak sunulmuştur. Araçsal şiddet, araç vasıtasıyla yapılan şiddeti ifade etmektedir. Sunulan görselde belirtildiği gibi araç vasıtası ile kodlanan şiddet ögesi dijital ortamda yine araç vasıtası ile kodlanmaktadır. Böylelikle sanal ortamdaki şiddet olgusu gerçek yaşamı taklit ederek inandırıcılığa katkı yapılmaktadır. Kodlu şiddet ve araçsal şiddet gibi oldukça belirgin ayrımlara sahip olan bir diğer şiddet türü ise fiziksel şiddettir. Bir kimsenin bir başka kimseye uyguladığı fiziksel zarar verme eylemi fiziksel şiddet olarak tanımlanmaktadır. Görselde sunulduğu gibi bir bireyin uyguladığı şiddet dijital ortamda kodlanmak istendiğinde yine aynı fiziksel davranış modelleri nezdinde kodlamalar yapılmaktadır (Yengin, 2012, s.131-134).

### Twitter'da Kamuoyu Oluşumu İncelemesi

Sosyal medya ortamlarının en popüler olanlarından biri Twitter'dır. Kullanıcı bireylerin herhangi bir zaman sınırı olmaksızın her an bilgi paylaşabildiği bir sosyal medya ortamı olan Twitter, oldukça yoğun bir enformasyon ortamı sunmaktadır. Bu bağlamda kullanıcılar sürekli olarak bilgiye ulaşabilmekte ve yeni bilgilerin oluşumunda söz sahibi olmaktadır. Bilgi oluşum sürecine doğrudan etki etme fırsatı bulan kullanıcı, gerçek kimliğini gizleme olanağı ile tamamen özgür olarak bilgi paylaşmaktadır. Kullanıcı birey bu sayede gerçek toplum yaşamında dışlanmış olan davranış modellerini de sergileme fırsatı bulmaktadır. Genel olarak toplumun belirlediği etik değerlerin ışığında hareket eden kullanıcı bireylerin bir kısmı ise bu tarz davranış modellerini oldukça sık bir şekilde kullanmaktadır.







Sosyal medya ortamları gerçek toplum yaşamının bir simülasyonunu oluşturmaktadır. Bu nedenle gerçek yaşamı taklit eden sosyal medya ortamları kamuoyu oluşumu sürecini neredeyse birebir yansıtmaktadır. Ancak gerçek toplum yaşamından farklı olarak sosyal medya ortamlarında kamuoyu oluşumu oldukça kısa bir sürede gerçekleşmektedir. Oldukça kısa sürelerde oluşan bilgiler sayesinde kamuoyu oluşmakta ve kamu nezdinde kesin yargılarla değerlendirilmektedir. Bu bağlamda sosyal medya uygulamalarının en çok kullanılanlarından biri olan Twitter, yoğun enformasyon süreci, sahip olduğu bilgi dağları ve kullanıcı bireylerin etik değerlerle olan ilişkisi ışığında oldukça sağlıklı veriler sunmaktadır.



**Resim1.** Köpeğin Sürüklendiğini Gösteren Fotoğraf

23 Kasım 2016 tarihinde sosyal medya ortamı Twitter'da paylaşarak çok kısa bir sürede kamuoyu oluşturan Resim1'deki fotoğraf sosyal medyayı kullanan bireyler arasında derhal yayılmış ve yetkililer bu sayede harekete geçmiştir. Arabanın arkasına ipe bağlanmış olan köpek kurtarılarak bir hayvan barınağında rehabilite edilmiştir. Bu bağlamda fotoğrafın yayılmasından sonra sosyal medyada olayı

tartışan kullanıcı bireylerin tweetlerinden bir kısmı derlenerek içerik ve sonuç açısından sosyal medyada kamuoyu oluşumu tartışılacaktır.

