

21. YÜZYILDA İLETİŞİM SOSYOLOJİSİ

Editör
Şirin DİLLİ



© Copyright 2024

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi AŞ'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kağıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.

ISBN	Sayfa ve Kapak Tasarımı
978-625-375-223-1	Akademisyen Dizgi Ünitesi
Kitap Adı	Yayıncı Sertifika No
21. Yüzyılda İletişim Sosyolojisi	47518
Editör	Baskı ve Cilt
Şirin DİLLİ ORCID iD: 0000-0003-1589-4740	Vadi Matbaacılık
Yayın Koordinatörü	Bisac Code
Yasin DİLMEN	SPO000000
	DOI
	10.37609/akya.3502

Kütüphane Kimlik Kartı

21. Yüzyılda İletişim Sosyolojisi / ed. Şirin Dilli.
Ankara : Akademisyen Yayınevi Kitabevi, 2024.
225 s. : şekil. ; 160x235 mm.
Kaynakça var.
ISBN 9786253752231

GENEL DAĞITIM

Akademisyen Kitabevi AŞ

Halk Sokak 5 / A Yenışehir / Ankara

Tel: 0312 431 16 33

siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

ÖNSÖZ

İletişimin sosyolojisi alanında bir kitap hazırlamak, her şeyden önce bireyin 21.yüzyılda sosyalizasyon süreçlerinde toplumsal anlamı nasıl ürettiğini ve dijital çağa özgü iletişim araçlarını da dâhil ederek üretmiş olduğu bu anlamın toplumsal karşılıklarını anlama çabasının bir ürünüdür.

Elektronik medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte Dünya, McLuhan'ın ifadesiyle küresel ölçekteki bir köye benzeyen, birbirine daha bağlı ve birleşik bir topluluğa dönüşmektedir. Aksaray Üniversitesi Sosyoloji Bölümü öğretim üyesi **Doç. Dr. Aykut SİĞİN** için bu toplumsal değişim incelenirken iletişim ve teknolojileri, merkezi bir konumda yer almaktadır. Toplum ve kültür arasındaki karmaşık ilişkileri inceleyebilmek için iletişim sosyolojisinin temel kavramlarına ve yaklaşımlarına vakıf olmak ve onları 21.yüzyıl toplumunda anlamlandırabilmek adına, **Doç. Dr. Aykut SİĞİN'in hazırlamış olduğu birinci bölüm**, yol gösterici bir nitelik taşımaktadır (s.1-16).

Kitabın ikinci bölümünde İstanbul Esenyurt Üniversitesi Sosyoloji Bölümü öğretim üyesi **Doç. Dr. Kemal ER**, kitle iletişiminin günümüzde dijital teknolojiler, WEB tabanlı yazılımlar ve uygulamaların toplumların hayatındaki önem derecesine vurgu yapan bir çalışma kaleme almıştır (s.17-40). Çalışmasında kitle iletişiminin yeni teknolojiler ve uygulamalarla birlikte toplumları, toplulukları, bireylerin sosyalizasyon süreçlerini nasıl etkilediği aktarılmaktadır. **Doç. Dr. Kemal ER** analizinde kitle iletişimini; 21.yüzyılda siyasal propaganda amaçlı kullanım açısından, küreselleşme ile kitle iletişimi arasındaki bağ açısından, dijital çağda kitle iletişiminin kültür endüstrisine etkisi açısından, iletişimin kapitalizmle bağı ve yapay zekânın birey ve toplum üzerindeki dönüştürücü etkisi açısından incelemiştir. Doç. Dr. Kemal Er'e göre 21.yüzyıl toplumunda bireyler bir taraftan kendilerini ifade ettiklerini, mutlu olduklarını düşünürken; diğer taraftan sistemin parçası olmakta, bazı durumlarda çeşitli çıkarlar için manipüle edilmekte, kültürel kodları değiştirilerek sermaye sisteminin çıkarına olan bireylere dönüştürülmektedir.

Sosyolojik analiz; **günümüzde** kitle iletişim araçları ve yazılım sistemlerine kimlerin, hangi ülkelerin ya da güç odaklarının sahip olduğunu analiz etmenin önemini vurgulamaktadır. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyoloji Bölümü öğretim üyesi **Doç. Dr. Ercan ŞAHBUDAK**, **kitabın üçüncü bölümünde** iletişim

sosyolojisinin 1940'lar itibarıyla önce ABD'de, daha sonra Avrupada yaygınlaşması ve kurumsallaşarak sosyolojik ekollerin katkılarını göz ardı etmeden ele almış; 21. yüzyılda yeni iletişim biçimlerinin ortaya çıkmasıyla, iletişimin evrimine ışık tutacak kuramları paylaşmıştır (s.41-68).

İletişim öncelikle hayati bilgi aktarımı; sonrasında toplumsal ilişkilerin kurulması ve sürdürülmesi; diğer yandan sosyal normların oluşumu, kültürel ifadeler ve ifade özgürlüğü, eğitim ve öğrenme gibi toplumsal değişmeye ve gelişmeye katkı sunan pek çok önemli işlevi gerçekleştirmek için hem birey, hem de toplum adına hayati öneme sahip bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmıştır. Bu nedenle Waisbord'un (2016: 2)'un ifadesiyle toplumsal iletişim multidisipliner bir bakışı ve disiplinlerarası yöntemsel bir analizi gerektirmektedir. Bu iddiayı Kırıkkale Üniversitesi Sosyoloji Bölümü öğretim üyesi **Dr. Öğ. Üy. Hakan ARIKAN** da sürdürerek, günümüzdeki iletişim ve medya sosyolojisini bir post-disiplin olarak ele almaktadır. **Kitabın dördüncü bölümünde Dr. Öğ. Üy. Hakan ARIKAN**; günceli anlamaya çalışırken iletişim sosyolojisinin teorik ve pratik alanlarında ontolojik ve analitik parçalanmışlığına işaret etmektedir (s.68-102).

Günümüzde iletişim sosyolojisindeki bu ontolojik karmaşa, sosyolojinin analitik parçalanmalarının devam etmesi ile daha da karmaşık hale gelmiştir. Bu nedenle birleşik bir sosyoloji hayaline rağmen, Holmwood (2010) ve Turner'ın (2002) ifadesiyle sosyoloji "parçalanmış bir disiplin" olarak kalmaya devam etmekte; iletişim sosyolojisi de kitle iletişim, geleneksel medya, yeni medya sosyolojileri gibi uzmanlıklar ve paralel sorgulama hatları tarafından halen yeni modellere bölünmektedir.

Bu ontolojik karmaşanın farkındalığı ile kitabın beşinci bölümünde Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sosyoloji Bölümü öğretim üyesi **Dr. Öğr. Üyesi Merve YALÇINKAYA**, basın dönüştürme ve toplumsal etkilerine odaklanmaktadır (s.103-116). Bir yandan dijital medya; bireylerin yalnızca bilgi tüketicisi olma konumundan çıkarak bilgi üreticisi haline gelmesini sağlamış, vatandaş gazeteciliği gibi yeni modellerle medyanın demokratikleşmesine katkıda bulunmuştur. Diğer yandan bu dönüşüm yanıltma haber, bilgi kirliliği ve etik sorunlar gibi yeni meydan okumaları da beraberinde getirmiştir. **Dr. Öğr. Üyesi Merve YALÇINKAYA**, *21.Yüzyılda İletişim Sosyolojisi* kitabı için hazırlamış olduğu **beşinci bölümde**; yazılı basından dijital medyaya kadar uzanan süreçte medyanın bilgi paylaşımı, ideolojik mobilizasyon ve toplumsal bilinçlenme üzerindeki merkezi rolünü her geçen gün nasıl daha da artırdığını aktarırken, aynı zamanda eleştirel bir sosyolojik yaklaşım sunmaktadır okura.

Kitabın altıncı bölümünü kaleme alan Kırıkkale Üniversitesi Sosyoloji Bölümü öğretim üyesi **Dr. Öğ. Üy. Hakan ARIKAN** ise, 2000’li yıllara damga vuran yapay zekânın (*artificial Intelligence*) yarattığı sanal gerçeklik (*virtual reality*) ile yapay gerçeklik-nesnel gerçeklik arası artırılmış gerçeklik (*augmented reality*), *metaverse* gibi siberalemi oluşturan yeni kurgulama yaşam tarzı ve kültürüne vurgu yapmaktadır. **Dr. Öğ. Üy. Hakan ARIKAN**, yaşanan bu gelişmelerin gerek sosyal alanda, gerek kültürel alanda, gerekse ekonomi ve siyaset alanlarında iletişim sosyolojisinin en güncel konularından biri olarak karşımıza çıktığını ifade etmektedir (s.117-144). Hem bireysel, hem toplumsal düzeydeki analizlerde yapay zekâ/sanal gerçeklik/artırılmış gerçeklik ve *metaverse* gibi dijital çağa özgü olguların daha da artarak yer tutacağını öne sürmektedir.

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sosyoloji Bölümü öğretim üyesi **Doç. Dr. Emel YİĞİTTÜRK EKİYOR ve yüksek lisans öğrencisi Yavuz BELENDİR** de **yedinci** bölümde, teknolojinin gelişmesi ve makinelerin hayatımıza girmesinin toplumsal gelişmelerin olduğu kadar, toplumsal sorunların ve tartışmaların kapısını da araladığını öne sürmektedir (s.145-176). Gerçekten de 21.yüzyılda makineler pek çok alanda insan emeğinin yerini almakta ve toplumsal ilişkileri dönüştürmektedir. Düşünüldüğünde yapay zekâ, teknolojik gelişmelerin son yıllarda en dikkat çekici alanlarından birisidir. Özellikle iletişim süreçlerinde yapay zekâ dönüştürücü bir hal alırken; hem bireyler, hem de kurumlar arasındaki etkileşim biçimlerini değiştirmektedir. Öte yandan **Doç. Dr. Emel YİĞİTTÜRK EKİYOR ve yüksek lisans öğrencisi Yavuz BELENDİR**; yapay zekânın iletişim algoritmalarından yola çıkarak sosyal medya gibi ortamların insanlar arasındaki kutuplaşmalara, sınırlara, ayrımcılığa yol açtığını vurgulamaktadır. Bu bağlamda yazarlar; iletişim teknolojilerinin distopik yönünü göz ardı etmeden, dünya genelinde demokratik ortamın gerektirdiği şeffaflığın dijital çağda nasıl zarar gördüğünü, hatta otoriter yönetimler için nasıl bir fırsat oluşturduğuna işaret etmektedir. Ayrıca kişisel rıza alınarak yapay zekâ ile depolanan verilerin, kişisel ve toplumsal mahremiyetin giderek kaybolmasına yol açtığını ve bu bağlamda aynı zamanda eşitsizlikleri derinleştirdiğine de dikkat çekmektedirler.

Çukurova Üniversitesi İletişim Bilimleri Bölümü öğretim üyesi **Doç. Dr. Özlem Aydoğmuş Ördem** ise, çağdaş toplumlarda çoğul seslerin, biricikliğin ve çeşitliliğin giderek azalmasını analiz ederken tam da bu durumu ele almaktadır. **Doç. Dr. Özlem Aydoğmuş Ördem kitabın sekizinci bölümünde** yeni medya, sosyal medya, kültür endüstrisi, kapitalizm ve neoliberalizm gibi unsurların bireysellik, özgünlük ve çeşitlilik üzerindeki homojenleştirici etkileri üzerinde durmaktadır (s.177-196). Yazar; Adorno ve Horkheimer’ın (2002) “kültür

endüstrisi” kavramını, kültürel ürünlerin ticarileşmesinin toplumu nasıl standartlaştırdığı ve tek tipleştirdiğini açıklamak için temel alırken; Pariser (2011) ve Vaidhyanathan’ın (2018) sosyal medya üzerindeki çalışmalarını, sosyal medya algoritmalarının kullanıcı algılarını nasıl homojenleştirdiğine dair çarpıcı bulgular sunması açısından kullanılmaktadır. Son olarak Jenkins’in (2006) yeni medyanın kullanıcı etkileşimleri ve platform algoritmaları yoluyla bireyleri belirli düşünce kalıplarına yönlendirdiğine dikkat çektiği eserinden hareketle, **Doç. Dr. Özlem Aydoğmuş** Ördem çoğul seslerin duyulma olasılığının 21.yüzyılda nasıl önemli ölçüde azaltıldığını açıklamaktadır.

Şüphesiz 21.yüzyılda iletişime yön veren en önemli toplumsal değişim; teknolojik gelişmelerin hız kazanmasıdır. İletişim teknolojileri; sanallaştırma, yapay zekâ, dijitalleşmenin gelişmesi ve yaygınlaşması ‘*posthüman*’ adı verilen yeni bir çağa geçilmesini olanaklı kılmıştır. Bu çağda makinelerle, teknolojilerle girdikleri etkileşimler sonucu siberetik bir organizmaya dönüşen ‘insan’lar -yeni adıyla ‘posthüman’lar- açısından toplumu ve toplumsallaşma süreçlerini yeniden ele almak ve incelemek önemli bir gerekliliktir. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi öğretim üyesi sosyolog **Doç. Dr. Sibel EZGİN AĞILLI**, sosyoloji alanındaki bu önemli boşluğu doldurmak adına posthümanist kuramlarla iletişim ve medya sosyolojisi alanında çalışma yürütecek araştırmacılar için kılavuz niteliğinde bir bölüm kaleme almıştır. **Kitabın** bu **kapanış bölümü**, yeni yapılacak olan araştırmalara ve alana katkı sağlama amacıyla hazırlanmıştır (s.197-215). İnsanlar arası iletişimden ziyade türler arası iletişim, tek boyutlu iletişim yerine çoklu ve ilişkisel iletişim pratikleri, hiyerarşik iletişim yerine ontolojik olarak yatay, düz iletişim biçimlerine yönelik tartışmalar iletişim sosyolojisi alanının gündeminde olan yeni araştırma alanları olarak karşımıza çıkmaktadır.

21.Yüzyılda İletişim Sosyolojisi kitabı; okurlara hal-i hazırdaki iletişim sosyolojisi alanında mevcut kaynak kitaplardan farklı olarak, dijital çağa özgü paradigmalara ile günümüz toplumunu değerlendirmek adına hazırlanmıştır. Bu anlamda kitap projesinin ortaya çıkmasıyla birlikte esere özveri ile katkı sağlayan tüm meslektaşlarıma ve kitabı okuyucu ile buluşturan, kitabın hazırlık sürecinde her aşamada bizlerle teker teker ilgilenen başta Selin ERDİNLİĞ olmakla, Akademisyen Yayınevine teşekkür ederim.

Kitabın, alana ilgi duyan tüm okurlara faydalı olmasını temenni ederim.

Prof. Dr. Şirin DİLLİ

Editör

İÇİNDEKİLER

Bölüm 1	İletişim Sosyolojisinde Temel Kavramlar ve Yaklaşımlar.....	1
	<i>Aykut SİĞİN</i>	
Bölüm 2	Kitle İletişimi ve Toplum.....	17
	<i>Kemal ER</i>	
Bölüm 3	İletişim Teorileri	41
	<i>Ercan ŞAHBUDAK</i>	
Bölüm 4	İletişim Sosyolojisinde Güncel Konular.....	69
	<i>Hakan ARIKAN</i>	
Bölüm 5	Basının Dönüşümü ve Toplumsal Etkileri.....	103
	<i>Merve YALÇINKAYA</i>	
Bölüm 6	Matbaa'dan Metaverse'ye Evrilen Toplum	117
	<i>Hakan ARIKAN</i>	
Bölüm 7	Yapay Zekâ, Toplum ve İletişim.....	145
	<i>Yavuz BELENDİR</i> <i>Emel YİĞİTTÜRK EKİYOR</i>	
Bölüm 8	Çoğul Sesler, Biriciklik ve Çeşitlilik	177
	<i>Özlem AYDOĞMUŞ ÖRDEM</i>	
Bölüm 9	“İnsanın Ölümü”nden Sonra İletişim: Posthümanist Çağda İletişim ve İletişim Çalışmalarının İmkanlarına Dair Bir Derkenar	197
	<i>Sibel EZGİN AĞILLI</i>	

YAZARLAR

Doç. Dr. Sibel EZGİN AĞILLI

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Sağlık
Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü,
Sosyal Hizmet AD

Dr. Öğr. Üyesi Hakan ARIKAN

Kırıkkale Üniversitesi, İnsan ve Toplum
Bilimleri Fakültesi, Sosyoloji Bölümü,
Sosyometri AD

Sosyolog Yavuz BELENDİR

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi,
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sosyoloji Bl.
Yüksek Lisans Öğrencisi

Doç. Dr. Emel YİĞİTTÜRK EKİYOR

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi,
Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Genel
Sosyoloji ve Metodoloji AD

Doç. Dr. Kemal ER

İstanbul Esenyurt Üniversitesi Sanat ve Sosyal
Bilimler Fakültesi Sosyoloji Bölümü

Doç. Dr. Özlem AYDOĞMUŞ ÖRDEM

Çukurova Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
İletişim Bilimleri Bölümü, Toplum ve İletişim
AD

Doç. Dr. Aykut SİĞİN

Aksaray Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi,
Sosyoloji Bölümü, Kurumlar Sosyolojisi AD

Dr. Öğr. Üyesi Ercan ŞAHBUDAK

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Edebiyat
Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Kurumlar
Sosyolojisi AD

Dr. Öğr. Üyesi Merve YALÇINKAYA

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi,
Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü,
Toplumsal Yapı ve Değişme AD

Bölüm 1

İLETİŞİM SOSYOLOJİSİNDE TEMEL KAVRAMLAR VE YAKLAŞIMLAR

Aykut SİĞİN¹

GİRİŞ

“Medyayı kontrol eden, zihinleri de kontrol eder.” şeklinde çevirisi yapılabilecek bir ifade sıklıkla The Doors adındaki Amerikan rock müzik grubunun baş vokalisti Jim Morrison’a atfedilmektedir. Düşünüldüğünde, bu basit ancak çarpıcı, dahası ürkütücü bir ifadedir. Morrison’ın bu ifadeyi tam olarak ne zaman söylediği kesin olmamakla birlikte, genel kanı 1969 senesine işaret etmektedir (Quote Investigator, 2022). O dönemlerde günümüzdeki anlamda İnternet henüz var olmamakla birlikte, onun öncülü sayılabilecek bir sistem olan ARPANET (The Advanced Research Projects Agency Network) az sayıda akademik ve araştırmacı kuruluş tarafından deneysel bir şekilde kullanılmaktaydı. Yine o dönemde gazeteler başlıca haber ve bilgi kaynağıyken güncel olaylardan, yaşam tarzından ve kültürel meselelerden bahseden dergiler de popülerdi. Radyo ise egemenliğini büyük ölçüde televizyona kaptırmış durumdaydı.

