

## MEDYA'NIN MANEVİ DEĞERLER ÜZERİNDE ETKİLERİ

Media'nın Mənəvi Dəyərlərə Təsiri

The Effects Of The Media On Spiritual Values

Воздействие Средств Массовой Информации На Духовные Ценности

Dr. ELNUR SARDAROV ZAUR

elnur.sardarov@mail.com <https://atribut.info.az/> <https://siaib.az> +994518666068

### ÖZET

Çalışmada Türk toplumunun önemli kilit taşlarından olup, manevi değerler üzerinde etkili faktörler olan medya ele almaktadır. Medyanın manevi değerler üzerindeki etkilerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Makalede medyanın manevi değerlerin oluşmasında önemli faktör olduğu ve daha etkili olduğu şeklinde bir saptamanın zor olduğunu göstermiştir.

Çalışmamızın birinci bölümünde manevi değer, dini temelli manevi değerler ve toplumsal temelli manevi değerler ele alınmış, ikinci bölümde medya, medyanın işlevleri, sosyal medya, medyanın kullanım alanları, yaygınlığı ve etkililiği irdelenerek üçüncü bölümde medya ve manevi değerler arasında etkileşimler yorumlanmış sonuç olarak da medyanın manevi değerler üzerinde etkileri tespit edilmiştir.

“Medya'nın Manevi Değerler Üzerinde Etkileri” makalesi, Azerbaycan Cumhuriyeti Sivil Toplum Kuruluşlarına Devlet Destekleme Ajansı'nın mali desteği ve Sosyo-Ekonomik Araştırmalar Kamu Birliği'nin girişimi ile "Milli ve manevi değerlerin korunması ve muhafazası" projesi kapsamında hazırlanmıştır.

**Anahtar Sözcükler:** Manevi Değer, Dini Değer, Medya, Sosyal Medya

### XÜLASƏ

Araşdırmada türk cəmiyyətinin mühüm təməl daşlarından biri olan və mənəvi dəyərlər üzərində təsirli faktorlardan biri olan mediadan bəhs edilir. Medianın mənəvi dəyərlərə təsirini müəyyən etmək məqsədi daşıyır. Məqalədə medianın mənəvi dəyərlərin formalaşmasında mühüm amil olduğunu və daha təsirli olduğunu müəyyən etməyin çətin olduğu göstərilir.

Tədqiqatımızın birinci hissəsində mənəvi dəyər, dini əsaslı mənəvi dəyərlər və sosial əsaslı mənəvi dəyərlər, ikinci hissədə media, medianın funksiyaları, sosial media, sosial medianın istifadə sahələrindən bəhs edilib. media, onun yayılması və effektivliyi araşdırılmış, üçüncü hissədə media ilə mənəvi dəyərlərin qarşılıqlı əlaqəsi şərh edilmiş, dəyərlərə təsirləri müəyyən edilmişdir.

“Media'nın Mənəvi Dəyərlərə Təsiri” adlı məqalə , Azərbaycan Respublikasının Qeyri-Hökumət Təşkilatlarına Dövlət Dəstəyi Agentliyinin maliyyə dəstəyilə və Sosial-İqtisadi Araşdırmalar İctimai Birliyin təşəbbüsü ilə " Milli- mənəvi dəyərlərin qorunması və yaşadılması " adlı layihə çərçivəsində hazırlanmışdır.

**Açar sözlər:** Mənəvi Dəyər, Dini Dəyər, Media, Sosial Media

## **ABSTRACT**

In the study, the media, which is one of the important keystones of Turkish society and effective factors on moral values, is discussed. It is aimed to determine the effects of the media on moral values. In the article, it has been shown that it is difficult to determine that the media is an important factor in the formation of spiritual values and that it is more effective.

In the first part of our study, spiritual value, religious-based spiritual values and socially-based spiritual values were discussed, in the second part, the media, the functions of the media, social media, the usage areas of the media, its prevalence and effectiveness were examined, and in the third part, the interactions between the media and spiritual values were interpreted. effects on the values were determined.

"The Effects Of The Media On Spiritual Values" article was prepared with the financial support of the Agency for State Support to Non-Governmental Organizations of the Republic of Azerbaijan and the initiative of the Socio-Economic Research Public Union within the project "Protection and preservation of national and spiritual values".

**Key Words:** Spiritual Value, Religious Value, Media, Social Media

## **РЕЗЮМЕ**

В исследовании обсуждаются средства массовой информации, которые являются одним из важных краеугольных камней турецкого общества и эффективным фактором моральных ценностей. Он направлен на определение влияния средств массовой информации на моральные ценности. В статье показано, что сложно определить, что средств массовой информации являются важным фактором формирования духовных ценностей и что они более эффективны.

В первой части нашего исследования обсуждались духовные ценности, религиозные духовные ценности и социально обусловленные духовные ценности, во второй части - средства массовой информации, функции медиа, социальные медиа, области использования были рассмотрены средства массовой информации, их распространенность и эффективность, а в третьей части интерпретированы взаимодействия между средствами массовой информации и духовными ценностями, определены воздействия на ценности.

Данная статья «Воздействие Средств Массовой Информации На Духовные Ценности» подготовлена при финансовой поддержке Агентства государственной поддержки неправительственных организаций Азербайджанской Республики и по инициативе Общественного союза социально-экономических исследований в рамках проекта «Защита и сохранение национальных и нравственных ценностей».

**Ключевые слова:** духовная ценность, религиозная ценность, медиа, социальные медиа.

## GİRİŞ

Manevi değer için; büyük bir sosyal grubun mensupları arasında gizli bir anlaşma varmışçasına kabul gören, yadırganmayan ve bireylerden uymaları beklenen etik-ahlaki yönü ağır basan kurallar, davranışlar; saygı gösterilmesi, uyulması, uygulanması beklenen ritüeller diyebiliriz. Burada dikkat çekici olan nokta manevi değer; toplumun büyük bir kesimi tarafından kabul görmüş değerlerin bireyde anlam bulma ve bu anlamın ifade ediliş şeklidir. Çalışmamızda toplumda önemli yer edinen değerlerin bireyde öznel olarak taşıdığı ifade irdelenmiştir. Bireyin karakteri üzerinde de etkili olan bu üç önemli unsurun manevi değerler üzerinde etkisine geçmeden önce elbette ki bu kavramlar tek tek ele alınıp manevi değer çerçevesinde değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucunda hangisinin daha etkili olduğu gibi bir çıkarımdan ziyade etki alanının ve ağırlığının bireyden bireye, toplumdan topluma ve zamandan zaman değiştiğini kabul edilen bu kavramların günümüz nesli üzerinde manevi değer algısı noktasında yeri ve önemidir.

Çalışmanın amacı; son dönemde üstünde çok daha fazla durulan ve toplumsal bütünleşme üzerinde en büyük etkiye sahip olan manevi değer kavramını; çağımızı çepeçevre kuşatmış olan medya, toplumumuzun kilit taşı olan aile ve sistemimizin bir gerçeği olarak dayatılan okul üçgenine biraz daha inerek bu öğelerle olan çift yönlü etkiyi irdelemektir.

Medya ve sosyal medya her ne kadar manevi değerlerin oluşturulmasında ve aktarılmasında karşıt rol oynuyor gibi sunulsa da yapılan yeni düzenlemelerle bunun önüne geçilmeye çalışılmaktadır. Ayrıca etkin bir şekilde kullanılırsa değerlerin elde edilmesi ve yaşatılmasında olumlu yönde rol oynayabilecek durumdadır.

Bu araştırma kaynak tarama ve gözlem yöntemleriyle hazırlanmıştır. Özellikle son dönemde sıkça adından söz ettiren bu kavramlar üzerinde etkili bir kaynak tarama çalışması yapılmıştır. İlgili kavramlar farklı açılardan ele alınmış, farklı kaynaklardan incelenerek bütünüyle açıklanmaya ve yorumlanmaya çalışılmıştır. Yapılan incelemelerde kavramların zaman zaman farklı anlamlar ifade ettiği görülmüş ve bu anlamlara da bütünüyle yer verilmiştir.

Bir diğer yöntem olarak gözlem tercih edilmiştir. Ancak burada şahsi gözlemlerin yanında tek tek değinilmese de farklı sosyal statü ve meslek gruplarında bulunan bireylerin de gözlem ve değerlendirmelerinden yararlanılmaya çalışılmıştır. Ulaşılan bilgiler sonuç bölümünde anlamsal olarak nitelendirilip toparlanarak genel değerlendirmeler ulaşılmaya çalışılmıştır.

### 1. MANEVİ DEĞER

İnsanlar tarafından; kendilerinin istenen sembolik yönlerini anlatan bir tanım olan değer; arzu edilen ve muhtaç olunan şeye karşı beslenen amaçtır. Değerlerin en önemli özelliği; insanın aklını iyi yönde, güzel şeyler doğrultusunda düşünmesini gerçekleştirmektir. Bu bağlamda değer, “insanların davranışlarına nasıl ölçü getiriyorsa aynı şekilde sınır da getirir.”(Bolay 1998, s. 32) Birey; iyi bir insan olması için yapması gereken ve uzak durması gereken şeyleri değer yargıları etrafında şekillendirir ve ona göre hareket eder. Değer; insanın davranışına rehberlik eden ilke ve inançlar, fiillerin iyi ya da kötü olarak yargılanmasına yarayan standartlardır. Değerler; toplum ve kültüre önem katan kavramlardır. “Değerler kavram olarak

bilinmekle birlikte, coşkulu şekilde yaşatılır, paylaşılması sağlanır, önemsenir ve toplumsal kurallarmış gibi kullanılırlar. Değerler sistemi insanın terübelerini ayna gibi yansıtır ve insan yaşantısı üzerinde direkt şekilde etkilerde bulunabilir. Değerler sistemi fertlerden nelerin istenmekte olduğunu, fertlere nelerin yasaklanmış olduğunu; ve nelerin yada hangi davranışların ödüllendirilip yada cezalandırılacağını belirler.”(Yazar2011, s. 62) Değer kavramı, zihnimizde mevcut durumda var olan varlık hakkında ki kıymet hükmüdür. Belirtilmekte olan kıymet hükümleri, anne karnından doğduktan sonra gelmezler; tam tersine çoğu kez ilerleyen zamanlarda yani sonraları kazanılmaktadırlar. Değişmez diye tabir edilen doğuştan kendimizle getirdiğimiz belirtilmekte olan kıymet hükümleriyle hiçbir alakası bulunmamaktadır. Doğumumuzdan sonra kendimizle birlikte getirmiş olduğumuz hususlar, kanı sıcak olmak veya soğuk kanlı olmak, kızgın veya sakin bir kişiliğe sahip olmak gibi tabiat dediğimiz niteliklerdir.(Güngör 1998, s. 70)

Değer; literatürümüze bu denli güçlü karşılık bulmakla beraber maddi değerler ve manevi değerler şeklinde bir sınıflandırmaya tabi tutulmaktadır. Maddi değer; “Bir şeye nesneye veya canlıya verilen başka şeylerle kıyaslanabilen ölçüttür.”(Kılıç 1992, s. 19).