No	Atılan Tweet	İçerik	Sonuç
1	 <p>Emre Deliveli @EmreDeliveli 3d Otomobile bağlanan köpek metrelerce sürüklendi <a href="http://milliyet.com.tr/d/t.aspx?ID=23...">milliyet.com.tr/d/t.aspx?ID=23...</a> Bu mahluklar karsima ciksa da bu ulkeden butun tiksintimi cikarsam!</p> <p>← ↻ ❤️ 1</p>	<p>Kullanıcı haberi paylaşmaktadır. Olayı gerçekleştirene şiddet uygulama isteği duymaktadır.</p>	<p>Kullanıcı haberi diğer kullanıcılara ulaştırarak kamuoyu oluşumuna katkı yapmaktadır. İletisinde şiddet ön plandadır.</p>
2	 <p>KangalTV @KangalTV 3d YUH ARTIK...! - Paylaşalım ki Biran önce Bulunsun</p> <p>Otomobile bağlanan köpek metrelerce sürüklendi..... <a href="https://fb.me/8fosm2FJ8">fb.me/8fosm2FJ8</a></p> <p>← ↻ ❤️ 1</p>	<p>Kullanıcı haberi paylaşmaktadır. Diğer kullanıcıları haberin paylaşılması konusunda uyarmaktadır.</p>	<p>Kullanıcı haberin paylaşarak olayı gerçekleştiren kişinin bir an önce bulunmasını istemektedir. İletisinde şiddet öğesi bulunmamaktadır.</p>
3	 <p>Erika Cankara @ErikaCankara 3d Bu vahşeti yeni gördüm.Böyle görüntüler için hep"hayvanseverler tepki gösterdi"derler.Vicdani olan tepkisiz kalır mı <a href="http://milliyet.com.tr/otomobile-bagl...">milliyet.com.tr/otomobile-bagl...</a></p> <p>← ↻ ❤️ 2</p>	<p>Kullanıcı etik değerler ışığında çağrıda bulunmaktadır.</p>	<p>Kullanıcı paylaştığı haberin yayılmasını sağlamak için etik değerler ışığında duyarlılığı kullanmaktadır.</p>
4	 <p>Rukiye Onur @rukrukonur 3d İnsandan daha cani bir canlının olmadığı gerçeği. Yine Arabaya bağlanan köpek metrelerce sürüklendi <a href="http://cnnturk.com/turkiye/arabay...">cnnturk.com/turkiye/arabay...</a></p> <p>← ↻ ❤️</p>	<p>Kullanıcı insanların cani varlıklar olduğu önermesiyle haberi paylaşmaktadır.</p>	<p>Kullanıcı haberi insanı kötü bir varlık olarak belirterek paylaşmaktadır. İletisinde şiddet içeriği görülmektedir.</p>
5	 <p>YUNUS KALKAN @Yunus_Kalkan 3d Kendini insan sanan ne olduğu belli olmayan yaratığın alçaklığı... Otomobile bağlanan köpek metrelerce sürüklendi - <a href="http://karar.com/guncel-haberle...">karar.com/guncel-haberle...</a></p> <p>← ↻ 1 ❤️ 1</p>	<p>Kullanıcı haberi olayı gerçekleştiren şahsa yönelik ithamlarla paylaşmaktadır.</p>	<p>Kullanıcı olayı gerçekleştiren kişiye yönelik ithamıyla haberi paylaşmaktadır. İnsanlık ile ilişki kurmakta ve toplum nezdinde dışlanmış söylemi kullanmaktadır.</p>
6	 <p>atay @httppeyman 3d İki ayaklı mahlukat iğrençsin!Salınman başka utanç!Otomobile bağlanan köpek metrelerce sürüklendi @Milliyet <a href="http://milliyet.com.tr/d/t.aspx?ID=23...">milliyet.com.tr/d/t.aspx?ID=23...</a></p> <p>← ↻ ❤️</p>	<p>Kullanıcı haberi olayı gerçekleştiren şahsa yönelik ithamlarla paylaşmaktadır.</p>	<p>Kullanıcı olayı gerçekleştiren kişiye yönelik ithamlarla haberi paylaşmaktadır. Kişinin serbest bırakılmasına yönelik kesinleşmemiş bir</p>



