

BÖLÜM 2

BİR ÖRGÜTLENME ORTAMI OLARAK SOSYAL MEDYA: AHBAP PLATFORMU ÖRNEĞİ¹

Şükriye EREN ÇETİN²

Ahmet AYHAN³

SOSYAL MEDYA VE ÖRGÜTLENME

İletişim teknolojilerinde ortaya çıkan her yenilik, toplumsal bir değişimi de beraberinde getirir. Toplumsal değişim, toplumsal yapının ve kültürel kalıpların zaman içinde önemli ölçüde değişmesi anlamına gelir (Harper & Leitch, 2016, s. 5) Mc Luhan'ın “mesaj aracın kendisidir” (McLuhan, 1965, s. 7-22) vurgusu da iletişim araçlarının iletişim sürecindeki önemine odaklanır. Ona göre iletinin kendisinden çok kullanılan araç belirleyicidir. Mc Luhan ile benzer bir şekilde Postman da “kültür, her iletişim aracıyla yeniden yaratılmaktadır” (Postman, 1994, s. 18) ifadesiyle iletişim araçlarının kültür üzerindeki etkisi üzerinde durmaktadır. Bu nedenledir ki iletişim sürecinde kullanılan araçların niteliği kültürel pratiklerinin ortaya konulmasında büyük bir önem teşkil eder.

Yeni iletişim teknolojilerinin ve özellikle internetin geldiği nokta, toplumsal yaşamda da tahmin edilmesi güç değişikliklere sebep olmaktadır. Bu görüşü tıpkı McLuhan'ın bireylerin, iletişimin içeriğinden çok, iletişim sürecinde kullanılan ortamlarla şekillendiğini düşüncesine dayanır (McLuhan, Yaradığımız Medya, 2005, s. 8). Özellikle son dönemde engel olunamaz şekilde gelişen internet, hayatın her alanında karşımıza çıkan ve herhangi bir sebeple herkesin kullanabileceği bir iletişim aracı haline gelmiştir. Öyle ki internet üzerinden, devlete ait dokümanlara, bilimsel verilere, eğlence amaçlı hazırlanmış listelere, iş ilanlarına, kişisel ilanlara ve veri tabanlarında yer alan her türlü bilgiye ulaşmak ve bu bilgileri sınırsız olarak kullanmak mümkün olabilmektedir (Hoffman, 1996, s. 7). Önceleri gündelik yaşamda yüz yüze yapılan birçok şey internet ile dijital ortama taşınmıştır. En başlarda “sanal” nitelendirilmesiyle, gündelik yaşama karşılık gelmeyen, gerçek dışı bir ortam olarak yansıtılan internet, öncelikle geleneksel

¹ Bu makale Prof. Dr. Ahmet Ayhan danışmanlığında Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı Doktora Programı'nda hazırlanan “Katılımcı Kültür Olgusu Bağlamında Sosyal Medya ve Çevrimiçi Topluluklar: Netnografik Bir Analiz” başlıklı tezden üretilmiştir.

² Dr., Akdeniz Üniversitesi, sukriyeerencetin@gmail.com

³ Prof. Dr., Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi, ahmetayhan@akdeniz.edu.tr

Araştırma sonuçlarına göre sosyal medya platformları topluluk tarafından hem toplumun geneli ile iletişime geçmek hem amaçları doğrultusunda eyleme geçmek hem haberleşmek hem de her türlü eylem hakkında toplumu bilgilendirmek için kullanılabilmektedir.

Sonuç olarak bu çalışma, sosyal medya platformlarının bir örgütlenme ortamı ve bir iletişim aracı olarak nasıl kullanıldığını ortaya koymak adına atılmış bir adımı temsil eder. Çevrimiçi topluluklar ekseninde sosyal medyada örgütlenme konusu, çevrimiçi kültürü anlama noktasında oldukça değerli bir araştırma alanı olarak göze çarpar. Bu bağlamda daha fazla çevrimiçi topluluğun araştırmaya konu edilmesi kullanıma dair farklılıkların açığa çıkarılması konusunda önemli veriler ortaya koyacaktır.

