

## YENİ MEDYA EKOLOJİSİ VE İLETİŞİM SARMALI MODELİ

Serkan BAYRAKÇI\*  
Mert KÜÇÜKVARDAR\*\*

### Özet

İnternetle birlikte topluma yayılmaya başlayan yeni teknolojiler ve özellikle de iletişim teknolojileri toplum yapısında önemli değişimlere yol açmaya başlamıştır. Günümüzde neredeyse her ortamda internete erişimin olması, bireylerin sürekli olarak mobil araçlara başvurması ve iletişim halinde olma yönündeki isteği en nihayetinde akıllı telefonların yaşamın büyük bir parçası olarak atfedilmesine yol açmıştır. Yeni teknolojileri denemek/satın almak için sabırsızca bekleyen bireylerin bu teknolojilere katılma yönünde oldukça gönüllü olması da toplumda akla gelen en keskin değişimlerdendir.

Yapılan araştırmalar geleneksel medya araçlarının Z kuşağı bireylerine ya da dijital yerlilere fazla bir anlam ifade etmediğini göstermektedir. Bu bağlamda teknoloji çağında yetişip yeni medya ekolojisini benimseyen öğrencilerle dolu bir odaya geleneksel medya araçları çerçevesinden konuşmak pek de ilgi çekici gelmemektedir. Yeni medya araçlarının hayatlarının odak noktasına yerleştirenler için bir iletişim döngüsü söz konusudur. Sürekli iletişim halinde olma isteği, çevrimiçi olma duygusu, cep telefonlarını sürekli kontrol etmeye yönelik karşı konulamaz dürtüler, sosyal ağlarda olmadığında birçok şeyi kaçırmış hissiyatı günümüz yeni medya ekolojisinde sıradanlaşmıştır.

Bu çalışmada, yeni medya ekolojisinin etkileri ele alınarak, iletişim bilimine yön veren ana eleştirel kuram ve düşünceler yeni medya teknolojileri bağlamında yeniden değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda sanal iletişim kullanımına yönelik “iletişim sarmalları” modeli oluşturulmuştur. Oluşturulan model literatür taramasıyla belirlenen ve teknolojiyle bağlantılı iletişim kuramlarıyla karşılaştırılmıştır. İletişim kurma ihtiyacının teknoloji yoluyla karşılanması daha güçlü ve tekrarlayan bir iletişim

\* Arş. Gör., Marmara Üniversitesi Gazetecilik Bölümü, serkan.bayrakci@marmara.edu.tr, Orcid ID: 0000-0002-3817-1927

\*\* Dr., mertkvardar@gmail.com, Orcid ID: 0000-0001-5205-4674

kurma ihtiyacı ortaya çıkarmaktadır aynı zamanda yeni iletişim araçlarının bu ihtiyacı karşıladığı görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Yeni Medya Ekolojisi, İletişim Kuramları, İletişim Sarmalı, Sanal İletişim Döngüsü

## NEW MEDIA ECOLOGY AND DIGITAL COMMUNICATION SPIRAL MODEL

### Abstract

Modern technologies and especially communication technologies, which began to spread to society, caused a serious change. Today there is internet access in almost every environment. Smartphones are available every minute with individuals and individuals are willing to use applications in communication technologies in a voluntary way.

Today, terms such as television and newspapers do not make much sense to individuals of the Z generation. For instance, it is not interesting to talk about traditional media tools in a room full of students who grew up in the age of technology and who adopted new media ecology. There is a communication cycle for those who place new media tools in the center of their lives. Communication messages are intertwined during the day and very frequent communication is realized. When people cannot control their mobile phones or social media during the day, they feel that they are missing something very important and this feeling is under the influence of society.

The article discusses the effects of new media ecology. In addition, traditional critical theories and ideas that direct communication science are tried to re-evaluated within the framework of modern technologies. Finally, a digital communication spiral model was created representing the new communication. The model was compared with the communication theories determined by literature survey and connected with technology. Based on the current comparison, the need for individuals to communicate is provided by technologies. The need to communicate through technology creates a more powerful and repetitive situation. It is also seen that new communication tools meet this need.

**Keywords:** New Media, Communication Spirals, Virtual Communication Cycle

## Giriş

Teknolojik araçların üretimi ve kullanımı, düşünme yetisine benzer şekilde insanoğlunu diğer türlerden ayıran en önemli özelliklerden biri olarak değerlendirilebilir. Teknolojinin giderek etkisini arttırması insan gücünün iletişim, ulaşım, enerji, savaş ve benzeri birçok farklı alana doğru genişlemesine yol açmıştır. Tekniklerin geliştirilmesi, araçların üretilmesi ve bunların yayılması beraberinde çözümlenmesi gereken çok sayıda sorunu da ortaya çıkarmıştır. Yüzyıllar boyunca süregelen keşifler ve çeşitli konulara yönelik kaynak arayışı uygarlıkların farklılaşmasını sağlamıştır. Teknolojik gelişme ve ilerlemeler bazı antropologlara göre, uygarlıkların dönüşümüne katkı sağlayan yegâne faktör olmuştur. Bilginin kültürel yapı içerisinde gelişimine katkı sağlayan kitle iletişim teknolojilerinin kilit rolü olmuştur (Yeşilorman & Koç, 2014, s. 117-133). Bununla birlikte geçmişten günümüze iletişim araçları, ortamları bakımından birçok yenilik ortaya çıkmış ancak özünde iletişim olgusu hiçbir zaman önemini yitirmemiştir.

Artık belirli bir kaynaktan kodlanarak ortaya çıkan iletilerin geleneksel kanallarla alıcıya ulaştığı ve alıcının da bu kodları çözerek geri bildirimde bulunduğu klasik iletişim süreçlerinin değiştiğine şahit olmaktayız. Şahit olduğumuz değişiklikler sadece klasik iletişim alışverişiyle sınırlı kalmamaktadır. İletişimin temelinde insan merkezli bir olgu olması durumu da iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle farklı bir boyuta geçmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin daha çok evrensel özellikler göstermesi, yaygınlığı, çeşitli gereksinimleri karşılması onu daha vazgeçilmez kılmaktadır. Yeni medya teknolojileriyle beraber bireylerinin gösterdiği etkileşime yönelik olguların açıklanmaya çalışıldığı ve alanı zenginleştirebilecek çeşitli kuramların geliştirildiği iletişim bilimleri yaklaşımlarının dijital alana kaydığı görülmektedir. İletişimin disiplinler arası bir alan olmasından hareketle farklı bilim dallarından (sosyoloji, antropoloji psikoloji vb.) yararlandığı hatta o bilimlerin temelini oluşturduğu da söylenebilir. Örneğin, makinelere insan gibi düşünebilme yeteneği kazandırma çalışmaları olan yapay zekâ sistemlerinde sistemde yer alan parçaların birbirleriyle kurduğu iletişim oldukça önemlidir. Kısacası iletişimi salt ileti aktarımından ziyade kontrol bilgilerinin iletilmesi, dağıtılması ve sayısız alanın birbirine bağlanmasına yardımcı süreçler olarak da değerlendirebiliriz.