Esas konumuz olan manevi değerler; “insanların öz benliğinde, yani ruhlarında var olan ve evrensel biçimdeki ruhun sunmuş olduğu ilkelemdir.”(Özdoğan 2005, s. 107) Merhamet, adaletli olmak, yardımseverlik, hoşgörü, adaletli olma saygı sevgi, sabır, vb insanın kendi içinde var olan değerlerdir. Manevi değerler; kişi veya kişilere özel olarak, kendileri açısından kıymetli ve önemli görülen değerler bütünüdür. (İşçi 2000, s. 5) Manevi değerlerin iki önemli boyutu burada karşımıza çıkmaktadır. Bu; manevi değerlerin hem kişiye hem de kişilere özel olması noktasıdır. Manevi değerler öznel ve biricik öğelerdir. Karşılık bulması kişiden kişiye değişme özelliği gösterdiği gibi tüm insanlarda doğuştan gelme, insan fitratındaki kaynaklı olma durumları vardır. Tüm insanlarda fitrattan kaynaklanan manevi değerler vardır. Ancak bunların anlam bulması ve şekillenmesi daha sonraki yaşantıların etkisiyle olmaktadır. Aile yapısı ve sosyal çevre, eğitim-öğretim anlamında okulla birlikte yaş ilerledikçe daha bir önem kazanan medya/sosyal medyanın bu anlamda çok büyük etkisi vardır. Manevi değerler; bu kurumlar etrafında şekillenip yapılaştığı gibi aynı şekilde onları etkilemek ve yön vermek şeklinde çift yönlü etkiye sahip durumdadır. (Doğantekin 2016)

Manevi değerlerle ilgili yaptığımız kaynak taramasında karşımıza iki tane yorum farkı çıkar. İlki manevi değerleri İslam dini kaynaklı görüp dini emir ve yüceltme şeklinde kutsallık atfedilen değerler şeklindedir. Bu bağlamda bakıldığında adalet; önemli bir manevi değerdir. En başta Allah’ın sıfatlarından bir tanesidir. El- adl; adalet kavramına karşılık gelmekte; adalet ve merhamet duygusuna sahip olmak, hak edene hak ettiğini vermek, her şeyi yerli yerinde ve ölçüsünce yapmak anlamlarına gelmektedir. İncamımıza göre Allah adaletin sahibidir ve asla adaletin zıddı olan zulümü yapmaz. Herkese hak ettiğini verir. Dinin asli kaynaklarından biri olan yüce kitabımız olan Kur’an-ı Kerim’de de adaletle ilgili çok fazla ayet vardır: (Doğantekin 2016)

“Adâlet (عدالة) kavramının türetildiği a-d-l (عدل) fiili, isim ve fiil formundaki farklı biçimleriyle Kur’ân’da 28 âyette geçmektedir.”(Kara 2013, s. 141) Bu da adalet kavramının Kur’an-ı Kerim’de üzerinde önemle durulan bir kavram olduğunu gösterir. Örneğin; “Ey iman

edenler! Kendiniz, ana-babanız ve en yakınlarınız aleyhine bile olsa, Allah için şahitlik yaparak adâleti ayakta tutan kimseler olunuz. (Şahitlik ettiğiniz kişiler) zengin ya da fakir de olsalar (adaletten ayrılmayın!) Zira Allah, ikisine de daha yakındır. O halde adaleti uygulama konusunda nefsinize tabi olmayın! Şayet gerçeği çarpıtır ve şahitlikten kaçarsanız, (bilin ki) Allah, yaptıklarınızdan hakkıyla haberdardır.”(Nisa Suresi, 135. Ayet) Ayeti adaletle vurgu yapmakta ve açıkça insanları uyarmaktadır. Adalet konusundaki hadislerle bakıldığında ise akla ilk Hz Muhammed’in (S.A.V) “Kızım Fatıma dahi olsa...” şeklindeki hadisi gelmektedir. Olay şöyledir:

Peygamberimiz’in (S.A.V.) kabilesi olan Kureyş Kabilesine mensup zengin bir kadın hırsızlık yapmıştır. Önde gelen bir aileden olmasından dolayı affedilmesi, ceza almaması için Hz Peygambere gidip ricada bulunmak üzere Üsâme Bin Zeyd aracı kılınmıştır. Ancak bu duruma oldukça hiddetlenen Hz Peygamber “ Ey İnsanlar sizden önceki milletlerin yıkılmalarının sebebi şudur: Onların aralarında makam şöhret sahibi kimselerden biri hırsızlık yapınca gereken ceza verilmezdi. Şayet makam ve mevki sahibi olmayan biri hırsızlık yapınca onu hemen cezalandırırlardı. Allah’a yemin ederim ki, kızım Fatıma aynı suçu işleseydi gereken cezayı verirdim buyurmuştur.”(Buhari, Hudud, 12) Bu hadise Peygamber Efendimiz’in (S.A.V) adalet konusunda ne kadar hassas ve ince bir çizgide olduğunu göstermektedir. Hz. Peygamber (S.A.V) asla haksızlıklara tahammül etmemiş ve haksızlık karşısında susanı “dilsiz şeytan” olarak nitelendirmiştir. Dinin asli iki kaynağı olan Kur’an ve sünnette adalet değerinin üzerinde bu şekilde önemle durulmaktadır. Aynı zamanda adalet insanoğlunun; -müslüman olmasa dahi- yeryüzünde insanlık onuruna yaraşır bir hayat sürdürebilmesi için önemli ve vazgeçilmez bir değer olarak kabul edilmektedir. (Doğantekin 2016)

Manevi değerler; bu şekilde dini boyutta kullanımının yanında sosyal/toplumsal değerler adı altında da sosyolojik literatürde yer edinmektedir. “Değerler konusu ve sosyal değerler konusu, felsefe, psikoloji, sosyoloji ve antropoloji olmak üzere diğer sosyal bilimlerin literatüründe sıkça tartışılan konuların başında gelmektedir.”(Yazıcı 2013, s. 1495) Belirtilen değerler toplumsal yaşamın vazgeçilmezi olmakla birlikte; ilahi kaynaklı olarak görülmeseler dahi insanca yaşamın bir şartı olarak karşımıza çıkar. Adalet örneği üzerinden devam edecek olursak; adalet üzerinde önemle durulan sosyal bir değerdir. Dünyamızda; hukuk kuralları, ulusal ve uluslararası hukuk kurumları ve güvenlik güçleri tarafından temin edilmektedir. Her toplumun adaleti sağlamak adına oluşturmuş olduğu bir hukuk sistemi vardır. Bireyler bu sisteme aykırı davrandıkları anda cezai yaptırımlarla karşı karşıya kalırlar. Daha küçük ölçekte düşünülecek olursa adaletin; sosyal bir değer olarak insan olmanın bir vasfı olarak kabul edilir ve ortada bir adaletsizlik varsa bireysel olarak da buna karşı durulması gerektiği söylenir. Örneğin; tartıda hile yaptığını gördüğümüz bir satıcıyı öncelikle yaptığının yanlış olduğu konusunda uyarmanız gerekir. Böyle bir durumda sessiz kalmamız insanlık onuruna yakışmaz. Eğer durum devam ederse ilgili yerlere müracaat edip adaleti sağlamaya çalışmamız gerekir. Bu insan olmamızın bir gereğidir. (Doğantekin 2016)

Toplumsal değerlerin, sosyologlar tarafından modern ve geleneksel değerler olarak ayrıştırılması bu şekilde bir ayrımı daha net ortaya koymaktadır. “Bu ayrıştırmaya göre, evrensellik, eşitlik, doğaya saygı, barış, özgürlük, insan hakları, bağımsızlık, çevreye özen,

huzur içinde olmak, sosyal bütünleşme ve dayanışma, sevecen olmak, dış görünüşün iyi olması, sosyal bir itibarın olması, kişinin kendine saygısı, hırslı olması, çevrede etkili olma düşüncesi, sosyal açıdan güçlü olma, iç kontrollere sahip olmak, temizliğe önem verme, cesur ve başarılı olmak, sağlıklı olmak, yeterince araştırmacı, zenginlik, yaratıcı olmak, hayatının değişik olması, ileri görüşlü olmak, zeki olmak, hayatının heyecan verici olması vs. gibi değerler modern değerler olarak; kibar olmak, adaletli olmak, ciddiyet, bilgelik, sadakat, dürüstlük, dostluk, sevgi, insaniyet, bereket, şeref, iç huzur, hayatın anlamı, maneviyatın önemi, ahlaklı olmak, geleneklere saygı, ait olma hissi, dindarlık, otoritelere itaat etmek, ebeveyn ve yaşlılara saygı, aileye bağlılık, yardımsever olmak, hiyerarşiye (alt-üst ilişkisine) itibar, bir işte kararlı olmak, tutumlu olmak, kendini kontrol etmek, tedbirli olmak, işlerde acele etmemek, alçak gönüllü olmak, iyiliğe müteşekkik olmak, mutedil olmak ve sorumluluk taşımak gibi değerler de geleneksel değerler olarak kabul edilmektedir.”(Aydın 2003, s.129)

Toplumsal değerler de denilen manevi değerler için modern ve geleneksel şeklinde bir ayırım yapılabileceği gibi biraz daha öze inerek toplumsal temelli manevi değerler ve dini temelli manevi değerler şeklinde de bir ayırım yapılabilir. Modern ve geleneksel kavramları kime göre modern? Kime, neye göre geleneksel? şeklinde bir probleme yol açabileceği için öze inip toplumsal temelli ve dini temelli şeklinde bir ayırım yapmak daha doğru olacaktır. Ayrıca Türk toplumu odak noktamız olduğu için toplumsal ve dini temellendirme olabilecek en kesin ayırım noktasıdır. Ancak unutulmamalıdır ki Türk toplumu tarihin ilk çağlarından beri gelenek ve göreneklerine sıkı sıkıya bağlı bir millet olmuştur ve İslamiyet’in kabulünde de İslami değerlerin Türkler’in toplumsal değerleriyle büyük benzerlikler göstermesi etkili olmuştur. İslamiyet ise bireyin yemesi içmesinden tutunda insan ilişkilerine kadar düzenlemeler getiren bir dindir ve elbette ki toplumsal hayat da bu düzenlemelerden nasibini almıştır. Ancak tarihsel sürece baktığımızda değişim konusunda İslam galip gelmiş ve Türkler İslami olmayan gelenek göreneklerini terk etmişlerdir. “Sosyal hayatı düzenleyen ve ağır cezai yaptırımları olan töre yerine Kur’an-ı Kerim esas alınmaya başlanmıştır.”(Aydın 2013 s. 217) Günümüzde töre deyince televizyon dizilerinin de etkisiyle akla her ne kadar korkunç şeyler gelse de aslında töre; eski Türkler’de sosyal hayatı düzenleyen kurallar bütünüdür ve İslamiyet’le birlikte yeni şekil ve muhteva kazanmıştır. (Doğantekin 2016)