KAYNAKÇA

- Abercrombie, N., & Longhursts, B. (2007). *Dictionary of media studies*. London: Penguin Books.
- Ahbap Nedir? (tarih yok). Aralık 1, 2018 tarihinde Ahbap: <https://ahbap.org/ahbap-nedir> adresinden alındı
- Ahbap Organizasyonu. (tarih yok). Aralık 3, 2018 tarihinde <https://ahbap.org/ahbap-organizasyonu> adresinden alındı
- Ahbap Platformu Değerleri. (tarih yok). Aralık 7, 2018 tarihinde Ahbap: <https://ahbap.org/ahbap-degerleri> adresinden alındı
- Ahbap.org. (tarih yok). Aralık 7, 2018 tarihinde ahbap.org: <https://ahbap.org/> adresinden alındı
- Baba, Y. (2017, Mayıs 4). Kasım 15, 2018 tarihinde Samsun Haber: <https://www.samsunhaber.com/ozel-haber/samsunlu-ahbaplar-bir-araya-gelecek-h18004.html> adresinden alındı
- Binark, M., & Löker, K. (2011). *Sivil toplum örgütleri için bilişim rehberi*. Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: definition, history and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communications*, 13(1), 210-230.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür: ağ toplumunun yükselişi* (Cilt 1). (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Digital 2020 - Global digital overview. (tarih yok). Ocak 9, 2021 tarihinde <https://wearesocial.com/digital-2020> adresinden alındı
- Ekşisözlük. (2018, Mayıs 24). Ekşi Sözlük Haluk Levent Soruları Yanıtıyor. Kasım 9, 2018 tarihinde <https://eksisozluk.com/merhaba-ben-haluk-levent-sorularinizi-yanitliyorum--5663754> adresinden alındı
- Harper, C. L., & Leitch, K. T. (2016). *Exploring social change: America and the world*. New York: Routledge.
- Hoffman, P. E. (1996). *The Internet instant reference*. San Francisco: Sybex Inc.
- İşık, M. (2006). *Terör söylemlerinin söylem stratejileri ve eylemlerini meşrulaştırma yöntemleri*. Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Kellner, D. (1998). Intellectuals, the new public spheres and politics. C. Toulouse, & T. W. Luke (Dü) içinde, *The Politics of Cyberspace* (s. 167-186). New York: Routledge.
- Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61-72.
- Kozinets, R. V. (2006). Click to connect: netnography and tribal advertising. *Journal of Advertising Research*, 46(3), 279-288.
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined*. London: Sage Publications.

- McLuhan, M. (1965). *Understanding media: The extensions of man*. New York/ London: McGraw-Hill Paperback.
- McLuhan, M. (2005). *Yaradığımız medya*. İstanbul: Merkez Kitapçılık Yayıncılık.
- Peltekoğlu, F. B. (2012). Sosyal medya sosyal değişim. T. Kara, & E. Özgen (Dü) içinde, *Sosyal medya/akademi* (s. 3-8). İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Postman, N. (1994). *Televizyon: Öldüren eğlence*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ramoğlu, E. (2018, Eylül 24). Aralık 1, 2018 tarihinde Sabah Gazetesi: <https://www.sabah.com.tr/yazarlar/bolgeler/ramoglu/2018/09/24/yeni-bir-gezinin-isaret-fiseği> adresinden alındı
- Rheingold, H. (2000). *The virtual community: Homesteading on the Electronic Frontier*. London: MIT Press.
- Rogers, R. (2018). Digital methods for cross platform analysis. J. Burges, A. Marwick, & T. Poell (Dü) içinde, *The Sage handbook of social media* (s. 91-110). London: Sage Publications.
- Stevenson, N. (2015). *Medya kültürleri sosyal teori ve kitle iletişimi*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Talimciler, A. (2013). Sosyal medya aracılığıyla değişen futbolun yeni dünyası. M. D. Ayral (Dü.) içinde, *Yeni Medya Üzerine...* (s. 15-34). Konya: Literatürk.
- TDK. (tarih yok). Aralık 10, 2018 tarihinde Türk Dil Kurumu Güncel Sözlüğü: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5cd9cae2126e60.06779846 adresinden alındı
- TDK. (tarih yok). *TDK-ideoloji nedir?* Mart 10, 2019 tarihinde Türk Dil Kurumu Güncel Sözlüğü: www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5cd9cae57f0385.26746876 adresinden alındı
- Uzelac, A. (2008). How to understand digital culture: Digital culture - a resource for a knowledge society? A. Uzelac, & B. Cvjeticanin (Dü.) içinde, *Digital Culture - The Changing Dynamics* (s. 7-24). Zagreb: Institute for International Relations.
- Weiner, R. G. (1996). The Internet culture: Transitions and problems. Aralık 20, 2020 tarihinde <https://eric.ed.gov/?id=ED401898> adresinden alındı
- Williams, R. (1983). *A vocabulary of culture and society*. New York: Oxford University Press.