



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi  
The Journal of International Social Research  
Cilt: 10 Sayı: 51 Volume: 10 Issue: 51  
Ağustos 2017 August 2017  
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581  
Doi Number: <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2017.1772>

## ETİK VE GÖRSEL OKUMALAR AÇISINDAN SOSYAL MEDYA SOCIAL MEDIA IN THE CONTEXT OF ETHICS AND VISUAL READINGS

Erkan ÇİÇEK\*

### Öz

İletişim, insanlıkla birlikte varolmuş bir olgudur. Ateş yakmak, çeşitli hayvanları kullanmak, sesler çıkarmak, resimler çizmek ve daha sonra yavaş yavaş hiyeroglifle birlikte alfabeye geçmek, insanlığın iletişim yolunda attığı ilkel, belli bir sürece yayılan adımları olmuştur.

Zamanla gelişen teknolojiyle birlikte, insanlar kendilerini gazete, dergi, radyo gibi sürekli değişen çeşitli kitle iletişim araçlarıyla ifade etmeye başlamışlardır. Günümüzde bugüne kadar gelmiş olan kitle iletişim araçlarının kendisine has özelliklerinin neredeyse hepsini bir çatı altında toplayan internet teknolojisi, insanlık açısından her anlamda çok büyük önem taşımaktadır.

İnternetin hedef kitleye katılımcılık anlamında vermiş olduğu fırsatlar, günümüz toplumlarının şekillenmesinde çok büyük görev üstlenmektedir. İnsanlar artık, gazetenin, radyo ve televizyonun kendilerine tanıdığı kısıtlı söz hakkından, ellerinin altında bulunan çeşitli internet teknolojilerinin sağladığı bir nevi bugüne kadar gelmiş tüm kitle iletişim araçlarına "alternatif" bir medya sayesinde sıyrılmakta, kendilerini daha iyi ifade etmektedirler. Bu gerçeklik, her ne kadar biçimsel anlamda geçerliliğini korusa da aslında öz itibarıyla ne kadar gerçek olduğu günümüz "alternatif medya"sında oldukça tartışmalı bir durumdur. İnsanlar, ellerinin altındaki teknolojik kolaylıkları kullanırken kendilerini ne kadar iyi, özgür ifade edebilmektedirler?

Çalışmada, ana akım ve eleştirel yaklaşımların çatısı altında alternatif medya, Bianet örneği üzerinden ele alınarak Bianet'in yaptığı yayıncılık, söylem analizi yöntemiyle etik ve görsel açıdan yorumlanmış ve incelenmiştir. Çalışmanın yöntemi, haberlerin söylemine yönelik niteliksel bir analiz yöntemi olan söylem analizi yapılmıştır. Alternatif medyadaki ortamın ne kadar özgür bir ortam olduğuna dair verileri toplamak için 01 Ocak 2015 tarihinde Bianet'teki haberler söylem analizi yöntemiyle araştırılmıştır. Araştırma, sosyal medyada yer alan diğer sitelere oranla daha fazla profesyonel yazar içermesi bakımından internet sitesi olarak Bianet'le sınırlandırılmıştır. Sitedeki haberlerin hepsini aktarmak mümkün olmadığı için çalışma, 01.01.2015 tarihindeki haberlerle çerçelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** İletişim, Fotoğraf, Sosyal Medya, Sanat.

### Abstract

Communication is a phenomenon that exists with humanity. Firing fire, using various animals, making voices, drawing pictures, and then gradually moving to alphabet with hieroglyphs has become a primitive, sprawling step in the process of human communication.

With evolving technology, people have begun to express themselves in various media, such as newspapers, magazines, and radio, which are constantly changing. Internet technology, which collects all the features of mass media under one roof, has a great importance in every sense in terms of humanity.

Opportunities that the Internet has given to the target audience in terms of participation have a huge role in shaping today's societies. People are now better able to express themselves through all the "alternative" media provided by various internet technologies under the hands of journalists, radio and television. This reality is quite controversial in today's "alternative media". How well do people express themselves freely, using the technological facilities under their hands?