İletişimin toplumsal alana yaptığı etki çoğunlukla tartışma konusu olmuştur. Yirminci yüzyılın ortalarından itibaren iletişim teknolojilerinin etkilerini ve tarih içerisindeki yerini araştıran birçok araştırmacı olmasına karşın iletişim araçlarını teknolojik bakış açısıyla ele alıp değerlendiren önde gelen araştırmacılar Marshall McLuhan ve Harold Innis'dir. Bu iki ismin çalışmaları incelendiğinde ortak vurgunun batı medeniyetlerinin iletişim teknolojilerinden oldukça güçlü bir şekilde etkilendiğine yönelik olduğu görülmektedir (McLuhan, 1962). Çoğu iletişim bilimcisi özellikle insanların hayatlarının merkezine yerleşen iletişim araçlarının okuryazar kültürü zayıflattığı üzerine hem fikirdir (Postman, 2018, s. 97-159). Tıpkı yüzyıllar öncesi sözlü kültürün yerini alan yazı teknolojilerinin dinsel inancı ve belleği zayıflattığı düşüncesi gibi. Özellikle 1950'lerde kendisini hissettiren, 1960'lardan itibaren geniş coğrafyalarda aktif hale gelmeye başlayan televizyon ve uydu teknolojileri medya kültürünün yerleşmesinde etkin rol oynamıştır. Bahsi geçen adımlar, zamanla dünyayı McLuhan'ın ifadesiyle "küresel köye" dönüştürmüştür ancak bu durum insanları daha fazla barış ve mutluluğa götürmek yerine insanlığın daha büyük bir yapıda ve sınırları olmayan kültürel olguya ulaşmasına yol açmıştır.

Bilişim çağıyla birlikte medya teknolojilerinin verileri işlemesi ve aktarmasına yönelik yeni süreçler ortaya çıkmıştır. Bilgiler yüz yüze iletişimle aktarılırken 1990'lardan itibaren bilgisayar destekli ağlar aracılığıyla "bitler" halinde dijital olarak iletmeye başlanmıştır. Veriler dijitalleştikçe sayısız veri bitlerinden megabaytlara, petabaytlara ve büyük veri setlerine ve bulut teknolojilerine dönüşüm devam etmektedir. Yeni teknolojiler sadece insanın hayal gücüyle sınırlarını aşmaya başlamıştır. Eskilerin bir kenara itildiği, iletişim biçimlerinin değiştiği ve günlük yaşamın gözle görülür bir biçimde dönüştüğüne şahit olunmaya başlanmıştır. Gündelik yaşamdan örneklandırmek gerekirse teypler yerini walkmanlere, onlar yerini mp3 çalarlara ve onlar da yerini artık akıllı telefonlara, iPod ve müzik dinleme uygulamalarına bırakmaya başlamıştır. Ya da en yalın haliyle başlangıçtaki konumlarından hareketle cep telefonları başkalarını arayabilmek için tasarlanmıştır. Ancak seneler ilerledikçe cep telefonları kişisel takvimleri, alarmları, el fenerlerini kısacası çok sayıda uygulamayı kapsamaya ve günümüzde artık insanın bir uzvu gibi olmaya başlamıştır. İnsanların iletişim araçları üzerinden farklı şeyleri kullanmanın yolunu araması beraberinde hayal gücü sınırlarının zorlanmasına yol açmıştır.

Yirmi birinci yüzyıl insanların sosyal ve kültürel değerleri en yaygın şekilde medyadan öğrendikleri dönemi kapsamaktadır. Beck (1999, s. 20-21) yeni medya teknolojilerini haberleşme ve ulaşımın yeni adı olarak tanımlayarak, ona verdiği önemi vurgulamaktadır. Dünya tarihinde belki de en hızlı kabul gören akıllı cep telefonları 2005'ten günümüze kadar popülerlik derecesini kat ve kat arttırmıştır. Dünya genelindeki akıllı telefonlar, artan nüfus, internet bağlantıları gibi birçok faktör buna katkı sağlamıştır. Sosyal medyanın hızlı gelişimi insanların sanal tabanlı teknolojilerle etkileşimi ve iletişimin çevrimiçi olarak yaygınlık kazanmasıyla farklı bir sosyalleşme biçimi ortaya çıkarmıştır. Sanal-sosyal tabanlı platformlara katılım giderek artmaktadır.

Yeni medya araçlarının ve ortamlarının etkilerinden biri de kullanıcıları kendisine bağlaması, döngüsel biçimde iletişimi sürekli ve çeşitli araçlar üzerinden tekrarlamaya yönlendirmesidir (Velentzas & Broni, 2014, s. 117-131). Dolayısıyla böylesi bir etkinin çeşitli kuram ve modellerle desteklenmesi gerekmektedir. İletişimi açıklamaya çalışan kuram ve modellerin çözümlenmeye çalıştığı alan oldukça geniştir. Özellikle teknolojinin çoğunlukla hâkim olduğu bir ekosistemde hiçbir çözümlenmeye kalkışmadan her şeyi kabullenmek mümkün değildir. Zira Karl Popper'da kendisine yöneltilen eleştirilerden hiçbir zaman vazgeçmemiş ve düşüncesinin temelinde yatan bilginin iki sorunu üzerine yoğunlaşmıştır. Bunlardan ilki, tümevarım problemidir. Bilim sınırsız evrensel olayları incelemesine rağmen yalnızca belirli olayları gözlemleyebilmektedir. İkincisi ise ampirik bilimlerle beşeri bilimler arasında bir ayrılma problemidir. Popper, temel problemlerin aşılmasında ve bilimde daha doğru çıkarımlarda bulunulmasının tümevarımdan ziyade tündengelim yönteminin kullanılmasının uygun olacağını ifade eder. Bu bağlamda ortaya koyduğu “yanlışlanabilirlik” teorisi önemlidir. Eğer ortaya atılan bir teori yanlışlanabilirse gerçek doğru bulunabilir (Popper, 2009, s. 26-51). Bilim, açıklayıcı teorileri desteklemede yardımcıdır ancak Popper gibi düşünürler bazı teorilerin tam anlamıyla doğru olduğunun kanıtlanamayacağını düşünmektedir. Dolayısıyla bilim tüm teorileri hatta ve hatta doğru olanları bile sorgulamayı, eleştirmeyi sürdürmelidir. İletişim sarmalları modeli de temelde bunu amaçlamaktadır.