			bilgi ışığında gürültü etkisinde kalmıştır.
7	 <p>Rojhat UÇAR @rojhatt4 2d O Köpek o arabaya sığardı da, bu hareketin hiçbir yeri insanlığa sığmaz..!_ <a href="http://milligazete.com.tr/kopege_iskence...">milligazete.com.tr/kopege_iskence...</a></p>	Kullanıcı haberi olayı gerçekleştiren şahısla diyalog kurmuş gibi paylaşmaktadır.	Kullanıcı olayı etik değerler ile ilişkilendirmektedir. İletisinde şiddet ögesi bulunmamaktadır.
8	 <p>Haçiko Derneği @hacikodernek 2d Bunu yapan yaratık yakalandı. Üstüne köpek çok büyüktü, arabaya sığmadı diye ifade vermiş.... <a href="https://www.instagram.com/p/BNMk0gLF/">instagram.com/p/BNMk0gLF/</a></p>	Kullanıcı olayı gerçekleştiren kişinin yakalandığı bilgisini benzetme ile duyurmaktadır.	Kullanıcı olayı gerçekleştiren kişiyi bir başka sosyal medya uygulaması aracılığıyla paylaşarak medyalar arası iletişim kanalı açmıştır.
9	 <p>Opticalreader @opticalreader 3d Arabaya bağladıkları köpeği sürükleyen işkenceci sapık kafalılar bulunabildi mi? Asıl zavallı köpek ne durumda, biliniyor mu? Vahşet diz boyu!</p>	Kullanıcı olayı bir takım sorular sorarak eleştirmektedir. Haber linki bulunmamaktadır.	Kullanıcı olayla ilgili resmi olarak açıklanmamış boyutuyla ilgilenmektedir. Sorular sorarak ucu açık bir bilgi paylaşmaktadır.
10	 <p>Orman ve Su İşleri @ormanvesuisleri 3d Bu vahşete söz konusu aracın sahibine ve adres bilgilerine ulaşılmıştır. Konu ile ilgili gerekli idari yaptırımlar uygulanacaktır.</p> 	Bakanlığın resmi Twitter hesabı olan bu hesap ile oluşan kamuoyu rahatlatılmaya çalışılmıştır. Olayı gerçekleştiren şahsın bilgilerine ulaşıldığı duyurulmuştur.	Bakanlık sosyal medya hesabı aracılığıyla oluşan kamuoyu baskısını yönlendirmeyi amaçlamıştır. Olay hakkında bilgi isteyen kullanıcıları bilgilendirmiştir.
11	 <p>Orman ve Su İşleri @ormanvesuisleri 3d Tekirdağ Şube Müdürlüğü ekiplerimizce şikayete konu araç sahibine ve köpeğe ulaşılmıştır. Köpeğin durumu iyidir.</p> 	Bakanlığın resmi hesabından yapılan diğer paylaşım ile köpeğin sağlık durumu hakkında bilgi verilmiştir.	Bakanlık sosyal medya hesabı aracılığıyla kamuoyunun beklediği soruya cevap vermektedir. Köpeğin durumu fotoğraflarla belirtilerek iletişim süreci tamamlanmıştır.

Twitter’da oluşan kamuoyu nezdinde, seçilen iletiler yayılan bilginin önyargı ve şiddet içerikli söylemlerle paylaşıldığını göstermektedir. Olay bir köpeğin aracın arkasına bağlanarak sürüklenmesi bağlamından gelişerek toplumsal bir sorunsala ışık tutar olmuştur. Toplum tarafından kesin olarak dışlanmış olan şiddet olgusu, sosyal medyada genel olarak temel alınmış ve gerçekleşen olay eleştirilmiştir. Bu bağlamda olayı gerçekleştiren şahsın cezalandırılması ve köpeğin kurtarılması amaçlanarak yetkililer harekete geçirilmiştir. Nitekim bakanlık sosyal medyada oluşan kamuoyunu dikkate alarak görevini yapmış ve kullanıcı bireyleri bilgilendirerek köpeğin sağlığı hakkında iletiler paylaşmıştır. Gerçekleşen şiddet olayı yeni medya teknolojileri bağlamında sanal bir ortamda gerçek toplum yaşamının etkilerinin görüldüğü bir gündem olayı haline gelmiştir. Sosyal medyanın dahil olmaması halinde belki de bilinmeyecek bir şiddet olayı, sosyal medyanın kamuoyu oluşturma gücü sayesinde çözüme kavuşmuştur.

## SONUÇ

İnsanoğlu tarih boyunca iletişim sürecini kısaltmanın yollarını aramıştır. Bu durum iletişim kanallarının çeşitlenmesine ve teknolojinin bu yönde seyretmesine neden olmuştur. Kaynaktan hedefe doğru bilgi aktarımını ifade eden iletişim süreci insanoğlu için zorunlu bir ihtiyaçtır. Bu ihtiyaç doğrultusunda yaşam alanını organize eden bireylerin gerçek toplum yaşamı, iletişimin kalitesiyle paralellik göstermektedir. İletişim ne denli kaliteli ise toplum yaşamı da o denli kaliteli olmaktadır.