Morrison’ın ifadesi henüz İnternet altyapısının ilk adımlarının yeni yeni atıldığı, akıllı bir telefonla dünyanın bir ucundan öbür ucuyla anlık iletişime geçilemediği, medyanın bugün olduğu gibi “her an, her yerde” olmadığı bir toplumsal yaşamı yansıtmaktadır. Morrison’ın bahsini ettiği şey, basın yayın organları aracılığıyla kitlelere ulaştırılan iletilerin etkilerinin onları bazı davranışları yapmaya yönlendirme, bazı davranışlardan alıkoyma ve hatta onları belli şekillerde düşünmeye sevk edecek kadar güçlü olduğudur. O dönemde görsel, işitsel ve yazılı medya bu derece etkiliyken medya veya kitle iletişim araçlarının daha önce hiç olmadığı kadar hayatımızın içinde olduğu ve dijital medyanın da başlıca bir kategori olarak belirlediği 21. yüzyılda durum nasıldır?

Bu ve buna benzer soruların cevaplarını bize iletişim sosyolojisi vermektedir. Elbette ki sosyoloji geleneğine uygun olarak Morrison’ın ifadesine farklı

¹ Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Kurumlar Sosyolojisi AD, aykutsn@gmail.com, ORCID iD: 0000-0002-1197-552X

paylaşan bireylerin yaşam tarzlarını da şekillendirmektedir. Daha önce belki sadece hayalini kurduğumuz (ve hatta hayalini bile kurmadığımız) şeyleri 21. yüzyıl insanı olarak bizzat deneyimleyeceğiz. Foucault, 20. yüzyılda yaptığı tartışmalarda söylemlerin yaratıcı gücünden bahsetmiştir. Ticaret gibi önemli toplumsal kurumları başlatan iletişimin 21. yüzyıldaki yaratıcı, dönüştürücü ve dahası yıkıcı etkisi nasıl olacaktır? Bu soruya verilecek cevaplar iletişim sosyolojisinden bağımsız bir şekilde düşünülemez.

KAYNAKÇA

- Anık, C. (2014). *İletişim sosyolojisi: Kuramsal temeller*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Briggs, A. & Burke, P. (2010). *A social history of the media: From Gutenberg to the internet* (3rd ed.). Massachusetts: Polity Press.
- Cangöz, İ. (2018). İletişim sosyolojisinde tanımlar, kavramlar ve yaklaşımlar. H. Tüfekçi-oğlu (Ed.), *İletişim sosyolojisi* içinde (ss. 3–21. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Driscoll, D. T. (1969). *Veblen: On technology* (Yüksek lisans tezi). Simon Fraser University.
- Etymology Online. (t.y.). *Mass*. 25 Ağustos 2024 tarihinde <https://www.etymonline.com/word/mass> adresinden edinilmiştir.
- Etymology Online. (t.y.). *Media*. 25 Ağustos 2024 tarihinde <https://www.etymonline.com/word/media> adresinden edinilmiştir.
- Gleick, J. (2012). *The information: A history, a theory, a flood*. New York: Vintage Books.
- Héder, M. (2021). AI and the resurrection of technological determinism. *Információs Társadalom*, 21(2), 119–130. doi: 10.22503/inftars.XXI.2021.2.8
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji sözlüğü* (O. Akınhay & D. Özdemir, Çev.). Bilim ve Sanat Yayınları.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg galaxy: The making of typographic man*. Toronto: University of Toronto Press.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. New York: McGraw-Hill.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Londra: SAGE Publications.
- Mills, C. W. (1956). *The power elite*. Oxford: Oxford University Press.
- Orwell, G. (1949). *1984*. Londra: Secker & Warburg.
- Oxford Reference. (2024). *Sociology of mass media*. 28 Ağustos 2024 tarihinde <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/oi/authority.20111128201009669> adresinden edinilmiştir.
- Quote Investigator. (17 Ağustos 2022). *Whoever controls the media, controls the mind*. Quote Investigator. 19 Ağustos 2024 tarihinde <https://quoteinvestigator.com/2022/08/17/media-mind/> adresinden edinilmiştir.
- Sığın, A. (2019). Video games as a socialization agent for the youth: An evaluation of an oft-overlooked field. In *EUROASIA IV-International Congress on Multidisciplinary Studies Proceedings Books* (ss. 218–226). Çimkent, Kazakistan.
- Sığın, A. (2022). Frankfurt School's critical theory and a critique of video games as popular culture products. *Erciyes İletişim Dergisi*, 9(1), 1–17.

- Slattery, M. (2003). *Sosyolojide temel fikirler* (2. ed., Ü. Tatlıcan & G. Demiriz, Ed.). Bursa: Sentez Yayıncılık.
- Stephens, M. (1988). *A history of news: From the drum to the satellite*. Viking Adult.
- Toff, B., Palmer, R. & Nielsen, R. K. (2024). *Avoiding the news: Reluctant audiences for journalism*. New York: Columbia University Press.

Bölüm 2

KİTLE İLETİŞİMİ VE TOPLUM

Kemal ER¹

GİRİŞ

Kitle iletişimi günümüzde *dijital* teknolojiler, *WEB* tabanlı yazılımlar ve uygulamalarla toplumların hayatında önem derecesini artırmıştır. Çalışmada da kitle iletişimde yeni teknolojiler ve uygulamalarla gelişen aşamalar birlikte değerlendirilmiştir. İncelenen konu bir kitap bölümü için olduğundan, bir iddia üzerinden konuya yaklaşılmamış, derinlemesine bir analizle çok boyutlu olarak ele alınmıştır. Kitle iletişimde odak noktası, toplumların, toplulukların, bireylerin etkilenmesi üzerinedir. Dolayısıyla genelde toplumlar farkında olmasa da, kapitalist sermaye sisteminde kitle iletişimi, sistemin sürekliliğinin sağlanmasına yardım etmektedir.

Kitle kelimesi kalabalık halinde bulunma anlamında, insanların bir arada bulunmasıyla ilgilidir. Burada kalabalıkların bulunması durumunda, basit anlamla, onların mesleklerinin, cinsiyetlerinin, ırklarının, inançlarının vb. farklı olması önemli değildir. Buradaki insanlar kendilerini kitle haline getiren herhangi bir sebepten bir araya gelmiş olabilir. Ancak bir araya gelmelerine sebep olan sebebin oluşması, onları kendi başlarına olduklarından daha farklı bir psikolojiye ve kişiliğe de yönlendirebilir (Le Bon, 1997, s. 19). Yani kitle herhangi bir şekilde bir araya gelen insanlardan oluşmaktadır. Dolayısıyla herhangi bir şekilde bir araya gelen insanlar kitleyi oluşturur. Bununla birlikte bu kitleyi meydana getiren insanlar için ortak bir amaç olursa, buldukları grubun psikolojisiyle bir birtelilik de oluşturabilir, birlikte bir eylemsellik de gösterebilirler.

Kitleyi oluşturan insanların kitle olmaları için yüz yüze bir ortamda olmaları önemli değildir. Onların geleneksel medya olanakları yanında, yeni medya olanakları vb. kitle iletişim araçlarıyla etkileşime geçmeleri de kitle iletişim ortamını sağlayabilir. Bilindiği gibi tarihsel süreçte basın yayın olanaklarının gelişmesiyle, kitle iletişim araçlarındaki gelişmelerle birlikte, kitle iletişiminin

¹ Doç. Dr., İstanbul Esenyurt Üniversitesi Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi Sosyoloji Bölümü, kemaler@esenyurt.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-6906-7129

ve doğru amaçlar için kullanmak toplumların gelecekları açısından vaz geçilmez olacaktır.

KAYNAKÇA

- Abadi, M. A., Arraki, R., Podara, A., Ghazaryan, T., & Mufid, A. (2023). The turning point of civilization: Sociological perspective toward artificial intelligence on modern humanity. *Simulacra*, 6(2), 293-310. <https://doi.org/10.21107/sml.v6i2.22808>
- Aydın, A. F. (2020). Gösteri Toplumunun Yeni Panoptikonu Olarak Sosyal Medya. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(3), 2573-2594. <https://doi.org/10.15869/itobiad.735793>
- Çimen, Ü. (2020). Kültür Endüstrisinin Yeniden Üretiminde Kitle İletişim Araçlarının Görevleri: Theodor W. Adorno Değerlendirmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(29), 2316-2345. <https://doi.org/10.26466/opus.706877>
- Erdoğan, H. A. (2020). Kitle iletişim araçları fonksiyonları ve televizyonun görünmeyen yüzü. *Kesit Akademi*, 6(23), 96-109. <https://doi.org/10.29228/kesit.43000>
- Facebook and Data Privacy in the Age of Cambridge Analytica. (2018, Nisan 30). *The Henry M. Jackson School of International Studies*. <https://jsis.washington.edu/news/facebook-data-privacy-age-cambridge-analytica/>
- Filiz, H. (2020). Kitle iletişim araçlarının hedonizm ekseninde günlük yaşam içerisindeki kullanım alanları. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(5), 1465-1476. <https://doi.org/10.18506/anemon.669628>
- Fuchs, C. (2020). *Communication and Capitalism: A Critical Theory*. University of Westminster Press. <https://www.uwestminsterpress.co.uk/>
- İşık, M. (2005). Medya ve demokrasi paradoksu: Medya yoluyla demokrasinin tehdit edilmesi. *Selçuk İletişim*, 3(4). <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/178013>
- Le Bon, G. (1997). *Kitleler psikolojisi* (Y. Ender, Ed.). Hayat Yayıncılık.
- Lipizzi, C. (2024). *Societal Impacts of Artificial Intelligence and Machine Learning*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-53747-9>
- Maddalena, S. (2024, Ocak 31). *Digital 2024*. We Are Social UK. <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024/>
- Maigret, E. (2016). *Medya ve iletişim sosyolojisi* (H. Yücel, Çev.; 5. baskı). İletişim Yayınları.
- Mete, M., & Gündoğmuş, B. (2021). Terörizmin kitle psikolojisi: PKK üzerine psikopolitik bir inceleme. *International Journal of Academic Value Studies (Javstudies JAVS)*, 2(2), 111-126. <https://doi.org/10.29228/javstudies.51086>
- Metin, O. (2016). The Impacts of social media on political socialization: A field study. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 221-267. <https://doi.org/10.5578/jss.39360>
- Nwaoboli, E. P. (2023). An Appraisal of the Political Economy of the New Media. *International Journal of Arts Humanities and Management Studies*, 09(01), 38-47.
- Nyabola, N. (2023). Seeing the forest – and the trees: The global challenge of regulating social media for democracy. *South African Journal of International Affairs*, 30(3), 455-471. <https://doi.org/10.1080/10220461.2023.2270461>
- Ölçekçi, H. (2020). Dijital iletişim ve küresel kültürel etkileşimin homojenleşme, kutuplaşma ve melezleşme süreçleri. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 50. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1222146>

- Özmen, F. A. (2015). Gustave Le Bon ve Sigmund Freud'un ışığında kitle psikolojisi ve Gezi Hareketi'nin psikolojisi. *Alternatif Politika*, 7(1), 183-206.
- Saylık, M. İ. (2022). Arap Baharı Sonrası Türkiye'nin Ortadoğu Politikası ofansif ve defansif realizm bağlamında değerlendirilmesi. *Kadim Akademi SBD*, 6(2), 80-104. <https://doi.org/10.55805/kadimsbd.1117294>
- Soroka, S. N., & Wlezien, C. (2022). *Information and Democracy: Public Policy in the News* (1. bs). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108868242>
- Zhao, Y., & Wang, M. (2023). Digital sociology: Origin, development, and prospects from a global perspective. *The Journal of Chinese Sociology*, 10(19), 1-21. <https://doi.org/10.1186/s40711-023-00198-1>

Bölüm 3

İLETİŞİM TEORİLERİ

Ercan ŞAHBUDAK¹

GİRİŞ

İletişim hem insanlar hem de toplumlar arasındaki etkileşim sürecinin gerçekleşmesini sağlayan, hayatın vazgeçilmez unsurlarından biridir. İnsanlar, varoluşlarından bu yana duygu, düşünce ve bilgilerini paylaşmak için çeşitli yöntemler geliştirmişlerdir. Aynı zamanda iletişimin insanlar arasında bilgi aktarımı, toplumsal ilişkilerin kurulması ve sürdürülmesi, sosyal normların oluşumu vb. pek çok önemli işlevi yerine getirdiği bilinmektedir. İnsan hayatındaki yeri ve öneminden dolayı iletişimin, sosyal ve kültürel boyutlarını anlama ve inceleme gereksinimi de bir bakıma zaruri olmuştur. İletişim süreç ve stratejilerini anlamak ve açıklamak üzere geliştirilen iletişim teorileri, 1940'lar itibarıyla önce ABD'de, daha sonra Avrupa'da yaygınlaşmış ve kurumsallaşarak sosyal bilimlerde bir disiplin haline gelmiştir.

İletişim araştırma ve teorileri, öncelikle iletişim süreçlerinin ne olduğunu ve nasıl işlediğini açıklamaya çalışarak, iletişimin toplumsal etkilerini çözümlemeye yardımcı olmak için geliştirilmiştir. II. Dünya Savaşı esnasında özellikle sinema ve radyolar aracılığıyla kitle iletişim araçlarının toplumların kontrol edilmesi ve yönlendirilmesi üzerindeki etkilerinin fark edilmesinden dolayı, kitle iletişim alanında yapılan çalışmalar artmış ve disiplinler arası bir hale bürünmüştür.

İletişim bilimleri, disiplinler arası bir alan olarak; sosyoloji, psikoloji, antropoloji, siyaset ve dil bilimi gibi çeşitli bilim dallarının kesişiminde gelişmiştir. Bu çok disiplinli alan, iletişimin süreç ve etkilerini daha geniş perspektiften ve bütüncül bir yaklaşım çerçevesinde incelemeye olanak tanımıştır.

Bu bölümde, ilk olarak, iletişim araştırmalarının tarihsel gelişimi ve ekollerin iletişim teorilerine katkıları incelenecektir. Ardından genel olarak liberal ve eleştirel iletişim teorileri başlıkları altında diğer iletişim model ve yaklaşımları da ele alınacaktır.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Kurumlar Sosyolojisi AD, 0000-0003-1059-591X

araştırılması, daha etkili iletişim stratejileri geliştirmek ve toplumsal sorunlara çözüm bulmak için elzemdir.

Sonuç olarak, iletişim araştırmaları ve teorileri, bireylerin ve toplumların etkileşimlerini anlamak için kritik önemdedir. Gelecekte yapılacak araştırmalar, bu teorilerin daha da derinlemesine incelenmesini sağlayacak ve yeni iletişim biçimlerinin ortaya çıkmasıyla, iletişimin evrimine ışık tutacaktır.

