

YENİ MEDYANIN KAMUOYU OLUŞUMU VE TOPLUMSAL OLAYLAR ÜZERİNDEKİ GÜCÜ

THE POWER OF MEDIA ON PUBLIC OPINION FORMATION AND SOCIAL EVENTS

DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/smacjournal.48638>

, Kemal Can Türk

Özet

Haberleşme ve bilgi almak geçtiğimiz yüzyıllarda oldukça zordu. Haberleşme ve bilgi almanın önünde teknolojik ve mali olarak engeller bulunmaktaydı. Gazete, radyo ve televizyon daha önce icat edilmiş olsalar da yaygın olarak 20. yüzyılın sonunda tüm dünyada kullanılmaya başlandı. İnsanlar televizyon, radyo kanalları ve gazetelerden gündemi takip ederek çevrelerinden haber ve bilgi almışlardır. Devlet ve özel medya kuruluşları gündemi kendi bakış açıları ile insanlarla buluşturmaktadır. 21. yüzyılda devlet ve özel medya kuruluşlarının sayıları artmış olsa bile yine de gündemi kendileri belirlemektedirler. İnternetin oldukça gelişmesi yeni medya ve sosyal medya uygulama platformlarının ortaya çıkmasıyla büyük medya sahiplerinin elindeki bu güç kamuoyunun eline geçmeye başlamıştır. Geçmişe göre bugün bireyler birbirleriyle rahatlıkla iletişime geçerek bir konu etrafında görüş bildirebilmektedir. Ortak görüşleri savunan bireyler kolayca örgütlenerek hareket edebilmektedir. Gündemdeki gelişmelere kamuoyunun anlık olarak görüş ve tepkilerini bildirebilmesi ve birçok bireye ulaşabilmesiyle toplumu derin etkileyen olay ve olgularda toplumsal olaylar çıkabilmektedir. Bu araştırmada kamuoyu kavramı, yeni medya, sosyal medya kavramları açıklanarak, alanda bu konuyla ilgili yapılmış çalışmalara yer verilmiştir. Daha sonra ise yeni medya ve sosyal medyanın toplumsal olaylar üzerindeki etkisi örnek olaylar üzerinden tartışılarak, yeni medya ve sosyal medyanın kamuoyu oluşturmadaki gücüne değinilmiştir.

Anahtar Kelimeler

Yeni Medya, Sosyal Medya, Kamuoyu, Toplumsal Olaylar

Abstract

Communicating and getting information has been difficult in the past centuries. There was a technological and financial front to communication and information acquisition. Although newspapers, radio, and television had been invented before, they were widely used all over the world at the end of the 20th century. People have received news and information from television channels and newspapers from following the news. State and private media organizations bring the agenda to people with their own point of view. In the 21st century and even though the number of private media organizations has increased, they still set the agenda themselves. With the new development of the Internet and the emergence of new media and social media application platforms, this power in the hands of major media owners began to pass into the hands of the public. Compared to the past, nowadays can easily pass with each other and talk by topic. Individuals who advocate common views can organize and act. Social events can occur in events and phenomena that deeply affect society, as the public opinion on the agenda can instantly report their opinions and reactions and reach many individuals. Explaining the research topics, new media, social media concepts on this subject, explaining the subject related to the issues related to this subject. Then, the effects of new media and social media on social events were discussed through case studies, and the power of new media and social media in creating public opinion was discussed.

Keywords

New Media, Social Media, Public Opinion, Social Events

References

- AKBIYIK, Nihat ve ÖZTÜRK Musa (2012). “Sivil Toplum ve Sosyal Medya Perspektifinde “Arap Baharı” ve “Wall Street’i İşgal Et” Eylemleri”, Turgut Özal Uluslararası Ekonomi ve Siyaset Kongresi II Bildiri Kitapçığı, s.1012.
- ALAV, Orhan (2020). Kitle İletişim Araçları Medya: Medyanın Birey ve Toplumsal Yapıya Etkileri, İstanbul: Hiperyayın.
- ALSAYYAD, Nezar ve GUVENC Muna (2015). “Virtual Uprisings: On The Interaction of New Social Media, Traditional Media Coverage and Urban Space During the Arab Spring”, Urban Studies, 52(11), p.2018-2034.
- ANSTEAD, Nick ve O'LOUGHLIN Ben (2014). “Social Media Analysis and Public Opinion: The 2010 UK General Election”, Journal of Computer-Mediated Communication, 20(2), p.1-17.
- ATABEK, Nejdet (2002). “Kamuoyu, Medya ve Demokrasi”, Kurgu Dergisi, 19, s.223-238.
- [Tam metne ulaşmak ve tüm referansları görmek için tıklayın.](#)