

e-ISSN: 2630-6417

International Academic
Social Resources Journal

ARTICLE TYPE
Research Article

SUBJECT AREAS
Political Science

Article ID

66998

Article Serial Number
16

Received
12 October 2022

Published
31 December 2022

Doi Number
<http://dx.doi.org/10.29228/ASRJOURNAL.66998>

How to Cite This Article:
Tuncel, G. & Yolcu, F. S. (2022). "Kamuoyu Oluşturmada Sosyal Medya Kullanımının Yarattığı Muhtemel Riskler", International Academic Social Resources Journal, (e-ISSN: 2636-7637), Vol:7, Issue:44; pp:1740-1747.



Academic Social
Resources Journal is
licensed under a Creative
Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License.

Kamuoyu Oluşturmada Sosyal Medya Kullanımının Yarattığı Muhtemel Riskler

Possible Risks of Using Social Media in Forming Public Opinion

Gökhan Tuncel

Faruk Selahattin Yolcu

Prof. Dr., İnönü Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Malatya, Türkiye
Öğr. Gör., Kocaeli Üniversitesi, Rektörlük, Kocaeli, Türkiye

ÖZET

Endüstri toplumuna geçiş ile kaydedilen ilerlemeler iletişim alanının da oldukça değişmesini ve gelişmesini sağlamıştır. İletişim alanında katedilen safhalar sonrasında küreselleşmenin ve teknolojinin de etkisiyle birtakım yeni kitle iletişim araçları doğmuş ve bu kitlesel araçları hem devlet hem de toplum açısından oldukça önemli hale gelmeye başlamıştır. Endüstri toplumunda iken toplumun tabanına yayılma imkânı bulamayan kitle iletişim araçları bu süreçte bireyler tarafından rahatça ulaşılabilir hale gelmiş bilginin tek yüzüğü karşısında çok boyutlu, karşılıklı ve interaktif bir iletişim doğmaya başlamıştır. Kitle iletişim noktasında yaşanan bu gelişmeler topluma ilişkin unsurların çok daha belirginleşmesinin şeffaflaşmasının ve kolay ulaşılabilir hale gelmesinin önünü açmıştır. Bu noktada gizli tutulması gereken devlete veya özel sektöre ait bir takım sırrı eskisinden çok daha erişilebilir hale getirmiştir. Bu yönde değişimler bir yandan bilgiye ulaşmayı kolaylaştırmış ve şeffaflaşmanın önünü açmışken, öte yandan devletlere ve özel sektöre fikri mülkiyet haklarına yönelik art niyet taşıyan kişilere karşı savunmasız hale gelmiştir. Bu korunaksız düzlem, olumsuz sonuçlar doğurabilecek olması yönüyle toplumlar ve bireyler açısından risk oluşturmaktadır.

Çalışma kapsamında ilk olarak kamuoyu ve sosyal medya kavramı arasındaki ilişki irdelenmiş olup, sosyal medyanın geleneksel ve tekyüze medyadan farkı ortaya konulmaya çalışılmıştır. İlerleyen bölümlerde sosyal medya araçlarının kamuoyu oluşturma veya toplumu kanalize etme noktasındaki önemi ve etkileri incelenmiş, sosyal medyanın bu bağlamda kullanılmasının devletler ve toplumlar üzerinde ne gibi olumsuz sonuçlara sebebiyet verebileceği ortaya konulmuştur. Sosyal medya kullanımının toplumlar ve bireyler üzerindeki olumlu etkilerin yanı sıra güvenlik ve gerçeklik noktasında yarattığı risk değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kamuoyu, Sosyal Medya, Gerçeklik, Gündem, Risk

ABSTRACT

The progress made with the transition to the industrial society has made the field of communication change and develop considerably. After the progress in the field of communication, with the effect of globalization and technology, some new mass media have emerged and these mass media have become very important for both the state and the society. While in the industrial society, the mass media, which could not find the opportunity to spread to the base of the society, have become easily accessible by individuals in this process, and a multi-dimensional, mutual and interactive communication has begun to emerge in the face of the one-sidedness of the information. These developments at the point of mass communication paved the way for the elements of society to become much more clear, transparent and easily accessible. At this point, it has made a number of secrets belonging to the state or private sector, which should be kept secret, much more accessible than before. While changes in this direction have facilitated access to information and paved the way for transparency, on the other hand, states and the private sector have become vulnerable to people who have malicious intentions towards intellectual property rights. This unprotected plane poses a risk for societies and individuals, as it may have negative consequences.

Within the scope of the study, firstly, the relationship between public opinion and the concept of social media was examined, and the difference of social media from traditional and one-sided media was tried to be revealed. In the following sections, the importance and effects of social media tools in creating public opinion or channeling the society are examined, and it is revealed what negative consequences the use of social media can cause on states and societies. In addition to the positive effects of social media use on societies and individuals, the risk posed by security and reality has been evaluated.

Keywords: Public Opinion, Social Media, Reality, Agenda, Risk

1. GİRİŞ

Medya, halkla iletişimin en önemli araçlarından biri olan basın, radyo, televizyon, sinema, tiyatro, kitaplar ve sosyal ağ siteleri gibi birçok etkili organ aracılığıyla kamuoyu oluşumunda önemli bir rol oynamaktadır. Kamuoyunun başka türlü bilmeyebileceği veya erişemeyeceği konuyla ilgili bilgiler sağlayarak kamuoyunu biçimlendirebilmektedir. Sosyal medya, kamuoyunun doğrudan bilgi veya deneyime sahip olmadığı konu ve durumlarda, bilgi edinebilmek noktasında önem arz etmekte ve ilgi görmektedir. Bu, medyanın bize ne düşüneceğimizi söylemesi demek değildir. Ancak, gündemlerin belirlenmesinde ve kamuoyunun ilgisini kamuoyu tartışmalarını bilgilendiren argüman ve bakış açılarını sınırlayan belirli konulara odaklamak için kilit noktada olduğunu göstermektedir. Sosyal medya üzerinden iletişim süreçlerini ele alan bu makale, medyanın kamu inancı ve tutumlarının oluşturulmasındaki rolünü ve bunun toplumsal değişimle olan ilişkisini incelemektedir. Bu konunun hem hükümet düzeyinde politika benimsetme yoluyla değişim açısından hem de birey düzeyinde davranış değişikliği konusundaki etkileri ele alınmıştır. Yeni medya adı verilen bu yazışma araçları ve düzlemleri, insanların bilgisayarları ve diğer cep telefonlarını kendini ifade etmek için web üzerinden sezgisel olarak kullanmalarına giriş yolunu açmıştır. Dolayısıyla, sosyal medya, toplumsal ağın akıllı yazışma yoğunluğunu göstermek için kullanılan dinamik bir araçtır.