### **1.1.Dini Temelli Manevi Değerler**

Din duygusu insanda açlık susuzluk gibi doğuştan var olan duygulardandır. Dolayısıyla din, insanların fitrî ve temel güdülerinden biridir. Din, sadece birey değil, toplumsal hayat için de gereklidir. Âdeta toplumsal hayatın çimentosunu oluşturur ki; toplumsal hayat fertlerin onuruna, fertlerin yaşamlarına saygılı olmakla başlar. Bireyin onuru da bireye doğuştan getirdiği değerler çerçevesinde şekillenir. Yanlış yöne çekilmemiş dinlerin tamamının temelinde bulunan ilkeler şunlardır: Fertler farklı kökten gelmezler; hepsinin mayası aynı olduğundan dolayı tümü eşittirler. (Doğantekin 2016)

Kaidesiz insanların tamamı aynı şekilde ve aynı eşitlikte yaşama haklarına sahiptirler. Kaba kuvveti ve güç kullanmayı lanetlemiş olan dinler, insanın gücünün ve kuvvetinin mutlak olmadığını belirtmektedirler. Bireylere sevgi ile yaklaşmanın bireyin niyetinin iyi olması; kini, düşmanlığı, nefreti ve her türlü kötülüğü yeneceğini vurgularlar. Din, bir yönden fertleri

aynı davranış kalıplarına yönlendirirken; diğer taraftan da bireylerin birbirlerinden farklı özellikte olduğunu, birbirlerine değer vermesi gerektiği konusunda ortaya koymuş olduğu ilke ve kurullarla, aktif olduğu ölçüde, sosyolojik vicdanın her zaman hareketli ve canlı tutulmasına zemin hazırlar. Dinler aynı zamanda kötünün değil de, doğru ve iyinin mutlak hâkim konumda olacağına dair büyük umutlar verirler. Fertleri yücelten, inanç, ahlâk ve yaşam kaynağı olmasının yanında, ayrıca istismar edilebilen bir alandır din. Din, inanmış olan fertler için gerektiğinde, onun için tüm malını ve tek canını feda edebileceği mukaddes ve mânevî bir inanç sistemidir. Oysaki bunları istismar eden kişiler ve gruplar için din, şahsî, zümrevî ve dünyevî çıkarlar için kullanılacak, makam, şan şöhret ve dünya için araç yapılacak bir alandır.(Çavdarcı 2002, s. 40) Din bu şekilde çok yönlü bir yapıya sahiptir ve içerdiği değerlerle insan üzerinden tüm topluma bir yön verir. İlahi kaynaklı tüm dinler; Tanrı'nın mutlak iradesinin egemen olduğu ve onun buyurduğu şekilde, insan fitratına uygun değerlerle yaşayan toplumu yaratmaya çalışırlar. Peygamberler ve ilahi kitaplar da bu amaca hizmet eder. İslami inanca göre de insan iyilik üzerine yaratılmıştır. Birey iyi bir insan olmak için gereken değerleri özünde bulundurur. Sonraki yaşantıları her ne kadar onu bu değerlerinden uzaklaştırırsa da ulaşmak istediği anda en doğrusu şeklinde karşısında bulur. Ancak yine de bu değerlerin olgunlaştırılıp kişisel ve toplumsal hayata empoze edilmesi gerekir ki, toplumsal birliktelik ve kişisel olgunluk tam olsun. (Doğantekin 2016)

Manevi değerler; bireysel ve toplumsal hayatın bütünleşmesini, sosyal dayanışmayı ve toplumsal sistemin sürekliliğini sağlamak üzere ortak noktalar oluşturur. Şüphesiz ki toplum hayatına yön veren, söz konusu manevi değerleri ortaya çıkartan ve onların toplumsal hayatta ciddi roller yerine getirmesini sağlayan en önemli kurum; dindir. Din özellikle İslam dini hayatı çepeçevre kontrol eden bir mekanizmaya sahip olduğu için, din tarafından ortaya konulan manevi değerler sözde değil, aksine toplum tarafından uygulanan ve hem içsel hem de dışsal kontrole tabi olan değerlerdir. Örneğin, saygı önemli ve ciddi bir değerdir. Bireylerin birbirleriyle olan ilişkilerine ciddi anlamda yön vermeye yetkisine sahiptir. Dürüstlük ise, toplumsal güven duygusunu ve adaleti pekiştiren, sadece pekiştirmekle kalmayıp geliştiren bir değerdir. Bunlar bireylerin karşılıklı birbirlerinin hayatına saygı duymasını sağlamakla birlikte, yol gösterip, adeta rehber pusulalar görevini üstlenirler. Din insanlara mutlu olmaları için gereken değerleri sunarak toplumsal hayata yön vermeye çalışır. İnsanlar bu değerlere uydukları zaman onlara bu dünyada iyi bir insan olma ve diğer dünyada da huzura erişme fırsatı sunar. (Doğantekin 2016)

Manevi değerler toplumu bir arada tutan bir çimento harcı görevi görmektedir. Türk toplumu bunun en iyi örneklerinden biridir. Türkler ilk zamanlardan beri geleneğine bağlı bir millet olmuştur. İslamiyet'in kabulü ile birlikte İslami değerlere uluhiyyet atfedilerek bu bağlılık daha da güçlenmiştir. En başından beri kurulan Türk devletlerine baktığımızda değerlere bağlılık devletin ömrünü uzatmış ve milli benliğin korunup günümüze kadar aktarılmasında öncülük etmiştir. (Doğantekin 2016)

## **1.2.Toplumsal Temelli Manevi Değerler**

Manevi değerler, kişinin gideceği yönü belirleyen pusulalardır. Manevi değerler bir toplum içinde var olan birliktelik bağının temel taşlarının başında gelir. Türkler Orta Asya'da göçebe

hayatı yaşadıkları yıllarda toplumda birlik ve beraberliği sağlayabilmek için “töre” dedikleri hukuk kurallarına sıkı sıkıya bağlılardı ve bu töre onların kutsal bildiği değerler etrafında şekillenmekteydi. Örneğin; millet sevgisi ve millete ihanet etmemek Eski Türklerde çok önemli bir değerdi. “Eski Türklerde suç ikiye ayrılırdı. Bunlardan birincisi şerefli, ikincisi ise şerefsiz suçtu. Hanedan mensuplarına ölüm cezası verildiğinde hanedan mensuplarının kanının dökülmemesi için kendi yayının kirişi ile boğdurulması yoluna gidilirdi. Osmanlı İmparatorluğunda kirişle boğdurulma vakalarına fazlasıyla yer verilmiştir. Birey namussuzluk veya millete ihanet etmiş ise alacağı ceza ölümdü. İhanet eden şerefsizlik yapmış sayıldığından dolayı okla şerefsizce öldürülürdü. Türkler’e büyük kuvvet veren, onlarda disiplini sağlayan bu töre esasları olmuştur.”(Atsız 2011, s. 498)

Ahîlik müessesesindeki eğitimin asıl amaç bireyi sosyalleştirip şahsiyet sahibi bir fert haline getirip onun üstün insani özelliklerini ortaya çıkarmaktır. İnsanın sosyalleşmesi için gerekli görülen bunun yanında görgü kuralları olarak ifade edilen tüm kuralların Ahî zaviyelerinde, ahi elemanlarına yükletilmeye ve kazandırılmaya çalışılmıştır. Cumartesi gününün akşamlarında kuralların bireye benimsetilmesi için zaviyelerde dersler verilmiş. Derslerle yetinilmeyip uygulanabilir olanlar uygulanmış yada uygulanmaya çalışılmıştır. Fütüvvetin tamamlanması için kuralların uygulanması gerektiği bunun yanında nefsin terbiyesinin dersin terbiyesinden hayırlı olduğu hadisi esas alınarak kurallar benimsetilmeye çalışılmıştır.(Çağatay 1990, s. 35) Bireyde davranış adet haline getirilmek istenen bu değerlere bakıldığında en ince ayrıntısına kadar müslüman bir Türk’ün nasıl davranması gerektiğinin resmini görürüz. Örneğin; yemek yemek gibi gündelik bir işle ilgili kurallar sırasıyla şu şekildedir: “Lokma ağızdayken konuşulmaması, yemeğin iyice çiğnenmesi, sağ dizin yukarıda olması, lokmanın küçük olması, ekmeğin ısırılıp bırakılmaması, yemeği dökülmemesi, ekmeğin yemeğin suyuna batırılmaması, ağzın şapırdatılmaması, sümkürülmemesi, yemekten sonra ellerin yıkanması... Yürümek ile ilgili edeplere baktığımızda karşımıza şu kurallar çıkar: Çukur varsa çukurlara basmamak, dikkatli olmak için yanlara bakarak yürümek, tepki çekmemek için sert şekilde yürümek, kaldırım varsa elimizden geldikçe yol ortasında yürümek, ahlak çerçevesi içinde kimsenin ardınca bakmamak, büyüğünün arkasında yürümek önüne geçmemek, birisiyle yürünürken bir işle meşgul olup, o kişiyi bekletmemek.”(Bayram 1991, s. 127)

## 2. MEDYA

Medya kavramı haberleşmeyle beraber gelişen ve her dönemde farklı araçlarla yapılan iletişim ve etkileşim faaliyetlerine konu olan ortamları belirtir. Güncel tanımlara göre ise, medya; bilgiyi ileten ve içeren bütün çevreleri içine almaktadır.(İşlek 2012, s. 25)

Medya yazılı, sesli ya da görsel tüm kitle iletişim araçları, basın yayın anlamına gelmekle birlikte her türlü bilgiyi kişilere ve topluma aktaran, eğlence, bilgi ve eğitim gibi üç temel sorumluluğa sahip görsel, işitsel ve hem görsel, hem işitsel araçların tümüne medya denmektedir. Yazılı, görüntülü ve sözlü basını içeren “mass media” terimi günümüzde özetlenerek “media” olarak kullanılmaktadır. Bu genel bilgiler ışığında medya; görsel, yazılı ve sözlü olmak üzere üçe ayrılır. Yazılı medya, genellikle günlük ya da haftalık olarak düzenli ve güncel olaylara ilişkin haber, görüş ve makalelerle kamuoyunun ilgisini çeken yayınlardan



oluşmaktadır. Medyanın bu kısmında gazete ön plana çıkar. Gazete, politika, ekonomi, kültür ve daha başka konularda haber ve bilgi vermek için, yorumlu ya da yorumsuz, her gün ya da belirli zaman aralıklarıyla çıkarılan yayındır. Başka bir ifadeyle gazete siyasal, ekonomik, kültürel, toplumsal vb. haberlere ilişkin bilgiler veren ya da yorum getiren günlük yayındır. Görsel medya ise yukarıda tanımlanan yazılı medyada yayınlanan haber, yorum ve makalelerin televizyon, internet gibi elektronik araçlarda gerçekleşmesi olayıdır. Sonuncu olarak da sözlü basın, medya kavramının radyo vb. elektronik araçlarla meydana gelmesiyle ortaya çıkar.(ds.anadolu.edu.tr)