KAYNAKÇA

- Açıkgöz, Yiğit, F., & Çizmeli, D. (2023). İletişim Araştırmalarındaki Güncel Eğilimler Üzerine Bibliyometrik Bir İnceleme Akdeniz İletişim, (43), 214-234.
- Adıgüzel, Yusuf, Yılmaz, Muzaffer Musab, Uybadın, Aynülhayat, (2022). “Türkiye’de İletişim Sosyolojisi Çalışmaları Üzerine Tarihsel Bir İnceleme “Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi, Cilt 20, Sayı 39, 2022/1, 1-46.
- Alemdar, Korkmaz ve Erdoğan, İrfan, (1997). Başlangıcından Günümüze İletişim Kuram ve Araştırmaları, Ankara: My Yayınları.
- Alemdar, Korkmaz ve Erdoğan, İrfan, (1990). İletişim ve Toplum. Ankara: Bilgi Yayınları, s.15. 2 F.
- Altun, S. (2007). Haber söylemi, değışkeleri: Cumhuriyet mitingleri ya da gelincik devrimi örneklemleri (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aydın, A. (2022), Yeni Medyanın Ekonomi Politikası, Pamukkale Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi 1(2). 199-214
- Aydos, Sibel Serpil,(2020). Harold Innis, 10 Mart 2020 by Ansiklopedi -<http://yenimedya.info/2020/03/10/innis/>
- Aziz, A. (2006). Dünyada ve Türkiye’ de iletişim araştırmaları. Kültür ve İletişimi, 9(17), 9-32.
- Başaran, Funda (2010) “Yeni İletişim Teknolojileri, Alternatif İletişim Olanakları”. **Mülkiye**, Cilt: XXXIV Sayı:269.
- Batuş, G., Alver, F., Arık, B., Çoban, B. Ve Çığ, Ü, (2011). Kadife karanlık II: Ayna Şövalyeleri. İstanbul: Su Yayınları.
- Baytun, İnci Duygu Ve Özerem, Ayşen (2012). “Teknolojik Determinizm Kavramı Kısacasında Eğitim, International Journal of New Trends in Arts, Sports & Science Education, volume 1, issue 4.
- Begtimur, Mehmet Emin, (2018). İstanbul Arel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi dergisi, cilt:3 No:2
- Beldağ, A. Ve Kaptan, S. Y., (2017). Arabalar filminin içerdiği değerlere ilişkin bir inceleme. Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi, 18(2), 487-499.
- Bleske, G. L. (1991). Ms. Gates Takes Over: An Updated Version of a 1949 Case Study. Newspaper Research Journal, 12(4), 88-97.
- Büyükbaykal, Ceyda Ilgaz Ve Temel, Gülden, (2019). “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı ve Gençlik, International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS), : Volume 5 (Issue 2) e-ISSN : 2458-9381.
- Cao, D., & Cheng, L. (2023). Interaction effect of building construction accident attributes based on complex network. *Process Safety Progress*, 42(4). <https://doi.org/10.1002/prs.12556>

- Cengiz Can ve Yaşın Cem, (2018). “Yapısal Dilbilim” İletişim Ansiklopedisi, 2018, <http://yenimedya.info/2018/04/11/saussure/>
- Çakmak, Murat, (2021). Herman ve Chomsky'nin Propaganda Modeli Süzgeci Olan Kitle Medyasının Büyüklüğü ve Kar Anlayışı Üzerinden Tekelleşme ve Türk Medyasının Tekelleşmesinin İncelenmesi, *The Journal of Communication and Social Studies* – Vol.1 – Issue.1 – p. 46-61.
- Çelik, Ramazan, (2019). “Bilgi Gediği Hipotezinde Tekno İyimserlik ve Tekno Kötümserlik”, *Social Sciences Research Journal*, Volume 8, Issue 2, 64-76 ,ISSN: 2147-5237.
- Engels, F. (1967). *Anti-Dühring* (Cilt 2). (Çev. R. Baraner) Ankara: Sol Yayınları.
- Erdoğan, İ., Alemdar, K. (1998). *Başlangıcından Günümüze İletişim Kuram ve Araştırmaları*. Ankara.
- Erdoğan İrfan, K. Alemdar (2002). **Öteki Kuram**, Ankara: Erk Yayınları.
- Erdoğan, İ. , Alemdar K. (2010). *Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*, 3. Baskı, Ankara: Pozitif Matbaacılık
- Erdoğan, İ. ve Korkmaz, A. (2002). *Öteki Kuram*. Ankara: Erk Yayınevi.
- Fejes (1994). “Eleştirel Kitle İletişim Araştırması ve Medya Etkileri”. Cev ve Der: M. Kucuk. *Medya, İktidar, ideoloji*. Ankara: Ark Yayınevi, s.251.
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. California: Stanford University Press.
- Fiske, John, (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş*, İstanbul: Ark Yayınları.
- Fiske, J. (2014). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Süleyman İrvan (Çev.). Ankara: Pharmakon
- Granham, N. (2008). Bir kültürel materyalizm teorisine doğru. S. Çelenk (Ed. & Çev.), *İletişim çalışmalarında kırılmalar ve uzlaşmalar* (1. baskı, s. 67-85) içinde. Ankara: Deki Yayınları.
- Gölbaşı, Haydar, (2017). *Susunluk Sarmalı ve Türkiye* *The Journal of Academic Social Science* Yıl: 5, Sayı: 58, s. 123-133 128
- Güdekli, Ayşad, (2016). “Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Yazılı Basın İle Twitter Gündeminin Karşılaştırmalı Analizi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* • 35.
- Güngör, N. (2011). *İletişim Kuramlar ve Yaklaşım*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Güngör, N. (2022). *Kültürel Çalışmalar: Görmezden Gelinenin Görünür Kılınması*, - 4. Boyut *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, Issue/Sayı 20,
- Güz, Nurettin ve Yanık, Hayrullah, (2017). *Bilgi Açığı Hipotezi ve Yeni Medya*, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Cilt:5, Sayı:2.
- Hall, S. (2014). *İdeoloji ve iletişim kuramı*. S. İrvan (Ed.) A. Gürata (Çev.), *Medya Kültür Siyaset* (3. baskı, s. 79-97) içinde. Ankara: Pharmakon Yayınları.
- Hawks B. B. (2002). “Agenda-Setting Research”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Dergisi*, sayı: 13, s.491-499.
- Herman, E. ve Chomsky N. (1999). *Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir*, (2.Baskı). (B. Akyoldaş, Çev.). İstanbul: Minerva Yayınları.
- Herman, E. ve Chomsky N. (2006). *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası*, (2.Baskı). (Ender Abadoğlu, Çev.) İstanbul: BGST Yayınları.
- Işık, M. (2014). *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- İplikçi, Handan Güler, (2015). *İletişimde Temel Modeller Ve Kitle İletişim Modelleri Sosyal ve Beşeri Bilimleri Dergisi* Cilt 7, Sayı 2, Issn: 1309 -8039 (Online).
- İrvan, Süleyman, (2002). *Medya Kültür ve Siyaset*, Ankara: Alp.

- Kafiliveyjuyeh, Soheil ve Erol İlhan (2017) "Sosyal Ağ Çağında Eşik Bekçisinin Değişen Rolü" Sayı – 3.
- Kasar, Aslı, (2024) "Gerbner'in Kültürel Göstergeler ve Ekme Kuramı Kapsamında "Minyonlar" Sinema Animasyon Film İncelemesi", ART/icle: Sanat ve Tasarım Dergisi, 4 (1), Hss. 95-106.
- Lang, Kurt, (1997). İletişim Araştırmaları: Kökenleri ve Gelişmesi, Ankara: Kitle
- Leontiev, L. (1976). Marksist Ekonomi Politüğın İlkeleri. (Çev. K. Somer) Ankara: Sol Yayınları.
- Lévi-Strauss, Claudy (1984), Yaban Düşünce, Çev.Tahsin yücel, İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları
- Lilleker, D. G. (2013). Siyasal İletişim Temel Kavramlar. (ed. Y. Devran, A. Nas, B. Ekşi ve Y. Göksun). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Mattelart, Armand M., (1998). İletişim Kuramları Tarihi, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mutlu, Erol, (1994). İletişim Sözlüğü, Ark Yayınları, Birinci baskı. Ankara, 64.
- Neumann, Noelle, Elisabeth, (1996). Kamuoyu Suskunluk Sarmalının Keşfi, Çev. M. Özkök, Ankara: Dost Yayınları
- Nikitin, P. (1968). Ekonomi Politik. (Çev. H. Konur) Ankara: Sol Yayınları.
- Odyakmaz, N. (2012). İletişimin İyimser Yüzü: Chicago Okulu. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi.
- Özçetin, Burak (2018). **Kitle İletişim Kuramları**, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özkan, Abdullah, (2004). Siyasal İletişim, (Partiler, Seçimler, Stratejiler), İstanbul: Nesil Yayınları,
- Poyraz, Bedriye, (2018). 'Kitle İletişim Kuramları', Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 3526.
- Rogers, Everette M. ve Steven H. Chaffe (1983). "Communication as an Academic Discipline". Journal of Communication. Summer. Pp.: 1 8-30
- Saussure, Ferdinand de (1998). Genel Dilbilim Dersleri. Çev.:Berke Vardar, İstanbul: Multilingual.
- Sever, N. (1998). Kitle iletişim araştırmalarında iki yaklaşım: Liberal ve eleştirel kuramlar farklılıklar ve yaklaşımlar. Kurgu Dergisi, 15, 44-53.
- Severin , W.J. ve Tankard, J.W. (1994). İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları. Çev.: A.A. Bir ve N.S. Sever. Eskişehir: Kibele Sanat Merkezi, s.458.
- Shoemaker, P. (1991). Communication Concepts 3: Gatekeeping, Newbury Park. 27-32,1.
- Shoemaker, Pamela and Vos Timothy, (2009). Gatekeeping, Newyork: Routledge.
- Shoemaker, P. ve Reese, Stephen D. (2014). İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi, Medya, Kültür, Siyaset, (1.Baskı). Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Tekinalp, Ş., Uzun, R. (2013). İletişim Araştırmaları ve Kuramları. İstanbul: Beta.
- Tolan, B., İse, G., Batmaz, V. (1985). Ben Toplum. Ankara: Teori.
- Uyanık, Erol, (2016). İletişim Araştırmalarının Tarihçesine Bakış, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi - Sayı 42 / Bahar , Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Süreli Elektronik Dergi.
- Yaylagül, L. (2016). İletişim Kuramları. Ankara: Dipnot.
- Yurdakul, Hasan, (2018). "Kitle iletişimde haber ve etki: Liberal ve eleştirel yaklaşımlar" Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi, 1, 62-77

İLETİŞİM SOSYOLOJİSİ

<https://gozdebukey.wordpress.com/2012/02/09/iletisim-kuramlarina-genel-bir-bakis-ana-akim-estirel-iletisim-kuramlari>, erişim tarihi: 08.10.2024

<https://kenan-demirel.medium.com/laswell-i%CC%87leti%C5%9Fim-mode-li-9650ea499260> Dev 19, 2017, erişim tarihi: 11.10.2024.

Bölüm 4

İLETİŞİM SOSYOLOJİSİNDE GÜNCEL KONULAR

Hakan ARIKAN¹



“En iyi yüreğiyle görebilir insan. Gözler asıl görülmesi gerekeni göremez.”

Küçük Prens (1943) – Antoine De Saint Exupery

“Hepimizin kafasında bazı resimler; çoğunlukla önce görmüyoruz ve tanımıyoruz, önce tanımlayıp sonra da görüyoruz” **Kamuoyu (1922)-Walter Lippmann**

“Dünyayı bilmek isteyen, onu önce kurmak zorundadır, hem de kendi içinde.” **Fragmanlar (2000)- Immanuel Kant**

GİRİŞ

İletişim sosyolojisinin temel amacı “sosyolojik düşünme” (Mills,1959) yoluyla toplumsal iletişim konularını ve sorunlarını bilimsel olarak nitel ve nicel araştırmalarla analiz etmek, böylece kitle iletişimin tüm içerik ve süreçlerini açıklayan birtakım genel geçer terminoloji ve kuramlara ulaşmaktır. İletişim sosyolojisinin ilgilendiği konular özetle; insanın toplumsal iletişimi, iletişim terminolojisi, iletişimin toplumsal etkileri, iletişimin süreçleri ve kurumları, iletişimin araçları ve teknolojileri ve toplumsal iletişimin tarihsel süreç içindeki evrilmesi ve devrimleri gibi konulardır.

¹ Dr.Öğr.Üyesi, Kırıkkale Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Sosyometri AD, kinghakan06@yahoo.com

Bu bölümü son olarak bir cümle ile özetleyecek olursak Walter Benjamin'in "Mekanik Üretim Çağında Sanat Üretimi" (1955) eserinde dediği gibi "Gerçeğin kitlelere ve kitlelerin gerçeğe uyarlanması sınırsız kapsamlı bir süreçtir" (Benjamin,1986).

KAYNAKÇA

- Açıklan, Ş. N. (2022). Post-Truth bağlamında sosyal medya. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (57), 1-11.
- Adorno, T., & Horkheimer, M. (1944). *Dialectic of enlightenment*. Stanford: Stanford University Press.
- Akbayır, M., & Akbayır, A. (2024). Bir Post- truth (hakikat ötesi) açmazı örneği: 'The Harter' filminin göstergebilimsel analizi. *Etkileşim*, 14, 262-288.
- Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (2010.) *Öteki kuram: kitle iletişim kuram ve araştırmalarının tarihsel ve eleştirel bir değerlendirmesi*, İstanbul: Erk Yayınları.
- Alemdar, K.ve Erdoğan, İ.(1997). *Başlangıcından günümüze iletişim kuram ve araştırmaları*, Ankara: My Yayınları.
- Alemdar, K.(1996). *İletişim ve tarih*. Ankara: İmge Yayınları.
- Alpay, Y. (2019). *Yalanın siyaseti*. İstanbul: Destek Yayınları.
- Arkan, Z. N. (2022). "Post-Truth" kavramı üzerine türkçe karşılık denemesi. *İstanbul Kent Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 3(2).
- Avcı, S. (2022). The transformation of the understanding of self in the Metaverse reality as a heterotopia place. *Etkileşim*, 10, 186-206.
- Baban, E., (2012), Mc Luhan ve Baudrillard'ın penceresinden sosyal medyanın etkisi: İfadenin esareti, gözetlenen toplum ve kayıp kimlik sendromu", Kara, T. ve Özgen, E. (ed.), *Sosyal Medya Akademi*, İstanbul: Beta Yayınları, s. 57-83 .
- Baldini, Massimo (2000). *İletişim tarihi*. Çev. Gül Batuş İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Baç, M. (2020). Hakikatin soruşturulması, ötelenmesi ve geri dönüşü üzerine. *Pasajlar Post-Truth Çağı*. Yıl: 2, Sayı: 4, Ocak.
- Barbalet J (2019) Trust: Condition of action or condition of appraisal? *International Sociology* 34(1): 83–98.
- Barrett, M.(1996). Marx'tan Foucault'a ideoloji. İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Baştürk, E. (2016). *Gözetimin soykütüğü*. İstanbul: Kalkedon.
- Baudrillard, J.(2003). *Sessiz yağınların gölgesinde: Toplumsalın sonu*. (O.Adanır,Çev.),Ankara: Doğu-Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2022). Simülakrlar ve simülasyon. (O. Adanır,Çev.), Ankara: Doğu Batı Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2023). Tüketim toplumu söylenceleri/yapıları. (N. Tural, ve F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z., & Lyon, D. (2013). *Liquid surveillance*. Malden, USA: Polity Press.
- Benjamin, W. (1977). The work of art in the age of mechanical production. *Mass Communication and Society*,(1977),s. 384 – 408.
- Benjamin, W. (1986) The Work of art in the age of mechanical reproduction.Trans. Harry Zohn. *Illuminations*. 1955. Ed. Hannah Arendt. Reprint ed. New York: Schocken Books.
- Berman, M.(1994).*Katı olan herşey buharlaşıyor*, (Ü.Altuğ-B.Peker Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.