In the study, alternative media under the frame of mainstream and critical approaches were examined through Bianet example and Bianet's publishing was interpreted and analyzed in terms of ethics and visuals by the method of discourse analysis. Method of study, discourse analysis was done. On January 1, 2015, news in Bianet was searched by discourse analysis to collect data on how free the media in the alternative media is. The research was limited to Bianet as a web site for more Professional writers than other sites in the social media. Since it is not possible to transmit all of the news on the site, the work has been framed by the news on 01.01.2015.

**Keywords:** Communication, Photography, Social Media, Art.

### Giriş

Günlük yaşamımızda algılarımızı dil üzerinden geliştirerek hayatımızı sürdürmekteyiz. Dil ise iletişim için olmazsa olmaz öğedir. Bu açıdan İletişim, insanlıkla birlikte var olmuş bir olgudur. İnsan duygu ve düşüncelerini kodlayarak aktarırken alıcı konumunda olan taraf ise kod açıcı yönünü kullanarak gelen

\*Öğr. Gör. Dr., Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi, fesihkerkan@gmail.com



kodu çözmektedir. Burada aslolan ortak dil ve ortak koddur. Aynı dili konuşmak ve benzer algılara yakın anlamlar vermek için kültürde ortak bir kadere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda Zamanla gelişen teknolojiyle birlikte, insanlar kendilerini gazete, dergi, radyo gibi sürekli değişen çeşitli kitle iletişim araçlarıyla ifade etmeye başlamışlardır. Dolayısıyla bu araçlarında bir dili ve ortak kültürü oluşturmuşlardır. Buradan hareketle İnternetin hedef kitleye katılımcılık anlamında vermiş olduğu fırsatlar, günümüz toplumlarının şekillenmesinde çok büyük görev üstlenmektedir. İnsanlar artık, "alternatif" bir medya sayesinde sıyrılmakta, kendilerini daha iyi ifade etmektedirler. Bu gerçeklik, her ne kadar biçimsel anlamda geçerliliğini korusa da aslında öz itibarıyla ne kadar gerçek olduğu günümüz "alternatif medya"sında oldukça tartışmalı bir durumdur.

Zira bu çalışmada, ana akım ve eleştirel yaklaşımların çatısı altında alternatif medya, Bianet örneği üzerinden ele alınmıştır. Bianet'in yaptığı yayıncılık, söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir.

### 1. Etik Kavramı

Etik (ethics) sözcüğü, Yunanca'da gelenek görenek anlamına gelen "êthos" sözcüğünden gelir. Bu sözcüğün kökeni, var olmanın temel niteliğini belirleyen bireysel ahlak ve davranışsal alışkanlıklar anlamına gelen "swêdhêthos" olarak belirlenmektedir (Notoku, 2016). Etik, ahlak felsefesinin diğer adıdır ve temel olarak neyin iyi, neyin kötü, neyin doğru, neyin yanlış, nelerin erdem, nelerin ahlaksızlık, neyin adil, neyin suç olduğunu belirlemeye çalışan felsefe dalıdır. Pek çok alt dalı vardır; ancak burada bunlara girmemize gerek yok, zira biz işin felsefi değil, bilimsel tarafı ile ilgileniyoruz. Ancak bu noktada bilinmesi gereken, etiğin, ahlaki açıklamaya çalışan felsefi sistem olduğudur (Evrimgacı, 2016).