## 2.1.Medyanın İşlevleri

Çoğunluk görüşüne göre, medyanın bilgilendirme, kültürel devamlılık, toplumsallaştırma, kamuoyu yaratma, eğlendirme esasları üzerine beş temel işlevi vardır.(Önür 2005, s. 291) İlk dönem medyasının en önemli işlevi bilgilendirmeydi. O dönemki medya aracı olan gazetenin tek rolü bilgilendirmek, olan bitenden haberdar etmektir. Sonraları radyo gazetesinin bu işlevini devraldı ve müzik dinletisinin yanında saat başı haber sunumuyla bilgilendirme işlevine devam edildi. Televizyonlarda da durum pek farklı olmadı. Günümüzde de gazeteler her ne kadar başka işlevler üstlenmeye çalışsa da esas işlevleri bilgilendirmektir. Aynı şekilde halen radyo ve televizyon kanallarında saat başı ülke ve dünyadan haberler sunulmaktadır. Ancak son dönemde oldukça gelişen sosyal medya kanalları düzenli işleyişi kendi içerisinde değiştirmiştir. Çünkü artık istenilen her an istenilen habere ulaşılabilir, an be an dünyanın bir diğer ucundaki olaydan dahi haberdar olunabilmektedir. Bu durum çoğu kez bilgi kirliliği yaratsa dahi farklı görüş açılarının değerlendirilmesi açısından zenginliktir. (Doğantekin 2016)

Medya bir yerde kültürel devamlılığa da etki etmektedir. Şöyle ki gazetelerde ülke gündemindeki haberler verilerek toplumsal bir bilinç oluşturulmasına hizmet edilmektedir. Radyolarda kültürel değerlere uygun müziklerle kültürün önemli bir ögesi olan müzik değeri aktarılabilmektedir. Aynı şekilde televizyonlarda kültürel değerlere uygun gösterimlerle kültürel zenginlikler elde edilebilir. Ancak ne yazık ki özellikle son dönemde medya kanallarının ülkemizdeki rolü kültürel değerlerin devam edilmesine çalışılmasının aksine kültürel yozlaşmada en büyük etkiye sahip olmaktadır. Tarafsız gazeteciliğin aksine yabancı sermayenin sözcüsü konumundaki gazeteler birçok kere sadece devleti yıkmaya yönelik siyasi propagandalara girişmiştir. Bugün birçok medya patronu medyayı haberleşme, eğlendirmeye gibi işlevlerinin dışında devleti kontrolü altına alacak bir güç şeklinde kullanmaya çalışmaktadır. Aynı şekilde çoğu kez sadece yolculuklarda dinlediğimiz radyolarda kültürümüzle alakası olmayan, dış sermaye merkezli kanallar çoğunluktadır. Yabancı radyo kanalları aynı isimle, televizyon kanallarında da olduğu gibi ülkemizde yayın yapabilmektedirler. Hele ki televizyonlar birçok aydınının da kabul ettiği gibi kültürümüze, değerlerimize en büyük zararı vermiştir. Değerlerimizle dinimizle alakası olmayan, çarpık ilişkiler üzerine kurulu televizyon dizileri kültürel yozlaşmanın baş aktörleri olmuştur. Bugün hangi diziyeye bakarsanız bakın başrolde mutlaka mecazi bir aşk hikayesi vardır. Evlilik dışı birlikteliklerin gayet normal olması, içki ve sigaranın günlük hayatın bir parçası olması son dönem dizilerinin en belirgin özelliklerindedir. İçki ve sigara için son dönemde ekran buzlanması (banlama) yapılırsa da halen buna yer veren diziler vardır. Eski Türk filmlerine

baktığımızda bu oran daha da yüksektir. O dönemde içki ve sigaraya olan duyarsızlaşmamızın ne boyutta olduğunu, bu gün yasal düzenleme nedeniyle bu zararlı öğelerin buzlanması uygulamasıyla farkına varıyoruz. Yine ülkemizde en başından beri gösterilen okul dizileri herhangi bir biçimde pedagojik değerlendirmeden geçmemiş unsurlarla doludur. Bu tür dizilerde her zaman çalışkan saygılı öğrenciler hor görülmüş, saygısız, züppe tipli öğrenciler parlatılmış, çoğu kez de filmin ana konusu sadece öğrenci ve öğretmenlerin aşk ilişkileri olmuştur. Giyim kuşamın dahi kültürel değerlerimizle alakalı olmadığı bu tarz dizilerin bir diğer etkisi de dilimiz üzerinde olmuştur. Türkçe’de olmayan batı kaynaklı birçok sözcüğün dilimize girmesinde medya araçlarının etkisi çok fazladır. Hele ki bunun sosyal medya ayağı kültürel yozlaşmayı doruklara çıkarmıştır. Bugün “twit”, “chek inn”, “selfie” gibi sözcükler sosyal medyayı etkin olarak kullanan birçok kişinin günlük kullandığı sözcüklerin başında gelmektedir. Dilimize pelesenk olmuş “50 yıl öncesinde yazılan Türkçe eseri dahi okuyunca anlayamıyoruz” veryansınının baş sebeplerinden biri de bu medya araçlarıdır ve ilerleyen zamanlarda belki de 10 sene öncesinde yazılmış Türkçe bir eseri dahi anlamakta güçlük çekeceğiz. Çok önceleri yabancı kelime kullanmanın modernlik ve çağdaşlığın bir göstergesi olarak görülmesinin de bu yozlaşma üzerinde etkisi vardır elbette ki.

Medyanın bir diğer işlevi de toplumsallaştırmadır. Medya bireyi toplumdan haberdar olan toplumla iç içe bir birey haline getirebilme gücüne sahiptir. Haberler, televizyon programları gündemi takip etme, haberdar olma adına bu amaca hizmet etmektedir. Özellikle son dönemde artan sosyal medya sosyalleşme adına sanal da olsa yeni bir çağ açmıştır. İnsanlar artık dünyanın bir diğer ucundaki insanla dahi tanışıp, sohbet edebilme olanağına kavuşmuştur. Ancak buradaki “sanal olma” noktası önemlidir. Haberleşme adına sanallığın herhangi bir problemi yoktur. Ancak günümüzde birçok insan karşı cinsle iletişime geçebilmek için sosyal medyada gerçek olmayan kimliklerle var olabilmektedir. Bu da elbette ki sosyalleşme adına büyük bir kayıptır. “İngiltere merkezli bir hukuk sitesi olan Divorce Online’ın yapmış olduğu bir araştırmaya göre, son iki yılda açılan davalar incelendiğinde Facebook’un ayrılık nedenleri arasında yüzde 50 oranında bir etkiye sahip olduğu bilgisini ortaya koymuştur.”(2009, s. 39) Facebook’da tanışarak yapılan evliliklerin Facebook şifresini vermedi diye boşanmayla bitmesi çok da şaşırtıcı olmasa gerek.

Medya günümüzde en etkin silahlardan biridir. Eskiden beri en az dördüncü güç denir medya için ve bu gücü her zaman korumuştur. Medya ve yeni iletişim kanalı olan sosyal medyayı etkin olarak kullanan ülkeler dünya kamuoyunu istedikleri şekilde yönlendirebilmekte, algısal anlamda dilediğini kabul ettirebilmektedirler. Ancak Medya Takip Merkezi adı altında internette sitelerin olması ve bunların son zamanlarda oldukça rağbet görmesi medyanın haber ayağının daha çok ön plana çıktığını gösterir. Gündem eski zamanların aksine her an hepimizi ilgilendirecek haberlerle dolu gibidir. Öğrenciler, memurlar, esnaflar, emekliler vesaire her kesimden insan her an bir habere konu olabilmesinin yanında çıkan haberlerin kendisi ilgilendirme olasılığı da çok fazladır. Yine devlet işleri, ülke gündemi eskiye oranla daha şeffaf olup neredeyse herşey göz önünde yaşanır hale gelmiştir ki bu yine medya sayesinde ve daha çok yayılıp gündemde kalması da medyayla olacaktır. (Doğantekin 2016)

Medya insanları eğlendirme ve boş zamanları değerlendirme etkisine de sahiptir. Önceleri gazetelerdeki magazin ekleri, radyolardaki zevke uygun müziklerle bunu yaparken internetle

birlikte bu alanını oldukça genişletmiştir. Saatlerce sosyal medya kanallarında gezinmek artık birçok insanın farkında olmadan günlük rutini haline almıştır. İlgili alanlarına uygun sayfaların takip edilmesi hem bu doğrultuda gündemden haberdar olmayı sağlar hem de vakit geçirmek adına etki yapar. Ancak sosyal medyada haddin de fazla vakit harcamak eğlencenin zarara dönüşmesine sebebiyet verir. Görüldüğü üzere medya işlevsel anlamda büyük etkilere sahiptir. Ancak bu işlevlerden faydalanırken çok dikkatli olunmalıdır. Zira faydadan çok toplumsal ölçüde büyük zararlara yol açabilme gücüne de sahiptir. (Doğantekin 2016)

## **2.2.Sosyal Medya**

Günümüzde adından sıkça söz ettiren sosyal medya, Facebook, Twitter, Google+, YouTube, LinkedIn, Myspace gibi sosyal ağlara katılımcıların yoğun ilgi göstermesiyle birlikte popüler bir hal almıştır. En genel tanımıyla sosyal medya; kullanıcıların diğer kullanıcılarla çevirim içi haber, fotoğraf, video, metin, içerik paylaşmasını sağlayan web sitelerine verilen ortak addır. Katılım ve paylaşım sosyal medyanın dayanak noktasını oluşturmaktadır.(Büyükaslan 2013, s. 74)

Sosyal medya için medyanın internet ortamına geçmiş hali diyebiliriz. Televizyon, gazete, radyo gibi medya kanallarının internet üzerinden programlar ve sayfalar üzerinden okunmasına karşılık gelen sosyal medya; günümüzde birçok medya aracının birleşimi olarak daha fazla önem görmektedir. Sosyal medya; tek tek sayfalarca gazete karıştırmak, saat başı haber beklemek yerine aynı bilgiyi çok daha rahat ve ekonomik biçimde elde etmeye karşılık gelmektedir.