- Bernays, E. L. (1947.) The Engineering of consent. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 250(1): 113–120.
- Binark, M. (2014). *Yeni medya çalışmalarında araştırma yöntem ve teknikleri*, (Der.) M. Binark, İstanbul: Ayrıntı.
- Blöbaum, B. (2021). Some thoughts on the nature of trust: Concept, models and theory. In Blöbaum, B. (ed.), *Trust and communication: Findings and implications of trust research*. Cham: Springer, pp.3–28.
- Bodo, B.(2021) Mediated trust: A theoretical framework to address the trustworthiness of technological trust mediators. *New Media & Society* 23(9): 2668–2690.
- Briggs,A. & Burke,P. (2009) *The History of social media*.Maiden,MA: Polity Press.
- Bryant, J. ve Miron, D. (2004) Theory and research in mass communication. *Journal of Communication*; 54 (4): 662-704.
- Castells M. (2012). Ağ toplumunda iletişim, İktidar ve karşı iktidar, Çev.T. Sepetçi, *Yeni medya üzerine kavramlar, yaklaşımlar ve uygulamalar*, s.13-45, Antalya: Akdeniz Üniversitesi İletişim Araştırma ve Uygulama Merkezi.
- Çaycı,B.(2016).Medyada gerçekliğin inşası ve toplumsal denetim, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 25, 84 - 96.
- Chomsky, N. (1993). *Medya gerçeği*, (Çev. Abdullah Yılmaz) İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık.
- Chomsky, N.(2001).*Demokrasi, gerçek ve hayal*, Çev. Cevdet Cerit. İstanbul: Pınar Yayınları.
- Chomsky, N.(2008). *Medya denetimi*, Çev. Elif Baki. İstanbul: Everest Yayınları.
- Chomsky N. ve Herman E. S. (1998). *Medya halka nasıl evet dedirtir; Kitle iletişim araçlarının ekonomi politiği*. Çev.: Berfu Akyoldaş, Tamara Han, Metin Çetin, İsmail Kaplan, İstanbul: Minerva Yayınları.
- Collins, B., Hoang, D. T., Nguyen, N. T., & Hwang, D. (2021). Trends in combating fake news on social media—a survey. *Journal of Information and Telecommunication*, 5(2), 247-266.
- Coşgun,M.(2021). Post-Truth: Hegemony'nın yeni ideolojik aygıtı. *Akademik Hassasiyetler*. Cilt.8, Sayı.15,67-82.
- Craig, R. T. (1993) Why Are there so many communication theories? *Journal of Communication* 43(3):26--33.
- Crowley David ve Heyer, Paul (2007). İletişim Tarihi. Çev. Berkay Ersöz. Ankara:Siyasal Kitabevi.
- Dearing, J. W., ve Rogers, E. (1996). *Agenda-setting*. Sage Publications.
- Delia, J. (1987). *Communication research: A history*”, In Charles R. Berger ve Steven H. Chaffee (Eds.) *Handbook of Communication Science*, Beverly Hills, CA: Sage, p. 20-98.
- Demir, Ö. ve Acar,M. (2005), *Sosyal bilimler sözlüğü*, Ankara: Adres Yayınları.
- Earl, J., Kimport, K., Prieto, G., Rush, C., & Reynoso, K. (2010). Changing the world one webpage at time: conceptualising and explaining internet activism. *Mobilization*, 15(4), 425-446.
- Entman, R. (1993). Framing toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, Volume ;43, Issue;4,Pages 51-58.

- Erdoğan E. ve Uyan-Semerci P. (2020). Hakikat sonrası tartışmaların gerçek olmayan varsayımlarını ele almak: Akıl, bilim ve demokrasi karşıtlığı. *Pasajlar Post-Truth Çağı*. Yıl: 2, Sayı: 4
- Erdoğan, İ. (2013), *Medya sosyolojisi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları No.1790.
- Erdoğan, İ. (2011), Gündem koyma ve saptama yaklaşımında bir araştırma geleneği olarak çerçeveleme, *Erciyes İletişim*, sayı:1, s. 48-62.
- Evans,M, Halupka M and Stokes G (2019) *Trust and democracy in Australia*. In Evans,M., Grattan,M. &McCaffrie, B. (eds.), *From Turnbull to Morrison: Understanding the trust divide*. Melbourne: Melbourne University Press.
- Flew T (2021a). *Regulating platforms*. Cambridge: Polity Press.
- Flew,T.(2023). Mediated trust and artificial intelligence. *Emerging Media*, Vol. 1(1) 22–29.
- Flew T and Jiang Y (2021). Trust and communication: Looking back, looking forward. *Global Perspectives*, 2(1): 1–19.
- Ford, T., & Stein, G. (2017). *Radikal Medya*. Ankara: İmge.
- Foucault, M. (1980). *The will to truth*. New York-London: Tavistock Press.
- Foucault, M. (2015a). *Biyopolitikanın doğuşu*. (A. Tayla, Çev.) İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Foucault,M. (2015b). *İktidarın gözü*, Seçme Yazılar4 (Cilt 4. Basım). (I. Ergüden, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Foucault,M. (2015c). *Büyük Kapatılma*, Seçme Yazılar 3 (Cilt 4. Basım). (I. Ergüden, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Gamson, W. A. (1988). A constructionist approach to mass media and public opinion. *Symbolic Interaction*, 11, 161-174.
- Gamson,W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95, 1-37.
- Ginsberg, B.(1986). *The captive public: How mass opinion promotes state power*, New York: Basic Books.
- Gitlin,T (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the New Left*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. New York: Harper & Row.
- Gökçe, O.(2002). *İletişim bilimine giriş: İnsanlar arası ilişkilerin sosyolojik bir analizi*, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Göker, G. (2015). İletişimin McDonaldlaşması: Sosyal medya üzerine bir inceleme. *Turkish*, 389-410.
- Görgün Baran, A. (2020) Dijital aktivizm ve gençlik, A.B. Görgün (Ed.) *Dijital Çağ içinde* (s.37-42) Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.
- Gürsakal, N. (2009). *Sosyal ağ analizi*. Bursa: Dora Yayıncılık.
- Hancock, J. T. (2009). Digital deception: Why, when and how people lie online. A. Joinson, K. McKenna, T. Postmes, & U.-D. Reips (Ed.), *The Oxford Handbook of Internet Psychology içinde*. Oxford University Press.
- Hands,J.(2011), *@is for activism: Dissent, resistance and rebellion in a digital culture*.London: Pluto Press.
- Hardt, M., & Negri, A. (2019). *Meclis*. (A. E. Pilgir, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.

- Hardt, H. (1992) *Critical communication studies: Communication, history and theory in America*. NY: Routledge.
- Herman, E.(1997). *Triumph of the Market: Essays on Economics, Politics, and the Media*. New York: Black Rose Books Ltd.
- Herman,E.S. & Chomsky,N. (2012). *Rızanın imalatı: Kitle medyasının ekonomi politiği*. Çev. E.Abadoğlu, İstanbul: Bgst Yayınları.
- Hofkirchner, W. (2021). Digital Humanism: Epistemological, ontological and praxiological foundations. In: Verdegem, P. (ed.) *AI for Everyone? Critical Perspectives*. Pp. 33–47. London: University of Westminster Press.
- Hollingsworth, Mark (1986). *The press and political dissent*. London: Pluto Press.
- Holmwood, J. (2010). Sociology's misfortune: Disciplines, interdisciplinarity and the impact of audit culture. *British Journal of Sociology*, 61(4), 639–658.
- Hosking, G.A. (2014) *Trust: A history*. Oxford University Press.
- Işık,G. (2015). *Sanaldan sokağa toplumsal hareketler*, Ankara: Nobel Yayınevi.
- İnuğur, M. N. (1978). *Basın ve yayın tarihi*. İstanbul: Hilal Yayınları.
- İrvan,S.(2001). Gündem belirleme yaklaşımının genel bir değerlendirmesi. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi: İletişim* 9: 69-10.
- İyengar S.(1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- İyengar,S. & Kinder, D.R. (1987) *Is anyone responsible: How TV frames the news*,Chicago: University of Chicago Press.
- Jan, V.D. (2016). *Ağ Toplumu*, İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Jeanneney, Jean N. (1998). *Medya tarihi*, Çev. Esra Atuk, İstanbul. Yapı Kredi Yayınları.
- Kaplan, A. (2021). *Social Media*. In: B. Warf (Ed.), *The Sage Encyclopedia of the Internet*. London: Sage Publications Ltd.
- Kaplan, A. (2020a). Artificial Intelligence: Emphasis on ethics and education. *International Journal of Swarm Intelligence and Evolutionary Computation*, 9(3). 32-45.
- Kaplan, A. (2020b).. Artificial Intelligence, social media, and fake news: Is this the end of democracy? In A.A. Gül, Y.D. Ertürk and P. Elmer (Eds.), *Digital Transformation in Communication and Media Studies*. İstanbul: İstanbul University Press.
- Kaplan,A. ve Haenlein,M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media,*Business Horizons* 53 (1), 59-68.
- Karadut, İ. C. (2020). Hakikat-Ötesi çağda hakikati söylemek: İki Parrhesia vakası. *Pasajlar Post-Truth Çağı*. Yıl: 2, Sayı: 4, Ocak.
- Karadut, R. (2006) *Trust*. Cambridge: Polity Press.
- Karagöz, E. (2010). Sosyal bilimlerde kuram oluşum süreci ve iletişim. İstanbul :Derin Yayınları.
- Karınca, M. G.(2013). Telekomünikasyonda Yakınsama Kavramı, *Ankara Barosu Dergisi*, 4, s.263-282.
- Keyes, R. (2017). *Hakikat sonrası çağ: Günümüz dünyasında yalancılık ve aldatma* (D. Özçetin, Çev.). İzmir: Delidolu Yayıncılık.
- Kılıç, Ç. (2015). Gündem belirleme kuramı çerçevesinde siyasal karar verme sürecine sosyal medya etkisinin incelenmesi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

- Köktürk, M. (2020). Post-Truth ya da mağaraya dönüş. *Pasajlar Post-Truth Çağı*. Yıl: 2, Sayı: 4, Ocak.
- Lang, B., Dolan, R., Kemper, J., and Northey, G. (2020). Prosumers in times of crisis: definition, archetypes and implications. *Journal of Service Management*. 32 (2): 176–189.
- Lasswell, H. D. (1948). *The Structure and function of communication in society*. In Bryson, L. (ed.). *The Communication of Ideas*. New York: Institute for Religious and Social Studies. pp. 37–51.
- Lasswell, H. D. (1927). *Propaganda techniques in the World War*. New York: Peter Smith.
- Lippmann, W. (1998). *Public opinion* (Second Edition). New Jersey: Transaction Publishers.
- Luhmann N (2017) *Trust and power*, 2nd ed. Cambridge: Polity Press.
- Lyon, D. (2006). *An Electronic Panopticon? A Sociological critique of surveillance theory*. Oxfordshire England: Willan Publishing.
- Mattelart, A. & Mattelart, M. (2013). *İletişim kuramları tarihi*. (Zilloğlu, M. Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mc Chesney, R. (1999) *Rich media, poor democracy: communication politics in dubious times*. IL: University of Illinois Press.
- McCombs, M. E., (2005). A look at agenda-setting theory, *Past, present and future journalism studies*, 6(4), 543-557.
- McCombs, M. E. (2004). *Setting the agenda: The Mass media and public opinion*. Cambridge, UK: Polity.
- McCombs, M. E. ve Shaw D L. (1972). The Agenda-Setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- McIntyre, L. (2018). *Post-Truth*. MI: MIT Press.
- Mridha, M. F., Keya, A. J., Hamid, M. A., Monowar, M. M., & Rahman, M. S. (2021). A comprehensive review on fake news detection with deep learning. *IEEE Access*, 9, 156151-156170.
- McQuail, D. ve Windahl, S. (1993). *İletişim modelleri*, (Çev. M. Küçük Kurt), Ankara: İmaj Yayınları.
- McQuail, D. ve Windahl, S. (2005). *Kitle iletişim çalışmalarında iletişim modelleri* (Çev: Konca Yumlu). 2. Baskı. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Miçoğulları, S. (2018). Yeni ekonomide dijital emek. *International Journal of Labour Life and Social Policy*, 132-149.
- Mills, C. W. (1959). *The Sociological Imagination*. Oxford: Oxford University Press.
- Möllering G (2006) *Trust: reason, routine, reflexivity*. Oxford: Elsevier.
- Murdoch, V. (2020). *Historical dictionary of Kant and Kantianism* (2. bas.). Lanham, Md.: Rowman & Littlefield Publishers.
- Ogburn, W. F. (1922). *Social change, with respect to culture and original nature*. New York: Viking.
- Ogburn, W. F. (1936) *On culture and social change: Selected papers*, ed. by Ottis Dudley Duncan, Chicago: Univ. of Chicago Press.
- Ogburn, W. F. (2011). *Social change, with respect to culture and original nature*. London: Legare Street Press.
- O'Neill O (2010) *A Question of trust*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Oxford Languages. (tarih yok). Oxford languages web sitesi. <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/> adresinden erişilmiştir. 06.11.2024.

- Özçetin, B.(2019) *Kitle iletişim kuramları, kavramlar, okullar, modeller*.İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özdemir,M.(2021), Foucault sosyolojisi, dijital alan ve emeğin yeni görünümü,*Akademik Açı*, 1(2), : 67-105.
- Özel,A.P. (2011). Sosyal medya ve güven: Hükümet, sivil toplum örgütleri ve ticari kuruluşlara yönelik ampirik bir araştırma, *Academic Journal of Information Technology*, Cilt: 2 Sayı: 4, 1 - 31.
- Özkula,S.(2021).What is digital activism anyway?: Social constructions of the “digital” in contemporary activism. *Journal of Digital Social Research*, 3(3):60-84.
- Peters,J.D.(1986) Institutional sources of intellectual poverty of communication research. *Communication Research*, 13: 527-559.
- Riley, W. ve J.W. Riley (1959) Mass communication and the social system. In:Merton R. K. Et. Al. (1959) (Eds.) *Sociology Today*. NY: Basic Books.
- Rogers, E.M. ve Dearing, J.W. (1988). Agenda-Setting Research: Where it has been, where it has going?. *Communication Yearbook*,11, 555-593.
- Shu, K. (2022). Combating disinformation on social media: A computational perspective. BenchCouncil Transactions on Benchmarks, Standards and Evaluations, 100035.
- Shu, K., Bhattacharjee, A., Alatawi, F., Nazer, T. H., Ding, K., Karami, M., & Liu, H. (2020). Combating disinformation in a social media age. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery*. 10(6), pp. 1-23.
- Shu, K., Slivia , A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). Fake news detection on social media: A data meaning perspective. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 19(1), 22-36.
- Snow, D. A., Rochford, E. B. Jr., Worden, S. K., & Benford, R. D. (1986). Frame alignment processes, micromobilization, and movement participation. *American Sociological Review*,51,464-481.
- Stromback,J.& et.al. (2020).News media trust and its impact on media use: toward a framework for future research, *Annals of the International Communication Association* 44(3).
- Şimşek, V. (2018). Post-Truth ve yeni medya: Sosyal medya grupları üzerinden bir inceleme. *Global Media Journal TR Edition*, 8(16), 1-14.
- Tesich, S. (1992). A government of lies. *The Nation*, 6(13), 12-14. <https://www.thefreelibrary.com/A+government+of+lies.-a011665982> adresinden alındı.
- Tok, İ. (2020). Hakikat ötesi (post-truth) çağda yeni medyada yalan/sahte haberle mücadele. (Eds. Ş. Sağıroğlu, H. İbrahim Bülbül, A. Kılıç, M. Küçükali), *Dijital okuryazarlık: araçlar, metodolojiler, uygulamalar ve öneriler* (s. 455-483) içinde, Ankara: Nobel Yayınevi.
- Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E., Binark, M., Börekçi, S., & Çomu, T. (2014). *Toplumsal paylaşım ağı facebook*. İstanbul: Kalkedon.
- Turhan, M., (2006). *Kültür değişimleri*, İstanbul: Çamlıca Yayınları.
- Turner, J. (2002) Sociological theory today. In J. Turner (Ed.), *Handbook of sociological theory* (pp. 1–17). New York, NY: Kluwer.
- Türkoğlu,N.(2015)*Toplumsal iletişim tanımlar kavramlar tartışmalar*, İstanbul: Karahan Kitabevi.
- Uluk, M. (2018). *Hakikat sonrası çağda yeni medya ve yalan haber*. Ankara: Dorlion Yayınevi.