### 2. Sosyal Paylaşım Ağları ya da Yeni Medya

Sosyal ağlar, internet üzerinden insanların iletişime geçerek onlarla fotoğraf, video gibi her türlü paylaşımında bulunmasına ve insanların daha fazla sosyalleşmesine olanak sağlamaktadır. Sosyal Ağ, internet ortamında bireylerin profilleri ile var olmaları ve farklı profillerle iletişim kurmalarını sağlayan servis olarak adlandırılmaktadır. Sosyal ağlar kullanıcıların kendi oluşturdukları profil üzerinden birbirlerinin tanınması ve buna göre herkesin kendi istediği kişiyle irtibat kurması mantığına dayanmaktadır (Uzundumlu, 2015: 26). Bu bağlamda, insanların sosyalleşmesini amaç edinen sosyal ağlar, bu sistem içerisinde oluşan birikimle başka sektörlerde alan açmış olmaktadır. Bu düzlemde, sosyal paylaşım ağları tek bir ortak kaynak üzerinden birbirine bağlanan insan grupları olarak tanımlanabilir. Bu ağlar web siteleri üzerinden kullanıcıların tanımladıkları bir profil hesabı yaratmalarına izin vermektedir. Örneğin ortak bir kaynaktan üye olan kullanıcılar diğer kullanıcıların hesaplarını görebilir ve diğer kullanıcıları arkadaş listesine ekleyebilir.

Günümüzde bu tür ağlar çoğunlukla sosyal tanıdığınız veya yeni arkadaş olduğunuz insanlarla kolayca iletişim kurabilmenizi sağlamaktadır. Bu tür paylaşım ağlarına en iyi örnek, Facebook, Myspace ve Youtube'dur. Sosyal paylaşım ağları, özel bir ihtiyaca çözüm getirmek, örneğin belirli bir arabayı veya bir bilgisayarı kullanan insanları bir araya getirmek üzere oluşturulmaktadır. Bu tür web sitelerinde tek bir model arabayı kullanan bir kişinin aynı tip model arabayı kullanan diğer bir kişi ile bir araya gelmesine imkân vermektedir (Güçdemir, 2015: 41). Zira meydana gelen bu oluşumla birbirlerini tanımayan bir grup insan ilgilendikleri konular hakkında görüş alışverişinde bulunabildikleri gibi kolay veya sürekli iletişimde olmasına da imkan sunmaktadır.

### 3. Eleştirel Yaklaşımlar ve Harbert Marcuse

Frankfurt Okulu'nun önde gelen isimlerinden Herbert Marcuse, medyayı kötümser bir şekilde yorumlayarak, medyanın karşı konulmaz bir güç olduğunu ifade etmektedir. Marcuse'a göre, kitle iletişim araçları, dünya hakkında düşünülmesi gerekenleri belirlemektedir (Tekinalp ve Uzun, 2004: 170).

Marcus, sistemin kitlesel üretim ve tüketimi zorunlu kıldığını düşünmektedir. Dolayısıyla sistemin üretim yeteneğinin başarısı satış ve aşırı tüketime bağlıdır. Bu bağlamda, günümüz kültürünün en büyük işlevi, eleştiri unsurunu imkansız hale getirerek, bireylere belli bir yaşam biçimi içinde yaşamalarını sindirmesidir. Bu şekilde gerçekleşen bütünleşmede ülkenin ideolojik yapısı önem taşımaktadır. Aynı zamanda, günümüz ideolojik yapısı üretim sürecinin kendisi konumundadır (Marcuse, 1986: 30-32).

Marcuse'a göre, serbest zaman içinde giderek büyük paylar isteyen radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçları, birer 'uyutucu kutu'dur (Özkök, 1985: 192). Kültür endüstrisi, kitle iletişim araçları sayesinde ürünlerini bireylere kabul ettirmektedir.



## 4. İletişime Teknolojik Yaklaşımlar

### 4.1. Harold Innis

Harold Innis, siyaset ve ekonomi profesörü olup aynı zamanda iletişim alanında da çalışmalar yapmıştır. Toronto Okulu'nun kurucusu olan Innis, sosyal kontrol ve teknoloji arasında bir bağ olduğunu öne sürmüştür (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 143).

