

future as a nonprofit and profitable company. Chapter five is about role of social media in our society, how it is using as a campaign tools of general people and how people enjoying these platforms as an easy way of communication from which people are being benefited also.

In chapter six I discussed the presence of social media as an essential companion of men's daily life which can't be ignorable. Social Media's use for education, using social media as a tools of storytelling, expressing sympathy to others. Its importance as a tools of business, getting publicity and how social media is getting popularity as a place of express of freedom to general people. In chapter seven I discussed why people feel comfort in social media than mainstream media, which has a nexus with chapter six. In chapter eight I showed the use of social media as a source of mainstream media and I discussed the danger of use of it as a news source with example. In chapter nine and ten I discussed social media's impact on human social life and the weakness of social media shortly. In conclusion tried to give a view and clear perception about this paper discussion, where have an accountability of mine also.

Keywords: Application of Social Media, Phenomenon of Present Time, Role in Human and Social Life, Influence and Effect.

SOSYAL MEDYA AÇISINDAN YENİ MEDYANIN OTOPSİSİ

ÖZET

Günümüzde, bir ülkenin hükümeti, ana muhalefet partisi, dini liderler, toplumsal organizasyon, sivil toplum kuruluşları vs. kampanyalarını giderek popülerlik kazanan ve halka en düşük giderle veya çoğu zaman olduğu gibi hiçbir para harcamadan kolaylıkla ulaşabilecekleri sosyal medya üzerinden kampanya yürütmektedirler. Bu yeni fenomen etkili bir tanıtım platformu olarak, ünlüler, politikacılar, yazarlar ve diğerleri tarafından, günlük aktiviteleri, planları ve hayalleri hakkında güncellemelerde bulunmak için aktif olarak kullanılmaktadır. Şu anda izleyicilerin büyük bir bölümü de yeni medyanın güçlü bir kanadı sıfatıyla birer kitle iletişim aracı olarak tanınan söz konusu sitelerde aktiftir.

Günümüzde halen sosyal medya, bazı insanların, özellikle gençlerin günlük işlerini yerine getirdikten sonra birbirleriyle iletişim kurdukları, güncel bilgiler paylaştıkları bir dedikodu ya da biraraya gelme platformu olarak kullanılmaktadır. Sosyal medyanın insanların gündelik hayatında bir çok etkisi ve işlevi vardır, sosyal medyadafarklı konular üzerine aktif olan çeşitli grupların varlığını görürüz ve bu grupların ve konuların bazıları gerçek hayatta da dikkat çekmektedir. Sosyal medyanın, sigaranın ve uyuşturucunun zararları, insan hakları bağlamında bilinçlilik yaratma, temel eğitim, temel kadın hakları gibi çok çeşitli konulara dair insanlarda farkındalık yaratmak gibi önemli bir rolü vardır.

Sosyal medyanın iş aracı olarak da kullanıldığını görürüz. Kurumsal şirketler tanıtımları amacıyla çeşitli sosyal medya sayfalarını kullanmaktadırlar. Günümüzde 'işin' yalnızca çevrimiçi temelli olduğu çok sayıda e-ticaret şirketi vardır. Ürünlerini satmak için sosyal medyaya bağlı olan çok sayıda küçük iş adamı vardır. Sosyal medya ve ağılardan (Facebook, Whatsapp, Viber vs.) sipariş alan küçük şirketler vardır.