İletişim için bilgi zorunludur. Bilginin olmadığı bir ortamda iletişim gerçekleşmemekte ve bu nedenle bireyler daima iletişim kanallarını açık tutmak uğruna bilgi oluşturmaya çalışmaktadır. Bilgi, dijital ortamda binary digit olarak adlandırılan anlamsız veri kümelerinin bir araya gelmesi ile oluşmakta ve bu süreç insan beyninin sunduğu özellikle çok kısa sürede tamamlanmaktadır. Bilgi oluşumu, günümüzde insanlık tarihinin en kısa sürelerine ulaşmıştır. Bunda teknolojinin faydası yadsınamayacak derecede fazladır.

Bilginin oluşumu insanın değerleri ışığında gerçekleşmektedir. Bu değerler insanın içinde bulunduğu kültür, ekonomik koşullar, eğitim ve sosyal çevre gibi etkenlerle iç içe geçmiştir. Birey bilgi oluşumu sürecine katıldığında elde ettiği tüm birikimleri bu etkenlerle harmanlayarak kullanmaktadır. Böylelikle bilgi bu etkenler doğrultusunda ortaya çıkmış anlamlı veri kümesi olarak görülmektedir. Toplumun bilgi oluşum sürecine sunduğu en önemli etken ise etik kavramıdır. Etik insanın var olma ve yaşama serüvenine doğrudan etki etmekte ve insanın diğer insanlarla bir arada yaşayabilmesi için uygun ortamlar oluşturmaktadır. Bu nedenle etiğin olmadığı bir toplum düşünülmemekte ve insanlar etik değerleri oluşturmak ve korumak adına uğraş vermektedir.

Etik değerlerin oluştuğu bir toplumda insanlar kamu olarak yaşamını idame ettirmekte başlamaktadır. Kamu, genel olarak aynı etik değerleri kabul etmiş insanları içinde barındırmaktadır. Gündüm yaşayışta kamu sürekli olarak durum değerlendirmesi yapmaktadır. Böylelikle kamu, neyin yararlı ve neyin zararlı olduğuna karar vererek toplumun geleceğini güvence altına almayı arzulamaktadır. Kamunun sürekli olarak yaptığı durum değerlendirmesi beraberinde doğal bir oylama sürecini getirmektedir. Bu süreç ise kamuoyu olarak adlandırılmaktadır. Kamuoyu, kamunun karşılaştığı her türlü olayı faydalı veya faydasız olarak sınıflandırarak toplumun yaşam kalitesini artırma uğraşı vermektedir. Tarih boyunca dünya üzerinde var olmuş tüm toplumlar daima kamuoyu oluşumuna önem vermiş, kamuoyu ışığında geleceğini tasarlamıştır.

Teknolojinin ilerlemesi ile birlikte insanlar iletişim kanallarına yenilerini eklemiş, iletişimi küreselleştirmiştir. Küreselleşen iletişimin temelinde ise insanoğlunun en büyük icatlarından biri olan internet yatmaktadır. İnternet, insanların birer kullanıcı birey olarak içinde yer aldığı sanal bir dünyayı oluşturmaktadır. Bu sanal dünya içerisinde insanlar yeni birer kimlik edinerek bilgi oluşum sürecine dahil olmakta ve bu bilgileri yaymaktadır. Dünyanın her noktasına anında ulaşma şansı yakalamış olan insanoğlu böylelikle iletişimi küreselleştirmiştir. Ancak internet ortamı insanın bir uzantısı olma zorunluluğundan sıyrılmayarak gerçek toplum yaşamının bir yansıması özelliğini kazanmıştır. Gerçek toplum yaşamında yer alan tüm değerler ise oluşturulan bu sanal dünyada bir kopya elde etmiştir. İnsanlar toplum hayatında edindikleri tüm değerleri bu sanal dünyaya da aktararak internet teknolojilerini biçimlendirmiştir. Bu doğrultuda internetin oluşum ve gelişim süreci boyunca ortaya

çıkan Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 teknolojileri insanlığın tüm değerleri ve kamuoyu gerçeği ışığında gelişimini sürdürmüştür.

Kamu, kendince belirlediği etik değerler ışığında bazı davranış modellerini dışlamıştır. Bunun temel nedeni insanların bir arada ve uyum içerisinde yaşayabilmesinin ancak bu yolla sağlanabildiğini keşfetmesidir. Dışlanan davranış modellerinin başında ise şiddet gelmektedir. Şiddet, kamu nezdinde gizli bir öldürme dürtüsü olarak görülmektedir. Bu nedenle şiddet sınıflandırılarak incelenmekte ve şiddete eğilimin önüne geçilmeye çalışılmaktadır. Ancak insanoğlunun bir vasfı olan şiddete eğilim tarih boyunca bitmemiştir. Bu nedenle yapılacak olan incelemelerin şiddetin sınıflandırılması yardımıyla gerçekleşmesi, model oluşturmada ve çözümlene yapmada oldukça faydalı veriler sunmaktadır. Bu bağlamda, yapılan çalışmada incelenen şiddet, kodlu şiddet, araçsal şiddet ve fiziksel şiddet olarak birbirinden ayrılmış, incelemeye alınan fotoğraf ve iletiler ise bu ayrım gözetilerek çözümlenmiştir.