### **1. Artıları ve Eksileriyle Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya Ekolojisi**

Medya Ekolojisi, medya ve iletişim teknolojisinin insan kültürü üzerindeki etkisini ve değişimlerini analiz eden teorik bir düşünce kavramıdır. Medya ekolojisinin öncüsü

Neil Postman medya ekolojisi terimini şöyle açıklar (Postman, 2000, s. 10-16): “Bu iletişim medyasının insan algısını, anlayışını, hissini ve değerini nasıl etkilediğini bize gösteren bir olgudur. Aynı zamanda medya ile olan etkileşimin hayatta kalma şansımızı nasıl kolaylaştırdığını veya zorlaştırdığını bize gösteren bir öğreticidir.”

Medya ekolojisinin geçmişi McLuhan ve Postman’ın 1970’lerde ortaya koyduğu öğretilerden çok daha eskilere dayanmaktadır. Terim, biyolojiye dayanan bir metafor olduğundan, evrim sözcüğü de ondan kaynaklanabilecek bir metafordur. Evrim, Walter J. Ong’un iletişim ve medya ekolojisine katkılarında anahtar bir kavramdır. Ong, evrimsel kaymaların “sözlülükten okuryazarlığa, kirografiden tipografiye, yazılı basından elektronik iletişime kadar” gerçekleştiğini ve kültürel değişimin bu değişimlere eşlik ettiğini ortaya koymuştur. Sosyal, ekonomik, politik, dini ve diğer yapılar iletişim ortamındaki değişimlerden dolayı etkilenmiştir (Ong, 2014, s. 36-87). Ong, kalem, fırça, kağıt, mürekkep gibi yazının tüm yönlerine ait materyalleri göz önüne alırken bir teknoloji ortaya çıkarmayı düşündü ve bu amaçla bir kapı araladı. Bu kapıdan ilerleyip gelişen iletişim teknolojileri ise Ong’un düşüncesinin modern boyutunu oluşturan yeni medya ekolojisini temsil etmektedir.

Günümüzde devletler büyük ölçüde dijital toplumlarla birlikte hâkimiyetini sürdürmektedir (Owen, 2017, s. 823-836). İlişkiler, kültür, ekonomi, dil, etik değerler vb. birçok unsur dijital süreçlerden etkilenmektedir. Her şeyin sayısallaştığı, teknoloji dilinin egemenliğindeki sosyal yaşam deneyimi yeni iletişim teknolojilerine bağımlı hale gelmeye başlamıştır. Teknoloji ve iletişim sistemleri karşılıklı etkileşimleri ile birbirlerini beslemektedir. Dolayısıyla insan ve teknolojinin birlikteliği olarak adlandırılan bütünlük aslında iletişim sistemlerinin alt yapısını oluşturmaktadır. Sosyal yapı ise bu iletişim sistemlerinin biçimlenmesi, gelişmesi ve değişmesinde kilit rol oynamaktadır. Aynı zamanda sosyal yapı içerisindeki etkileşim ihtiyacı da bu süreçler sırasında karşılanmaktadır. Sosyal yapının uzantısı olarak gelişen iletişim alanı, ekonomi, politika ve daha birçok alanla bağlantı halindedir. Teknolojik gelişmelere baktığımızda matbaa, radyo, telefon, televizyon, bilgisayar gibi cihazların her ortaya çıktığı dönemi derinden etkilediği görülmektedir. Etkileme süreci konusunda McLuhan, teknoloji kavramının altını çizmiş ve teknolojik araçlarla ilgili “duyularımızın dışsallaştırılması” betimlemesinde bulunmuştur (McLuhan, 1962, s. 132):

“Teknolojik araçlar, dünya için bir beyin. Dünya, Büyük İskenderiye kütüphanesine doğru yönelmek yerine tıpkı bir çocuğun bilim kurgu parçasında karşılaştığı gibi bir bilgisayarın, bir elektronik beynin peşine yöneldi. Ve duyularımız dışarı çıktığı anda ‘Big Brother’ içeri yerleşti. Dolayısıyla insanlar bu dinamikten haberdar olmadıkça bir zamanlar kabile davullarından oluşan ve küçük bir dünyaya tam olarak uyan bir panik terörü aşamasına geçeceğiz.”

İnteraktif kitle iletişim araçları ve sosyal ağ birlikteliği sosyal medya olgusunu ortaya çıkarmıştır. Doğumlardan ölümlere, yeni arkadaşlıklardan farklı evliliklere kadar hemen hemen her şey sosyal medyada yer almaya başlamıştır. Dolayısıyla hem dijital yerliler hem de dijital göçmenler (Prensky, 2001, s. 1-6), sürekli var olan teknolojilere ve çeşitli araçlara uyum sağlamak zorundadır. Sosyal medya araçlarının gelişimi sanal ortamın gelişimiyle paralel olarak ilerlemektedir. Dolayısıyla internet ve uzantıları sürekli bir değişim ve gelişim içerisinde. Web 1.0 teknolojisi 1989 yılında ortaya çıktığında çok az etkileşime izin veren geleneksel web sayfalarını içermekteydi. Web 1.0 en basit haliyle birine e-mail göndermek için kullanılan bir işlevi yerine getiriyordu. Ancak Web 2.0 teknolojisiyle birlikte etkileşim açısından ciddi bir gelişim yaşandı. Web 1.0’ın potansiyellerinin geliştirildiği Web 2.0 Tim O’Reilly’e göre bilişim endüstrisi sistemi içerisinde görülmeye başlanan devrimsel bir gelişmedir. (O’Reilly, 2005). Bilişim ve iletişim teknolojileri araçlarına bakıldığında alt yapıların hızlı büyümesi, gelişim göstermesiyle beraber ilkel çevrimiçi web içerikleri tek edilerek, kullanıcının da etkin biçimiyle katılım gösterdiği bir anlayışa geçiş yapılmıştır. Web 2.0’da etkileşim, kullanım kolaylığı ve içerik üretimi özelliğiyle Facebook, Twitter, Youtube, Wikipedia gibi daha sonraları oldukça popüler olan siteler ortaya çıkmıştır. Etkileşim seviyesini arttırmayı amaçlayan bu siteler gündelik hayata sanal beğeni, sanal cemaatler, sanal fenomenler vb. daha birçok kavramın yerleşmesine yol açmıştır. Çevrimiçi boyutun çeşitlenmesiyle birlikte kullanıcıların içeriğe müdahil olamadığı bir başka ifadeyle pasif kaldığı bazı sosyal araçlar ve içerikler çöpe atılmıştır. İnsanların kendi başlarına üretim yapabildiği, geliştirebildiği, etkileşime girebildiği yeni ortam yapılanmasında, demokratikleşme, yaratıcılık, vb. daha birçok kavram insan yaşamında daha fazla yer bulmuştur.