Son olarak sosyal medyanın, alternatif medya ya da sıradan insanların ve geleneksel medyanın bir haber kaynağı olarak kullanıldığını görürüz. Basılı medya olan ana akım medyadan farklı olarak, sosyal medyada insanlar çok çeşitli konular üzerine yazmaktadırlar. Kimi zaman basılmış veya yayınlanmış haberleri reddederek, gerçeği orataya çıkartırlar. Sosyal medyayı tanıtım aracı olarak kullanan, çeşitli politik organizasyonların çok sayıda Facebook sayfası ve grubu bulunmaktadır. Yalnızca Facebook tabanlı olan ve bir web sitesi ya da ofisi olmayan çok sayıda çevrimiçi haber portalı vardır. Böylelikle görmekteyiz ki sosyal medya çeşitli nedenlerle popülerlik kazanmaktadır, en temel nedenlerden biri de 'haber kaynağı' olma ve aynı zamanda kültür üzerinde rol oynama durumudur. Bireylerin, sanal dünyanın birer "Netizen"i

(İnternet dünyasının vatandaşları) olarak meşguliyetleri olduğundan, yaşam stilleri de sosyal medya ile değişmektedir.

Bununla beraber bu kalitatif örnek olay çalışmasında, giderek daha görünür hale gelen ve günlük hayatımızda derinlikli tartışmaların sürdüğü, günümüzün yeni medyasının gerçekliği üzerine içerik analizi yapılmıştır. Çalışma toplamda on bölüme ve kısa tanımlamaların olduğu bazı alt bölümlere ayrılmıştır.

İlk bölümde medya, ardından yeni medya ve sosyal medya tanımlanmış ve kısaca sosyal medya açısından yeni medya tartışılmıştır. Sonunda da sosyal medya ile geleneksel medya arasındaki fark ortaya koyulmaya çalışılmıştır. İkinci bölümde ise sosyal medyanın geçmişine dair bir çerçeve çizilerek ilk olarak ne zaman, nasıl ve nereden başladığı, ve o dönemdeki amacı ortaya konulmuştur. Bu noktada bahsedilen dönem, sosyal medya tarihinde önemli bir dönemdir; Facebook ve Twitter gibi günümüz fenomenlerinin doğumu ve 2010 sonrası sosyal medyanın insan hayatında devasa bir çeşitlilik sektörü haline geldiği dönemler tartışılmıştır. Üçüncü bölümde sosyal medyanın günümüzdeki durumu ve nasıl insanlar açısından popüler bir platform olarak nitelendirildiği üzerinde durulmuştur. Dördüncü bölümde, sosyal medyanın geleceği tartışılırken, yayılabilir medya olarak tanımlanmıştır. Söz konusu geleceğin hem kar amacı gütmeyen ve hem kar elde edilebilen bir kuruluş olarak parlak bir gelecek olduğu ortaya konmuştur. Bölüm beş sosyal medyanın toplumumuz üzerindeki rolüne ilişkindir, sosyal medyanın sıradan insanların kampanya aracı olarak nasıl kullanıldığı ve insanların bu platformlardan nasıl hem kolay iletişim yolu olarak zevk aldığı hem de sosyal medyada insanlardan nasıl faydalandığı ortaya konulmuştur.

Altıncı bölümde sosyal medyanın insanların günlük hayatlarında, hayati bir yoldaş olarak göz ardı edilemez varlığı tartışılmıştır. Sosyal medyanın eğitimdeki kullanımı, hikaye anlatım aracı olarak sosyal medyanın kullanımı, diğerlerine sempati gösterme yolu olarak kullanılması anlatılmıştır. İş aracı olarak önemi, tanınırlık kazandırması ve sıradan insanların özgürlüklerini ifade ettiği bir ortam olarak nasıl popülerlik kazandığı ortaya konulmuştur. Yedinci bölümde, altıncı bölümle bağlantılı olarak insanların ana akım medyadan öte, sosyal medyada kendilerini nasıl rahat hissettiği tartışılmıştır. Sekizinci bölümde, sosyal medyanın, ana akım medyanın bir kaynağı olarak kullanımı gösterilmiş ve örneklerle bir haber kaynağı olarak kullanımının tehlikeleri tartışılmıştır. Dokuzuncu ve onuncu bölümlerde sosyal medyanın, insanların sosyal hayatına olan etkisi ve sosyal medyanın zayıflıkları kısaca tartışılmıştır. Sonuçta, çalışmanın tartışmasına dair bir çerçeve oluşturulmaya ve net bir perspektif çizilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya Uygulaması, Şimdiki Zaman Fenomeni, İnsan ve Sosyal Hayatta Rol, Tesir ve Etki, Bir Alternatif Haber Kaynağı Olarak İnsanların Seçimi, İfade Özgürlüğü, Geleneksel Medya İçin Kaynak Olarak Kullanımı