Sosyal medya aracılığı ile kendini ifade etme, kişiyi yaşadığı genel halk ve devlet ile olan ilişkilerinde işlevsel (dinamik) bir pozisyona ulaşmasını sağlamıştır. Bu durum, bireysel aile, tekil toplum, tekil devlet ilişkileri gelenek kodlarını değiştirmiş ve bu ilişkileri bireysel odaklı olarak yeniden şekillendirmiştir. Bireyler için yeni bir iletişim yöntemi olan sosyal medya sosyalleşme, kendini ifade etme ve iş birliği için bir araca dönüşmüştür. Bir rutini değiştirmek ve bir gelişmeye başlamak için genel algıyı oluşturan ve yönlendiren örgütlenme araçları haline

gelmiştir. Dolayısıyla, toplumsal örgütlenmeler sadece genel duyguların gelişmesine katkıda bulunmakla kalmamakta, sosyal gelişmelerin düzenlenmesi, başlatılması ve denetlenmesi için önemli bir rol üstlenmektedir.

Sosyal medya bireyi yaşamın odak noktasına koyarken, halkın devlete ve yönetime karşı hürriyet için sivil toplum kuruluşlarına yönelerek sivil toplumun gelişimini hızlandırmaktadır. Sivil toplum kuruluşlarının varoluşu veya oluşturulması kamuoyunu yönlendirme noktasında büyük etkiye sahiptir ve bu noktada sosyal medya aracılığı ile oluşturulan sivil toplum örgütlenmelerinin önemi ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda sosyal medya ile toplumdaki sivil toplum süreçlerinin gerçekleştirilmesi ve güçlendirilmesi sağlanabilmektedir. Bununla birlikte, sosyal medya aracılığı ile oluşturulacak sivil toplum birimlerinin art niyetli kişiler tarafından yönlendirilebileceği gerçeği göz ardı edilmemelidir. Gündem belirleyen değerlendirme, teklif, düşünce, bilgi ve haberlerin oldukça hızlı ve denetimsiz bir şekilde yayılabilme imkânı bulması, başka bir deyişle sosyal medyanın özgürlük alanının bu kadar geniş olması birçok açıdan önemli dezavantajları beraberinde getirebilmektedir. Özellikle toplumsal hassasiyetin yoğunlaştığı zaman ve konularda, sosyal medya araçlarının art niyetli şekilde kullanılması toplumu tahmin edilemeyecek boyutlarda tahrip edici olabilmektedir.

Çalışma kapsamında teknoloji alanında yaşanan gelişmeler sonrasında ortaya çıkan bu imkânların kamuoyu oluşumu bağlamında bireyler ve toplumların tutum ve davranışlarının nasıl biçimlendirilerek kanalize edildiği incelenmektedir. Kamuoyu oluşumu noktasında sosyal medya kullanımının devletlere, toplumlara ve bireylere karşı sebebiyet verebileceği olumsuz etkiler ortaya konmaya çalışmakta ve bu riskler ile mücadele edebilme noktasında bir katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

2. KAMUOYU, SOSYAL MEDYA, SİYASAL İLETİŞİM VE GERÇEKLIK KAVRAMLARI

Modern liberal demokratik devletlerdeki meşru hükümetin ideal olarak kamuoyunu temsil etmekte olduğu kabul edilmektedir. Ancak, neyin kamuoyunu oluşturduğu konusunda ciddi tartışmalar vardır. Bu kavram daha geniş anlamda, halk bilincinin veya iradesinin bir temsili, halk üzerinde harekete geçen veya halka baskı yapılan herhangi bir şey olarak kullanılabilir (Temizel, 2008: 130). Kamuoyuna ilişkin mikro düzeyde psikolojik perspektifler ve bireysel düşünce oluşumunun usule ilişkin hesaplarını sunmaktadır. Makro-yaklaşımlar ise bütünsel bir analiz yapılması noktasında etkili olmaktadır ve anket araştırması yoluyla görüşlerin ölçülmesi için girişimlerde bulunmaktadır. Habermas tarafından kamuoyu oluşumuna dair normatif bir bakış açısı sunulmaktadır. “Kamusal alan”, kamuoyunun oluştuğu ve ifade edildiği bir alan olduğunu savunmaktadır. “Kamusal alan”, devlet ve sivil toplumun etkileşime girdiği noktadır (Akt. Göktaş, 2007: 14-15). Bireyler, kamuoyunda, devletin uygulamalarını gerektiren tartışmalarla eleştirel bir şekilde yansıtmak için bir araya gelmektedir. Müzakere ve gerekçelerle toplumun yönetişimini destekleyen normlar ve değerler bu yolla ortaya çıkmaktadır. Bunlar, toplum içinde çoğunluğun rızasını alma yönünde kullanıldığında, parçalanma yerine fikir birliği ve uyumu teşvik eden bir olguya dönüşebilmektedir (Ertaş, 2000: 3).

Bu rasyonel müzakere, konuşma özgürlüğü, evrensel erişim ve kapsayıcılık olarak nitelendirilmekte ve ne devlet ne de pazar kontrol edilmemesi gerekmektedir. Habermas, kamusal alanın politik görevinin sivil toplumun düzenlenmesi haline geldiğini gösteren bu rasyonel-eleştirel tartışma alanının dönüşümünü ortaya koymuştur (Habermas, 2004: 95). Kitle iletişim araçları bu kamusal alanı içine almaya başladıkça, kamuoyu oluşumunun sonuçları ortaya çıkmaktadır. Kamusal alanın devlet ve kurumsal tahakkümünü engellemek için medyaya ve piyasa koşullarına erişilebilirliğin artırıldığı varsayılırken, medya ve devlet iç içe geçmektedir. Çağdaş medya, piyasanın taleplerini modern devletlerin demokratik gereksinimleri ile dengelemek zorunda kalmaktadır. Devletin ve kurumlarının kamuoyunu şekillendirme girişimleri ile demokratik işlevleri kâr sağlama mücadelesiyle çelişen medya arasındaki bu gerilimler, çağdaş liberal demokratik devletlerde kamusal alanı karakterize etmektedir (Arsev, 1996: 78). Piyasa güçlerinin ve politik aktörlerin baskısı, medyayı, bilgilendirme aracı niteliğinden ziyade, yalnızca inşa eden değil, aynı zamanda tartışan olgu haline getirmiştir.