Web 1.0’dan Web 2.0’a geçiş devrim niteliğinde olsa da bugünlerde Web 3.0’geçiş sürecinde olmamız daha önceki geçiş kadar ses (içerdiği yenilikler açısından) getirmemektedir. Web 3.0 teknolojisi önceki iki dönemi birleştirici araçları içermektedir. İnsan-makine ve makine-makine arasındaki etkileşimi de kapsamaktadır. Taşınabilirliğin (*mobilité*) artmasıyla herhangi bir yerde herhangi bir zamanda bir olayı deneyimlemek

kolaylaşmakta ve iletişimin karşılama süreci daha da hızlandırmaktadır. Akıllı telefonlarla başlayan süreç, akıllı evler, akıllı arabalar ve genel olarak akıllı teknolojiler olarak devam etmektedir. Web 2.0'a ait mesaj teknolojileri, metin gönderme teknolojileri, mobil uygulamalar ya da mobil araçlar için oluşturulan tüm içerikler Web 3.0'ın için veri setlerini oluşturmaktadır. Fakat yapay zekâ teknolojileriyle endüstriyel alanlar daha da değişmeye başlamıştır. Kullanılan araçlar, arama yapılan içerikler üzerinden algoritma bazında üretimler ve öneriler sunmaya başlamıştır. Robot teknolojileri ve yapay zeka ise Web 4.0'ın temelini oluşturmakta ve yapay zekâ sistemleri giderek daha fazla yaygınlık kazanmaktadır (Aghaei, Nematbakhs, & Farsani, 2012, s. 1-10).

Yeni medya teknolojileri kullanıcıların birbirlerinin kişisel bilgilerini görebilmesine izin vermektedir. Bu durum beraberinde mahremiyet ve bilgi güvenliğini penceresinden riskler barındırmaktadır. Bunların yanında insanlar, zorunlu olarak sosyal medyayı takip etmek, e-postalara yanıt vermek ya da Whatsapp'tan birine mesaj yazmak gibi eğilimler içerisine girmektedir. Ve bu durum bir döngüye neden olmaktadır. Akıllı telefonların sahip olduğu uygulamalara karşı insanlar bir kullanım zorunluluğu hissetmektedir (Koo, 2009, s. 818-828). Çevrimiçi araçların kullanımı ve özellikle de taşınabilir iletişim araçlarının yaygınlık kazanması çevrimiçi ortamda geçirilen sürenin de artmasına yol açmıştır. Bu durum, her nesilden kullanıcının çevrimiçi teknolojilere bağlılık gösterme durumunu etkilemektedir. Özellikle aile çevresinden uzakta yaşayan bireyler daha serbest yetişmekte ve sosyalleşmek amacıyla zamanlarının çoğunu çevrimiçi alanda harcamaktadır. Bu durum kullanıcıların kendi kültürel değerlerine ve kimliklerine bir yabancılık çekmesine neden olmaktadır. Bu biçimiyle aslında bireyler sahip oldukları toplumun kültürel kodlarını, yaptıkları içerikler aracılığıyla yeni kültürel kodlara aktarmakta ve geleneksel değerlerle yeni değerleri yer değiştirmektedir (Karagülle & Çaycı, 2014, s. 1-9).

## **2. Yeni İletişim Araçlarının Eleştirel Düşünceler Açısından İrdelenmesi**

Bilgi alışverişine yön veren iletişim profesyonelleri ve ipleri elinde tutan mülkiyet sahiplerinin dijital medya üzerinde sosyal yapıyı inşa etme yönündeki girişimleri özellikle de geleneksel medyaya kıyasla çokça işe yaramamaktadır (Cooper, 2003, s. 86-97). Bireyselliğin gücü ele geçirdiği dijital medya içeriklerine yönelik çözümler farklı sosyolojik bakışları gerektirmektedir. Özellikle günümüzde aşına olduğumuz üzere



insanların dışlanma korkusuyla kamudaki yaygın görüşün dışında kalmama düşüncesi teknolojik olanakların sunduğu anonim olma durumuyla kırılmaya başlandı. Özellikle iletişimin geleceğiyle ilgili çözümlenmelerde bulunmadan önce bu alanda oldukça etkisi bulunan çeşitli iletişim bilimcilerinin eleştirileri ve kuramlarını bilmek ve bunları günümüz bakış açısıyla değerlendirip karşılaştırmak oldukça önemlidir.

Theodor Adorno ve Max Horkheimer, Frankfurt okulunun en önemli düşünürlerindedir. Ortaya attıkları, “kültür endüstrisi” kavramıyla kültürel varlık ve değerlerin yeniden üretimi, bir metâ olarak görülmesi, endüstriyel üretim biçimleri gibi süreçleri işaret etmişlerdir (Rush, 2004, s. 40-67). Günümüzdeki yapıyla benzer şekilde her üretimin tek tip bir yapıya sokulduğunu ve her şeyin birbirine benzediğini ifade eden düşünürler, ihtiyaç mallarının da buna göre dizayn edildiğini öne sürmüşlerdir. Bugün insanlar birçok isteğinin karşılanması için genellikle paketlenmiş deneyimleri tercih etmektedir. Seri üretim ve standartlaşmanın bir sonucu olarak gelişim gösteren kitle kültüründe tekniğin, toplum üzerinde güç kazanması kaçınılmazdır. Yabancılaşmanın da etkisiyle teknolojiler insanları zorlayıcı iletişim davranışlarında bulunmaya itmiştir.

İletişim alanına önemli katkıları olan Herbert Marcuse ise 1964 yılında kaleme aldığı “*Tek Boyutlu İnsan*” isimli eserinde “us” adını verdiği, toplum içerisindeki bireyi daha fazla köleleştiren, bilim ve teknoloji tarafından yönlendirilen insanın durumunu betimler (Marcuse, 2008, s. 111-145). Gerçekten de günümüz iletişim araçları açısından değerlendirildiğinde teknoloji, toplumun her alanını etkisi altına alan bir denetleme aracı haline gelmiştir. Özellikle cep telefonları, karşı konulamaz bir eğlenceyi farklı bir dünyayı beraberinde getirmektedir. Bu yönüyle yeni iletişim araçları insanları kendine çeker ve onları yönetir. Araçların giderek daha fazla ulaşılabilir olması, kullanım alanını arttırması, bir üretim aracı olmaktan çıkması ve yaşamı biçimlendiren bir araç haline gelmesi zincirleme bir süreci oluşturmuştur. Kısacası yaşam tek bir boyuttan oluşan düşünce ve davranış kalıpları haline gelmeye başlamıştır.