- Verdegem, P. (2021). Introduction: Why we need critical perspectives on AI. In: Verdegem, P. (ed.) *AI for everyone? Critical Perspectives*. Pp. 1–18. London: University of Westminster Press.
- Waisbord, S. (2016). *The International encyclopedia of communication theory and philosophy*. Klaus Bruhn Jensen and Robert T. Craig (Editors-in-Chief), Jeferson D. Pooley and Eric
- W.Rothenbuhler (Associate Editors). John Wiley & Sons, Inc.
- Wilson, H.J. ve Daugherty,P.R. (2018). *Human + machine: Reimagining work in the age of AI*. Boston, MA: Harvard Business Review Press.
- Yaylagül, L. (2007). *Kitle iletişim kuramları: Egemen ve eleştirel yaklaşımlar* , Ankara: Dipnot Cilt: 10(1).Sayı: 19, 115 - 118.
- Yüksel, E. (2007). Kamuoyu oluşturma ve gündem belirleme kavramları nerede kesişmekte, nerede ayrılmaktadır?. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 571-586.
- Yüksel, E. (2001). *Medyanın gündem belirleme gücü*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Bölüm 5

BASININ DÖNÜŞÜMÜ VE TOPLUMSAL ETKİLERİ

Merve YALÇINKAYA¹

BASININ ERKEN DÖNEMİ

Basın, tarihsel süreçte bir iktidar aracı olarak ortaya çıkmış, ancak toplumsal gelişim ve teknolojik ilerlemelerle birlikte, demokratik işleyişin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Basının kökenleri, 15. yüzyılda Johannes Gutenberg'in hareketli tip matbaayı icat etmesiyle ilişkilendirilir. Gutenberg'in bu yeniliği, yazılı materyallerin seri üretimine olanak tanıyarak iletişimde devrim yaratmış ve bilginin daha geniş kitleler tarafından erişilebilir hâle gelmesini sağlamıştır. Matbaanın yaygınlaşması, yalnızca edebi ve bilimsel metinlerin değil, aynı zamanda dini içeriklerin de hızla çoğaltılmasına olanak tanımış, bu durum Avrupada eğitim seviyesinin yükselmesine ve bireylerin farklı yazılı kaynaklara erişim sağlamasına önemli ölçüde katkıda bulunmuştur. 1517 yılında Martin Luther'in Reform hareketini başlatan 95 Tez, matbaanın sağladığı olanaklar sayesinde hızla çoğaltılmış ve Avrupa genelinde yayılarak toplumsal değişim ve dini reform süreçlerinde basının etkisini açık bir şekilde ortaya koymuştur (Edwards, 2004). Bu bağlamda, matbaa ve yazılı materyaller, sadece bilgi paylaşımının aracı değil, aynı zamanda toplumsal dönüşümün ve bireysel bilinçlenmenin önemli bir itici gücü olmuştur. Bununla birlikte, erken dönem basını genellikle krallıklar ve dini otoritelerin kontrolü altında faaliyet göstermiştir (Briggs ve Burke, 2009). Basın, bilgi paylaşımı ve tarafsız haber üretiminden ziyade, egemen güçlerin görüşlerini yaymak, toplumsal düzeni muhafaza etmek ve ideolojik bir yapı inşa etmek amacıyla kullanılmıştır. Örneğin, 17. yüzyılda İngiltere'de çıkarılan Licensing Order of 1643, basını sıkı bir denetim altına almayı amaçlamıştır. Bu düzenleme, yalnızca resmi izinle yayımlanabilen materyallere müsaade etmiş ve sansür mekanizmalarını güçlendirmiştir (Siebert, 1952). Benzer şekilde, Fransada mutlak monarşi döneminde gazeteler, kraliyet otoritesinin sıkı kontrolü altında çalışmış ve yalnızca kraliyetin lehine yayın yapmalarına izin verilmiştir (Darnton, 1982).

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Toplumsal Yapı ve Değişme AD, merve.yalcinkaya@hbv.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-0284-6929

KAYNAKÇA

- Allan, S. (2013). *Citizen Witnessing: Revisioning Journalism in Times of Crisis*. Polity Press.
- Anderson, C. W. (2013). *Rebuilding the News: Metropolitan Journalism in the Digital Age*. Temple University Press.
- Bell, D. S. (2000). *French Politics Today*. Manchester University Press.
- Bell, E. (2017). *The Guardian's Reader-Funded Model is Working — Can It Be a Template for Other Media?*. Columbia Journalism Review. Retrieved from <https://www.cjr.org>
- Binark, M., & Bayraktutan-Sütçü, G. (2007). *Yeni Medya Çalışmaları*. Dipnot Yayınları.
- Blondheim, M. (1994). The emergence of the modern newspaper press in England and America. *Journal of Media History*, 3(1), 20-38.
- Boyd-Barrett, O., & Rantanen, T. (1998). *The Globalization of News*. Sage Publications.
- Briggs, A., & Burke, P. (2009). *A Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet* (3rd ed.). Polity Press.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture* (Vol. 1, 2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Cull, N. J. (2009). *The Cold War and the United States Information Agency: American Propaganda and Public Diplomacy, 1945–1989*. Cambridge University Press.
- Darnton, R. (1982). *The Literary Underground of the Old Regime*. Harvard University Press.
- Darnton, R. (2003). An Early Information Society: News and the Media in Eighteenth-Century Paris. *The American Historical Review*, 105(1), 1-35.
- Davison, R. H. (1997). Osmanlı İmparatorluğu'nda Reform: *Tanzimat Dönemi*. (Çev. Gül Çağalı Güven). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Doherty, T. (1993). *Projections of War: Hollywood, American Culture, and World War II*. Columbia University Press.
- Doob, L. W. (1950). *Goebbels' Principles of Propaganda*. *Public Opinion Quarterly*, 14(3), 419-442.
- Edwards, M. U. (2004). *Printing, Propaganda, and Martin Luther*. Fortress Press.
- European Commission. (2022). *Digital Services Act: Ensuring a safe and accountable online environment*. Retrieved from <https://ec.europa.eu>
- Frei, N. (2002). *Adenauer's Germany and the Nazi Past: The Politics of Amnesty and Integration*. Columbia University Press.
- Harrison, H. M. (2001). *Driving the Soviets up the Wall: Soviet-East German Relations, 1953–1961*. Princeton University Press.
- Hermida, A. (2014). *Tell Everyone: Why We Share and Why It Matters*. Doubleday Canada.
- Howard, P. N., & Hussain, M. M. (2013). *Democracy's Fourth Wave? Digital Media and the Arab Spring*. Oxford University Press.
- İnal, İ. (1982). *Namık Kemal ve İbret Gazetesi*. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Kazin, M. (2006). *A Godly Hero: The Life of William Jennings Bryan*. Knopf.
- Keane, J. (1991). *The Media and Democracy*. Polity Press.
- Koloğlu, O. (1994). *Türk Basın Tarihi*. Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Lifton, R. J., & Mitchell, G. (1995). *Hiroshima in America: Fifty Years of Denial*. Putna
- McChesney, R. W. (2013). *Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*. The New Press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Newman, N. (2020). *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2020*. Reuters Institute for the Study of Journalism.

- Pasley, J. L. (2001). *“The Tyranny of Printers”: Newspaper Politics in the Early American Republic*. University of Virginia Press.
- Rentschler, E. (1996). *The Ministry of Illusion: Nazi Cinema and Its Afterlife*. Harvard University Press.
- Scannell, P., & Cardiff, D. (1991). *A Social History of British Broadcasting: Serving the Nation, Vol. 1: 1922–1939*. Basil Blackwell.
- Siebert, F. S. (1952). *Freedom of the Press in England, 1476-1776: The Rise and Decline of Government Controls*. University of Illinois Press.
- Stone, G. R. (2004). *Perilous Times: Free Speech in Wartime from the Sedition Act of 1798 to the War on Terrorism*. W. W. Norton & Company.
- Verhey, J. (2000). *The Spirit of 1914: Militarism, Myth, and Mobilization in Germany*. Cambridge University Press.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe
- Welch, D. (2008). *The Third Reich: Politics and Propaganda*. Routledge.
- Welch, D. (2013). *Propaganda and the First World War*. Palgrave Macmillan.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. PublicAffairs.

Bölüm 6

MATBAA'DAN METAVERSE'E EVRİLEN TOPLUM

Hakan ARIKAN¹



“Kitle iletişim araçları Platon’un ünlü mağara figürünün gerçekliğe çevrilmesidir. Mahkumların kusuru gerçeği algılayamamalarıdır. Önlerindeki, gölgelerin oynadığı duvar, basının, sinemanın ve radyonun hayatlarını anlattıkları ekrandır.” **Richard M. Weaver**, *Ideas Have Consequences*, (1948)

“Yeni medya, başlangıçta eski medyanın yozlaşmış hali olarak gizlenen yeni ilk modellerdir.”

Marshall McLuhan, *Arts in Society*, (1964)

“Hiçbir şiir okuyucu için, hiçbir resim bakan için, hiçbir senfoni dinleyici için tasarlanmamıştır.”

Walter Benjamin, *Illuminations: Essays and Reflections*,(1986)

“Tam yapay zekanın geliştirilmesi insan ırkının sonunu getirebilir. Kendi kendine hareket eder ve giderek artan bir oranda kendini yeniden tasarlar. Yavaş biyolojik evrimle sınırlı olan insanlar rekabet edemez ve yerlerinden edilirler.” **Stephen Hawking**, *BBC Mülakatı*,(2014)

GİRİŞ

İletişim temelde karmaşık biyolojik, psikolojik ve toplumsal boyutu olan öğrenme ve sosyalizasyon sürecinin bir ürünüdür. Rosengren’a (2000) göre öğrenmeye dayalı metodolojik bir süreç olsa da akıl ve duygular yoluyla anlamlandırılmaya

¹ Dr.Öğr.Üyesi, Kırıkkale Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Sosyometri AD, kinghakan06@yahoo.com

ve Basın-Yayın, medya ve internet etik kodları gibi popüler bazı konular da çalışılmaya devam etmektedir.

Diğer yeni medya iletişim sosyolojisinde popüler ve ilginç çalışma konuları da vardır örneğin; e-devlet, e-ticaret, e-okul, e-oyun, sosyal medyada otokontrol/otosansür, sanal kimlik inşası, sosyal medya uygulamaları, dijital teknoloji ve internet bağımlılığı, katılımlı internet platformları, bloglar, sosyal medyada düşünme ve ifade özgürlüğü, internette zararlı içerikler, bilişim suçları ve hukuku, Dark web, Deep web, Dead internet, Yapay Zeka destekli eğitim, sanat, finans, ticaret ve eğlence faaliyetleri ve robotların kitle iletişim alanlarına girmesi gibi. Son söz olarak, geleceğin iletişim sosyolojisinin güncel gündemi o zamanın insan, toplum ve küresel etki aktörlerinin etkileşimleri bağlamlarında ve maddi (ekonomik, teknolojik) ve manevi (sosyal, kültürel) değişim dinamiklerinin göstereceği yolda yeni gerçekliklerin çerçevesinde belirlenecektir. Yapay gerçeklik tüm olumlu ve olumsuz görüşlere karşın gelişmeye ve daha popüler olmayı sürdüreceği gibi görünüyor

Marshall McLuhan'ın "The Medium is the Massage" (1967) adlı eserinde özetlediği gibi; Tüm medya bizi tamamen ele geçirir. Kişisel, politik, ekonomik, estetik, psikolojik, ahlaki, etik ve sosyal sonuçlarıyla o kadar yaygındırlar ki, hiçbir parçamızı dokunulmamış, etkilenmemiş, değiştirilmemiş bırakmazlar. Medya, mesajdır. Sosyal ve kültürel değişimin herhangi bir şekilde anlaşılması, medyanın ortamlar olarak çalışma biçiminin bilgisi olmadan imkansızdır. Tüm medya, bazı insan yeteneklerinin uzantılarıdır-psişik veya fiziksel (s.26).

KAYNAKÇA

- Al, M.K.K. & Al, D.A. (2019). The Metaverse World between reality and hope its effectiveness in the graphic. *Journal of Applied Art and Science*, 9(4), 135-151.
- Al Juboori, A. F., Abdalnaser, M. F. ve Bayat, O. (2020). "The impacts of social media on university students in Iraq". *Egyptian Informatics Journal*, 21, s.139-144.
- Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (2010.) *Öteki kuram: kitle iletişim kuram ve araştırmalarının tarihsel ve eleştirel bir değerlendirmesi*, İstanbul: Erk Yayınları.
- Alemdar, K. (1996). *İletişim ve tarih*. Ankara: İmge Yayınları.
- Allport, G. (1954). *The Nature of prejudice*. Addison-Wesley.
- Allport, F.H. (1962). A Structuronomic conception of behavior; Individual and collective, *Journal of Abnormal and Social Psychology* 64:3-30.
- Arıkan, H. (2020). *Siyaset Sosyolojisi*. Ed. M. Yavuz Alptekin. Toplumsal sözleşme kuramları ve sosyolojik önemi. ss.79-152. Ankara: Nobel Akademik Yayınevi.
- Avcı, S. (2022). The transformation of the understanding of self in the Metaverse reality as a heterotopia place. *Etkileşim*, 10, 186-206.
- Aydın, İ. H. ve Değirmenci, C. H. (2018). *Yapay zekâ*, İstanbul: Girdap Yayınları
- Baldini, Massimo (2000). *İletişim tarihi*. Çev. Gül Batuş İstanbul: Avcıol Basım Yayın.

- Ball, M. (2022). *The Metaverse: And how it will revolutionize everything*. New York: Live-right Publishing.
- Baudrillard, J. (2003). *Sessiz yağınların gölgesinde: Toplumsalın sonu*. (O. Adanır, Çev.), Ankara: Doğu-Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2023). *Tüketim toplumu söylenceleri/yapıları*. (N. Tural, ve F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (1999). *Küreselleşme: Toplumsal sonuçları*. (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Benjamin, W. (1977). The work of art in the age of mechanical production. *Mass Communication and Society*, (1977), s. 384 – 408.
- Benjamin, W. (1986) The Work of art in the age of mechanical reproduction. Trans. Harry Zohn. *Illuminations*. 1955. Ed. Hannah Arendt. Reprint ed. New York: Schocken Books.
- Bennett, W. (2003). Communicating global activism, *Information, Communication & Society*, 6:2, 143-168.
- Bernstein, J. (2011). *Sunuş. Kültür endüstrisi-kültür yönetimi* (N. Ülner, M. Tüzel, & E. Gen, Çev., s. 7-33). İçinde, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Binark, M. (2014). *Yeni medya çalışmalarında araştırma yöntem ve teknikleri*, (Der.) M. Binark, İstanbul: Ayrıntı.
- Binark, M. (2013). Yeni medya ve yaratıcı endüstri, (Editörler), E. Dağtaş. *Medya ekonomisi ve işletmeciliği*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Dergisi, s.163-190.
- Binark, M. ve Köler, K., (2011). *Sivil toplum örgütleri için bilişim rehberi*, Ankara: Uzerler Matbaası.
- Bolat, N. (2018). *Ürün yerleştirmede kavramsal boyutlar ve ürün yerleştirme ortamları inceleme*, (Editörler), Nursel Bolat. *Teoriden pratiğe, spordan medyaya ürün yerleştirme uygulamaları*, Konya: Literatürk, s.13- 43.
- Bolter, J. D. & Grusin, R. (2000). *İyileştirme: Yeni medyayı anlamak*. MA: MIT Press.
- Bostrom, N. (2020), *Süper zekâ: Yapay zekâ uygulamaları, tehlikeler ve stratejiler* Çev. F. B. Aydar 2. Baskı, İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Bourse, M. ve Yücel, H. (2012). *Kültürlerarası iletişim: Kullanım Kılavuzu*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Briggs, A. & Burke, P. (2009) *The History of social media*. Maiden, MA: Polity Press.
- Brunsting, S. ve Tom P. (2002) . *Social movement participation in the digital age: Predicting offline and online collective action*”, *Small Group Research*, 33(5): 525 – 554.
- Burke, P. (2001). *Bilginin toplumsal tarihi*, Çev. M. Tunçay, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Cheung, C.W., Tsang I.T. & Wong, K.H., (2017). Robot Avatar: A virtual tourism robot for people with disabilities. *International Journal of Computer Theory And Engineering*, Singapore, (9)3, 229-234.
- Copeland, B.J. (2014). *Turing: Pioneer of the information age*. Oxford: Oxford University Press
- Dijk, J. V. (2006). *The network society: Social aspects of New Media*. CA: Sage.
- Dolata, M., & Schwabe, G. (2023). What is the metaverse and who seeks to define it? Mapping the site of social construction. *Journal of Information Technology*, 38(3), 239–266.
- Dolgun, U. (2005). *Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna*. Ankara: Ekin Kitabevi.
- Dursun, Ç. (2004). *Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi*, Derl. Dursun, Ç., Ankara: Elips Kitap.