Sosyal Medya: Henüz büyük ölçüde devlet, hükümet ve siyasi parti kontrolü dışında olduğu için, sosyal medya, politik iletişimi ve kamuoyunun oluşumunun doğasını radikal şekilde değiştirme potansiyeli sunmaktadır. Sosyal medya, geleneksel siyasi iletişim kanallarını karakterize eden çarpıtmalardan arındırılmış durumdadır. Sosyal medya, tartışmanın zorlanmadığı bir sitedir; konuşma özgürlüğü egemendir ve çıkarlar tarafından çarpıtılma en cüzi boyutlardadır. Bilgi özgürce dağıtılabilir ve edinilebilmektedir. Geleneksel medyaya meydan okuyan yeni medya, bilgi üretimini merkezden uzaklaştırmakta ve etkileşim yoluyla fikir oluşumunu demokratikleştirmektedir. Bu tür âdemi merkezîyetçi teknolojiler sayesinde baskın otoriteleri bilgi akışını yönetmekten uzaklaştırmaktadır (Dilmen, 2007: 114).

Bu yeni araç, kamuoyu üzerine kurulu olan vatandaşlara tarafsız bir bilgi sağlayıcısı olarak normatif rolü yerine getirmenin işaretlerini taşımaktadır. Sosyal medya, bir iletişim yöntemi olarak ve demokratik süreci geliştirmeyi de vurgulamaktadır. Bu açıdan bakıldığında, açık ve daha hesap verebilir bir hükümet için muhalefet sağlanabilmektedir. Gelişmiş ülkelerdeki hükümetlerin çoğu, interneti okullarda / kolejlerde erişilebilir kılmak ve böylece sosyal medya ortamının popüler yapısını yoğunlaştırmak suretiyle erişimi arttırmayı hedeflemektedir. Sosyal medya âdemi merkezîyettir, daha fazla sayıda erişim noktasının sağlanmasının, vatandaşların siyasi süreçte yer

alma fırsatını artırdığı öne sürülmektedir (Timisi, 2003: 133). Vatandaşlarla temsilciler arasındaki ve ayrıca yasama ile yürütme arasındaki bilgi akışının daha güçlü ve net olması, liberal demokrasinin sağlığı için daha iyi olduğunu işaret eder hale gelmiştir. Sosyal medya yalnızca bir iletişim yöntemi olarak değil, demokratik süreci devrimci hale getirmenin bir aracı olarak görülmekte, medya ortamının etkileşimli doğası, kamuoyunun ifadesi, yönetim ve karar alma sürecinde daha fazla vatandaş katılımını teşvik etmektedir (Gökçe, 2012: 46). Sosyal medya, geleneksel medyanın gündem belirleme kabiliyetine, devletin, siyasi partilerin ve geleneksel medyanın statükoyu tanımlama ve savunmaya yönelik girişimlerine karşı bir dengeleyici bir güç teşkil etmektedir. Sosyal medya üzerinden iletişim, yukarıdan aşağıya ve aşağıdan yukarıya, yatay ve dikey gerçekleşebilmekte; dinamik bir etkileşimli iki yönlü bir iletişim sağlamaktadır (Aktaran: Haluk Geray, 2003: 18-19). Bu açıdan gündemi belirleyebilen ya da tartışma parametrelerini kontrol edebilen, medyanın ve siyasi partilerin çıkarlarıyla rekabet eden bir araç niteliğindedir. Bu açıdan bakıldığında, sosyal medya ifade ve bilgi özgürlüğü idealleri ile kamuoyunun oluşturulmasının önemli bir parçası haline gelmiştir.

Sınırsız bir bilgi akışıyla nitelendirilen bu özgür konuşma alanı, geleneksel medyanın “filtrelemesi” olmadan oluşması, bir bilgi kaynağı olarak faydasını baltalayabilmektedir. Televizyonda ve basında olduğu gibi içeriğin editörce kontrolünün olmaması, otoriter olarak bilgilendirilmek yerine, kamuoyu tartışmalarının yanlış bilgiye dayandırılabilmesi anlamına gelebilmektedir. Müzakere, kamuoyunda görüş ve fikirleri denetleme, reddetme ve onaylama yoluyla test etmek anlamına gelir, ancak bu sosyal medyada işlememektedir. Mevcut araştırmalar, sosyal medyanın yine de iletişim kuranlar arasındaki iletişimi kolaylaştırdığını, tartışma seviyesini genişletmediğini veya derinleştirmediklerini ortaya koymaktadır (Mergel, 2013: 12). Günümüz siyasi partileri ve hükümetler sosyal medya geri bildirim ek olarak belirli konularda bilgi ve fırsat sunmaktadır. Siyasi aktörler hala tartışma gündemini yapılandırmaya çalışan tartışma parametrelerinin kontrolünü elinde tutmaya çalışan geleneksel medyadan uzaklaşmakta yeni medyaya yönelmektedir.

Geleneksel medya ve siyasal partiler gerçeği şekillendirmeye ve yapılandırmaya çalışmaktadır, böylece halk onu temel normlar ve değerler temelinde yorumlamak durumunda kalmaktadır. Sosyal medya, fikir birliğini ve çatışmanın ortak değerlere göre çözülmesini teşvik etmek yerine, sanal bireyciliğin coğrafi ve politik sınırların gerçekliği üzerinde önceliğe sahip olduğu bir düzlem sağlamaktadır.

Siyasal İletişim: Diğer iletişim biçimlerinde olduğu gibi hem sözlü hem de sözsüz anlam ifade etmeyi içerir. Tanım olarak, kamuoyu iletişimi ima etmektedir. Genişletilmiş franchise ve katılım çağında, halkı bilgilendirmek ve fikirleri seçkinlere iletmek için kitlesel iletişim yöntemleri gereklidir. Kamuoyu fikrinin üretildiğini ve ilgilenenlerin şekillendirilebileceğini ve manipüle edilebileceğini bilinmektedir. Toplumsal açıdan kamuoyu ve siyasi aktörler hakkında bilgi edinilen bilgilerin çoğunu sağlayan, kamuoyunu neyin oluşturduğunu büyük ölçüde belirleyen medyadır. Medya aracılığıyla kamuoyu tartışması oluşturulabilmektedir, çağdaş seçimler yapılmakta ve politik (ve sosyal) gerçeklik inşa edilebilmektedir (Yurdakul, 2016: 245). Normatif olarak, medya, vatandaşların siyasi seçimler üzerinde tartışma yapmak için yeterli bilgi ile demokratik haklarından yararlanmalarını mümkün kılan özgür ve doğru bilgilerle vatandaşlığı kolaylaştırma aracı olarak görülmektedir. Oysa halk sunulanların kontrolü altında değildir ve genellikle sadece medya içeriğine tepki göstermektedir. Medyanın seçmenlerin bilgilendirilmesi noktasında nasıl iletişim kurduğu ve sonrasında kamusal yaşamı, olayları ve sorunları anlama ve yorumlamada çok önemli görülmektedir. Medya uzmanları medyanın toplumlar ve bireyler üzerindeki etkisini tartışırken, seçkinler medyanın önemini kabul etmiş medyanın içeriğini etkileme ve yönlendirme çabasına girişmişlerdir. Geleneksel medya, öncelikle bir izleyici çekmek arzusundan etkilendiğinden, haberler ve siyasi iletişim gündemi medyanın izleyicilerin istekleri, ihtiyaçları veya beklentileri tarafından belirlenmektedir (Korkmaz, 2009: 9). Kamuoyu oluşumu süreçlerinde insanların nasıl bilgilendirildikleri ve bu bilgilerin kalitesi çok önemlidir. Kitle iletişim modelleri giderek artan bir şekilde medyayı ifade etmek, ikna etmek veya bilgilendirmek yerine gösterme ve dikkat çekme işlevini yerine getirdiğini göstermektedir. Medyada izleyici ve kâr arzusu ile siyasi aktörlerin mesajı manipüle etme arzusu arasındaki gerilim, kayda değer sayıda rasyonel-eleştirel tartışmaları beraberinde getirmektedir.