Yeni iletişim araçları açısından (Zerback & Fawzi, 2017, s. 1034-1051) karşılaştırma yapabileceğimiz bir diğer önemli iletişim çalışması ise Alman sosyolog, Elisabeth Noelle-Neumann’ın geliştirdiği “*Suskunluk Sarmalı*” modelidir (Noelle-Neumann, 1993, s. 372). Kişilerarası iletişim, kitle iletişimi, bireysel düşünce gibi çeşitli değerler üzerinden oluşturulan kuramda çoğu insanın önemli meseleler hakkında

yalnızlıkla karşılaşmamak adına hangi düşüncelerin ağırlıkta olduğu hangi düşüncelerin ise güçsüz olduğuna yönelik bilgiler elde etmek için arayışta olduğu vurgulanır. Birey sahip olduğu görüşün toplumda ağır basmadığını anlarsa bunu dile getirmekten çekinir ve görüşlerini saklar. Dolayısıyla baskın görüşün dışındaki alternatiflerin dillendirilmemesi sonucu egemen görüş etki alanını arttırır. Günümüzde de özellikle politik alanlara ait görüşleri olan bireyler bunları söylemek konusunda çekince yaşamaktadır. Bu durum özellikle seçim dönemlerinde daha sık görülmektedir. Ancak yeni iletişim araçlarının giderek daha fazla yaygınlık kazanması bu durumun değişmesine olanak tanıyor. İnsanlar geleneksel olarak yüz yüze söylemediği düşünceleri yeni iletişim araç ve ortamının sunduğu olanaklar sayesinde dile getirebiliyor. Tüm bu değişiklikler gazetecilik mesleğini yapmanın daha farklı ve sosyal bir yolunu ortaya çıkardı. Artık daha fazla insana ulaşabileceğimiz platformlar mevcut. Mesaj iletme isteyenler hangi platformları kullanacağına ya da hangi bağlantıları tercih edeceğine kendi karar veriyor.

### **3. İletişim Kuram ve Modellerinin Teknoloji Açısından Yeniden Yorumu**

İletişim bilimini açıklamaya çalışan onlarca model mevcuttur. Ancak günümüzdeki teknolojiler çerçevesinde yorumlanabilecek model sayısı sınırlıdır. Bu sınırlı sayıdaki modellerden ilki, John W. Riley ve Matilda W. Riley'in 1959'da ortaya attığı iletişim modelidir. Model temel olarak, iletişimin toplumsal yapı, grup ve çeşitli sistemlere vurgu yapması üzerine kurulmuştur. Kuramcılarının üzerinde durduğu en dikkat çekici nokta özellikle ortaya çıkan ve ilk iletişim modelleri diye nitelendirebileceğimiz çeşitli modellerin, sosyal yapıyı dikkate almadıkları için iletişimi açıklamada yetersiz olduklarıdır. Ayrıca geleneksel iletişim yapısında kaynaktan çıkan iletinin, alıcıya ulaşması süreci ve geri bildirim hususlarında sosyal yapının devre dışı bırakılması kuramı ortaya atanların üzerinde durdukları en önemli konudur (J.W Riley ve M. Riley'den aktaran Schramm, 1969, s. 18).

Modeli analiz ettiğimizde iletişimin bir sosyal yapı içerisinde gerçekleştiğine yönelik vurgulamaları görmekteyiz. İletişim, toplum içerisindeki çeşitli aktörlerin katıldığı belirli bir sistem içerisinde kendini gösterir. Sistemden kasıt, kişi ya da çeşitli grupların arasındaki gerçekleşen iletişimlerdir. Birbirleriyle iletişim halinde olan bu yapılanma rastgele değil, belirli bir çerçevede oluşan ilişkilerin bir sonucu olarak ortaya çıkar. Yani günümüzdeki teknolojik araçların ışığında kuramı şu şekilde

değerlendirebiliriz: sanal uygulamalar üzerinden belirli konular üzerinde mesajlaşan bireyler aslında geleneksel anlamdaki sosyal yapı içerisinde yer alan etkileşimlere benzer bir birliktelik gösterir. Kullanıcıların çevrimiçi iletişim sürecinde bulunması sosyal iletişim süreçlerine benzemektedir. Kuramcıların ortaya koyduğu ilişki şemasında da zincirleme bir süreç göze çarpmaktadır (Shannon & Weaver, 1964). Yani kaynak ve iletiler arasındaki zincirleme bağlantı elektronik ortamdaki iletişim süreçlerine benzer bir yapıdadır ve üstelik bu çoğu zaman sosyal gruplar üzerinden gerçekleşir.

Yeni iletişim araçlarıyla karşılaştırılabilir bir başka kuramsa M. Weber'in sosyal eylem görüşünden hareketle kuramını geliştiren George Herbert Mead'e aittir. Geliştirdiği “*sembolik etkileşim kuramı*” özellikle iletişim okulları içerisinde oldukça önemli bir yeri bulunan Şikago (*Chicago*) okulunun bir ürünüdür. Sembolik etkileşim kuramı incelendiğinde G.H. Mead'ın toplumun etkileşim halinde insanlardan oluştuğuna yönelik söylemlerinin sıkça tekrarlandığı görülmektedir (Herbert Mead, 2015). Çoğu sosyal yapının sembollere dayalı olduğu görüşünden hareketle toplumda yer alan bireylerin kullandığı sembollerin insanın yorumlama gücüne katkı yaptığı söylenebilir. Sanal ortam üzerinden örneklendirilebilecek şekilde, gerçek yaşamda bir kişinin diğeriyle ilişkilerinde kullandığı jest, mimiklere karşılık gelen çeşitli sembollerin sanal ortamda kullanılabileceğini biliyoruz (Daniel & Camp, 2018, s. 5). Üstelik soyut düşünce ve sanal iletişimin yer aldığı bu iletişim yapısında insanlar kullanılan dijital iletilere karşı çeşitli semboller ya da sanal paylaşımlar ile tavır alabilmektedir.

Medya çalışmalarının öncülerinden olan James Halloran, 1960'lı yıllarda medyanın (özellikle televizyon) etkileri üzerine çeşitli çözümlenelerde bulunmuştur. Özellikle medyanın güçlü etkilerinin yoğun şekilde araştırıldığı 1960'lı yıllarda Halloran, iletişim araçlarının etkilerinin tamamıyla olumlu olarak değerlendirilemeyeceğini öne sürer (Halloran, 1965, s. 145-148). Temel yaklaşımları, iletişimin çok farklı sayıda yanıt üreten bir olgu olduğu üzerinedir. Çok sayıda farklı yanıt aynı zamanda birbirlerine zincirleme şekilde bağlantılı olan etki ve tepkiyi beraberinde getirmektedir. İletişimdeki ilişkinin çoğu zaman dolaylı olduğu ve diğer toplum üyelerine geçerek çoğaldığını öne süren Halloran'ın düşüncelerini günümüz iletişim araçlarına uygulamak olasıdır. Yeni medya araçları aracılığıyla iletişim süreçleri birbirlerine zincirleme şekilde bağlılık gösterir. Girilen her yeni ileti, farklı kişi ya da grupları etki altına alır ve aynı zamanda alıcı tarafından geri dönüşü olan bir özellik gösterir (World Economic Forum, 2016, s. 10-26).