- Erdoğan, İ. (2006). Medya ve Etik: Eleştirel bir Giriş, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 23(2): 1-26.
- Erdoğan, İ. (2013), *Medya sosyolojisi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları No.1790.
- Flew, T. (2002). *New media: An introduction*. Melbourne: Oxford University Press.
- Flew T (2021a). *Regulating platforms*. Cambridge: Polity Press.
- Flew T (2021b). The global trust deficit disorder: A communications perspective on trust in the time of global pandemics. *Journal of Communication*,71(2): 163–186.
- Flew,T.(2023). Mediated trust and artificial intelligence. *Emerging Media*, Vol. 1(1) 22–29.
- Forrester, R. (2020), History of printing: From Gutenberg to laser printer, <https://pdfs.semanticscholar.org/d5cb/4a9e4b0c9b63d8c909976fb3a4feeffceab.pdf>
- Giddens, A. (2000), *Sosyoloji*, Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Güler, M.(2018) Bir manipülasyon aracı olarak rızanın imalatı. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(5): 75-101.
- Gürel, N. (2011) Kişilik psikolojisi, Önyargının psikolojisi ve kamuoyu: Gordon Allport ve Walter Lippmann'ın görüşleri Çerçevesinde bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(2): 101-134.
- Görgün Baran, A. (2020) Dijital aktivizm ve gençlik, A.B. Görgün (Ed.) *Dijital Çağ içinde* (s.37-42) Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.
- Hall, S. (1996), *Kültür, medya, ideolojik etki, Medya iktidar ideoloji*, (derl.), Ankara:Ark yay.
- Hancock, J. T. (2009). Digital deception: Why, when and how people lie online. A. Joinson, K. McKenna, T. Postmes, & U.-D. Reips (Ed.), *The Oxford Handbook of Internet Psychology içinde*. Oxford University Press.
- Hands,J.(2011), *@is for activism: Dissent, resistance and rebellion in a digital culture*.London: Pluto Press.
- Herman, E.(1997). *Triumph of the Market: Essays on Economics, Politics, and the Media*. New York: Black Rose Books Ltd.
- Herman,E.S. & Chomsky,N. (2012). *Rızanın imalatı: Kitle medyasının ekonomi politikği*. Çev. E.Abadoğlu, İstanbul: Bgst Yayınları.
- İşık,G. (2015). *Sanaldan sokağa toplumsal hareketler*, Ankara: Nobel Yayınevi.
- İnuğur, M. N. (1978). *Basın ve yayım tarihi*. İstanbul: Hilal Yayınları.
- İrvan, S. (1997), *Medya, kültür siyaset*, (derl.), Ankara:Ark yayınları.
- Jan, V.D. (2016). *Ağ Toplumu*, İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Jean, N., & Ispandriano, L.S. (2021). Digitalization strategy and convergence of media adaptation in the digital era. *Phys.: Conf. Ser.*, 1737, 012015, <http://dx.doi.org/10.1088/1742-6596/1737/1/012015>
- Jeanneney, Jean N. (1998). *Medya tarihi*, Çev. Esra Atuk, İstanbul. Yapı Kredi Yayınları.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins,H.(2010).Transmedia storytelling and entertainment: An annotated syllabus”, continuum,*Journal of Media & Cultural Studies*, 24:6, 943-958 .
- Karagöz, E. (2010). *Sosyal bilimlerde kuram oluşum süreci ve iletişim*. İstanbul :Derin Yayınları.
- Karaismailoğlu, E. (2014). İnsanlık toplumu eski medya köleliğinden dijital medya efendiliğine geçebilecek Mi?. *Dijital Panorama*. Ed: Z. Beril Akıncı Vural, Ankara: Ütopya Yayıncılık.

- Karatzogianni, A. (2015). Introduction: Four phases of digital activism and cyberconflict. In: Firebrand waves of digital activism 1994–2014. London:Palgrave Macmillan.
- Karınca, M. G.(2013). Telekomünikasyonda Yakınsama Kavramı, *Ankara Barosu Dergisi*, 4, s.263-282.
- Khan, T., Michalas, A., & Akhunzada, A. (2021). Fake news outbreak 2021: Can we stop the viral spread?. *Journal of Network and Computer Applications*, 190, 103112.
- Kınal, F. (1969). Çivi yazısının doğuşu ve gelişmesi. *AÜ DTCF Tarih Araştırmaları Dergisi*, 12/13, 1-15.
- Kırık A.M, Çetinkaya A.ve Kurşun A.K (2021). Digital activism in The context of social movements: The case of change. *Org, Digital Siege* içinde Ed.(Karadoğa-Doruk E,-Mengü S.,Ulusoy E.),İstanbul: İstanbul University Press.
- Kırık,A.M.,S.Orkan, A.Çaycı,B.Çaycı.(2019).İletişim kuramları çerçevesinde medyaya tarihsel bakış . *Aksos*, Sayı:5,11-21.
- Kittler, F. (1999). *Gramophone, film, typewriter*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Koenitz,H.,Ferri,G.Haahr,M.,Sezen, D.,Sezen,İ.(2015). Interactive digital narrative: History, theory and practice,New York: Routledge Press.
- Köktürk, M. (2020). Post-Truth ya da mağaraya dönüş. *Pasajlar Post-Truth Çağı*. Yıl: 2, Sayı: 4, Ocak.
- Lang, B.,Dolan, R.,Kemper, J.,and Northey, G. (2020). Prosumers in times of crisis: definition, archetypes and implications. *Journal of Service Management*. 32 (2): 176–189.
- Laughey, D. (2010). *Medya çalışmaları: Teoriler ve yaklaşımlar*. Çev. Ali Toprak, İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Lasswell, H. D.(1948). *The Structure and function of communication in society*. In Bryson, L. (ed.). *The Communication of Ideas*. New York: Institute for Religious and Social Studies. pp. 37–51.
- Lasswell, H. D. (1927). *Propaganda techniques in the World War*. New York: Peter Smith.
- Lippmann, W. (1998). *Public opinion* (Second Edition). New Jersey: Transaction Publishers.
- Lugmayr, A., Pohl A., Müehhaeuser M., Kallenbach J., & Chorianopoulos K. (2008). Ambient media and home entertainment. Lekakos G., Chorianopoulos K., & Doukidis G. (Eds.), *Interactive digital television: Technologies and applications* (p.112-130). New York: IGI Publishing.
- Maigret,E.(2014). Medya ve iletişim sosyolojisi. (Çev. Yücel,H.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Manovich, L. (2023). Borges'ten HTML'ye yeni medya. *Yeni Medya Okuyucusu* . Ed. Noah Wardrip-Fruin & Nick Montfort. Cambridge, Massachusetts.
- Mattelart,A.& Mattelart,M.(2013).İletişim kuramları tarihi. (Zillioğlu,M.Çev.),İstanbul:İletişim Yayınları.
- Mridha, M. F., Keya, A. J., Hamid, M. A., Monowar, M. M., & Rahman, M. S. (2021). A comprehensive review on fake news detection with deep learning. *IEEE Access*, 9, 156151-156170.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg galaxy: The making of typographic man*. Toronto: University of Toronto Press.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media; the extensions of man*. New York: McGraw Hill.
- McLuhan, M. (1967). *The medium is the massage*. London: Penguin Books.

- McLuhan, E. (1995). *Essential McLuhan*. Concord, Ontario: HarperCollins.
- Miroshnichenko, A. (2014). *Human as Media: The Emancipation of Authorship*. Moscow: Miroshnichenko.
- Moran, J. (1973). *Printing presses: History and development from the fifteenth century to modern times*, London: Faber and Faber Ltd.
- Murdock, G. (1982) Large corporations and the control of the communication industries Gurevitch, M. Et Al., S. 118-150.
- Musser, J. ve O'Reilly, T. (2006). *Web 2.0 principles and best practices*. (1. Baskı). USA: O'Reilly Media.
- Naik, U. and Shivalingaiah, D. (2008). Comparative study of web 1.0, web 2.0 and web 3.0. *International CALIBER*, pp. 499- 507.
- Naraharisetty, Rohitha (2022). *What the dead internet theory.Predicted about the future of digital life. The Swaddle*. Archived from the original on March 6, 2023. Retrieved November 6, 2024.
- Neumann, W.R. (1991). *The future of mass audience*. New York: Cambridge University Press.
- Okkay, İ. (2023). İletişim kuramları bağlamında Metaverse. *TRT Akademi*, 8 (17), 8-37 .
- Oskay, Ü. (1992), İletişimin ABC'si, İstanbul: Simavi Yayınları.
- Owens, B. (1999). *The Internet challenge to television*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Özel, A.P. (2011). Sosyal medya ve güven: Hükümet, sivil toplum örgütleri ve ticari kuruluşlara yönelik ampirik bir araştırma, *Academic Journal of Information Technology*, Cilt: 2 Sayı: 4, 1- 31.
- Özkaral, T.C. (2015). Eskiçağda yazı, kitap ve kütüphanenin oluşum süreci. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Sayı: 34 Sayfa: 371-384.
- Özkula, S. (2021). What is digital activism anyway?: Social constructions of the “digital” in contemporary activism. *Journal of Digital Social Research*, 3(3):60-84.
- Pearson, R. (2009). *Transmedia Storytelling in Historical and Theoretical Perspective*. In *The Ends of Television*. Amsterdam: University of Amsterdam.
- Philips, A. (2012). *An Ethical Deficit? Accountability, Norms and the Material Conditions of Contemporary Journalism*. N. Fenton. *New Media, Old Media*. içinde. London: Sage. 51-67
- Pressman, J. (2014). *Eski medya/yeni medya*. Johns Hopkins dijital medya rehberi. Marie-Laure Ryan, Lori Emerson, Benjamin J. Robertson. Baltimore. s. 365–367.
- Schramm, Wilbur (1971). *The Nature of communication between humans. The process and effects of mass communication - Revised Edition*. University of Illinois Press. pp. 3–53.
- Schramm, Wilbur (1960) . *How communication works. The Process and Effects of Mass Communication*. University of Illinois Press. pp. 3–26.
- Shu, K. (2022). *Combating disinformation on social media: A computational perspective*. BenchCouncil Transactions on Benchmarks, Standards and Evaluations, 100035.
- Shu, K., Bhattacharjee, A., Alatawi, F., Nazer, T. H., Ding, K., Karami, M., & Liu, H. (2020). *Combating disinformation in a social media age*. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery*. 10(6), pp. 1-23.
- Shu, K., Slivia, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). *Fake news detection on social media: A data meaning perspective*. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 19(1), 22-36.
- Soren Kierkegaard.(2024,8Kasım). In Wikiquote.(https://tr.wikiquote.org/wiki/S%C3%B8ren_Kierkegaard).

- Steger,M.& James,P. (2010).Globalization and culture: Vol. 4. Ideologies of Globalism.Edi-
tor: James, Paul and Steger, Manfred. NY: Sage Publication.
- Sundar, S.S. and Lee E.J.(2022) Rethinking communication in the era of artificial intelli-
gence. *Human Communication Research* 48(3),379–385.
- Süllü,Z.(2018).Sözlü kültürden dijital kültüre iletişim ve iletişim araçlarının tarihsel kö-
kenleri. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*,Sayı 1 / Güz 2018,119-135.
- Tiryaki, S. (2023). Post-Truth ve sosyal medya ilişkisine bibliyometrik bir bakış. *İstanbul
Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(4), s. 527-545.
- Tuğtekin EB, ve Dursun,Ö.. (2020).Examining virtual identity profiles of social network
users with respect to certain variables. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 10(2): 427-
464.
- Weaver,R.M. (1948). Ideas have consequences. Chicago: University of Chicago Press.
- Wilson, H.J. ve Daugherty,P.R. (2018). *Human + machine: Reimagining work in the age of
AI*.
Boston, MA: Harvard Business Review Press.
- Yengin, D. (2012). *Yeni medya ve dokunmatik toplum*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Yoloğlu, N. (2019). Reflections of convergence and cross-media strategies on media sec-
tor, *Gumushane University e-Journal of Faculty of Communication (e-GİFDER)* Volu-
me: 7, International Turkish World Press Symposium.
- Zompetti, J.P., & Moffitt, M.A. (2008). Revisiting concepts of public relations audience
through postmodern concepts of metanarrative, decentered subject, and reality/hy-
perreality. *Journal of Promotion Management*, 14, 275-291.

Bölüm 7

YAPAY ZEKÂ, TOPLUM VE İLETİŞİM

Yavuz BELENDİR¹
Emel YİĞİTTÜRK EKİYOR²

GİRİŞ

Geçmişten günümüze teknolojiye yaşanan gelişmeler insanlığın hayatını kolaylaştırma amacıyla ortaya çıkmıştır. Bazen teknolojinin amacı dışında kullanımı büyük yıkımlara yol açsa da teknolojinin avantajları yadsınamaz bir gerçektir. Doğa ile insanın etkileşiminde araç kullanımından araç üretimine insanın var olma mücadelesi, teknolojinin gelişmesine zemin hazırlamıştır. Tarihsel süreç, doğal iletişim araçlarıyla yürütülen ilişkilere ek olarak, teknolojiyle aracılanmış ilişkiyi de beraberinde getirmiştir (Erdoğan, 2005: 21).

Teknolojinin gelişmesi ve makinelerin hayatımıza girmesi yeni gelişmelerin olduğu kadar sorunların ve tartışmaların kapısını da aralamıştır. Makineler pek çok alanda insan emeğinin yerini almış, toplumsal ilişkileri değiştirmiştir.

Üretim ilişkilerinde, zaman zaman makinenin bir uzantısı gibi görülen insan; makineleri daha da kendisine benzetme arayışını hiç bırakmamıştır. Böylece “Ürettiğimiz bu makineler bizim gibi düşünebilir mi?” sorusu teknolojik ilerlemenin sorunsalı haline gelmiştir. Bu sorunun yanıtını bulmak için araştırmalar yapan ilk isimlerden birisi İngiliz matematik ve bilgisayar bilimci, kriptolog Alan Turing'dir. Turing bir test geliştirerek bu test ile bilgisayarların ve makinelerin insan gibi düşünüp düşünemeyeceğini araştırmıştır. Bu araştırma ile aynı zamanda insan-teknoloji ilişkisinde yeni bir dönem başlatmıştır. Bu dönem, günümüzde adından sıklıkla bahsettiğimiz ve birçok alanda kendini gösteren yapay zekânın doğuşu olmuştur.

Yapay zekâ, teknolojik gelişmelerin son yıllarda en dikkat çekici alanlarından birisidir. Özellikle iletişim süreçlerinde dönüşümsel bir rol üstlenerek hem bireyler, hem de kurumlar arasındaki etkileşim biçimlerini değiştirmiştir. 1950'lerde temel

¹ Sosyolog, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sosyoloji Bl. Yüksek Lisans Öğrencisi, yavuz.belendir@hbv.edu.tr, ORCID iD: 0009-0004-1247-4198

² Doç. Dr. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Genel Sosyoloji ve Metodoloji AD,emelekiyor@gmail.com, ORCID iD: 0000-0003-1410-9093

Yapay zekâ teknolojisiyle insana özgü etkileşimin doğası değişmekte insanın yerini makineler almaktadır. İnsan-makine etkileşiminde makinelerin, insani duygulardan uzak, empati ve değerlerden yoksun olması insanda yalnızlığa ve yabancılaşmaya yol açmaktadır. Ayrıca, yapay zekânın iletişim algoritmalarının genellikle belirli önyargıları içermesi, sosyal medya gibi ortamlar aracılığıyla insanlar arasında kutuplaşmalara, sınırlara, ayrımcılığa yol açmaktadır. Yapay zekâ iletişim araçları, propaganda, dezenformasyon ve manipülasyon için sıklıkla kullanılmaktadır. Algoritmalarla kamuoyu şekillendirilebilmektedir. Yankı odaları yaratarak fikir ayrılıklarını ve çatışmaları derinleştirebilmektedir. Demokratik ortamın gerektirdiği şeffaflık zarar görmekte hatta otoriter yönetimler için fırsat oluşturmaktadır. Kişisel ve toplumsal mahremiyet giderek kaybolurken aynı zamanda iletişimde eşitsizlikleri de derinleştirmektedir.

Sonuç olarak bu bölümde, iletişim ve yapay zekâ etkileşimi beraberinde getirdiği değişimlerle birlikte genel hatları ile ortaya konulmaya çalışılmıştır. Değişim, hem olumlu nitelikleriyle hem de bireysel ve toplumsal yaşama yansıyan olumsuzlukları ile değerlendirilmiştir. Yapay zekâ yaşamımıza bu kadar dahil olurken yeni konularla ve sorunlarla araştırılmayı bekleyen devasa bir alana da dönüşmektedir. Akademik düzeyde; yapay zekâ teknolojilerinin nasıl yayıldığı, üretim ilişkilerindeki yeri ve önemi, toplumsal yapının biçimlenmesindeki görevleri gibi konulara odaklanmak yapay zekânın, iletişimi, dolayısıyla tüm yaşamımızı nasıl etkilediğini anlamak açısından önemlidir.