Innis, insanların kullandığı iletişim teknolojilerinin toplumsal ve ekonomik yapının temel belirleyicileri olduğunu düşünmektedir. İletişim teknolojilerinin tarihsel süreçteki değişimi, beraberinde toplumların örgütlenme şekillerini de meydana getirmiştir. Innis, bu durumu teknolojinin her zaman içeriği belirlediğini belirterek açıklamaktadır (Yaylagül, 2010: 68). Innis'e göre teknoloji, insanın fiziksel özelliklerinin birer devamı niteliğindedir. Bu anlamda iletişim teknolojisi, insan bilincinin uzantısıdır. Innis, teknolojiyi zaman ve mekan boyutunda incelemektedir. Zamana karşı direnç gösteren araçlar zaman yanlı; mekansal olarak varlık gösteren araçlar ise mekansal yanlıdır. Zaman yanlı araçlar, geleneği beslerken mekansal yanlı araçlar, imparatorlukların büyümesini sağlamaktadır (Güngör, 2011: 152).

Innis'e göre insan, kendi teknolojisi ile var olmaktadır. Dolayısıyla aile, toplumsal örgütler gibi toplumsal biçimlerdeki ve kültürdeki değişimler, iletişim teknolojisindeki değişimlerin bir işlevidir. Teknolojik yapıların zamanla yenileşmesi, eski sistemlerin ortadan kalkmasına yol açmaktadır. Bilinç, toplumsal örgütlenmelerde oluştuğu için, iletişim denetimi hem bilincin hem de toplumsal örgütlenmelerin denetimi anlamına gelmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 143).

### 4.2. Marshall McLuhan

Medya teknolojilerinin toplumda bireylerin nasıl düşüneceğini, hissedeceğini veya hareket edeceğini belirten toplumsal belirleyicilik görüşüyle öne çıkan McLuhan, modernite savunuculuğu yapan kuramcılar arasında da önem ifade etmektedir.

McLuhan, 1951 yılında "Mekanik Gelin" kitabıyla başlangıç yaptığı düşünsel ve kuramsal yolculuğunda ilk zamanlar, teknolojiye karşı temkinli hatta kötümser bir bakış açısıyla kendini ifade etmiştir. Bu durum, 1962 yılında "Gutenberg Galaksisi" kitabıyla yerini iyimserliğe bırakmıştır (Güngör, 2011: 155-156).

Marshall McLuhan'a göre, kitle iletişim araçlarının gelişimi, dünyayı küresel büyüklükte bir köye dönüştürmüştür. Bu şekilde dünya küçülerek birbirine bağlanmıştır. Dünyanın her tarafı görüntüler ve mesajlarla kaplanmış; köylerdeki herkesin her şeyden haberdar olma durumu, televizyon sayesinde dünya genelindeki ülkelere uyarlanmıştır (Yaylagül, 2010: 69).

McLuhan, iletişim sürecinde kullanılan iletici araçları, hem iletici olarak hem de ilettikleri enformasyonu, toplumsal değerleri algılamamızı etkileyen unsurlar olarak yorumlamaktadır. Bu tarz araçlar, duyu organlarımızı harekete geçiren, dönemin öne çıkan iletişim biçimleriyle bu duyu organlarımızın önemlilik boyutunu etkileyen böylelikle de karakterimizin şekillenmesinde aktif rol oynayan formlardır (Oskay, 2010: 222).

Sıcak ve soğuk iletişim araçları tanımı, Marshall McLuhan'ın teknolojik determinizm yaklaşımı temelinde oluşturduğu tanımlardır. Soğuk araçlar, izleyici katılımının yüksekliğini sıcak araçlar ise izleyicinin düşük oranlı katılımını gerektirmektedir. Sıcak araçların çözünürlüğü yüksek olup algılanması daha basittir. Dolayısıyla insanlar, sıcak araçlar aracılığıyla gönderilen iletileri daha hızlı algılamaktadırlar. Araçlar arasındaki bu sınıflandırma, araçların izleyiciyle olan ilişkisi dikkate alınarak yapılmıştır (Güngör, 2011: 158).