İletişim alanına yönelik bir diğer katkı ise Frankfurt okulunun en önemli temsilcilerinden olan Jürgen Habermas tarafından yapılmıştır. Tarih, sosyoloji, iletişim gibi çeşitli disiplinler üzerine çalışmalarda bulunmuş olan Habermas, çeşitli eleştirel yaklaşımlar ortaya koymuştur. Habermas, “*İletişimsel Eylem*” kuramı ismini verdiği iletişim çalışmasında normatif eylem, teleolojik eylem, dramaturjik eylem ve iletişimsel eylem olmak üzere 4 farklı konuya vurgu yapmıştır. Habermas, iletişimsel eylem kuramını ise merkez olarak yorumlamıştır (Habermas, 2001, s. 112):

“İletişimsel eylem temelde dil ve eylem yeteneği olan, kişilerarası bir ilişkide bulunan ve en az iki öznenin etkileşimine ilişkin süreçleri içerir. Bahsi geçen taraflar, eylem planlarını belirli bir görüş birliği içerisinde organize etmek amaçlı, eylemin durumu üzerinden arayış içerisindedirler. Merkeze yerleştirilen yorumlamanın vazgeçilmez bir yönü vardır.”

Habermas’ın kuramı yaşamsal etkinliklere bir çözüm getirir. Günümüz çerçevesinden değerlendirildiğinde insanların diğer bireylerle olan ilişkilerinin temelini oluşturan iletişim, dijital ortamda da kendisini hissettirir. Dijital ortamlarda yer alan kullanıcılar katıldıkları bir uygulama da ya da çevrimiçi bir oyunda belirli bir süre sonra iletişim kurma ihtiyacı hissetmektedir. İletişim kimi zaman yazı ya da sembollere dayandığı gibi kimi zamanda sesli/görüntü üzerinden sanal olarak kurulmaktadır.

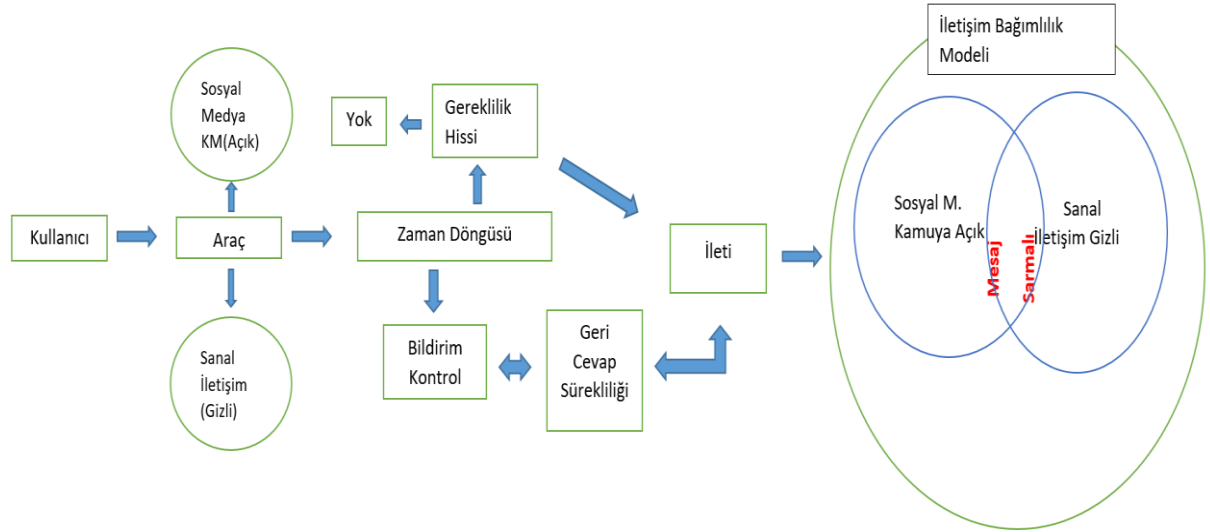
#### **4. Sosyal Medya Bağımlılığı ve İletişim Sarmalı Modeli**

1996’dan beri alan araştırmacıları kendini yenileyen ve çabucak benimsenen teknolojilerin etkilerini inceliyorlar. İnceleme genellikle farklı teknolojiler arasında gerçekleşen ortak düzenin belirlenmesi ve etkilerine yönelik teorileri içeriyor (Küçükvardar & Tingöy, 2018, s. 112-114). Ortaya atılan teoriler teknolojiyi geliştirmek, onları kontrol altına almak, düzenlemek ve özünü anlamak bakımından oldukça önemli. Yeni iletişim teknolojilerinin sorunlarıyla baş edebilmek için çoğu zaman çeşitli şemalar içeren açıklamalara, formüllerle donatılmış sınıflandırmalara ve çeşitli kuramlara ihtiyaç duymaktayız. Özellikle teknoloji tabanlı iletişimle birlikte karmaşıklaşan sürecin çözümü ve denetlenmesinde ihtiyaç duyulan modellere yönelik bir eksiklik söz konusudur. Teknoloji tabanlı iletişimle birlikte etkileşimlerin arttığı da günlük ilişkilerden gözlemlenebilmektedir. Etkileşimler iletişim süreçlerinin giderek bir sarmal boyutuna geçirmektedir. Her iletişim modellemesinde belirli bir sistem vardır. Özellikle

birbirleriyle ilişkili, bağlantılı parçalarda görülen değişiklikler diğer işleyişi de etkilemektedir.

Herhangi bir şeyi dışarda bırakmayan ve bütüncül bir hareketle yola çıkılan “Grand Teori” bakış açısıyla (Mills, 2007, s. 79) modern iletişimin çözümlenmesi içerdiği karmaşık teknolojiler açısından zordur. Çeşitli iletişim değişkenleri arasındaki farklılıkları hesaba katmamak yeni iletişim araçlarının anlamlandırılmasını oldukça zorlaştırmaktadır. Çünkü değişkenlerin birçoğu iletişimin toplumsal boyutla bağlantısından kaynaklanır. Weber’e göre toplum, kişiler arası ilişkilerden kaynaklanan bütüncül yapıdadır. Bu nedenle bireyin kendisiyle alakalı algıları, sosyal ve psikolojik etkilenmelerin sonucunda görülen davranış değişimleri, içerisinde yaşadığı toplumla ilgilidir (Weber, 2012). Etkilenme süreci doğrudan olabileceği gibi dolaylı süreçleri de içerebilir. İletişim süreçlerini farklı şekilde kuran bireyler aynı ortamda doğrudan yüz yüze iletişim kurabiliyorken bir diğer taraftan farklı kolaylaştırıcı araç ve gereçlerle dolaylı iletişim kurabilmektedir. Burada sosyal medyanın ortaya çıkardığı farklı bir iletişim akımından söz edilebilir.