Gerçeklik: Günümüzde kamuoyu, paylaşılan normlar ve değerler ile desteklenen ifade özgürlüğü ve evrensel erişim alanında inşa edilmiştir. Bu olgu iletişim araçları vasıtasıyla yayılan veriler ile büyük ölçüde etkilenebilmektedir. Bu noktada demokratik devletten bağımsızlık idealleriyle desteklenen ve seçkinleri sorumlu tutmanın bir yolunu sunan sosyal medya, aynı zamanda önemli konularda bilgi sağlama, olayların yorumlanması ve sosyal ve politik gerçekliğin yapılandırılması için de işlev görmektedir. Politik aktörler bunun önemini kabul etmekte ve sosyal medyayı kendi çıkarları doğrultusunda kullanmaya çalışmaktadır (Yağmur, 2015: 9). Siyasi partiler sosyal medyayı ve tartışma parametrelerini kontrol ederek ardından kamuoyu oluşturmaya çalışmaktadır. Dolayısı ile kamuoyu; sosyal medya, siyasi aktörler arasında yaratılan gerilim ile birleştiğinde, çağdaş kamusal alan çıkarların çarpışmasıyla belirlenmektedir. Geleneksel medya iletişimi mümkün kıldığı gibi engelleyebilen bir nitelik taşımıştır. Medya ile siyasi partilerin hedefleri arasındaki gerilim, tartışmaların ve bilgi akışının zaman zaman çarpıtılmasına ve yaratılmış suni gündemlerle engellenmesine olanak sağlamıştır. Sosyal medya geleneksel medya araçlarından farklı olarak kamuoyuna bilgi sunarken, bir yandan da süreçlere bireysel katılımı teşvik etmektedir.

Günümüzde sosyal medyanın politik süreçteki rolü oldukça önemli hale gelmiştir. Kamuoyu oluşumu çeşitli sosyal medya araçları ile analiz edilebilmekte ve yönlendirilebilmektedir. Bu yönüyle sosyal medya kitlelerle iletişim kurmada siyasi partilerin ve kitle iletişim araçlarının rolünü vurgulamaktadır.

Sosyal medya, geleneksel medyanın gündemi belirleme ve tartışmayı siyasi seçkinler lehine biçimlendirme konusundaki hâkim görüşlerine meydan okumuştur. Sosyal medya, siyasi partilerin bilginin yayılmasını kontrol etme ihtimalini sınırlandırmakta ve elit kontrol olmadan politik görüşlerin oluşturulabileceği, tartışılabilirliği ve ifade edilebileceği bir düzlem meydana getirmektedir (Terkan, 2007: 562). Kişisel bilgisayarlar ve cep telefonları aracılığı ile sosyal medyaya erişim potansiyeli arttıkça, beyler toplumsal, politik ve ekonomik gerçekliklere daha kolay erişebilir hale gelmektedir. Ne kâr arzusu ne de politik hedeflerin peşinde koşan yeni medya araçları, politik ve sosyal gerçekliği yeniden şekillendirme potansiyeli sunmaktadır.

3. KAMUOYU OLUŞTURMADA SOSYAL MEDYANIN ETKİSİ

Sosyal medyayı, “sosyal” yapan öncelikli koşul, içerik üretiminin profesyonel meslek sahibi olmayı yani belirli bir uzmanlaşmayı gerektirmemesi (gazetecilik, reklamcılık ve halkla ilişkiler uzmanlığı gibi) ve içeriğin belirli bir çevre ile sınırlı ya da genel kullanıcılara açık olmak üzere kamusal erişilebilirliğidir. Bunun sonucunda ise sosyal medya kişilere bir varlık sunma, kimlik oluşturma, tanınırlık kazanma, başkalarıyla ilişkilene ve paylaşım imkânı sunmaktadır. Toplum söz konusu olduğunda, her türlü insani faaliyet ile siyasi, iktisadi, kültürel, ahlaki ve hukuki bağlar ile birbiriyle bağlantılı bir varoluştan söz etmek gerekmektedir. Dolayısıyla, sosyal medya kişilere sunduğu iletişim olanaklarıyla toplumsal varoluşun her noktasına nüfuz etmektedir. Boş vakit geçirme alışkanlıklarından, giyim-kuşam ve seyahat kültürüne, siyasi kampanyalardan, sosyal medya paylaşımı nedenli hukuki yargılamalara, günümüzde sosyal medyanın olmadığı herhangi bir insani faaliyet alanı kalmamıştır. Bu nedenle, sosyal medyanın topluma etkileri başlığının beşeri bilimlerin tüm dallarının inceliklerle yönelmesi gereken bir sorun kümesi ortaya koyduğu ifade edilmelidir. Bu çalışmanın sınırları kapsamında öncelikle belirtilmesi gereken ise sosyal medyanın toplumu oldukça etkilediğidir. Devamında ise, bu toplumsal etkinin önemli bir parçası olan kamuoyu oluşumundaki rolünü tartışmaktır (Gencer, 2012: 36).