KAYNAKÇA

- AIContentfy. (2023). The role of AI in content generation and production. AIContentfy. 6 Kasım 2023. <https://aicontentfy.com/en/blog/role-of-ai-in-content-generation-and-production>
- Adalı, E. (2012). Doğal dil işleme. Türkiye Bilişim Vakfı Bilgisayar Bilimleri ve Mühendisliği Dergisi, 5(2).
- Akbaş, E. (2018). Derin Yapay Sinir Ağları ve Derin Öğrenme'ye Kısa Bir Giriş. BMO Semineri. 24 Kasım 2018.
- Akkaya, N., & Şengül, L. (2023). Sohbet robotları (Chatbots) ve yabancı dil eğitimi. Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi, (58), 2988-2999.
- Akrım, A. (2023). Yeniliğin Yayılımı Teorisi Çerçevesinde Dijital Markaların Marka Sadakatine İlişkin Araştırma. Bahçeşehir Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. (Yüksek Lisans Tezi).
- Arıboğan, M. A. (2023). Sosyal Medya Reklam Araçlarının Tüketicilerde Yarattığı Güven Algisi, Satın Alma Davranışına ve Marka Değerine Etkisi: Giyim Sektörü Bağlamında Sosyal Medya Reklamları İçerik Analizi. Bahçeşehir Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Reklam ve Halkla İlişkiler Anabilim Dalı. (Doktora Tezi).

- Arık, A., Zeren, D. (2023). Tüketicilerin Sanal Asistanları Kullanma Niyetinde Etkili Faktörlerin Araştırılması. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), 27-49.
- Artificial Intelligence News. (2024). AI winter: A cycle of hype, disappointment, and recovery. *Artificial Intelligence News*. 10 Aralık, 2024. <https://www.artificialintelligence-news.com/news/ai-winter-cycle-of-hype-disappointment-and-recovery/>
- Balcıoğlu, Y. S. (2023). Derin Öğrenme İle Görüntü İşleme: Endüstriyel Parça Üretiminin Derin Öğrenme Sayesinde Yüzey Hata Tespiti (Görüntüleme Üzerine Uygulama). Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Doktora Tezi).
- Barış, A. (2020). A new marketing tool: chatbot. *GSI Journals Serie B: Advancements in Business And Economics*, 3(1), 31-46.
- Binbir, S. (2021). Pazarlama Çalışmalarında Yapay Zekâ Kullanımı Üzerine Betimleyici Bir Çalışma. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 5 (3), 314-328.
- Bilquise, G., Ibrahim, S., & Shaalan, K. (2022). Emotionally Intelligent Chatbots: A Systematic Literature Review. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2022, 1-23. <https://doi.org/10.1155/2022/9601630>
- Bulut, S., & Karlıdağ, S. (2019). New Media Income Sources and Digital Media in Turkey: Business Models, Issues and Suggestions. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 555-572. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.459829>
- Bulut, S. (2020). Dijital Çağda Medya: Makine Öğrenmesi, Algoritmik Habercilik ve Gazetecilikte İşlevsiz İnsan Sorunsalı. *Selçuk İletişim*, 13(1), 294-313.
- Borana, J. (2016). Applications of Artificial Intelligence & Associated Technologies. *Science [ETEBMS-2016]*, 5(6), 64-67.
- Built In. (2023). What Is AI Winter?. *Built In*. 21 Nisan 2023. <https://builtin.com/artificial-intelligence/ai-winter>
- Coşkun, F., Gülleroğlu, H. D. (2021). Yapay zekânın tarih içindeki gelişimi ve eğitimde kullanılması. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 54(3), 947-966.
- Chopra, A., Prashar, A., & Sain, C. (2013). *Natural Language Processing*. 1(4).
- Çakar, M. M. (2018). Girişimcilerin bilgi teknolojilerini kullanma nedenlerinin teknoloji kabul modeli kapsamında analizi: Manisa ili örneği. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi. (Yüksek Lisans Tezi)*.
- Çebi, M. S. (2012). Yeniliklerin Yayılmasında Sosyal Taklidin ve Kanaat Önderlerinin İşlevsel Önemi: Gabriel Tarde'nin Sosyal Taklit Teorisi Açısından Bir İnceleme. *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi*, 2012(34), 1-18.
- Çelik, C. B. (2023). Sosyal Medya Platformlarında Yapay Zekâ ve Makine Öğrenim Tekniklerini Kullanarak, Doğal Dil İşleme ile Hakaret İçeren Cümle Tespiti ve Duygu Analizinin Ölçülmesi. *İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Bilgisayar Mühendisliği Anabilim Dalı. (Yüksek Lisans Tezi)*.
- Çiğdem, S. (2022). Dijital Dönüşüm Sürecinde Metaverse Olgusunu Jean Baudrillard'ın Simülasyon Kuramı Çerçevesinde Değerlendirmek. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(3), 1156-1175.
- Damar, M., Özen, A., Çakmak, Ü. E., Özoğuz, E., & Erenay, F. S. (2024). Super AI, Generative AI, Narrow AI and Chatbots: An Assessment of Artificial Intelligence Technologies for The Public Sector and Public Administration. *Journal of AI*, 8(1), 83-106. <https://doi.org/10.61969/jai.1512906>

- Demir, K. (2006). Rogers`ın Yeniliğin Yayılması Teorisi ve İnternette Ders Kaydı. Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 47(47), 367-391.
- Demiralay, R. (2014). Evde ders okulda ödev modelinin benimsenmesi sürecinin yeniliğin yayılımı kuramı çerçevesinde incelenmesi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Doğan, E. (2020). Simülasyon Kuramı Bağlamında Oyun İçeri Reklam: "İkinci Hayat" Oyunu Örneği. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı Reklamcılık ve Tanıtım Bilim Dalı. (Yüksek Lisans Tezi).
- Doğanay, A. (2024). Veri gazeteciliği, algoritmik habercilik ve yapay zekânın, gazetecilik üzerindeki dönüştürücü etkisi. Marmara Üniversitesi. (Yüksek Lisans Tezi).
- Dörr, K. N. (2016). Mapping the field of Algorithmic Journalism. Digital Journalism, 4(6), 700-722. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1096748>
- Eker, H. S., & Orkan, S. (2023). Tavsiye sistemleri: youtube tavşan deliğinden aşağı düşmek. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 14(1), 187-196.
- Erdoğan, İ. (2005). İletişimi Anlamak. Geliştirilmiş 2. Basım, Erk Yayınları, Ankara.
- Eroğlu, E. B. (2024). Kütüphane Danışma Sorularının Makine Öğrenmesi Yaklaşımıyla Yanıtlanması: Akademik Veri Tabanları Üzerine Bir Çalışma. Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı. (Doktora Tezi).
- Eröz, S. S., Doğdubay, M. (2012). Turistik Ürün Tercihinde Sosyal Medyanın Rolü ve Etik İlişkisi. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 27(1), 133-157.
- Etike, Ş. (2023). Yapay Zekâ Ve Haber Üretim Süreci: Tanımlar Ve Uygulamalar. Türkiye Medya Akademisi Dergisi, 3(6), 588-609.
- Güneş, S. (2010). Yenilik yayılımı: Bir araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Yönetimi ve Organizasyon Bilim Dalı, İstanbul.
- GÜZELDEMİRCİ, İ. C. (2024). İçerik üretiminde yapay zekâ araçlarının kullanımı. ENTIS-Sosyal Bilimler Dergisi, 2(3), 44-52.
- Grzybowski, A., Pawlikowska-Łagód, K., & Lambert, W. C. (2024). A History of Artificial Intelligence. Dermatology and Artificial Intelligence, 42(3), 221-229. <https://doi.org/10.1016/j.clindermatol.2023.12.016>
- Hauer, T. (2017). Technological determinism and new media. International Journal of English Literature and Social Sciences, 2(2), 239174.
- Hendler, J. (2008). Avoiding Another AI Winter. Intelligent Systems, IEEE. 23. 2-4. 10.1109/MIS.2008.20.
- Işık, P., & Öz, M. (2021). Online Alışveriş Yapan Süpermarket Tüketicilerinin Tüketim-Tercihlerinin Teknoloji Kabul Modeliyle Açıklanması. OPUS International Journal of Society Researches, 18(Yönetim ve Organizasyon Özel Sayısı), 1538-1572.
- İşeri, İ., Aydın, Ö., & Tutuk, K. (2021). Müşteri Hizmetleri Yönetiminde Yapay Zeka Temelli Chatbot Geliştirilmesi. Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi, (29), 358-365.
- Karaduman, M., Acıyan, E. P. (2020). Baudrillard`ın Simülasyon Kuramı Bağlamında Dijital Oyunlar ve Bağımlılık Üzerine Bir Değerlendirme. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22(1), 453-472.
- Karataş, E. O. (2024). Görsel İlke ve Öğeler Bağlamında Sosyal Medya Reklamları: Instagram Örneği. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Doktora Tezi).

- Kardefelt-Winther, D. (2014). A conceptual and methodological critique of internet addiction research: Towards a model of compensatory internet use. *Computers in Human Behavior*, 31, 351-354.
- Kavut, S. (2022). Metaverse Teknolojisi Kullanımının McLuhan'ın Teorileri ve Yaklaşımları ile Analizi. *Yeni Medya Dergisi*, 2022(12), 140-155.
- Kavut, S. (2024). Yapay Zekâ ve İletişim. 1. Baskı, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Kazak, M. (2023). Yapay Zekâ Kaygısı, Yabancılaşma ve Dindarlık İlişkisi. Pamukkale Üniversitesi İslami İlimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı Din Sosyolojisi Bilim Dalı. (Yüksek Lisans Tezi).
- Koçyiğit, A., Darı, A. B. (2023). Yapay Zekâ İletişiminde ChatGpt: İnsanlaşan Dijitalleşmenin Geleceği. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 427-438.
- Kotenidis, E., & Veglis, A. (2021). Algorithmic Journalism—Current Applications and Future Perspectives. *Journalism and Media*, 2(2), 244-257. <https://doi.org/10.3390/journalmedia2020014>
- Kozacıoğlu, S., Yazgan, Ç. Ü. (2022). Toplum 5.0 ve Yapay Zekâ Bağlamında Gerçekleşen Toplumsal Dönüşümün Sosyolojik Analizi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi. (Yüksek Lisans Tezi).
- Kul, S. (2020). Türkçe ders anlatan yapay zekâya giden yolda doğal dil işleme. *Yönetim Bilişim Sistemleri Dergisi*, 6(2), 43-56.
- Kurtoğlu, M. (2009). İlköğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin bilgi ve iletişim teknolojilerinin öğretme-öğrenme sürecine entegrasyonu hakkındaki görüşlerinin yeniliğin yayılımı kuramı temelinde incelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Küçük Kurt, M., Murat Hazar, Ç., Çetin, M., & Topbaş, H. (2009). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı perspektifinden üniversite öğrencilerinin medyaya bakışı. *Selçuk İletişim*, 6(1), 37-50.
- Körlü Topan, A. (2024). Aktör-Ağ Teorisi Açısından Yapay Zekâ ve İletişim. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo, Tv, Sinema Anabilim Dalı. (Doktora Tezi).
- Leppänen, L., Munezero, M., Granroth-Wilding, M., & Toivonen, H. (2017). Data-Driven News Generation for Automated Journalism. *Proceedings of the 10th International Conference on Natural Language Generation*, 188-197. <https://doi.org/10.18653/v1/W17-3528>
- Liddy, E.D. 2001. *Natural Language Processing*. In *Encyclopedia of Library and Information Science*, 2nd Ed. NY: Marcel Decker, Inc.
- Narin, B. (2018). Kişiselleştirilmiş çevrimiçi haber akışının yankı odası etkisi, filtre balonu ve siberbalkanizasyon kavramları çerçevesinde incelenmesi. *Selçuk İletişim*, 11(2), 232-251.
- Öncü, S. E. (2024). Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi Sanal Asistan Uygulamasına Yönelik Kullanıcı Görüşleri. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yükseköğretimin Yönetimi ve Politikası Anabilim Dalı Yükseköğretimin Yönetimi Bilim Dalı. (Yüksek Lisans Tezi).
- Öztürk, K., & Şahin, M. E. (2018). Yapay Sinir Ağları ve Yapay Zekâ'ya Genel Bir Bakış. *Takvim-I Vekayi*, 6(2), 25-36.
- Pekçoşkun Güner, S. (2023). Çevirmen-Bilgisayar Etkileşiminin Kilit Bileşeni: Doğal Dil İşleme. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Uluslararası Filoloji Ve Çeviribilim Dergisi*, 5(1), 56-79. <https://doi.org/10.55036/ufced.1306746>

- Şeker, S. E. (2015). Doğal Dil İşleme (Natural Language Processing). YBS Ansiklopedi, 2(4), 14-31.
- Rawassizadeh, R., Sen, T., Kim, S. J., Meurisch, C., Keshavarz, H., Mühlhäuser, M., & Pazzani, M. (2019). Manifestation of virtual assistants and robots into daily life: Vision and challenges. CCF Transactions on Pervasive Computing and Interaction, 1(3), 163-174. <https://doi.org/10.1007/s42486-019-00014-1>
- TechTarget. (2024). Definition AI winter. TechTarget. Ağustos, 2024. <https://www.techtarget.com/searchenterpriseai/definition/AI-winter>
- Telli, S. G., Civelek, M., editors, (2021). Proceedings of the International Congress on Business and Marketing, 16-17 December 2021, Istanbul. Istanbul: Doğu University.
- Towards Data Science. (2019). History of the Second AI Winter. Towards Data Science. 12 Mayıs 2019. <https://towardsdatascience.com/history-of-the-second-ai-winter-406f18789d45>
- Verma, D. (2024). Impact of Artificial Intelligence on Journalism: A Comprehensive Review of AI in Journalism. Journal of Communication and Management, 3(02), 150-156. <https://doi.org/10.58966/JCM20243212>
- Utku, A., Akcayol, M. A. (2017). Öğrenebilen ve Adaptif Tavsiye Sistemleri İçin Karşılaştırmalı Ve Kapsamlı Bir İnceleme. Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Fen Bilimleri Dergisi, 33(3), 13-34.
- Uzavcı, M. (2022). Türkçe Sosyal Medya İçeriklerinin Analizi için Sanal Asistan Tasarımı. Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Üksel, S. (2015). Kullanımlar ve doyumlar kuramı çerçevesinde sosyal medya kullanımı: Sakarya Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. Selçuk Üniversitesi, Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Konya. www.tdk.gov.tr. (erişim tarihi.10.09.2024).
- Yiğit, S., Berşe, S., Dirgar, E. (2023). Yapay Zekâ Destekli Dil İşleme Teknolojisi Olan ChatGPT'nin Sağlık Hizmetlerinde Kullanımı. Eurasian Journal of Health Technology Assessment, 7(1), 57-65.
- Yıldırım, B. F., Özdemirci, F. (2019). Kurumlarda Örtük Bilginin Yapay Zekâ Destekli Tavsiye Sistemleri Aracılığıyla Ortaya Çıkarılması. Bilgi Yönetimi, 2(1), 34-43.
- Yılmaz, M. (2024). Sosyal Medya Kullanıcıların Algoritmik Okuryazarlık Düzeyleri: Haber Tüketimi Örneği. İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü. (Doktora Tezi).
- Yurdigül, Y., & Yüksel, H. (2012). Gazeteciliğin dönüşümü: yeni medyaya entegrasyon sürecinde değişen habercilik pratikleri. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (18), 140-161.

Bölüm 8

ÇOĞUL SESLER, BİRİCİKLİK VE ÇEŞİTLİLİK

Homojenleşme, popülizm ve popülerlik
İletişim Çağının Toplumu ve Düşündürdükleri

Özlem AYDOĞMUŞ ÖRDEM¹

1.GİRİŞ

Bu çalışmada çağdaş toplumlarda çoğul seslerin, biricikliğin ve çeşitliliğin giderek azalması analiz edilerek bu durumun temel nedenleri kuramsal çerçevede incelenmiştir. Araştırmada yeni medya, sosyal medya, kültür endüstrisi, kapitalizm ve neoliberalizm gibi unsurların bireysellik, özgünlük ve çeşitlilik üzerindeki homojenleştirici etkileri üzerinde durulmuştur (Adorno & Horkheimer, 2002; van Dijck, 2013).

Zuboff'un gözüyle değerlendirecek olduğumuzda dünya 21.yüzyılda popülizm ve popülerliğin etkisi altında şekillenirken; yaşam, ölüm, anlatı ve anı gibi kavramlar etik bir yapıbozum sürecine girerek anlam kaybı yaşamıştır (2019). Bu dönüşüm, makalede etik bir sorgulama perspektifinden ele alınarak incelenmiştir. Hem kuramsal, hem de tarihsel bir çerçeve sunma gayretinde olan bu çalışmada aşağıdaki dört temel soruya yanıt aranmaya çalışılmıştır:

- 1) Günümüz medya ve kültür endüstrisi bireyselliği etkilerken çoğul seslerin duyulmasını nasıl engellemektedir (Jenkins, 2006)?
- 2) Popülizm ve popülerlik, farklı seslerin görünmez hale gelmesine nasıl katkıda bulunmaktadır (Pariser, 2011)?
- 3) Sosyal medya, göçmen karşıtı ve aşırı sağ hareketler gibi toplumsal olaylar aracılığıyla etik değerlere hangi şekillerde meydan okumaktadır (Vaidhyanathan, 2018)?
- 4) Bireysel ve toplumsal düzeyde homojenleşme süreci; yaşam, ölüm ve anı gibi kavramların anlamını nasıl dönüştürmektedir (Adorno & Horkheimer, 2002)?