Bilişim teknolojilerinin ışığında iletişim bilimi bir değişim geçirmektedir. Dolayısıyla iletişime yönelik çeşitli yaklaşımlar, iletişim bilimi, iletişimin ne biçimde ve hangi ortamlarda kurulduğuna yoğunlaşmaktadır (Küçükvardar & Tingöy, 2018, s. 111-123). Bu durum beraberinde teknoloji tabanlı iletişim modellerinin geliştirilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. İnsanlar sosyal etkileşime yaşam boyunca ihtiyaç duymaktadır. Dolayısıyla toplum temelli ilişki modellerinin gölgesinde birey, kendi ve çevresi arasında bir anlam bütünü oluşturur ve etkileşimini gerçekleştirir (Şekil-1):



**Şekil-1: Dijital İletişim Kullanımına İlişkin Model "İletişim Sarmalları"**

İletişim sarmalları modeli temelde iç içe girmiş (*sarmal*) mesajların oluşturduğu ve iletişimin sık yaşandığı döngüsel bir yapıdadır. İletişimi başlatmak isteyen kullanıcı öncelikle bir araca başvurur. Bu araç bir bilgisayar, tablet, akıllı telefon ya da benzer şekilde iletişim sağlanabilecek teknolojik aygıtları içerir. Aracın belirlenmesi aynı zamanda iletişimin hangi ortamda yapılacağını beraberinde getirir. Günümüzde iletişim araçlarındaki iletişim süreçleri kamuya açık bir şekilde olan sosyal medya araçları (Facebook, Twitter, Instagram vb.) ile yine kişisel gizliliğin olduğu (Whatsapp, Telegram vb.) üzerinden gerçekleşmektedir. Her iki aracın kullanımı sırasında bir zaman döngüsü söz konusudur. İnsanlar çoğunlukla teknolojik aracını kontrol etme gerekliliği hissetmektedir (Küçükvardar & Tingöy, 2018, s. 115). Bildirimlerin sürekli kontrol edilmesi ve sürekli cevap verme istekliliği gibi durumlar birer döngü oluşturmaktadır. Gereklilik hissinin var olduğu, bildirim kontrollerinin gerekli olmadığı halde sıkça tekrarlanması ve geri cevap verilmesi yönündeki arzuyla birlikte iletilerin yoğun olduğu bir mesaj sarmallarından söz edilebilir. Özellikle geleneksel medyadaki iletişim ihtiyacı/bağımlılığının 1999'larda ortaya koyulduğu çalışmalar bu alana yönelik çözümlerinin başlangıcını oluşturuyordu (Walther, 1999). Yeni iletişim teknolojilerinin seneler içerisinde gösterdiği gelişimle ve insanların zorunlu olarak iletişim kurma ihtiyacının teknolojiyle birleşimi sonucu iletişim/medya bağımlılık belirtileri belirli şekillerde ortaya çıktı.

İletişim sarmalı modelini, John Fiske'in ortaya attığı “süreç okulu” ve “göstergebilim okulu” üzerinden de tartışabiliriz (Fiske, 2010, s. 95-109). Süreç okulu çalışmaları, iletilerin ne şekilde aktarıldığı, gönderici ve alıcıların hangi şekilde kodlama yaptığı, iletişim araçlarının ne şekilde kullandığı üzerine yoğunlaşır. İletişim sarmalı modeli de yeni medya araçlarındaki ileti aktarımı, gönderici ve alıcıların hangi koşullardan etkilendiği üzerine odaklanır. Süreç okulu, iletişimin, bir kişinin davranışını ya da zihinsel durumunu etkileme üzerindeki etkisinin de altını çizer. Bu açıdan bakıldığında, iletişim sarmalı modeli artan ve döngü içerisine giren durumları ve mesajlaşmanın zihinsel durumlara yaptığı etkileri ifade etmeyi amaçlar. Süreç okulunun yararlandığı sosyoloji, psikoloji ve iletişim eylemleri, teknolojik süreçler nedeniyle daha geniş alanları kapsıyor. Zira süreç okulunun ele aldığı iletişimin, duygusal tepkiler ve zihinsel durum üzerindeki etkisi bugün iletişim bağımlılığı araştırmalarının bir boyutunu oluşturuyor.

### **Tartışma ve Sonuç**

İnsan mensubu olduğu en küçük toplumsal oluşum olan aile ortamından topluma doğru uzanan bir katılım içerisindedir. Katılım gereksinimi zorunlu olarak iletişim çabasını da beraberinde getirir. Bireyin kişilik özellikleri, mutlu olma durumu, benliği gibi diğer faktörler toplumun içerisinde gelişim gösterir. Gereksinimlerin karşılanmasına yönelik çaba ve sosyal etkileşim ortamından hareketle yeteneklerin hayatı kolaylaştırıcı biçimde değişmesi söz konusudur. Dolayısıyla insanlar tarafından tasarlanıp icat edilen teknolojiler yaşam dokusuna oldukça etki etmiştir. İnsanların şekillendirdiği teknolojiler artık insanları şekillendiren bir obje haline gelmiştir. İlk ortaya çıkış amaçları insanlara hizmet olan teknolojiler kazandıkları önemler bakımından birer tehdit (çevrimiçi ortamın oluşturduğu olumsuz olanaklar) oluşturmaya başlamıştır. Teknolojik yenilikler onları tasarlayan ve uygulayanların hayalleri ötesinde gelişmeyi sürdürmüştür. Dolayısıyla bir teknoloji oluşturulup serbest bırakıldığında ortaya çıkaracağı etki ve değişiklikler öngörülemez bir yapıya bürünmüştür. Teknolojinin toplumlar için ne anlama geldiğini ya da geleceğini tam olarak anlama konusunda daha çok çalışmaya ihtiyaç var. İnsanların teknolojik araçlara derinden bağlanması sosyal hayatlarını iletişim teknolojileri araçlarıyla ve sosyal medya sistemleri birleştirmesi bilinmezliği de beraberinde getirmektedir.