## **2.3.Medyanın Kullanım Alanları, Yaygınlığı ve Etkililiği**

Türkiye’de medya araçlarından televizyon izleme oranlarına bakıldığında % 94 gibi büyük bir oran olduğu görülmektedir.(meb.gov.tr) Buna yerel gazeteleri de eklersek büyük bir kitle ortaya çıkacaktır. Ayrıca bu gazetelerle dolaylı etkileşime geçenler de hesaba katıldığında Türkiye’nin büyük çoğunluğunun gazetelerle her an etkileşim içinde olduğu görülecektir. Bunun dışında günlük dergi tirajı yaklaşık 125 bin civarındadır. 110 bini aşkın kişi de her gün radyoyla etkileşim içindedir. Bu bilgiler ışığında Türkiye’de hatırı sayılır bir çoğunluğun medya araçlarıyla sürekli etkileşim içinde olduğu söylenebilir. Dolayısıyla bu araçların insanları etkilediği ve insanların birçok bilgiyi, davranışı ve olayı öğrenmelerine katkı sağladığı söylenebilir.(Yıldız 2011, s. 12-18)

Özellikle sosyal medyanın topluma sunduğu imkanlar, kullanıcıları bilgiyi arama ve dağınık içerikler arasında bağlantılar kurmaları konusunda cesaretlendirme anlamında zihinsel ve fikirselsel olarak büyük değişiklikler yaratmıştır. Sosyal medya, yarattığı katılım kültürüyle, geçmişteki pasif medya izleyiciliğinin tam tersi yönde bir özellik sunmaktadır. Televizyon ve radyoda pasif takipçilikten sonra gelen katılıma dayalı bu yeni oluşum bu özelliği dolayısıyla bir anda çok sayıda kullanıcıya ulaşmayı başarmıştır. Medya içeriğinin, farklı medya sistemleri arasındaki sirkülasyonu, büyük oranda kullanıcıların aktif katılımlarına dayanmaktadır. Farklı rollere sahip medya üreticileri ve tüketiciler, yeni medyanın sunmakta olduğu özellikler nedeniyle, günümüzde birbirleriyle etkileşen, haberleşen, bir arada olmasa da birlikte hareket edebilen katılımcılar haline gelmişlerdir. Günümüz dünyasında her geçtikçe

gündelik yaşamımızın hemen her yönünde yaygın şekilde kullanım pratikleri bulunan, gündelik yaşam pratiklerini hazırlayan, toplumsal yaşamın birtakım gerekleri nedeniyle kullanıcı sayısı ve yoğunluğu giderek artan tüm dijital teknolojileri yeni medya başlığı altında toplanabilmektedir. Bilgisayar temelli medyanın günümüzde sıklıkla kullanılması ve yeni medyanın temelde bilgiyi seçme, şekillendirme ve manipüle etme konusunda bir araç olması, genel olarak kültürün yeniden şekillendirilmesi konusunda da etkili olmaktadır.(Koçak 2012, s. 24)

Günümüz şartlarında medya ve sosyal medya iletişimden eğitime, ekonomiden politikaya akla gelebilecek her alana nüfuz etmiş bulunmaktadır. Çocuk denecek yaşta bireylerden tutun da politikacılar, dev şirketlere varana kadar herkes artık kendince sosyal medya denilen bu büyüdü dünyaya giriş yapmış bulunmaktadır. Bu durum çok kısa bir süre zarfında olmakla birlikte etkisini uzun süre artırarak devam edecek gibi görünmektedir. Yapılan bir araştırma internet kullanımının hangi alanlarda olduğu konusunu gözler önüne seriyor;(Büyüksener 2013, s. 3)

Medya ve yeni medya olarak adlandırılan sosyal medya gün geçtikçe etkililiğini artırmaktadır. Küresel devlerden biri olan Ford Motor Company'nin müdürü olan Scott Monthy Erich Qualman (2013) "Socialnomics:How Social MedyaTransforms the Way We Live and Do Business" adlı kitabına yazdığı önsözde bu konuda çarpıcı açıklamalarda bulunmaktadır. Monthy'nin açıklamalarına göre iş dünyası sosyal medyaya girmek için milyonlarca dolarlık yatırım yapmakta ve reklamlar hazırlamaktadır. Pepsi de bunlardan biri olup 20 yıldır ilk kez Super Bowl reklamına milyonları harcamıştır. Ford Company pazarlama bütçesinin yüzde yirmi beşi, dijital ve sosyal medyaya ayrılmıştır. Bu değişim, sadece iş dünyasında yaşanmamakta politika dünyası da sosyal medyanın paylaşımına açık etkisini görmektedir. Obama'nın kampanya örneği, muhafazakârların Twitter'daki Hashtag TCOT hareketi ile Çay Partisi hareketinin akışını sağlamıştır. Bu örneklerde de görüleceği gibi internetin dünyası fırsatlar ve ölçeklerin dünyasıdır. Bunu iş hayatı da bizzat yaşamaktadır. İngiltere de BBC yönetimi, sosyal medyayı etkin olarak kullanamayan elemanlarının artık mesleklerini etkin olarak yapamadıklarına inanmaktadır. İran hükümeti tüm iletişim kanallarını kapattığı zaman ülkede bir dönüşüm yaşandığını bütün dünya Twitter aracılığıyla öğrendi. Sellerden yangınlara bütün felaketler, terörist saldırıları, depremler, ana akım medyadan çok önce sosyal medya da yazıldı, işlendi. Hudson nehrindeki ABA Havayolu uçağının ilk fotoğrafı ilk kez Twitter'da yayımlandı.(Büyüksan 2013, s. 23)

İnternet ve sosyal medya muhalif kesimler için de birçok şeyi kolaylaştırmış, haberleşme, toplanma, metinlerin dolaşımı, organizasyon planlama gibi sorunları sorun olmaktan çıkarmıştır. Bu teknolojilerin olanakları herkes için geçerlidir. Nitekim ülkemizdeki Gezi Olaylarında sosyal medyanın haberleşmede sağladığı kolaylık ortadadır. Sosyal medyadaki ileti, video, fotoğraf ya da ses kayıtları o kadar hızlı ve kolay yayılabilmektedir ki kimse bunu denetleyememekte ve önüne geçememektedir. İletiyi ilk yükleyen bile, bunun nereye kime, hangi gruplara, hangi kurumlara gideceğini asla bilememekte ve dolayısıyla bunun sonuçları kestirilememektedir. (Doğantekin 2016)

Günümüzde internetin olanakları mobil cihazlarla sosyal medyaya girilebilmesi ile etkinliğini katlayarak artırmış bulunmaktadır. Mobil cihazların bireyle birlikte her yere taşınabilmesi ve internetle yapılabilen işlemlerin çoğunun yapılabilmesi, bu teknolojilerin dünyanın her yerinde Ortadoğu ve Afrika'da bile çığınca büyümesine neden olmaktadır. Ortaya çıkan bu yeni medyanın içerikleri minimize edip sindirilebilir hale getirmesi bu teknolojileri adeta geleneksel medya karşısında özerkleştirmektedir. Zaten ana akım medyadaki pek çok konu, dizi tartışma ya da haber Twitter gibi sosyal medyalarda gündeme taşınmakta ve büyümektedir. Yani sosyal medya artık geleneksel medyanın ana gündem konularından birini oluşturmaktadır. Bu sadece getirdiği yenilikler ya da olanaklar anlamında değil, habere ulaşmadaki hızlilik, çoğaltma, büyütme, abartı, katılım oranları gibi pek çok konu için de geçerliliğini sürdürmektedir.(Zeybek 2012, s. 276)

Görüldüğü üzere medya ve sosyal medya artık hayatın hemen hemen her alanına el atmış, sanal ortamdan çıkıp gerçek hayatta devletleri peşinden sürükleyecek güce erişmiştir. Her ne kadar bilgi karmaşasına sebebiyet verme, insanlar arası ilişkileri olumsuz etkileme gibi olumsuz yönleri olsa da mevcut durumda dünyada ve ülkemizde birçok birey için vazgeçilmez konumdadır.

### **3. MEDYA VE MANEVİ DEĞER**

Manevi değerler, herhangi bir toplumda oluşmuş olan, ortak olarak kabul edilen, düşüncelerin ve kuralların uygulama şekillerini yansıtan ölçütlerin tamamıdır. Büyük çoğunlukla kabul edilmeye, ahlaka ve inançlara dayanmaktadır. Manevi değerler, toplumların tarihsel süreç içerisindeki gelişimlerinden oluşur. Fert manevi değerleri, içinde var olduğu kendini bildiği toplumda hazır şekilde bulur. Değerler, bir toplum içindeki fertler ve gruplar tarafından özümşenen, değerli kabul edilen düşünceler, kurallar, uygulamalar ve maddi unsurlardan oluştuğundan; maddi ve manevi niteliklere de sahiptirler. Toplumsal değerler, fertlere doğruyu yanlış, iyiyi kötüyü, güzeli çirkini ve neyin adaletli olduğu konusunda genel sonuçlara varma olanağını tanımaktadırlar.(Ceylan 2012, s. 53) İşte medya belirtilen tüm bu değerleri etkileme ve hatta değiştirme gücüne sahiptir. İnternetin yaygınlaşmadan önceki dönemlerinde medya kanalları olan televizyon ve gazeteler bu gücü manevi değerler hususunda çoğunlukla olumsuz yönde kullanmışlardır. Başlangıçta yayımlanan ve günümüzde halen bazı kanallarda gösterilen sinema filmlerinde özellikle manevi değerler kurtulması gereken, geride kalmışlığı cahilliği sembolize eden şeyler olarak ön plana çıkmıştır. Manevi değerlere sahip karakterler gerici olarak gösterilmiştir. Tefeci hacı, şarapçı hafız, üçkâğıtçı imam gibi tiplerle şahıslar üzerinden dini değerler aşağılanmıştır. Birçoğu dini kökenli olan manevi değerlerimiz de beraberinde ayaklar altına alınmıştır. Halen bazı insanların bilinçaltında olan dini hassasiyete sahip, manevi değerlere sahip çıkan ve günlük hayatını bu yönde ikame ettiren insanlara karşı olan olumsuz tavır ve düşünceler üzerinde medyanın bu etkisi de söz konusu olmaktadır. (Doğantekin 2016)

Medya günümüzde birçok temel ilişkinin kaynağı, halkın duygularını yansıttığı tezinden hareketle halkın sesi olduğunu savunmaktadır. Bu argüman medyaya evrensel temel ahlaki kurallara olsun referansını yerel değerlerden alan ahlaki kurallara olsun uymak gibi önemli bir sorumluluk yüklemektedir. “Her an her dakika herkese her konuda akıl öğretene” bir kavramın

düzenlenmesine ilişkin kaygı ve çabalar, elbette çok önemli olduğu gibi çok da zordur. Bu bağlamda ortaya çıkan medya ahlakı kavramı; medyanın, bütün kesimlere olmasa da, birçoğuna, daha iyi hizmet sunmasını sağlamak amacıyla tercihen medya kullanıcılarıyla anlaşma içerisinde meslek üyeleri tarafından belirlenmiş bir dizi ilke ve kurallar içerir. Bu ahlaki ilkeler, hangi eylemlerin iyi (ya da daha iyi) olduğunu, hangi uygulamalardan kaçınmak gerektiğini belirterek bireylere yol gösterirler. (Ceylan 2012, s. 51)