Kamuoyu olgusu bir mesele üzerinde toplumsal kanaat ortaklığına dayanmaktadır. Dolayısıyla, kamuoyu oluşumunun ilk seviyesinde düşünce ortaklığı yani aynı görüşte olabilmek ile aynı noktaya bakabilme vardır. İkinci seviyede, tavır ve davranış ortaklığı ve son olarak da değer ortaklığı söz konusudur (Koçak, 2002: 101). Sosyal medya, düşüncenin paylaşılması sürecini kolaylaştırmış ve hızlandırmıştır. Karşılıklı iletişimin mümkün olabildiği aile, komşu ve arkadaşlar gibi birincil toplumsal çevre ile iletişimde karşılaşılan yer ve zaman kısıtını kaldırmış, karşılıklı iletişimin mümkün olmadığı çevrelerden de haberdar olma, etkileşime girme imkânını sunmuştur. Özellikle, herkese açık paylaşımlarda, beğeni, yorum gibi özelliklerle bu iletişim biçimi düşünce ortaklığı aramanın veya bulmanın yolunu açmıştır. Toplumsal bir rahatsızlığın dile getirilmesi ve bu rahatsızlığı paylaşan diğer çevrimiçi insanlar aracılığıyla geleneksel kitle iletişim araçlarına ihtiyaç duyulmaksızın kamuoyu oluşabilmektedir. Sosyal medya aracılığıyla bilgi, kanat ve fikirler çok hızlı yayılmaktadır. Sosyal medya, tavır ve davranışlar konusunda da kamuoyu oluşumuna aracılık etmektedir. Özellikle oy verme davranışı ya da toplumsal hareketlere katılım noktasında, düşünce ortaklığından ortak tavır geliştirme gerektiren siyasal katılım mekanizmalara sosyal medya hem tavır ve davranışlara aracılık etmekte hem de tavır ve davranış geliştirmenin organizasyonunu sağlamaktadır. Oy verme çağrıları, toplantı ve buluşma çağrıları, sosyal medya ağlarının anket, etkinlik oluşturma, yer bildirim benzeri araçları vasıtasıyla sağlanmaktadır. Kanaat ve fikir oluşturma ile paralel ilerleyen değer oluşum sürecinde de sosyal medyanın etkisinden söz etmek mümkündür (Anastasio, Rose, & Chapman, 1999: 153). Kimi zaman olumsuz referansla da kullanılsa siyasal doğruluk (political correctness) referanslı söylemler kamuoyu oluşumunda değer ortaklığı yaratımının en gözlenebilir olduğu alandır. İnsan hakları, hayvan hakları, çocuk hakları, doğanın korunması, çevre kirliliğinin önlenmesi gibi birçok başlıkta sosyal medya insanları siyasal doğru bir değer kümesini kabullenmiş görünmeye en azından zorlamaktadır. İşkence edilmiş bir hayvanın görüntüsü sosyal medyada infial yaratmakta, zehirlenen başıboş sokak köpekleri için kampanyalar düzenlenilmekte böylece de hayvan hakları konusunda toplumsal duyarlılık, bu konuda yetkili belediyelere, kamu kurumlarına gerekli düzenlemeler konusunda kamuoyu baskısı oluşturmaktadır.

4. KAMUOYU OLUŞTURMADA SOSYAL MEDYA KULLANIMININ YARATTIĞI MUHTEMEL RİSKLER

Kamuoyu oluşturmada sosyal medya araçlarının kullanılmasının çeşitli toplumsal ve siyasal faydalar sunduğu fakat bu kullanımların muhtemel riskleri de beraberinde getirdiği bilinmektedir. Bu bölümde karşılaşılabilecek muhtemel riskler, önceki bölümlerde değinilen kamuoyu ve sosyal medyaya ilişkin temel kabuller ışığında değerlendirilmeye çalışılacaktır.

4.1. Küreselleşmenin Yoğunlaşması

Sosyal medya, tüm dünyayı sanal iletişim yoluyla birbirine bağlamaktadır. Dünyanın tek tık uzakta olması; bilgi, enformasyon ve etkileşim akışının bu denli yoğun olması olumsuz da bazı sonuçlar doğurabilmektedir. Küreselin

yerele akışı hâlihazırdaki toplumsal ilişkilerin taşıyabileceğinden ağır olabilmektedir. Örneğin, Venezuela devlet başkanı Nicolas Maduro'nun ABD destekli muhaliflerce darbe ile devrilmek istemesine, Türkiye'den tepki gösteren sosyal medya kullanıcıları olabilmektedir. Bu elbette kendine başına bir olumsuzluk olarak değerlendirilemez, ancak siyasal öznelliğin yer ve zaman ölçütünün kalmayıp sorumluluğun nerede bitip, nerede başladığı gibi birtakım soruları gündeme getirmektedir.

4.2. Kitlelerin Çözülüşü

Sosyal medyanın kamuoyu oluşturma noktasında kullanılması, toplumsal açıdan oldukça önem arz eden kitle kavramının özünü kaybetmesine sebep olmaktadır. Toplumsal açıdan kitle kavramı özü itibarıyla kendisini oluşturan parçaların ve bireylerin kısmen de olsa gizliliğini veya mahremiyetini koruyan bir yön taşımaktadır (Yüksel, 2013: 19). Bu yön kitlelerin sosyal medya üzerinden bir araya gelişleri ile yok olmaktadır. Sosyal medya yolu ile kitleleri oluşturan bireyler gizemini koruyamamakta rızasız da olsa kimliklerine ilişkin oldukça fazla bilgiyi paylaşmış olmaktadır. Bu gizliliğin ortadan kalkıyor olması kitlelerin, kendisinden ve bu topluluğun belirsizliğinden korkan taraflar üzerindeki etkisini yitirmelerine sebep olmaktadır. Toplumsal kitlelerin karşısındaki taraflar veya elitler gizliliğin yitirilmesi ile karşısındaki topluluğu analiz edebilmekte ve çözülmesi adına çok daha etkili adımlar atabilmektedir. Dolayısıyla sosyal medya üzerinden kitle hareketlerinin sürdürülmesi zaman içerisinde bu kitlelerin çözülmesine ve hatta yok olmasına sebep olabilmektedir.

4.3. Toplumun Siyaset Alanına Yönlendirilmesi

Sosyal medyanın bireyler tarafından rahatça ulaşıp yönlendirilebilir hale gelmesinin kamuoyuna etkileri sonrasında, toplumun her ferdi siyaset alanında daha aktif ve daha müdahil bir konuma gelme imkânı bulunmaktadır. Bireylere kadar indirilen bu müdahale müdahil olma gücü bir noktada kamuoyunu yönlendirebilme fırsatı oluşturmaktadır. Bu fırsatın çeşitli alanlarda etkili bir şekilde kullanıldığı örnekler çoğaldıkça, bireylerin siyasal alana katılım ve müdahale güdüsü güçlendirmektedir. Toplumun bu denli küçük parçalarının siyaset alanına etkili bir şekilde dahil olması, demokratik ölçütlerle seçilmiş meşru hükümetler ve partiler açısından oldukça önemli hale gelebilmektedir.