23 Kasım 2016 tarihinde sosyal medya ortamı Twitter'da yayılan, bir kişinin bir köpeği arabasının arkasına bağladıktan sonra onu sürükleyerek götürmesi haberi çok kısa bir sürede kamuoyu oluşturdu. Kullanıcı bireyler, gerçek toplum yaşamında olduğu gibi toplumun oluşturduğu etik değerleri kullanarak olayı sert bir şekilde eleştirmiştir. Büyüyen kamuoyu baskısı neticesinde Orman ve Su İşleri Bakanlığı devreye girmiş, köpek kurtarılmış ve şiddet uygulayan kişi ceza almıştır. Bu çalışmada yapılan çözümlene göstermektedir ki; sosyal medya ortamları kamuoyu oluşturmada oldukça etkin bir rol üstlenmektedir. Geleneksel medyanın belki de daha uzun sürede duyuracağı olayı sosyal medya kullanıcıları sadece birkaç saatte duyurmuş, kamuoyu yayılan bilgiler nezdinde hızlıca oluşarak olay çözüme ulaşmıştır. Geleneksel medyanın aksine yeni medya teknolojisi iletişim sürecinin kısa bir süre içerisinde tamamlanmasına yardımcı olmuştur.

Yeni medya teknolojileri günümüzde insanoğlunun geliştirdiği teknolojinin ne denli hızlı bir gelişim gösterdiğini gözler önüne sermektedir. İnsanoğlunun iletişim sürecini kısa sürelere indirgeme arzusu yeni medya teknolojilerinin varoluş amacını da açıklamaktadır. Bu teknoloji artık sanal gerçekliği oluşturarak bireyleri gerçek toplum hayatından soyutlamaktadır. Bu nedenle bireyler sanal ortamda daha özgür olduğu düşüncesine kapılarak, oluşturduğu sanal bir kimlikle paylaşımlar yapmaktadır. Böylelikle gerçek toplum yaşamında dışlanmış olan şiddet gibi davranış modelleri, sanal ortamlarda rahatlıkla kullanılmaktadır. Günümüzde pek çok hükümet yeni medya teknolojilerinin oluşturduğu sanal ortamları denetim altına almaya çalışmaktadır. Ancak teknoloji her kesim için eşit oranda gelişmektedir. Bu nedenle yeni medya teknolojilerinin denetim altına alınması ve etik değerler ışığında yapılandırılması bir sorunsal olarak kalmaya devam etmektedir.

## KAYNAKLAR

- Dedeoğlu, G. (2016). Teknoloji, İletişim, Yeni Medya ve Etik. İstanbul: Sentez Yayıncılık.*  
*Dijk, J. V. (2016). Ağ Toplumu. İstanbul: Kafka Yayınevi.*  
*Fuchs, C. (2016). Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş. İstanbul: Dotabene Yayınları.*  
*Gerbner, G. (2014). Medyaya Karşı. İstanbul: Ayrıntı Yatınları.*  
*Güz N. ve diğerleri. (2012). Etkili İletişim Terimleri Sözlüğü. İstanbul: İnkılap Yayınları.*  
*Irak, D. ve Yazıcıoğlu, O. (2012). Türkiye ve Sosyal Medya. İstanbul: Okuyan Us Yayınları.*  
*Kahraman, M. (2013). Sosyal Medya 101 2.0. İstanbul: MediaCat Yayıncılık.*  
*Kolker, R. (2009). Media Studies UK: Wiley – Blackwell.*  
*Lake, C. C. ve Haper, P. C. (2008). Kamuoyu Araştırmaları. Ankara: Eğitim Akademi Yayınları.*  
*Oktay, M. (2002). Politikada Halkla İlişkiler. İstanbul: Derin Yayınları.*  
*Sanlav, Ü. (2014). Sosyal Medya Savaşları. İstanbul: Hayat Yayınları.*  
*TDK, (1998). Türkçe Sözlük. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.*  
*Yengin, Deniz (2012). Dijital Oyunlarda Şiddet. İstanbul: Beta Yayıncılık.*