Sanal bir dünya olarak medya, aile yapısından, toplum değer ve yargılarından ve en önemlisi toplumsal gerçeklerden uzaklaşmış, kullanıcıların hizmetinde bir araç haline gelmiştir. Baudrillarda göre, gerçeklik ilkesinin ortadan kaybolması, yeni bir gerçeklik anlayışına yol açmak yerine, görüntüler üzerine kurulu bütünsel bir gerçeklik (simülasyon evreni, sanal bir evren) evrenini oluşmasına yol açmaktadır. Dolayısıyla ilkesinden yoksun bir gerçekliğin, gerçeklik olarak algılanması mümkün görünmemektedir. Medya; imge, gösterge ve kodları yeniden üreten simülasyon makinesi olarak da değerlendirilmektedir. Gerçeğin tüm göstergelerine sahip olmasına rağmen, gerçeğin kendisi olmayandır. Kitle iletişim araçları toplumsal alanda çok etkilidir. Yeni medya yoluyla gelişen bu kitle iletişim araçları, temel sosyal becerilerimizi, sosyal başarılarımızı ya da başarısızlıklarımızı güçlendirmekte ve yaygınlaştırmaktadır. Mevcut toplumsal düzeni de değiştirme gücüne sahip olan bu iletişim araçları, makul bir vaat ve ilgi çekici mesajlarla kitlenin katılımını sağlamakta ve yönlendirmektedir. Rus yönetmen Vertov'un 1923'te yazdığı makalede kamera dillenmekte ve insanlara şöyle seslenmektedir: "Ben bir gözüm. Mekanik bir göz. Ben, makine, size ancak benim görebileceğim bir dünyayı açıyorum.... zaman ve yer sınırlamalarından kurtulmuşum; evrenin her bir noktasını, bütün noktalarını, nerde olmalarını istiyorsam ona göre düzenliyorum. Benim yolum, dünyanın yepyeni bir biçimde algılanmasına giden heyecanlı bir yoldur. Böylece size bilinmeyen bir dünyayı açıyorum." (Ertuğrul ve Keskin 2012, s. 79) Bize bu şekilde bilmediğimiz bir dünyanın kapılarını açan medyada yapılan yayınların gerçek hayatta karşılığı olmayan muhayyel şeyler olması, toplumu ayakta tutan toplumsal değerlerin yozlaşmasına sebep olmaktadır.

Medya kanallarından belki de en önemlisi olan internet ve araçlarının manevi değerler üzerindeki etkisini de ciddi olarak ele almamız gerekir. İnternet son 20 yılda büyük ivme kat etmiş ve bugün birçoğumuzun hayatının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Tüm hayatımızı hem olumlu hem de olumsuz etkilediği gibi manevi değerlerimiz üzerinde de etki etmiştir. Kısmi olarak bu değerlerin yaygınlaşmasını, ulaşılabilir olmasını sağlasa da internetin manevi değerleri yozlaştırdığı artık kabul gören bir gerçektir. Özellikle çok sayıda kullanıcıya sahip olan Facebook, Twitter gibi araçlar ortak bilinç oluşmasına etki eder. Daha önce de söz ettiğimiz gibi insanların belli değerler etrafında birleşmesini, kimi zaman ayaklanmasını dahi sağlayıcı etkiye sahiptir. Manevi değerler de bu etkilerden nasibini almış. (Doğantekin 2016)

Bilinçsizce kullanılmakta olan anlık ileti programlarında, iletileri yazan kişiler birbirlerine sahip olmadıkları meslekleri ve sosyal durumları, küfürlü argo kelimeleri, her an cinsellikle karşılaşabilme, tanımadıkları kişilerle rahat bir şekilde normal hayatta olmayan şeyleri konuşmalarına fırsat tanıdığından büyük problemlere yol açmaktadır. Ayrıca kullanılan anlık iletiler sonu kötüye gidebilecek arkadaşlıkların da kurulmasına uygun zemin hazırlamaktadır. Abartmanın son noktası olarak günümüz dünyasında sanal evliliklerin bile söz konusu olduğu

görülmektedir. Daha çok çocuk kullanıcılar bu programlarda karşılarında arkadaşları olduklarını düşündükleri kişilere telefon numarası, şifre, kredi kartı vb. birçok bilgiyi de farkında olmadan aktarabilmektedir. (Ertuğrul ve Keskin 2012, s. 79) İnternette dolaşan bir kişi ister çocuk, ister yetişkin olsun her an uygunsuz bir görüntü ile karşılaşabilir. Bunun için herhangi bir biçimde cinsel içerikli sitelere girmeye ya da arama yapmaya bile gerek olmadan uygunsuz içerikli görüntülerle karşılaşılabilir. İlginç bulunan her şeyin paylaşıldığı internet ortamında belki büyükler kısmen kontrol edebilmekte fakat çocuklar rahatlıkla şiddet ve vahşet içerikli oyun, görüntü ve videolara ulaşabilmektedir. Şiddeti çocukların gözünde normalleştiren içerikler onların davranışlarını da bu yönde etkiler. Çocukların internet üzerinden alışveriş konusundaki tecrübe ve bilgi eksikliği onları dolandırıcıların ağına kolayca düşürür. Kişisel bilgilerini yabancılarla paylaşan çocukları bekleyen en büyük tehlike ise sanal taciz ve şantajdır. Elde ettiği kişisel bilgilerle çocuğa istediğini yaptıran sanal zorbalılar yakın zamanda pek çok intihara sebep olmuştur. Hırsızlık, şantaj, korkutmak ve hatta çocuk kaçırmak siber tacizcilerin en bilinen olaylardır. Elbette ki bunların manevi değerlerimize değil insani yaşayışa dahi uyum olduğunu söyleyemeyiz. (Doğantekin 2016)

İnternet gibi birçok kişinin hayatına tamamıyla nüfuz etmiş bir teknolojinin getirdiklerini olumsuzluklarla sınırlandıramayız elbette ki. Atılan tek bir cümlelik twit bile yüzbinlerce kişiye sokağa dökme gücüne sahipken onu maddi ve manevi değerlerimize tamamıyla ters diye de bir kenara itip atamayız. Çevremizle olan ilişkimizi düzene sokan, bu düzeni belirleyen ve yeri geldiğinde de sınırlayan, günümüzün vazgeçilmezi olan, sahip olduğu boyutlarıyla şimdiye kadar hiç denk gelmediğimiz bir dünyanın kapılarını sonuna kadar açan ve bir tabu olarak 'vazgeçilmez' olarak hayatımıza giren, yeni bir aygıt olan internetin sunduğu imkânlardan yararlanma hakkına sahip olan çağımız insanı, millî ve manevî değerlerinden asla taviz vermeden onunla yaşamasını da öğrenmesi gerekmektedir. Şu husus hiçbir zaman unutulmamalıdır ki; “Bir bıçak cerrahın elinde olursa can kurtarır, canının elinde olursa da can alır.” (Doğantekin 2016)

### **3.1. Manevi Değerlerin Korunmasında Medyanın Olumsuz Etkileri**

Medya ve araçları insanların hayatına yenilikler getirip çok fazla kolaylaştırmışsa da olumsuz etkileri de yok değildir. Etkili olarak kullanıldığında hem devletler hem de insanlar nezdinde güçlü bir silaha dönüşebilen medya doğru kullanılmadığında beraberinde birçok olumsuzluğu getirebilmektedir. Medya araçları bir sosyal öğrenme aracı olmakla beraber bireylerin vicdani yönünü ve ahlaki gelişimlerini olumlu veya olumsuz etkileyebilir. Çoğunlukla bu etkilerin olumsuz olduğu görülmektedir. Çünkü medyadaki yayınlar her türlü olumsuz içerikle bireyin düşünce yapısına etki eder ve onun birçok olay, olgu, durum ve davranış hakkında düşünceler oluşturarak kendi yaşantısına yön vermesine neden olur. Özellikle televizyon yayınları, hem görsel hem işitsel olması, ilgi çekici olması, herkese hitap eden yayınlar yapması ve yayın çeşitliliğinin olması gibi özellikleri nedeniyle çok fazla tercih edilen, dolayısıyla küçük yaşlardan itibaren hemen hemen herkesin etkileşim içinde olduğu bir araçtır. Televizyon karşısında uzun süre kalan çocuklar olumlu ve çoğunlukla olumsuz her türlü yayının verdiği mesajı alır. Açık açık verilen mesajlar yanında dolaylı ve bilinçaltına hitap eden mesajlar da vardır ve bunlar daha da tehlikelidir. (Doğantekin 2016)

Birçok yayının, bireylerin ahlaki gelişimini olumsuz etkilediği ve vicdan duygusuna yıkıcı bir darbe vurduğu söylenebilir. Çünkü yapılan birçok yayında, vicdani değerlerle bağdaşmayan davranışları sergileyen birçok kişi sempatik gösterilmekte, olumsuz davranışlar bir gereklilik gibi sunulmakta, yapılan yanlışlara verilen ceza ve yaptırımlar ise geri plana atılmaktadır. Suçlu kişiler zengin olmakta, lüks bir yaşam sürmekte, yaptığı her türlü suçu bir şekilde örtebilmekte ve saygın bir kişi olarak toplumda yer almaktadır. Dolayısıyla bu yayınları seyreden birçok kişi de bu davranışları sergileyen model kişiler gibi düşünebilmekte ve onlar gibi davranabilmektedir. Ne yazık ki medya araçlarının ahlaki gelişime olan büyük yıkıcı etkisi medya araçlarının yayıncıları tarafından göz ardı edilmekte ve toplumsal çöküntüye neden olduğu gerçeği hiçe sayılmaktadır. Sırf maddi çıkar uğruna, her türlü yayın yapılmakta ve bu yıkım sürecine destek olunmaktadır.(Yıldız 2011, s. 12-18) Eleştirmenlerin büyük çoğunluğu bir kopukluk varsayımıyla yola çıkarak medyanın her zaman ev yaşamından ve ev dünyasından kopuk olduğunu, hatta bu yaşam ve dünya üzerinde yıkıcı etki yarattığını iddia etmektedir.(Hoover 2010) Medya çağı bize birçok problem sunmaktadır. Var olan birçok tehdidin tam aksine, medya tam da evimizin ve yaşamımızın içindedir (ya da orada olmayı arzu eder). Yaşamlarımıza, fark ettirmeden sızarak çok uzaklardaki kanalları, şebekeleri ve etkilerini evin korunaklı ortamına sokar.