4.4. Popüler Şahısların Araçsallaşması

Sosyal medya, gazeteciler, oyuncular, müzisyenler ve yönetmenler gibi kamuoyu tarafından tanınan profesyonellerce de yoğun bir biçimde kullanılmaktadır. Popüler kültürün en önemli taşıyıcısı olan bu toplum kesiminin, verdiği sosyal ve politik mesajlar, duruşları, güncel meselelerdeki fikirleri ve yaşam tarzları toplumu etkilemekte, topluma örnek olmakta, onlara hayranlık duyulmakta ya da bu insanlar özellikle gençler tarafından taklit edilmektedirler. Popüler şahısların sosyal medyayı kullanımı, çift yönlü işlemektedir; bir yandan yaşamlarına dair detayları paylaşarak içimizden biri görünmekte, bir yandan da farklılıklarını göstererek özgünlüklerini ve toplumla mesafelerini korumaktadırlar (Kowalczyk ve Pounders, 2016). Popüler şahısların toplum nezdindeki bu konumu onların çeşitli siyasi ve ekonomik çıkar çevreleri tarafından araçsallaştırılmalarının nedeni olmaktadır. Üretimlerinin niteliği ve içeriğinden ziyade verdikleri veya vermedikleri mesajlar nedeniyle popüler şahıslar sosyal medyada tartışılmaktadır. 2016 ABD Başkanlık seçimlerinde dönemin başkan adayları Hillary Clinton ve Donald Trump arasındaki çekişme, Hollywood olarak bilinen Amerikan film endüstrisine damgasını vurmuş. Aktörler, aktrisler, yönetmenler sosyal medya aracılığıyla seçim yarışına dahil olmuşlardır. Bu durum, yalnızca ABD'de değil tüm dünyada, popüler şahısların araçsallaştırılması tartışmasını başlatmıştır.

4.5. Tehlikeli Bilgi Paylaşımı ve Manipülasyon

Sosyal medyada manipülasyonun önemli araçlarından biri de bot hesaplar olarak tabir edilen, gerçek bir sosyal medya kullanıcısı görüntüsü veren ancak otomatik içerik üreten bilgisayar algoritmalarıdır. Özellikle, takipçi sayısının, yeniden paylaşım sayısının ve görüntülenme sayısının artırılması gibi sosyal medyada etkileşimin ölçüsü olabilecek parametrelerde kullanılan bot hesaplar aracılığıyla toplum yönlendirilmeye çalışılmaktadır. The National Bureau of Economic Research araştırmacıları 2018 tarihli raporlarında, Britanya'nın Avrupa Birliği üyeliğinden ayrılmasının oylandığı 2016 yılındaki Brexit referandumu ve yine aynı yıl içerisinde gerçekleştirilen Amerika Birleşik Devletleri Başkanlık seçimlerinde Twitter'ın gerçek ve bot kullanıcılarının Brexit oylaması ve ABD seçimlerine dair etkileşimini incelemişlerdir. Araştırmacılar, farklı kullanıcı tipleri arasındaki etkileşimin derecesinin değişken olduğu sonucuna ulaşmışlardır, dahası bot hesapların insan tweetleme aktivitesi üzerinde önemli etkisi olduğunu öne sürmüşlerdir (Gorodnichenko; Pham ve Talavera, 2018). Araştırmanın sonucunda ise demokratik bir toplumda çeşitliliğin gerekli olduğunu ancak çeşitliliği beslemenin, yalanların ve manipülasyonların yayılmasına izin verilmesi gerektiği anlamına gelmediğini ifade eden araştırmacılar, özellikle bot hesapların kontrolünün sağlanması için düzenlemeler gerektiğini ifade etmişlerdir.

4.6. Dezenformasyon ve Provakasyon

Toplumu kanalize etmek için kullanılan bu tür yöntemler sosyal mühendislikte var olmasıyla birlikte çok daha geniş bir alanda kullanılmaktadır. Sosyal medya aracılığı ile özel hayattan ticarete, kişisel amaçlardan grupların veya farklı

ülkelerin istihbarat amaçlarına kadar hemen hemen her alanda belirli bir fikir, tutum veya davranış kabul ettirme veya toplumu biçimlendirme amacıyla provokasyon ve dezenformasyondan yararlanılmaktadır.

Oxford Sözlüğü, 2016 yılında yılın sözcüğü olarak “post-truth” kavramını seçmiştir. Türkçe’ye “gerçek-sonrası” diye çevirebileceğimiz bu kavramın en gözlenebilir olduğu mecra sosyal medyadır. Gerçek-sonrası, doğrunun, hakikatin, olgunun önemini yitirdiği bir salt duygu ve kişisel algı dönemidir. Sosyal medyanın gerçek-sonrası siyaset ya da gerçek-sonrası dönem olarak tabir edilen bu dönemin en güçlü aracı olması şaşırtıcı değildir. Milyarlarca insanın algı, kanaat ve fikirlerinin etkileşim alanı olarak sosyal medya, yanlış bilginin bir amaç üzerine kasten yayılması anlamına gelen dezenformasyona, kişi ve grupları tahrik etmeye, bu tahrikin ileriye götürülüp onları suç işlemeye teşvik etmek anlamına gelen provokasyonlara alet olmaktadır. Yalan haberler, zaman ve mekanı farklı bir yere ait görüntü veya videonun sosyal medya kullanıcısı insanları tahrik etmek için kullanılması, bilişim çağı olarak da tariflenen gerçek-sonrası dönemin sıradan olguları haline gelmiştir. Myanmar’da 2017 yılında yaşanan ve milyonlarca kişiyi göçe zorlayan Rohingya soykırımında Facebook, platformlarının Myanmar’daki şiddeti kışkırtmak için kullanıldığını kabul etmiştir. Myanmar’daki askeri yetkililerin soykırım öncesinde Rohingya’daki Müslüman azınlığı hedef alan birçok gerçek dışı paylaşımında bulunduğu ve bunun soykırım için bahane olarak kullanıldığı insan hakları raporlarına yansımıştır (www.nytimes.com, 2018).

4.7. Sosyal Mühendislik ve Bağımlılık

Çevrimiçi ağ bağlantısının hızlı ve basit bir şekilde bir araya gelmelerine yardımcı olması, ulus içinde ve dışında veya ortak bir çaba sarf ederek sosyal mühendislik saldırılarının önderliğini teşvik etmektedir. Kuşkusuz, internet tabanlı yaşam, insanları, toplantıları veya belirli bir akıl ve davranış çerçevesindeki genel nüfusu ikna etmek için olağanüstü fırsatlar sunmaktadır. Bir web bağlantısına sahip bir pc veya akıllı telefon genel halkı yapılandırmak için yeterlidir ve bu hatlar çoğunluğu kontrol etme eğilimindedir.

Toplumların gelecekle genç nesillere bağlıdır. Bu yaşlardaki toplumsal kitleleri eğlencelere, sinema filmlerine veya çevrimiçi ağlara bağlı kılmak başlı başına önemli bir risktir. Bu noktada genç nesillerin provokasyon ve manipülasyon karşısında ne kadar savunmasız olduğu gerçeği de göz önüne alındığında, sistemli bir tehdide korunmaları gerektiği açıktır.