INTRODUCTION

Social media is a name of revolution. Everything is coming close for social media, where general people are getting access of many thing only for this. Today we are living in a new era, which known as the 'knowledge era', in parts of the world there is plenty of food and you can learn and share new recipes with one click online. You can order your food online and get it delivered directly to your house. What part does social media play when new products and services are developed? What will historians say about the social media revolution? I believe that we will refer to this current era as the social and mobile era also.

Social media is became an undeniable part of human life, which is considering as a basis of human necessity now a days. Now people spending more time in social media instead of using conventional media. The general concept of this study is social media's use in various purpose and influence and need in human life. Popularity of Social media as a tools of interaction, as a tools of business or as a tools of express opinion.

About selected topic: who is the giant of media in modern world! No need to go far away to get this question's answer, where social media is became a part of our life already. All over the world social media is the talk of the topic, some Universities already started course on social media like impact of social media in human mind, social media's importance, social and conventional media, though have a large number of people who have no clear concept about social media. So it has an importance to dissect the social media and role of it as a new media. In this study I am try to do this.

Method: For this study Authored follows some newspapers article, therefore he followed some website to get an idea about researcher, analytical, young scholar's outlook about social media. The author mainly follow some analyst or expert about social media who have many publications in this field. However in this study I used Qualitative analysis method, which is one of the types of research methods of social sciences. Even though it may have higher costs, conducting such an analysis enables us to better understand a speech, a discourse from a social point of view, because an ordinary quantitative analysis would be focused more on numbers. Of course, quantitative data has its own advantages, but when we talk about content a proper method is speech/discourse analysis included in the qualitative methods. This offers us the change of developing a larger sense of the message transmitted by a source. However here our main aim is to get a details perception about social media, use of it as an alternative news source by people which is mentioned above.

Limitation: this study has some limitations. The main lacking of this research is that author could not able to contact with people, especially with young people to know their view or position about social media. So in this study have a reflection of some expert about this issue and author's himself only.

1. NEW MEDIA

It is new form of media, which is considering as a competitor of mainstream media, thought the way and purpose of twice is almost different. Media is a matter of huge investment, accountability, as well as business, while social media is still now using to pass time mostly. We need to discuss about media first to understand social media. Media means "The distinct forms and genres of news, road movies, soap operas which took the material forms of newspapers, paperback books, films, tapes, and discs." (Thompson, 1971: 23-24).

Media is plural form of Medium, a means by which something is communicated or expressed. It is an agency or means of doing something. According to the Oxford dictionary, "The main means of mass communication (especially Television, Radio, Newspapers, and the Internet) regarded collectively." (Definition, Oxford online version). Media could be personal or public or shared and under corporation. For example, I can be used as a medium of a new couple. They can make a communication via mine. Here I am a Media for them only, not for all. It is an opinion by me. But the normal sense of Media is a plural form of medium. "For some sixty years the word media, the plural of medium, has been used as a singular collective term, as in the media." (Williams, 1976: 169). We got a concept about media above discussion, from where we can try to find the new media definition. So what is the new media! The common sense about new media is that it means a Mass communication, which is using modern technologies via internet or new media means everything, which based on internet. The common tools of new media are online news portal, news agency, blog, video game, include various website, and Social Media.

1.1. Definition

"The popular understanding of new media identifies it with the use of a computer for distribution and exhibition rather than production. Accordingly, texts distributed on a computer (Web sites and electronic books) are considered to be new media, whereas texts distributed on paper are not. Similarly, photographs that are put on a CD-ROM and require a computer to be viewed are considered new media; the same photographs printed in a book are not." (Hassan & Thomas, 2006: 06)