Neil Postman; televizyonun bir seküler psikoloji yarattığını söylemektedir. Ekran; zihni dinsel olmayan olaylar ve düşüncelerle doldurmaktadır. Kutsal olan ise bu dünyevi olayların arasında çok zor görülmektedir. Kumandaya bastığımız anda çok renkli bir dünyanın içine adım atmış oluruz ki bu dünyada dünyevi olanla dini olan bir arada bulunabilir. İnsanlar dini bir program izlerken anında dünyevi bir programa reklamlara, popüler eğlencelere, erotik programlara geçebilir. Böylelikle ekran eğlence için var olur hale gelmektedir. (Doğantekin 2016)

Sosyal medyanın bireysel olarak olumsuz taraflarından biri de aşırı zaman kaybıdır. Sosyal medya kullanıcılarının birçoğu günün çok büyük bir kısmını sosyal sitelerde geçirmekte ve bunun çoğu zaman farkında bile olmamaktadır. Bundan dolayı “sosyal medya bağımlılığı” denen kavram son zamanlarda iyiden iyiye kendini hissettirmiştir. Günün büyük bir bölümünü ekran karşısında geçirmek zihin verimliliğini düşürmenin yanı sıra kişide psikolojik problemlere de yol açmaktadır. Son zamanlarda F Tipi okuma denen bir şey ortaya çıkmıştır. “Gerçek derinliği olan okumada insanlar soldan sağa yavaşça satır satır sayfanın altına kadar okurlar ama ekrandan okumaya alışmış yeni beyinler sayfaya sadece göz atmakta, aralardaki kritik kelimeleri aramakta ve o kelimelerde link oluşturanlar varsa onu hemen açmaktadır. Haliyle önündeki metne bir türlü konsantre olamamaktadır.” (Irak ve Yazıcıoğlu 2012, s. 26) Birçoğumuzun sayfalarca okuduğumuz halde geriye dönüp baktığımızda aslında okuduğumuzdan hiçbir şey anlamamış olmamızın sebeplerinden biri de bu durum olsa gerek.

Kullanım alanı oldukça yaygın olan sosyal ağlar, sosyalizasyon açısından problemlili olan insanların kişilik bozukluklarını hafifletmeye olumlu katkı vererek sosyal bozuklukların yükünü hafiflettiği gibi, siber-zorbalık ve elektronik taciz gibi olumsuz durumlara da hizmet edebilmektedir. İnternetin kullanılmaya başladığı ve yaygınlaştığı ilk yıllarda kullanıcılar, çevrimiçi iletişimi ilk olarak tanımadıkları kişilerle ilişki kurmak için kullanmıştır. Geçtiğimiz senelerde ise, neredeyse tüm gençlik artık çevrimiçi olduğundan, gençler, cep telefonlarını ve



sosyal ağ sitelerini, çevrimdışı hayatlarından tanıdıkları akranlarıyla (hem sık görüştükları arkadaşlarıyla buluşma planı yapmak için hem nadir görüştükları arkadaşlarıyla bağlantıyı koparmamak için) iletişim içerisinde olmak için kullanmaya başlamışlardır.(Yavuzer 2010, s. 121) Bu da beraberinde çarpık ilişkileri, küçük yaşlarda başlayan ve cinselliğe kadar uzanan birliktelikleri getirmiştir.

İnternet diğler kitle iletişim araçlarına kıyasla mahremiyete çok daha müdahil olmuş, hem gönüllü hem de gönülsüz mahremiyet ihlallerini hızlandırmıştır. İnternetin kitle iletişim sürecinde kontrolü alıcıya veren doğası; kullanıcılara diledikleri kadar, diledikleri derinlikte diğler insanların hayatlarına ve mahremlerine müdahil olma imkânı sağlamıştır.(Büyükaslan 2013, s. 119) Burada mahremiyetten kasıt; kişilerin kararlarını tamamen kendilerinin verdikleri, bu kararları eyleme dökerken yer zaman gibi ilişkinin tüm boyutlarını kendilerinin belirleyebildikleri alanı ifade etmektedir. Bu alanda karar da uygula da her türlü hak ve sorumluluk kişinin kedi denetimindedir. Kişilerin sosyal hayatlarında diğler insanların dışında kendisi için belirlemiş olduğu özel yaşam alanı da diyebiliriz. Mahremiyetin sosyal medya da ifade bulması çoğu zaman kişiye özel gibi durur. Birçok site kişilerin yaptıkları her türlü paylaşımın kimlerle paylaşmak istediğine kendisinin karar verebileceği bir çerçeve çizebileceği türünden bir görüntüye sahip olsa da aslında yapılan paylaşımın nerelere kadar uzanabileceği, kimlerin eline geçebileceği kesinlikle tam anlamıyla kontrol edilememektedir. Bu durum en basitinden kendi resmini olmadık bir sayfada reklam yüzü olarak görme şeklinde yaygın bir korkuya da sebebiyet verir. (Doğantekin 2016)

İnsanlar İnternete bağlandığı andan itibaren yapmış olduğu bütün aramalar gönderdiği postalar incelediği sayfalar, beğendiği fotoğraflar, yazdığı iletiler, yaptığı retweetlerin tamamı kayıt altına alınmakta ve zamanı geldiğinde pazarlık ürünü olarak karşısına çıkacaktır. Facebook kurucusu Mark Zuckerberg'in "mahremiyetin modasının geçtiğine dair sözleri ve Google CEO'su Eric Schmidt'in saklayacak bir şeyiniz varsa paylaşmayın" (Büyükaslan 2013, s. 119) sözlerinden şirketlerin mahremiyet konusunda tutumları ve bakışını net bir şekilde ortaya koymaktadır.

Hürriyet gazetesinde yayımlanan bir habere göre sosyal medya kullanımı ayrı bir iş hukuku alanı oluşturmaktadır. İş yerlerinde sosyal medyayı kullanım sınırları ve işten çıkarma için sebep oluşturup oluşturmadığına dair Yargıtay içtihatları geliştirildi. İş ilişkisinin sona erdirilmesinde sosyal medya önemli bir unsur haline geldi. Kişinin sosyal medyada işvereni ya da başka bir iş arkadaşı hakkında yorumları ve iş yerinin itibarına etkisi mahkemelerde tartışılabilir. Ayrıca Facebook ve Twitter kullanımının işçinin yaptığı işi aksattığı gerekçeleriyle iş akdinin bitmesine neden olduğu belirtilmektedir.(Büyüksener 2013, s. 115)

Bir iletişim aracı olan internetin bağımlılık yaratması nedeniyle iletişimsizliğe iten bir araca dönüştüğü araştırmacılar tarafından sık sık dile getirilmiştir. Özellikle gerçek mekânların yerini alan sanal mekânlar, gerçek çevrelerin yerini alan sanal çevreler, gerçek sosyal ilişkilerin yerini alan sosyal ağlar üzerindeki ilişkilerin boşanmalarda da etkili olduğu görülmektedir. Yeni arkadaşlar, yeni, çevre ve eski arkadaşları buluşturan sosyal paylaşım ağlarının aile içindeki sorunların daha da büyümesine neden olduğu, teknoloji bağımlılığı nedeniyle eşlerinde aileye olan sorumluluklarını yerine getirmemeye başladıkları uzmanlar

tarafından ifade edilmektedir. Aile çerçevesinde sosyal medyanın getirmiş olduğu tehlikelerden biri de eşlerin bu yolla başka insanlarla tanışıp ilişkiye girmesinin önünün açılmasıdır. (Doğantekin 2016)

Evli çiftlerin büyük bir kısmı internette tanıştıkları başka insanlar yüzünden evliliklerini bitirdikleri uzun süredir yapılan tartışmaların ana gündem maddesi olmuştur. (Yalçın 2003, s. 86) İnternet bağımlılığı anne ve çocuk arasına kadar girmiştir. ABD’de bir anne öz çocuğunu kendisi FarmVille adlı çevrimiçi oyunu oynarken sürekli ilgi isteyip ağladığından, sürekli oyununa ara vermek zorunda kaldığı ve bu yüzden de oyunda verilen görevleri zamanında yerine getiremediği için çocuğunu camdan atıp ölümüne sebep olmuştur. Bir bakıma sonsuz bir oyun olan sosyal ağlardaki profillerimizde çizdiğimiz imajımız aslında bir bakıma esarettir. Modern dünyanın ve gelişen teknolojilerin handikabıdır. Kendini sanal dünyanın içerisine hapsetmiş olmak bu dünyadan alınan hazza bağımlılığın sonucudur. Asosyal kimseler için bu daha büyük tehlike arz etmektedir.( Elçin 2009, s. 5)

Medya ve sosyal medyanın bu denli büyük ölçülerde insan ve toplum üzerinde olumsuz etkileri mevcuttur. Unutulmamalıdır ki her yeni teknoloji gibi medya da insanın bilişsel kontrolüne tabiidir. Kişiler bu büyülü dünyada kendilerini kontrol edebildikleri sürece hayatlarında pek çok kolaylık elde edebilirler. Ancak yukarıda belirttiğimiz şekillerde kullanılması hem birey hem de toplum nezdinde büyük yıkımlara yol açar.

## SONUÇ

Toplum; insanların bir araya gelmesiyle oluşan sisteme verilen isimdir. İnsanların bir araya gelmesi kendi kendine olmadığı gibi bu birlikteliğin devam etmesi için bazı ortak noktaların mevcut bulunması gerekir. Ortak noktalar arttıkça insanların bir arada bulunması ve birliklerinin devam etmesi daha da kolaylaşır. Ortak tarih, ortak dil, ortak yaşama alanı insanların aynı biçimde düşünmelerini kolaylaştırdığı gibi ortak hareket etmelerini de kolaylaştırır. İnsanları bir arada tutan ortak noktaların en önemlilerinden bir tanesi de manevi değerlerdir. Manevi değerler; insan hayatı için önemli anlam referansları arasında yer alır. Toplumun sağlıklı bir yapıya kavuşması ve fertler arası ilişkilerin ilerlemesi ve geliştirilmesinde manevi değerler belirleyici özelliğe sahiptir. Bu değerler insanı olgunlaştırırken aynı zamanda diğer insanlar karşısında bireyin saygınlığını artırır. Manevi değerler; insanı hayvani özelliklerinden arındıran ve ona “eşref-ül mahlûkat” sıfatını kazandıran temel noktaların en değerlilerindedir. İnsanlara yeme-içme-uyuma-bedensel hazlar arasında sıkışmış hayvansal bir hayattan kurtulabilmeleri için verilmiş nimetlerdendir. İnsanlar fitratlarına uygun bir yaşam sürdürebilmeleri için bu değerlere ihtiyaç duyarlar. İnsan; her şeyin var olmak için başka şeylere ihtiyaç duyduğu bu âlemde nispeten sorunsuz, huzurlu bir hayat sürdürebilmek için başka insanlara ihtiyaç duyar. İşte bu noktada manevi değerler huzursuzlukları giderip bir arada yaşamayı kolaylaştırıcı en önemli etkenlerdendir. Sorunsuz tamamıyla sıkıntısız bir yaşam elbette ki bu dünya için geçerli değildir. Ancak yine de biz insanların yeryüzünde bozgunculuk ve fesat çıkarmak yerine asıl vazifemizi yerine getirebilmemiz için mümkün olduğunca huzur ve sakinliği sağlamamız gerekir. Bu da mümkün olduğunca şahsımızdan yola çıkarak ortak yaşam alanlarında da insani vasıflarımızı güçlendirmek ve artırmaya çalışmakla olur.