### 4.3. Elihu Katz ve Kullanımlar Doyumlar

Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımını geliştiren psikolog Elihu Katz'a göre, medya alanındaki çalışmaların medyanın insanlara ne yaptığı sorusu üzerine odaklanmaları yerine insanların medya ile ne yaptıkları doğrultusunda gerçekleşmesi gerekmektedir. Katz'a göre insanlar, toplumsal ve psikolojik kökenli ihtiyaçlar içerisindedirler. Dolayısıyla medyadan ve diğer kaynaklardan bu ihtiyaçlarını gidermek için birtakım beklentilere girmişlerdir. Medyaya maruz kalma neticesinde bu ihtiyaçlarını gideren insanlar, medyanın etkisi olarak birtakım istenmeyen veya niyet edilmeyen sonuçlarla karşılaşma riski taşımaktadırlar (Katz ve Lazarsfeld, 1955).

1960'lı yıllarda etki araştırmaları, daha çok "mesaj"ın üzerinde yoğunlaşmıştır. İletişimin etkilerine yönelme yoğunlaşmış; yeni anlayış, "işlevsel iletişim araştırmaları" olarak nitelendirilmiştir. "Kullanımlar ve



doyumlar” adı verilen bu yaklaşımla, klasik iletişim modelinin dışında bir yaklaşım geliştirilmiştir. Burada medya içeriğini deneyimleme konusunda “izleyici” etken durumuna getirilmiştir. Aktif izleyici anlayışına göre iletişim süreci, herhangi bir konu üzerinde çalışan birey veya toplumların elindedir (Yavuz, 2005: 8).

Yapılan yeni araştırmaların hareket noktasını dinleyici, okuyucu veya izleyici kitlesi oluşturmaktadır. Bu kitlenin kim olduğu, kitle iletişim araçlarına ne taleple yaklaştığı ve bu araçlardan neler elde ettiği dolayısıyla kitle iletişim araçlarının kendi istek ve beklentilerine cevap verip vermediği araştırmaların odak noktasını oluşturmuştur. Araştırma sonuçlarına göre, insanların kitle iletişim araçlarına yönelmelerinin temelinde, birtakım gereksinimlerini karşılama dürtüsü yatmaktadır. Böylelikle de kendilerini belli bir düzeyde doyuma ulaştırıp gerginliklerini azaltmaktadırlar (Gökçe, 2005: 204).

## 5. Ana Akım Medyaya Karşı Olarak Alternatif Medya: Bağımsız İletişim Ağı “BİANET” 01. 01. 2015 Tarihli Haberler

### 5.1. Araştırmanın Konusu

Bu çalışmada, ana akım medya dışında internet ortamında gelişen “alternatif medya”nın gerçek anlamda hedef kitleye özgürlük tanıyıp tanımadığı bir internet sitesi üzerinden söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini oluşturan site, İstanbul merkezli bağımsız bir Türk basın ajansı olan Bağımsız İletişim Ağı “BİANET” olarak belirlenmiştir. Bu internet sitesinin 01. 01. 2015 tarihli haberleri ana akım ve eleştirel kuramlar çerçevesinde söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir. İnternet sitesine <http://www.bianet.org/> adresinden ulaşılmıştır.

### 5.2. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın yöntemi, haberlerin söylemine yönelik niteliksel bir analiz yöntemi olan söylem analizidir. Alternatif medyadaki ortamın ne kadar özgür bir ortam olduğuna dair verileri toplamak için 01 Ocak 2015 tarihinde Bianet’teki haberler söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir.

### 5.3. Araştırmanın Sınırları

Araştırma, sosyal medyada yer alan diğer sitelere oranla daha fazla profesyonel yazar içermesi bakımından internet sitesi olarak Bianet’le sınırlandırılmıştır. Sitedeki haberlerin hepsini aktarmak mümkün olmadığı için çalışma, 01.01.2015 tarihindeki haberlerle sınırlandırılmıştır.