4.8. Rızasız Bilgi Edinimi ve Satımı

Sosyal medya kullanıcılarının karşılaştığı önemli bir sorun, veri gizliliğinin izinsiz biçimde ihlal edilmesi, kişisel verilerin kopyalanması, çalınması ve kullanılmasıdır. Genç kullanıcılar arasında popülerliği her geçen gün azalsa da Facebook tüm dünyada halen en popüler sosyal ağlardan biridir. 2 milyar aktif kullanıcıya sahip Facebook’un 50 milyon kullanıcının verisinin izinsiz biçimde Cambridge Analytica isimli şirketi tarafından kullanılması, 2018 yılında uluslararası medyanın en çok tartıştığı sorunlardan biri olmuştur. Daha iyi reklam hizmeti sunabilmek adına Facebook, fotoğrafları, beğenileri, ziyaret edilen sayfaları, online satın almaları, iletişim listelerini ve konum bilgilerini depolamaktadır. Facebook, kullanıcı bilgilerinin rızaları dışında depolanması ve veri şirketleri tarafından kullanılması konusunda yalnız değildir. Twitter, Snapchat ve MySpace gibi platformlarda da kişisel verilerin izinsiz kullanılması veya çalınması yaygındır. Sosyal medya kullanıcıları gönüllü olarak, kişisel bilgilerini küresel şirketlerle paylaşmakta, büyük verinin gönüllü sağlayıcısı olmaktadır. Instagram ve Facebook’ta #tenyearschallenge başlığı altında 10 yıl önceki ve şimdiki fotoğraflarını paylaşan kullanıcılar, farkında olmaksızın Facebook’un yüz tanımlama algoritmasının parçası olmaktadır (www.forbes.com, 2019).

4.9. Aileye ve Özel Yaşama Yönelik Riskler

Bireylerin hakaret ve en çelişkili düşüncelerini rahatça ifade etme durumu, genellikle anonim bir medya kullanıcı adının arkasına sığınarak devam ederken, insanlar gerçek adlarını ve bilgilerini paylaşarak ortamlarda kendilerini göstermeye başlamışlardır. Örneğin, Facebook gibi sosyal ağlar, kullanıcılarını gerçek ad bilgileri kullanmaya teşvik etmiş ve hatta aksi durumda profillerini iptal etmekle tehdit etmiştir. Bu profillerin oluşturulmasıyla, bireysel kullanıcılar tarafından meydana getirilen ve sosyal medyada yayınlanan içeriklerin toplumlara mâl edildiği ve çıkar grupları tarafından kullanılabilirliği anlaşılmaktadır. Bu olasılık veya risk, sosyal medyada en çok tartışılan konulardan biri halini almıştır. Bundan habersiz, insanlar özel hayatlarını sosyal medyada yayınlamaya devam ettikçe, özel yaşamın gözlerinde olduğu gerçeği sıradan ve başkaları için kabul edilebilir hale gelmiştir. Toplumların bu yöndeki zayıflığına değinmeden, özellikle popüler kültürün ortaya çıkması, gelişmesi ve hatta topluma yerleşmiş olmasından bahsetmek gerekmektedir. İletişim araçlarında küreselleşmesi sonrasında insanların rol modeli algısı değişmiş ve televizyonda görülen insanların hayatları benimsenir ve özenir olmuştur. Bu safhadan sonra, bireyler bu popüler insanların yaşamlarını yaşayamasalar da, en azından göz önünde olma ya da özel hayatlarını ilan etme endişesi ya da zayıflığı yaşamaya başlamışlardır. Bu durumun önemli sebeplerinden biri, sosyalleşmenin büyük ölçüde yüz yüze sağlanacağı karısının teknoloji vasıtasıyla zayıflatılmasıdır.

Öte yandan, sosyal medya, toplumun temel yapı taşı olan aile içinde birçok etkileşime neden olmasının yanı sıra, toplumun tüm kesimleri üzerinde bir etkiye sahiptir. Nesiller arasındaki fark ile nesil çatışmasının ortaya çıkışı arasındaki artış, sanayi ve teknoloji çağının, yani tüketim çağının bir ürünü olarak ortaya çıkmıştır. Farklı

alışkanlıkları ve deneyimleri olan iki kuşak arasındaki bu farklılıklar yabancılaşmadan olumsuz yönde etkilenmiş, birbirlerine karşı toleransı ve karşılıklı anlayışı azaltmıştır. Ancak son zamanlarda, ebeveynler ve çocuklar arasındaki iletişimin yönü farklı bir boyut kazanmıştır. Ebeveynler mevcut teknolojik koşullara ayak uydurmada ciddi sorunlarla karşı karşıya kalmakta ve bunu bir tehlike olarak görmektedirler.

4.10. Sanal Aktivizm

Sosyal medya platformları insanları internet aracılığıyla birbirine bağlamanın bir yolu olarak tasarlanırken, aktivistler bu platformları devletin sansürüne meydan okumak, benzer düşünen insanlarla bağlantı kurmak, kitleleri harekete geçirmek, kamuoyunu etkilemek ve toplumsal değişime itmek için yaratıcı fikirler üretmek amacıyla birer teknolojik kurtuluş aracı olarak kullanılmaktadırlar. Ancak bu kullanım, çeşitli riskleri de beraberinde getirmektedir. Daha fazla insan sosyal medyaya katıldıkça, birleşmek için kullanılan araçlar farklılığın altını çizmeye ve devamında amaçların dışında insanlar arası kutuplaşmanın artmasına ve hatta nefret söyleminin yaygınlaşmasına da neden olmaktadır.

Sanal aktivizm, hashtag devrimleri denen Tunus, Mısır gibi ülkelerdeki Arap Baharı isyanlarından, 2008 krizi sonrası Amerika'da finansın merkezi Wallstreet'deki #occupywallstreet (wallstreetişgalet) eylemlerine, yine Amerika'da ırkçılık ve polis şiddeti karşıtı protesto gösterilerinden, Avrupa'da kemer sıkma karşıtı protestolara, Hong Kong'daki Şemsiye Devrimi'nden, İngiltere'de üniversite harçlarının yükseltilmesine karşı düzenlenen öğrenci protestolarına değin toplumsal muhalefet tarafından kullanılmıştır. Toplumsal hareketler, odağındaki meseleyi kamuoyunun gündeminde tutmak, ajandalarındaki taleplerin genel kabul görmesi için kitle iletişim araçlarını etkili bir biçimde kullanmak zorundadır. Ancak, sanal aktivizm, kimi aktivistlerce sokağın gücünü kırdığı gerekçesiyle de eleştirilmektedir. Tweet atarak, tepkilerin soğurulduğu, dolayısıyla herhangi bir başlıkta mücadelede ısrar edilmeksizin gündemin sosyal medyada hızlıca değiştiği ifade edilmektedir. Sanal aktivizmle kalıcı bir değişimin sağlanamayacağı vurgulanılmaktadır (Mundt, Ross ve Burnett, 2018).