Kamusal alanı etkisi altına alan ve yöneten televizyonların yerini bireyselleştirilmiş içeriklerin yoğun olarak yer aldığı sosyal medya ve taşınabilirliğin ön plana çıktığı cep telefonları almaya başladı. Bilişim devrimiyle birlikte kendisini hissettiren teknolojik modernizm; “akıllı yaşam” vizyonlarını ortaya çıkmaya başladı. Tamamen dijital araçlarla donatılmış yaşam ortamları insanları etki, söylem ve iletişim alanlarından geri bırakmaktan çok giderek artan bir şekilde bu alana doğru itmeye devam etti. İletişim biçimlerinin değişmesi sonucu mobil iletişimler yaşamların alt yapısını oluşturmaya katkı sağladı. Örneğin, 2010’un son döneminde başlayıp 2011’de etkisini arttıran Arap Baharı sırasında dünya, hükümetlerin kontrol ettiği eski medyalar ile protestocuların kullandığı sosyal medyalar arasındaki çatışmaya şahit oldu. Ortaya çıkan hareketlerin büyüklüğü ve gösterdiği başarılar, sosyal medyanın geleneksel medyaya karşı bir zaferini temsil etti. Facebook’un muhalefeti örgütlemek (Venezuela seçimleri) için kullanılması, Twitter’in protestoları koordine etmek (Arap baharı) ve Youtube’un da dünya çapındaki insanlara ulaşmak (UNICEF kampanyaları), onlardan destek alınmasını sağlamak için kullanılması sosyal medyanın gücünü ortaya çıkardı ve insanların bu gücün farkına varmasına yol açtı. İlerleyen yıllarda giderek popülerleşen sosyal medya araçları, insanları kendine daha fazla bağladı. Çevrimiçi ortamda yoğun bir bilgi havuzu mevcuttur. Bu durum dezenformasyonu de beraberinde getirmektedir. Aklın ön plana çıkarıldığı bir yapılanmayla iletişim araçlarının değerlendirilmesi ve etki alanının tespiti gerekli. Bilim ve felsefi sorgulamanın ikinci plana atıldığı, eleştirinin ortadan kaldırılmaya çalışıldığı bir düzende bilgi ve teknoloji kirliliğinin giderek artması muhtemeldir.

İletişim teknolojilerinin böylesine hayatın her yönünü etkilediği düzende her dakika bilgiye ihtiyaç duyulmakta ve insanlar çevrimiçi olmanın egemen olduğu bu düzende yeni medya ekolojisine bütünüyle ayak uydurmaya çalışmaktadır. Sonuç olarak iletişim bilimleri ciddi bir değişim içerisinde bunda bilişim teknolojilerinin büyük payı var. Bu nedenle yeni iletişim ortamlara yönelik çeşitli bilimsel çalışmaların ele alınması ve klasik iletişim model ve kuramlarının teknoloji çerçevesinde yeniden değerlendirilmesi önem arz ediyor. İletişim sarmalları modeli de teknolojik araçlarla birlikte iç içe girmiş mesajların ortaya çıkardığı ve sürekli bir döngü içerisinde olan iletişim etkinliklerini açıklamaktadır. Bu çalışma geleneksel iletişim kuramlarının modern iletişim teknolojileriyle daha geniş perspektiften yorumlanması ve modernize edilmesi gerekliliğini iletişim sarmalları modeli üzerinden vurgulamaktadır.



## Kaynakça

- Aghaei, S., Nematbakhs, M. A., & Farsani, H. K. (2012). Evolution of the world wide web : from web 1.0 to web 4.0. *International Journal of Web & Semantic Technology*(3), 1-10. [stephenletts.wordpress.com:https://stephenletts.wordpress.com/web-4-0/](http://stephenletts.wordpress.com:https://stephenletts.wordpress.com/web-4-0/) adresinden alınmıştır.
- Beck, U. (1999). *What is globalization?* Cambridge: Polity Press.
- Cooper, M. (2003). *Media ownership and democracy in the digital information age.* Washington: Stanford Center for Internet and Society.
- Daniel, T., & Camp, A. (2018). Emojis affect processing fluency on social media. *Psychology of Popular Media Culture*, 1-8.
- Fiske, J. (2010). *Introduction to communication studies.* New York: Routledge Publishing.
- Habermas, J. (2001). *İletişimsel eylem kuramı.* (M. Tüzel, Çev.) İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Halloran, J. (1965). The effects of mass communication: With special reference to television. *Communications (Culture supérieure et culture de masse)*, 145-148.
- Herbert Mead, G. (2015). *Mind, self, and society: The definitive edition.* Chicago: University of Chicago Press.
- Karagülle, A., & Çaycı, B. (2014). Ağ Toplumunda sosyalleşme ve yabancılaşma. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*(4), 1-9.
- Koo, H. Y. (2009). Development of a cell phone addiction scale for Korean adolescents. *Journal of Korean Academy of Nursing*(39), 818-828.
- Küçükvardar, M., & Tingöy, P. (2018). Teknoloji bağımlılığının semptomlar temelinde incelenmesi. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*(9), 111-123.
- Marcuse, H. (2008). *Tek boyutlu insan.* İstanbul: İdea yayınevi.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg galaxy, the making of typographic man.* Toronto: University of Toronto Press.
- Mills, C. (2007). *Toplumbilimsel düşün.* (P. Oskay, Çev.) İstanbul: Der Yayınevi.
- Noelle-Neumann, E. (1993). *The spiral of silence : Public opinion.* Chicago: The University of Chicago Press. 6 6, 2018 tarihinde <http://www.afirstlook.com/docs/spiral.pdf> adresinden alındı.
- Ong, W. (2014). *Sözlü ve yazılı kültür.* (S. Postacıoğlu, Çev.) İstanbul: Metis yayıncılık.
- O'Reilly, T. (2005). *What is web 2.0?* Sebastopol: O'Reilly Media.
- Owen, D. (2017). New media and political campaigns. *The Oxford Handbook of Political Communication* (s. 823-836). içinde London: Oxford Press.
- Popper, K. (2009). *The two fundamental problems of the theory of knowledge.* (A. Pickel, Çev.) Newyork: Taylor Francis Group Publishing.

- Postman, N. (2000). The humanism of media ecology. Proceedings of the Media Ecology Association, (s. 10-16). New York.
- Postman, N. (2018). Televizyon: Öldüren eğlence. (O. Akınhay, Çev.) İstanbul: Ayrıntı yayınları.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. On the Horizon, 1-6.
- Rush, F. (2004). The Cambridge companion to critical theory. Edinburg: Cambridge University Press.
- Schramm, W. (1969). Mass communications: A book of readings. Illinois: University of Illinois Press.
- Shannon, C., & Weaver, W. (1964). The mathematical theory of communication. Urbana: The University of Illinois Press.
- Velentzas, J., & Broni, G. (2014). Communication cycle: Definition, process, models and examples. Recent Advances in Financial Planning and Product Development (s. 117-131). içinde İstanbul: Eastern Macedonia and Thrace Institute of Technology.
- Walther, J. (1999). Communication addiction disorder: Concern over media, behavior & effects. 10 8, 2019 tarihinde Psychcentral: <https://psychcentral.com/lib/communication-addiction-disorder-concern-over-media-behavior-and-effects/> adresinden alındı
- Weber, M. (2012). Ekonomi toplum. İstanbul: Yarın Yayınları.
- World Economic Forum. (2016). Digital media and society implications in a hyperconnected era. Cologny: Industry Agenda.
- Yeşilorman, M., & Koç, F. (2014). Bilgi toplumunun teknolojik temelleri üzerine eleştirel bir bakış. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 117-133.
- Zerback, T., & Fawzi, N. (2017). Can online exemplars trigger a spiral of silence? Examining the effects of exemplar opinions on perceptions of public opinion and speaking out. New Media & Society(19), 1034-1051.