### 5.4. Araştırma Bulgularının Analizi ve Değerlendirilmesi

Genel açıdan bakıldığı zaman bağımsız İletişim Ağı “BİANET”, ağırlık merkezi yerel medya olan “üretim temelinde bir dayanışma ve haberleşme ağı” oluşturma girişimidir. Sitede, çocuklara, kadınlara, eşcinsellere yönelik özel bölümler bulunmaktadır. Bu arada site, kendi alanında profesyonel yazarlarla birlikte okuyuculardan gelen haberler ve yorumları da kullanmaktadır.

Marshall McLuhan’a göre dünya; iletişim teknolojileri ve haberleşme sayesinde küresel bir köye dönüşmüştür. Diğer yandan Elihu Katz’ın Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımında ise “insanlar ihtiyaçları doğrultusunda belli tercihler göstermektedirler”. Bu anlamda çalışmanın analiz ve bulgu başlığı adı altında seçilen iki örnek haber içerikleri Marshall McLuhan ve Elihu Katz kuaramcılarının düşünceleri kriter alınarak söylem analizi yöntemiyle etik ve görsel açıdan yorumlanmıştır. Örnek iki haberin içerikleri ve değerlendirilmesi aşağıda ki gibidir:

#### 5.4.1. Haber ve Yorum 1:

İlk haber, “2014’te 32 Ülkede 138 Gazeteci Öldürüldü” başlığıyla İstanbul BİA Haber Merkezi’ne aittir. *Press Emblem Campaign’in (PEC) verilerine göre 2014 yılında 32 ülkede 138 gazeteci mesleki faaliyetlerinden ötürü öldürüldü. Listede Türkiye’de yer aldı.*

*PEC’in verilerine göre;*

*\* Suriye’de 19, Gaza’da 16, Pakistan’da 12, Irak’ta 10, Ukrayna’da 9, Meksika’da 8, Afganistan’da 7, Honduras’ta 6, Somali ve Brezilya’da beşer, Orta Afrika Cumhuriyeti’nde 4, Kamboçya, Gine, Paraguay ve Filipinler’de üçer, Bangladeş, Kolombiya, Hindistan, Libya, Peru, Türkiye, Demokratik Kongo Cumhuriyeti’nde ve Yemen’de ikişer, Burma, Dominik Cumhuriyeti, Mısır, Lübnan, Nijerya, Panama, Rusya, Salvador ve Suudi Arabistan’da birer gazeteci öldürüldü.*

*\* 2014, 2012’den sonra en çok ölümün yaşandığı yıl oldu.*

*\* Son dokuz yılda öldürülen gazeteci sayısı 1000’i aştı, 1048 oldu.*

*\* Ortalama olarak her yıl 124, her hafta 2,4 gazeteci öldürüldü.*





\* Son beş yıla bakıldığında en çok gazetecinin öldürüldüğü ülkeler Suriye (75), Pakistan (63), Meksika (50), Irak (44), Somali (39), Brezilya (32), Honduras (31), Filipinler (29), Hindistan (21) ve Filistin'de 21 gazeteci öldürüldü." şeklinde devam eden haberde öne çıkan durum gazetecilerin öldürülmesi gerçeğidir.

Bu haberi, söylem analizi yöntemiyle etik açıdan ele aldığımızda Marshall McLuhan'ın düşünceleri bizlere kaynaklık yapacaktır. Bu anlamda burada sorgulanması gereken ilk şey basın özgürlüğüdür. Kitle iletişim araçları, teknolojik anlamda ne kadar özgür olurlarsa olsunlar bir şekilde egemen söylemin diktesi altındadırlar. Bu baskı, insanların yaşamına kadar gidebilmektedir. Bu durum, açıklamaya çalıştığımız kuramcılardan bir ana akım yaklaşımcı olarak nitelendirilen Marshall McLuhan'ın yaklaşımlarıyla örtüşmeyen bir durumdur.