Bu çalışma, günümüz medya ve kültür endüstrisinin bireysellik, çoğul seslerin duyulması, popülizm, sosyal medya etkileri ve homojenleşme süreçleri üzerindeki

¹ Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim Bilimleri Bölümü, Toplum ve İletişim AD, ozlemordem@gmail.com, 0000-0002-9896-3037

Toplumsal homojenleşmenin etik sonuçlarını bertaraf etmek için bireylerin empati, hoşgörü ve dayanışma gibi etik değerlere sahip olması desteklenmelidir. Toplumsal etik değerlerin yeniden inşası, farklı düşünce ve kültürel kimliklerin kabulünü teşvik eder. Bu bağlamda, eğitim sistemleri ve sivil toplum örgütleri, toplumsal empatiyi geliştirmek ve hoşgörüsüzlüğü azaltmak adına çalışabilir. Etik değerlerin bu şekilde güçlendirilmesi, çoğul seslerin ve kültürel çeşitliliğin korunması açısından önemlidir (Giroux, 2014). Çoğul seslerin ve kültürel çeşitliliğin korunması, toplumların etik temellerini güçlendirecek ve demokratik değerlere dayalı bir yapı oluşturulmasına katkıda bulunacaktır. Bu stratejik yaklaşımlar, modern toplumlarda homojenleşme eğiliminin sınırlandırılması ve bireylerin özgün kimliklerini koruyabilmeleri adına önemli birer adım olarak değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2002). *Dialectic of enlightenment*. Stanford University Press.
- Applebaum, A. (2023). *Twilight of democracy: The seductive lure of authoritarianism*. Atlantic Magazine.
- Aronson, M., & Amossy, R. (2017). *Political discourse and conflict narratives: The case of the Israeli-Palestinian conflict*. Routledge.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation*. University of Michigan Press.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Polity Press.
- Betz, H.-G., & Meret, S. (2009). Revisiting populism in the study of the far right: An ideology or a strategy? *International Journal of Social Science*, 61(1), 158-168.
- Bonikowski, B. (2017). Ethno-nationalist populism and the mobilization of collective resentment. *British Journal of Sociology*, 68(S1), 181-213.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age*. Polity.
- Chen, L. (2022). *Authoritarianism and digital control: The role of technology in modern governance*. Oxford University Press.
- Dilli, Ş. (2020). "Sığınmacı ve Mülteci Çocuklar". In Dilli, Ş. (Ed.). *Türkiye'de Çocuk Olmak* (s.275-300).
- Dilli Ş. (2014). Analyzing and understanding the changes in Media Production and Consumption Carried by it. *Journal of Media Critiques [JMC]-Changes in Mass Communication*, 75-86.
- Downing, J. D. H. (2001). *Radical media: Rebellious communication and social movements*. SAGE Publications.
- Eatwell, R., & Goodwin, M. (2018). *National populism: The revolt against liberal democracy*. Penguin Books.
- Finchelstein, F. (2024). *Populism: A very short introduction*. Oxford University Press.

- Foucault, M. (2008). *The birth of biopolitics: Lectures at the Collège de France, 1978–1979*. Palgrave Macmillan.
- Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. SAGE Publications.
- Galtung, J. (1989). *Solving conflicts through nonviolence*. Jain Publishing Company.
- Gaufman, E. (2023). *Memory, media and the impact of conflict in Ukraine: Nationalism and violence in Russian public discourse*. Springer.
- Gellman, B. (2023). *Trump's next coup has already begun*. The Atlantic.
- Giroux, H. A. (2014). *The violence of organized forgetting: Thinking beyond America's disimagination machine*. City Lights Books.
- Golder, M. (2016). Far right parties in Europe. *Annual Review of Political Science*, 19(1), 477–497.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action* (T. McCarthy, Trans.). Beacon Press.
- Harvey, D. (2005). *A brief history of neoliberalism*. Oxford University Press.
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*. Duke University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Kaya, A. (2023). Milliyetçilik ve göç karşıtlığı: Türkiye'de siyasal söylemlerin dönüşümü. *Toplum ve Demokrasi Dergisi*, 15(3), 221-235.
- Kellner, D., & Share, J. (2007). Critical media literacy, democracy, and the reconstruction of education. In D. Macedo & S. Steinberg (Eds.), *Media literacy: A reader* (pp. 3–23). Peter Lang.
- Levitsky, S., & Ziblatt, D. (2023). *Tyranny of the minority: How to reverse an authoritarian turn and forge a democracy for all*. Random House.
- Marche, S. (2024). *The next American civil war: A reality check*. The Guardian.
- Moffitt, B. (2016). *The global rise of populism: Performance, political style, and representation*. Stanford University Press.
- Morozov, E. (2012). *The net delusion: The dark side of internet freedom*. PublicAffairs.
- Mudde, C. (2019). *The far right today*. Polity Press.
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2017). *Populism: A very short introduction*. Oxford University Press.
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2018). *Populism: A very short introduction*. Oxford University Press.
- Mutsvairo, B. (2016). *Participatory politics and citizen journalism in a networked Africa: A connected continent*. Palgrave Macmillan.
- Norris, P., & Inglehart, R. (2019). *Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism*. Cambridge University Press.
- Özkan, E. (2023). Türkiye'de milliyetçi ve muhafazakâr politikalarda yükseliş: Göç ve ekonomik zorlukların rolü. *Siyaset Bilimi Dergisi*, 12(4), 410-426.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Ritzer, G. (2007). *The globalization of nothing*. Pine Forge Press.
- Said, E. W. (1978). *Orientalism*. Pantheon.
- Şen, F. (2024). Ekonomik kriz ve popülist politikalar: Türkiye'de işsizlik ve yoksulluğun siyasal etkileri. *Ekonomi ve Siyaset Dergisi*, 18(2), 300-315.
- Smith, L. (2006). *Uses of heritage*. Routledge.

- Storey, J. (2018). *Cultural theory and popular culture: An introduction* (8th ed.). Routledge.
- Tourish, D. (2023). *Populism, conspiracy theories and leadership: A toxic triangle in politics*. Sage Journals.
- Tugal, C. (2009). *Passive revolution: Absorbing the Islamic challenge to capitalism*. Stanford University Press.
- Vaidhyathan, S. (2018). *Antisocial media: How Facebook disconnects us and undermines democracy*. Oxford University Press.
- van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.

Bölüm 9

“İNSANIN ÖLÜMÜ”NDEN SONRA İLETİŞİM: POSTHÜMANİST ÇAĞDA İLETİŞİM VE İLETİŞİM ÇALIŞMALARININ İMKANLARINA DAİR BİR DERKENAR

Sibel EZGİN AĞILLI¹

‘HÜMAN’DAN ‘POSTHÜMAN’ ÇAĞA GEÇİŞTE TOPLUM VE İLETİŞİM

İletişim gönderici, kanal, alıcı, dil, ortam ve geribesleme gibi unsurları içeren insanların duygu, düşünce, izlenimlerini ve yaşam deneyimlerini aktarımını sağlayan ve en temelde anlatmak ve anlamaya dayanan bir süreçtir (Cereci, 2023). İletişimin en ‘ilkel’ biçimi, etki ve tepkime süreçlerinin mimik ve ses tonu gibi öğelerle doğrudan gözlemlenebildiği veya hissedilebildiği, yüz yüze iletişim olarak kabul edilmektedir. Bilindiği üzere iletişim teknolojik gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkmamıştır (Adıgüzel, Yılmaz & Uybadın, 2022). Ancak teknolojik gelişmeler, iletişim araçlarının icadı ve çeşitliliği iletişim sosyoloji alanındaki çalışmalara yön vermiştir. İletişim karmaşık bir yapıya sahiptir dolayısıyla iletişimin içinde bulunduğu dünya düzeni, toplumsal düzen ve koşulların ne olduğu veya nasıl değişime uğradığı, aynı zamanda o toplum içindeki ihtiyaç ve kullanım biçimlerinin anlaşılması gerekmektedir (a.g.m). Bu bağlamda iletişim sosyolojisi kapsamında yapılan iletişim çalışmalarının bugünkü aldığı formları incelemek için, teknolojinin ilk çıktığı yıllara göre farklı boyutlara ulaştığı günümüz dönemselsel koşulları temel almak gerekir.

Teknolojinin ortaya çıkışını ilk olarak bilimsel buluş ve icatlarının görülmeye başlandığı on beşinci yüzyıla dayandırmak mümkündür. Bununla birlikte elektrik akımları arasındaki sinyallerin keşfedilmesi ve dahası toplumdaki teknolojik gelişmeler sırasıyla telgraf (1792), ahizeli telefonlar (1875), radyo ve televizyon ardından faks makineleri iletişimin olanaklarının gelişmesine neden olmuştur (Cereci, 2023). Radyo ve televizyon yirminci yüzyılın başlangıcında ortaya çıkmış olmakla birlikte yirminci yüzyılın ikinci yarısında iletişim araçlarından biri olan

¹ Doç. Dr., Bilecik Şeyh Edebalı Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, Sosyal Hizmet AD, sibel.ezgin@bilecik.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-1403-9163

bir ifadesidir. Zira internet ağları veya akıllı telefonlar olmadan yaşayamayacağını ve bu unsurlardan kopamayacağını düşünen bir insanın artık dünyadaki merkezi rolünden bahsedilemez. Bu nedenle bu yeni çağda teknolojik araçlarla ve iletişim araçlarıyla biraradalığı, iç içe geçme durumunu, bütünleşmeyi yeniden düşünmek gerekir. Nitekim insanlar arası iletişimden ziyade türler arası iletişim, tek boyutlu iletişim yerine çoklu ve ilişkisel iletişim pratikleri, hiyerarşik iletişim yerine ontolojik olarak yatay, düz iletişim biçimlerine yönelik tartışmalar yürütülmeye başlanmıştır.

İnsanı ve iletişimi yeniden düşünme ve ele alma çabasında posthümanist paradigma ufuk açıcı bir izlek oluşturmaktadır. Posthümanizm yaklaşımıyla iletişim alanında yürütülen çalışmaların azlığı ise bu konudaki kısıtlılığı göstermektedir. Bu çalışmada ise iletişim teknolojileri ve medya konusunu posthümanist bakış açısıyla irdelemek isteyen araştırmacılar için ilgili teorisyenlerin kuramsal bakışlarına yer verilmiştir. Aynı zamanda posthümanizm perspektifiyle iletişim ile ilgili konuların nasıl ele alındığını göstermek ve daha iyi anlaşılmasını sağlamak için literatürde yürütülmüş çalışmalar açıklayıcı ve detaylı bir şekilde aktarılmıştır. Bu nedenle bu çalışma, posthümanist kuramlarla iletişim ve medya çalışmalarını yürütecek araştırmacılar için bir kılavuz niteliğindedir ve yeni yapılacak olan araştırmalara ışık olma amacı ve alana katkı sağlama amacı taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Abbate J. (2016). Popularizing the internet, D. Crowley, P. Heyer, (By). *Communication in History Technology, Culture, Society*, (pp.292-297). Routledge: Newyork.
- Adams C. & Thompson, T. L. (2016) *Researching a posthuman world*, Palgrave, Macmillan Publishers: London
- Adıgüzel, Y., Yılmaz, M. M., & Uybadın, A. (2022). Türkiye'de iletişim sosyolojisi çalışmaları üzerine tarihsel bir inceleme. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 20(39), 1-46.
- Ağın, B. (2020). *Posthümanizm: Kavram, kuram, bilim- kurgu*. Ankara: Siyasal Kitapevi
- Barad, K. (2022). Posthümanist edimsellik: maddenin nasıl maddeleştiğini/önem arz ettiğini kavramaya doğru. Buran S.; Kümbet P. (Ed.) *Çokdisiplinli Çalışmalarda Posthümanizm*, (ss. 65-90). London: Transnational Press.
- Berland, J. (2019). McLuhan and posthumanism: Extending the techno-animal embrace. *Canadian Journal of Communication*. 4(44), 567-584.
- Bolter, J. D. (2016). Posthumanism. *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*, 1-8.
- Braidotti, R. (2014). *İnsan sonrası*. İstanbul: Kolektif Kitap.
- Braidotti, R. (2019). İnsan sonrası, pek insanca: Bir posthümanistin anıları ve emelleri. *Cogito*, 95(96), 53-97.
- Buran, S. & Kümbet, P. (2022). *Çokdisiplinli çalışmalarda posthümanizm*. London: Transnational Press
- Cereci, S. (2023) *İletişim sosyolojisi*, İksad Yayınevi: Ankara

- Dehnert, M., & Leach, R. B. (2021). Becoming human?: Ableism and control in 'Detroit: Become human' and the implications for human-machine communication. *Human-Machine Communication*, 2, 137-152.
- Demir, G., & Güneş, A. (2020). Kültürel boyutu ile "makerspace" yapılanmaları: Kütüphanelerin rolü. *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, (6), 52-71.
- Dougherty, S. (2001). Culture in the disk drive: Computationalism, memetics, and the rise of posthumanism. *Diacritics*, 31(4),85-102.
- Gane, N. (2005). Radical post-humanism: Friedrich Kittler and the primacy of technology. *Theory, Culture & Society*, 22(3), 25-41.
- Gates, K. (2013). Key questions for communication and critical-cultural studies: Post-humanism, network infrastructures, and sustainability. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 10(2-3), 242-247.
- Ginn, F. (2016). Posthumanism. *International Encyclopedia of Geography: People, the Earth, Environment and Technology: People, the Earth, Environment and Technology*, 1-9.
- Güneş, A. (2013). Kil tabletlerden elektronik tabletlere: İletişim araçlarının tarihsel gelişim süreci. *Humanities Sciences*, 8(3), 277-300.
- Haraway, D. (2010). Siborglardan yoldaş türlere: Teknobilimde akrabalığı yeniden şekillendirmek. G. Pular (Der ve Çev.). *Başka Yer: Donna Haraway'den Seçme Yazılar*. (ss.225-256). İstanbul: Metis Yayınları.
- Hayles, N. K. (1999) *How We Became Posthuman: Virtual Bodies in Cybernetics, Literature, and Informatics*, Chicago: University of Chicago Press.
- Johnson-Eilola, J., & Selber, S. A. (2023). Technical communication as assemblage. *Technical Communication Quarterly*, 32(1), 79-97.
- Kamei, M., & Bagga-Gupta, S. (2021). Goodbye linear learning: Posthumanism in dialogue with indian communication theory on online education. *Research on E-Learning and ICT in Education: Technological, Pedagogical and Instructional Perspectives*, 169-195.
- Kath, E., Guimarães, O. C., & Buzato, M. E. K. (2019). Posthumanism and assistive technologies: on the social inclusion/exclusion of low-tech cyborgs. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, 58, 679-703.
- Lee, J. (2021). Digital sustainability and the human: A posthumanist approach. *First Monday*, 26(11). 1-21
- Lorimer, J. (2009). Posthumanism/posthumanistic geographies. *International Encyclopedia of Human Geography* (pp. 344-354).
- Moore, L. J., & Moran, K. (2007). Posthumanism. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*, 1-4.
- Olsson, J. (2015). Going Underground. An Expanded Materialism of Media Theory. *Spheres: Journal for Digital Cultures*, 2, 1- 6.
- Parikka, J. (2011). New Materialism as media theory: Medianatures and dirty matter. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 9(1), 95-100.
- Pepperell, R. (2003). *The Post-Human Condition*. Bristol , UK and Portland , OR : Intellect.
- Saur, E.& Sidorkin, A.M. (2018). Disability, Dialogue, and the Posthuman. *Studies in Philosophy and Education* 37,567- 578
- Scherer, M. J. (1996) Outcomes of assistive technology use on quality of life, *Disability and Rehabilitation*, 18(9) 439-448.

- St. Pierre, J. (2015). Crippling communication: Speech, disability, and exclusion in liberal humanist and posthumanist discourse. *Communication Theory*, 25(3), 330-348.
- Tirosh-Samuelson, H. (2012). Transhumanism as a secularist faith. *Zygon*®, 47(4), 710-734.
- Wolfe, C. (2010) *What is posthumanism?* Minneapolis: University of Minnesota Press,
- Yalçın, S. (2003). Descartes ve özne olarak benlik. *Felsefe Dünyası*, (38), 107-118.
- Yaman, D. & Zengin, H.İ (2019). Post-hümanizm, Peki ya insanın ötesi? İçinde M. N. Erdem, N. Kocabay Şener (Ed.) "*Post-*"lar Çağında İletişim, (ss. 535-559). Konya: Literatürk Akademik