Birey toplumun kültürü ve değerleriyle de ilk ailede tanışır. Manevi değerlerin bireyler açısından önemine daha önce de değinmiştik. Manevi değerler insana insan olma vasfını kazandıran ve toplumsal açıdan sağlam karakterli bir kişiliğe sahip olmasına yardımcı olan önemli bir noktardan biridir. Ailedeki her birey en iyi şekilde topluma adapte olabilmek için bu değerlere farkında olmasa da ihtiyaç duyar. Aile de çoğu kez gizil olarak öğrenilen bu değerler bireyin hayatı anlamlandırmasına, toplumla bütünleşmesine ve hayatını mutlu bir şekilde devam ettirmesine katkıda bulunur. Büyük ölçekte düşünülecek olunursa; devletler aynı değerlere sahip bireyler tarafından kurulur ve ortak değerler arttıkça devletin ömrü uzar. Bireyler birlerine manevi bağlarla bağlandıkça devletin temelleri sağlamlaşır. Aynı şekilde farklılıklar, ayrılıklar arttıkça da devletin ömrü kısılır ve çok geçmeden de son bulur. Türk toplumlarında da aile en önemli temel taşı olmuş ve çok fazla değer görmüştür. Özellikle ilk Türk topluluklarında aile kutsal görülmüş, bireyin toplum içinde uyması gereken örf adet adı verilen kuralların öğretilmesi ailenin en önemli vazifesi olarak kabul görmüştür.

Çalışmamızda manevi değerler üzerinde etkili en önemli noktaları işlemeye çalıştık. Bu bağlamda diğer bir hareket noktamız; medyanın manevi değerler üzerindeki etkisi oldu. Toplumumuzda önceleri entelektüelliğin göstergesi olarak kabul edilen gazetelerle ve çok sonraları televizyon kanallarıyla medya hayatımıza girmiş bulundu. Sonrasında çok hızlı gelişme kaydeden medya ve araçları yaygınlaşarak sosyal medya ile zirveye oturdu. Daha önce de değindiğimiz gibi ailede dejenerenin yaşanması neticesinde çocuk daha küçük yaşlardaki insanlardan çok makinelerle yaşamaya başlamıştır. Küçük yaşlarda oyunlarla başlayan makine tutkusu çok geçmeden yerini sanal alem bağımlılığına bırakır. Son dönemlerde; anne babanın bile evde otururken sohbet etmek, ortak bir şeyler paylaşmak yerine; akıllı telefonlara, bilgisayarlara tabletlere sarıldığı, çocuğun odasında yalnız başına bilgisayar başına gömüldüğü resim bizlere artık hiç yabancı değildir. Elbette ki günümüzde bu kadar etkili olan medyayı, sosyal medyayı tamamen hayatımızın dışına atmamız mümkün değildir. Hatta en iyi şekilde en etkili şekilde kullanabilmemiz ya da en azından yeniliklerden haberdar olmamız gerekir. Ama tamamıyla hayatımızın başköşesine oturtmak, ondan kopmamak, her fırsatta ona sarılmak elbette ki en büyük hatalardan biridir. Medya ve sosyal medya şu anki haliyle; örf ve adetlerimize, değerlerimize aykırı birçok uygulamayı barındırmaktadır. Örneğin; neredeyse tüm gazetelerde bulunan magazin sayfaları özel hayatın gizliliğine zarar vermekte ve bu yöndeki değerlerimize aykırılığını unutturarak artık çok normal karşılanmaktadır. Şu anda neredeyse hiçbir gazete tarafsız davranmamakta, hizmet ettiği amaç uğruna adaletten ve doğruluktan çoğu kez ayrılıp inançları doğrultusunda hatalı da olsa yayın yapmaktadır. Ama yine de dürüst, ilkeli, ahlaklı yayın anlayışı kimsenin dilinden düşmemektedir. Dürüstlük, doğruluk, adalet, insana saygı, elbette ki, manevi değerlerimizdendir. Ancak manevi değerlerimize aykırı olan nokta artık dillere pelesenk olmuş bu sözlerin içinin boşaltılması, olur olmaz herkesin elinde oyuncak olmasıdır. Sosyal medya ise artık tamamıyla bıçak sırtı gibidir. İsteyen istediği yönde doğru da olsa yanlış da olsa istediğini paylaşabilmekte, istediği doğrultuda insanları yönlendirebilmektedirler. İnsanlarda artık her an her saniye yaptığını düşündüğünü başkalarına bildirme hastalığı başlamıştır resmen. Hele ki sanal ortamda paylaşılan resimler olur olmaz her yerde görülebilmekte insanlar arasındaki ilişkilere zarar verebilmektedir. Sanal ortamda kişi istediği doğrultuda kendisiyle alakası olmayan yeni bir kimlik oluşturabilmekte ve bununla diğer

insanlarla istediği doğrultuda iletişime geçebilmektedirler. Yani sosyal medyadan tamamıyla güvensizliğe, yalan dolana, insanları galeyana getirmeye yatkın sanal bir dünya yaratılmalıdır. Elbette ki bunların hiç birinin ne insan ahlakıyla ne de manevi değerlerle ilişkilendirilmesi söz konusu değildir.

Araştırmamızın en başında da belirttiğimiz gibi bu çalışmamızdaki amaç; manevi değerler üzerinde etkili faktörler olan aile, medya ve okulun hangisinin daha etkili olduğunu saptamak değildir. Elbette ki hepsinin yeri ve önemi farklı farklıdır. Aynı zamanda etkileri yaşanan coğrafyaya, kişiden kişiye, zamandan zamana göre değişir. Ancak şu bir gerçektir ki manevi değerler insanca bir yaşamın en önemli ve gerekli vazgeçilmezidirler. Aile, medya ve okul bir bütün olarak milli ve manevi değerlere hizmet ettiği sürece Türk toplumu varlığını sürdürecektir ve diğer milletlere mazisinde de olduğu gibi en önde yol gösterici olacaktır.

### KAYNAKÇA

Ali Büyükaslan, “Sosyalleşen Birey” Sosyal Medya Araştırmaları, Konya, Çizgi Yayınları, 2013, s. 74.

Ali Büyükaslan, Sosyalleşen Birey Sosyal Medya Araştırmaları, Konya, Çizgi Yayınları, 2013, s. 119.

Buhari, Hudud, 12

Cemal Yalçın, “Sosyolojik Bir Bakış Açısıyla İnternet,Cumhuriyet Üniversitesi,” Sosyal Bilimler Dergisi, S. 27, 2003, s. 86.

Dağhan Irak - Onur Yazıcıoğlu, Türkiye ve Sosyal Medya, İstanbul, Okyanus Yayınevi, Eylül 2012, s. 26.

Doğantekin S. (2016) ‘‘ Manevi Değerlerin Oluşmasında Etkili Faktörler Olarak Aile Medya Ve Okul’’ Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Ve Din Bilimleri Anabilimdalı Din Sosyolojisi Bilimdalı Yayınlanmamış yüksek Lisans Tezi, Şanlıurfa

Ercüment Büyüksenner, Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış, İstanbul, Hayal Akademisi, 2013, s. 3.

Ercüment Büyüksenner, Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış, Hayal Akademisi, 2013, s. 115.

Erdoğan Aydın, Nasıl Müslüman Olduk, 30. Baskı, İstanbul, Literatür Yayıncılık, 2013 s. 217. 2013

Erol Güngör, Değerler Psikolojisi Üzerinde Araştırmalar, İstanbul, Ötüken Neşriyat Yayınevi, 1998, s. 70

Güliz Uluç, Medya ve Oryantalizm, İstanbul, Anahtar Yayınları, 2009, s. 39.

Haluk Yavuzer, 1. Çocuk ve Medya Kongresi, Bildiriler Kitabı, Cilti:2, 2010, s. 121.

<http://ds.anadolu.edu.tr/eKitap/MEI103U.pdf>, 19 Ağustos 2015.

[http://meb.gov.tr/earged/earged/TV\\_izleme.pdf](http://meb.gov.tr/earged/earged/TV_izleme.pdf), 20Ekim 2015.

Hüseyin Nihal Atsız, Bozkurtlar, İstanbul, Ötüken Neşriyat Yayınları, 2011, s. 498.

Işıl Zeybek, İnternet Mucizesi Olarak Yaşam Alanı Bulan Sanal Benliklerin Önlenemez Yükselişi 2010

İrfan Ertuğrul - Nuray Keskin, İnternetin Türkçe'nin Kullanımında ve Toplum-Birey Yapısının Değişimindeki Rolü, Kıbrıs, Gazimagusa-Kıbrıs, Doğu Akdeniz Üniversitesi, Bilgisayar ve Teknoloji Yüksek Okulu Mesleki Eğitim Sempozyumu Sunusu, 2012, s. 79.

İstanbul, Anahtar Yayınları, 2012, s. 276.

M. Hoover, Stewart, Dijital Çağda Çocuk Medyası Ve Din , 1. Türkiye Çocuk Medyası Kongresi, Bildiriler Kitabı, 2010.

Mahmut Sami İşlek, Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma, Karaman, 2012, s. 25.

Mehmet Yazıcı, "Toplumsal Değişim Ve Sosyal Değerler," International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 8/8, 2013, s. 1495.

Metin İşçi, Sosyal Yapı ve Sosyal Değişme, İstanbul, Der Yayınları, 2000, s. 5.

Mikail Bayram, Ahi Evran ve Ahi Teşkilâtının Kuruluşu, Konya, Kültür Yayıncılık, 1991, s. 127.

Mustafa Kara, "Kur'an'da Adalet Kavramı Ve Güncel Değeri," Samsun On Dokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, S.34, 2013, s. 141.

Mustafa Aydın, "Gençliğin Değer Algısı: Konya Örneği," Değer Eğitimi Dergisi, S. 3, 2003, s.129.

Mustafa Çavdarıcı, Türkiye'de Sosyal Değerlerin Aşınması Ve Kültür Sömürgeciliği, Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, 2002, s. 40.

N.Gizem Koçak, "Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi:Eskişehir'de Bir Uygulama," Selçuk Üniversitesi, Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 2012, s. 24.

Neşe Elçin, Sanal Profillerin Oluşumu ve Hayatımıza Etkileri, Ankara, 2009, s. 5.

Neşet Çağatay, Ahilik Nedir, Ankara, 1990, s. 35.

Nimet Önür, "Medya Etkisi," Sosyoloji Dergisi, 2005, s. 291

Nisa Suresi, 135. ayet

Öznur Özdoğan, İsimli Hayatlar, Ankara, Lotus Yayınları, 2005, s. 107.

Recep Kılıç, Ahlakın Dinî Temelleri, Ankara, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 1992, s. 19.

Süleyman Hayri Bolay, Eğitim, Din ve Değer, Ankara, Türkiye’de Din Eğitimi ve Öğretimi İlimi Toplantı Sunumu, 1998, s. 32

Taha Yazar, Öğretmen Adaylarının Değerler Hakkındaki Görüşleri, Eskişehir, Osmangazi Üniversitesi Değerler Eğitimi Sempozyumu, 2011, s. 62.

Vahit Yıldız, “Bir Sosyal Öğrenme Aracı Olarak Medya ve Ahlaki Gelişim Kuramları Açısından Medya Okuryazarlığına Eleştirel Bir Bakış,” Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, S. 3, 2011, s. 12-18.

Yılmaz Ceylan, “Toplumsal Değerler ve Medya Etiği,” DÜSBED, Nisan, 2012, s. 53.