Marshall McLuhan'a göre, dünya, iletişim teknolojileri, haberleşme sayesinde küresel bir köye dönüşmüş; herkes her şeyden haberdar olmaya başlamıştır. Şurası bir gerçek ki, burada yer alan gazetecilerin bilgisinin bize ulaşması elbette Marshall McLuhan'ı haklı çıkarmakta; fakat bu durum, böyle bir kabulü geçerli kılmak adına tek başına yeterli değildir. Buradaki enformasyonun yani gazetecilerin vermek istediği haberin bilgisinin bizlere ulaşmaması, McLuhan'ın yaklaşımını geçersiz kılmaktadır.

"Dünya, iletişim teknolojileri sayesinde birbirine bağlandıysa ve herkes her şeyden haberdar olabiliyorsa neden insanlar hala vermek istedikleri haberlerden dolayı öldürülmekte ve bu ölümlere sebep olan enformasyonlar, hedef kitle tarafından bilinmemekte dir?" İşte bu sorunun cevapsızlığı, McLuhan'ın yaklaşımının geçersizliğinin bir kanıtıdır. Bununla birlikte de iletişim teknolojilerinin sağladığı ortamın ne kadar özgür olduğunun bir gerçeğidir.

#### 5.4.2. Haber ve Yorum 2:

İkinci haber, "Çocuklar 2014'te Yine Haklarından Mahrum Kaldı" başlıklı haber, Yüce Yöney isimli Bianet yazarına aittir. "2014'te Türkiye'de çocuk hakları açısından çok az sayıda olumlu gelişme yaşandı. Yaşam hakkından sağlık hakkına, eğitim hakkından oyun hakkına birçok alanda 2014 geçen yıllardan daha kötüydü.

Türkiye 2014'te de Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi'ni imzalarken çocukların eğitim, ifade özgürlüğü, kendi kültürünü yaşatma ve kendi dilini kullanma haklarını içeren 17, 29, ve 30 maddelerine koyduğu çekinceyi kaldırmadı. Ocak ayında insan hakları alanında çalışan sivil toplum örgütleri çocuk tutukluluğuna son verilmesi, çocuk cezaevlerinin kapatılması ve mevcut cezaevlerinin sivil denetime açılması talebiyle birlikte çalışma kararı aldı." şeklinde devam eden haber, daha çok çocuklarla ilgili olduğu için algıda seçicilik bakımından her kesimin dikkatini çekmeme olasılığını göz önünde bulundurarak bu haberi Katz'ın Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımıyla açıklamak gerekmektedir.

Katz'a göre, insanlar ihtiyaçları doğrultusunda belli tercihler göstermektedirler. Bu haberin çocuk odaklı olması, site ziyaretçilerini diğer haberlere yönlendirebilecek bir unsur olduğu gibi çocuk sahibi bireyleri, öğretmenleri, çocukları da çekebilecek bir unsurdur. Dolayısıyla buradaki seçicilik, Katz'ın kuramını doğrular nitelikte bir durum teşkil etmektedir.

#### Sonuç ve Değerlendirme

İnsanlıkla birlikte başlayan iletişim olgusu, günümüz teknolojiyle çok büyük hız kazanmış; toplumlar içerisinde ciddi ölçüde belirleyici bir konuma gelmiştir. Bir iletişim teknolojisi olarak internet, toplum içinde belirleyiciliğe sahip bir medya organıdır. Klasik medyanın tahtını sallayan yeni medya diye tarif edilen medya aslında internet tabanlı medyadır. Burada dikkat edilen nokta, internetin sağladığı imkanlar sayesinde yeni medyanın kitleler üzerinde etki gücünün her anlamda kayda değer bir noktaya taşınmış olmasıdır. İnternet tabanlı yeni medyanın iletişimde insanları ileriye taşıdığı bir gerçektir. İnsanların haber alma ihtiyacını da karşılayan yeni medya, aslında özgür medya oluşturmakla birlikte üretilen içeriklerin amaçlananların dışında da kullanılabilmesi sorunsalını oluşturmaktadır. Bu sorunsalın temel sebebi üretilenlerin etik açıdan istenilen seviyeye ulaştırılmamasıdır.