5. SONUÇ

Sosyal medyanın toplumlara ve bireylere sunmuş olduğu çeşitli faydalarının yanı sıra; onlara, kamu düzenine ve devlete yönelik önemli tehditler içermektedir. Bu tehditlerin en önemlisi, bir ülkenin yönetimini sosyal mühendislik saldırıları ile etkileme ya da değiştirme yeteneğidir. Öte yandan sosyal medya, provokasyon, dezenformasyon ve bilgi kirliliğine yol açma potansiyeline sahiptir. Ayrıca bu ortamın doğası gereği, bağımlılık, aile sorunları, tehlikeli bilgi paylaşımı ve manipülasyonlar, ekonomik kayıplar, gizli sırları açığa çıkarmak ve özel hayatın kaybı gibi çok fazla riski beraberinde getirmektedir.

Yeni bir iletişim aracı olarak sosyal medya, siyasi partilerin doğrudan iletişim kurabilecekleri ve seçmenlerin fikirlerini şekillendirmeye çalışabilecekleri bir düzlem sunmaktadır. Kamuoyunun önemli bir kısmı, bilgi akışına hala hükümet, parti ve geleneksel medya araçları gibi geleneksel kanallardan erişmektedir. Bilgi bu kamusal alanda var olsa da, bu mutlaka bireylerin onu kullanmak için her zaman bir araya geleceği anlamına gelmemekte kolektif eylem sorunları devam edebilmektedir. Bu nedenle, sosyal medya bir "kamusal alan" illüzyonunu sağlarken, kamusal bilgi ve fikir oluşumu sınırlarının büyük ölçüde belirleyicisi siyasal ve ekonomik elitler olarak görülmektedir.

Sosyal medyanın bireysel ve kurumsal tehlikelerini azaltmak için alınacak önlemlerin birkaçı bireysel kullanıcıların veri güvenliği konusunda bilincinin artırılmasını, gelişmiş güvenlik ve koruma sistemleri ile bireysel verilerin gizliliğinin korunmasına yönelik gerçekleştirilebilir. Sosyal medyaya taşınan verilerin uluslararası standart ölçülerde koruma altında olması gerekmektedir. Toplumlar açısından büyük önem taşıyan sırların korunabilmesi adına kritik öneme sahip noktalarındaki kamu çalışanlarının bu yönde eğitilmesi ve bilinçlendirilmesi oldukça önem arz etmektedir. Devlet yönetimi açısından kritik noktalarda bulunan kamu çalışanlarının veya tüzel kişiliklerin, sosyal medya araçlarını bu yöndeki tehditleri göz önünde bulundurarak ve kurumsal stratejileri koruyacak şekilde temkinli ve bilinçli kullanmaları faydalı görülmektedir. Bu noktada kendisini yetemeyen kamu kuruluşlarının danışmanlar aracılığı ile bilgi paylaşması ve sosyal medya süreçlerini yürütmesi lehlerine olacaktır.

KAYNAKÇA

1. Anastasio, P. A., Rose, K. C., & Chapman, J. (1999). Can the media create public opinion? A social-identity approach. *Current Directions in Psychological Science*, 8(5), 152-155.
2. Arsev, Bektaş, (1996); Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi, Bağlam Yayınları.
3. Dilmen, N. C. (2007), Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları, İstanbul Marmara İletişim Dergisi, Sayı:12
4. Ertaş, H. (2000). *Kamuoyu ve kamuoyu oluşturma yöntemleri*. PhD Thesis. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

5. Forester, J., (2005). "Habermas'ın İletişim Toplum Kuramı", Kitle İletişim Kuramları, der. ve çev. Erol Mutlu, Ütopya Yayınları, Ankara,
6. Gencer, Z. T. (2012). *Medyanın gündem oluşturma sürecinde sosyal entropinin rolü üzerine uygulamalı bir çalışma* (Doctoral dissertation, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
7. Geray, H. (2003). İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları. Ankara: Ütopya Yayınları.
8. Gökçe, O. (2012). "Yeni Medya-Kamuoyu-Demokrasi", Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz, (Editör: Edibe Sözen), İstanbul: Alfa Yayınları. ss. 37-54.
9. Gökçe, O. (1996). Kamuoyu Kavramının Anlam ve Kapsamı. *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 14(14), 211-227.
10. Habermas, J. (2004). "Kamusal Alan", Kamusal Alan, der. Meral Özbek, Hil Yayınları, İstanbul
11. Kılıç, S. (2009). Kamuoyu Oluşum Sürecinde Sosyal Hareketler ve Medya. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 150.
12. Koçak, A., (2002). Siyasal Davranış Ve Kamuoyu. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 2.3: 96-103.
13. Korkmaz, A. (2009). İnternet gazeteciliğinin kamuoyu oluşumuna etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 1(2).
14. Korkmaz, A. (2009). İnternet gazeteciliğinin kamuoyu oluşumuna etkisi. *Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 1(2).
15. Kowalczyk, C. M., Pounders, K. R. (2016) "Transforming celebrities through social media: the role of authenticity and emotional attachment", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 25 Issue: 4, pp.345-356, <https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2015-0969>.
16. Mergel, Ines (2013). "Social Media in The Public Sector". San Francisco: John Wiley and Sons.
17. Mundt, M., Ross, K., & Burnett, C. M. (2018). Scaling Social Movements Through Social Media: The Case of Black Lives Matter. *Social Media + Society*. <https://doi.org/10.1177/2056305118807911>
18. New York Times, <https://2018/11/06/technology/myanmar-facebook.html> .
19. Nicole, M. (2019) <https://www.forbes.com/sites/nicolemartin1/2019/01/17/was-the-facebook-10-year-challenge-a-way-to-mine-data-for-facial-recognition-ai/#2102e0525859>. Erişim Tarihi: 28.05.2018
20. Temizel, H. (2008). KAMUOYU KURAMLARI VE KAMUOYU OLUŞUMUNDA KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 8(15), 126-146.
21. Terkan, B. (2007). Basın ve Siyaset İlişkisinin Gündem Belirleme Modeli Çerçevesinde Bir Analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Sayı 17.
22. Timisi, N. (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi. Ankara: Dost Kitabevi
23. Yağmur, H., (2015). *Sosyal medyanın siyaset ve kamuoyunu yönlendirmedeki rolü*. PhD Thesis. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
24. Yurdakul, H. (2016). Medya ve siyaset perspektifinden kamuoyu. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 1(2).
25. Yüksel, E. (2007). "Kamuoyu Oluşturma" Ve "Gündem Belirleme" Kavramları Nerede Kesişmekte, Nerede Ayrılmaktadır?