Çalışmada internet sitesi olarak Bianet sitesi seçilmiştir. Bianet'in analizi yapıldığında hem ana akım hem de eleştirel akımlara örnek söylem görmek mümkündür.

Sonuç olarak, Bianet adlı sosyal medya sitesi, çalışmanın temel amacı olan iletişim teknolojilerinin ne kadar özgür olduğu sorusuna yanıt vermesi bakımından bir örnek teşkil etmektedir.

#### KAYNAKÇA

- AKSOY, Asu ve BATMAZ, Veysel (1995). "Türkiye'de Televizyon ve Aile", Başbakanlık Aile Kurumu, Ankara: Araştırma Yayınları.  
ALEMDAR, Korkmaz ve ERDOĞAN, İrfan (2009). *Popüler Kültür ve İletişim*, Ankara: Erk Yayınları.  
ALEMDAR, Korkmaz ve ERDOĞAN, İrfan (2010). *Öteki Kuram*, Ankara: Erk Yayınları.



- ARIK, Bilal (2004). "Medya ve Kültür Çalışmaları Kapsamında Kültürel Çalışmalar Ekolüne Bir Bakış", Medyada Yeni Yaklaşımlar, Konya: Eğitim Yayınları.
- AYDIN, Oya Ş. (2007). "Alımlama Araştırmaları ve Kültürel Çalışmalar Geleneğinin Katkısı", İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi.
- BAGÇE, Emre (2006). *Frankfurt Okulu*, Ankara: Doğu-Batı Yayınları.
- FİSKE, John (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*, Çev. Süleyman İrvan, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- FİSKE, John (1999). *Popüler Kültürü Anlamak*, Çev. Süleyman İrvan, Ankara: Ark Yayınları.
- GÖKÇE, Orhan (2005). *İletişim Bilimine Giriş-İnsanlar Arası İlişkilerin Sosyolojik Bir Analizi*, Ankara: Turhan Yayınları.
- GÜNGÖR, Nazife (2011). *İletişim, Kuramlar, Yaklaşımlar*, Ankara: Siyasal Yayınları.
- HORKHEİMER, Max (1931). *Toplum Felsefesinin Günümüzdeki Durumu ve Bir Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü'nün Görevleri*, Çev. Ahmet Özden, Frankfurt.
- LUHMANN, Niklas (2006), *Kadife Karanlık 2 Ayna Şövalyeleri 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar*, Çev. Ünsal Çığ, İstanbul: Su Yayınları.
- LULL, James (2001). *Medya, İletişim, Kültür*, Çev. Nazife Güngör, Ankara: Vadi Yayınları.
- MAGEE, Bryan (2008). "Marcuse ve Frankfurt Okulu", *Yeni Düşün Adamları*, Çev. Ünsal Oskay, İstanbul: M. E. B. Yayınları.
- MARCUSE, Harbert (2008). *Tek Boyutlu İnsan*, Çev. Aziz Yardımlı, İstanbul: İdea Yayınları.
- OSKAY, Ünsal (2010). *19. Yüzyıldan Günümüze Kuramsal Bir Yaklaşım Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*, İstanbul: Der Yayınları.
- ÖZKÖK, Ertuğrul (1985). *Kitlelerin Çözülüşü*, Ankara: Tan Yayınları.
- TEKİNALP, Şermin ve UZUN, Ruhdan (2013). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*, İstanbul, Derin Yayınları.
- SLATER, Phil (1998). *Frankfurt Okulu*, Çev. Ahmet Özden, İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- YAVUZ, Şahinde (2005). *Medya ve İzleyici-Bitmeyen Tartışma*, Ankara, Vadi Yayınları.
- YAYLAGÜL, Levent (2010). *Kitle İletişim Kuramları*, Ankara: Dipnot Yayınları.