

YENİ MEDYA ÇAĞINDA SUSKUNLUK SARMALI TWITTER ÖRNEĞİ

İsmail Sarp AYKURT

© Copyright 2021

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'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

978-625-7354-88-2

Kitap Adı

Yeni Medya Çağında Suskunluk Sarmalı: Twitter Örneği

Yazar

İsmail Sarp AYKURT

ORCID iD:

Yayın Koordinatörü

Yasin Dilmen

Sayfa ve Kapak Tasarımı

Akademisyen Dizgi Ünitesi

Yayıncı Sertifika No

47518

Baskı ve Cilt

Bizim Dijital Matbaa

Bisac Code

BUS070060

DOI

GENEL DAĞITIM

Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Halk Sokak 5 / A

Yenişehir / Ankara

Tel: 0312 431 16 33

siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

İÇİNDEKİLER

Giriş 1

BİR ÇERÇEVE ÇİZMEK: SUSKUNLUK SARMALI KURAMI

1.1. Kamuoyu, Medya ve Sarmal Üçgeni	9
1.1.1. Suskunluk Sarmalı ve Kamuoyu'nun Oluşumu	11
1.1.2. Sosyo-Psikolojik Açıdan Kuram: Uyum, Sosyal Etki ve Dışlanma	22
1.2. Suskunluk Sarmalı Kuramı: Tanımlar ve Sınırlar	31
1.2.1. Suskunluk Sarmalı Kuramına Doğru	36
1.2.2. Suskunluk Sarmalı ve Gündem Teorileri	39

MEDYA, TEKNOLOJİ VE SARMAL

2.1. Kitle İletişim Araçları ve Tarihsel Açıdan Medya	47
2.2. Yeni Medya Çağında İnternet ve Sosyal Medya	59
2.2.1. Yeni Bir İletişim Ağı: İnternet	64
2.2.2. Sosyal Medya ve Ağlar	67
2.3. Suskunluk Sarmalı Kuramı'nın Dijital Medyadaki İzleri	78

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE TARTIŞMA

3.1. Örneklem.....	95
3.2. Veri Toplama Araçları.....	95
3.3. Araştırma Verilerinin Analiz ve Bulguları	97
3.3.1. Nicel İçerik Analizi Sonucunda Ortaya Çıkan Bulguların Tartışılması	97
3.3.2. Nitel İçerik Analizi Sonucunda Ortaya Çıkan Bulguların Tartışılması	107

SONUÇLAR VE ÖNERİLER.....	121
----------------------------------	------------

KAYNAKLAR.....	127
-----------------------	------------

ÖZGEÇMİŞ.....	135
----------------------	------------

KAYNAKLAR

- Akyazı, E. ve A. Akyazı (2013). Suskunluk Sarmalı Perspektifinden Sosyal Medya. Algül, A. N. Üçer (Ed.). *Yeni Medya'da Demokrasi Sosyal Medyaya Dair Araştırmalar* içinde. Konya: Literatürk Yayıncılık, 225-240.
- Akyol, M. (2015). Korkunun İnşasından Suskunluk Sarmalına: Propaganda Aracı Olarak Gözetim. Ülger, G. (Ed.). *Propaganda, Algı, İdeoloji ve Toplum İnşasına Dair İncelemeler* içinde. İstanbul: Beta Yayınları, 149-164.
- Alemdar, K. ve İ. Erdoğan (1998). *Başlangıcından Günümüze İletişim Kuram ve Araştırmaları*. Ankara: Ereğ Ofset.
- Allport, G. (1937). Towards a science of public opinion. *Public Opinion Quarterly*, 1, 7-23.
- Anık, C. (1994). Kamuoyunu Oluşturan Araçlar. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 1-2, 83-110.
- Anık, C. (2000). *Siyasal İkna*. Ankara: Vadi.
- Asch, S. E. (1955). Opinions and Social Pressure. *Scientific American*, 31-55.
- Atabek, N. (2002). Kamuoyu, Medya ve Demokrasi. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Dergisi Kurgu*, 19, 223-238.
- Aytekin, M. (2014). Sadece İletişim Aytekin, M. (Ed.). *Yeni(lenen) Medya* içinde. İstanbul: KOCAV Yayınları, 13-24.
- Babacan, M. E. (2015). *Sosyal Medya ve Gençlik*. İstanbul: Açılım Kitap.
- Babacan, M. E., Haşlak, İ., Hira, İ. (2011). Sosyal Medya ve Arap Baharı. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(2). 11.01.2015. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/akademikincelemeler/article/view/5000049773>
- Bal, H. (2013). *İletişim Sosyolojisi*. Ankara: Sentez Yayınları.
- Barbier, F. ve C. B. Lavenir (2001). *Diderot'dan İnternete Medya Tarihi*. İstanbul: Okuyan us Yayınları.
- Batmaz, V. (hızl.). (2006). *Otoriteriyen Kişilik*. İstanbul: Salyangoz Yayınları.

- Batmaz, V. (2006). "Asch Çizgi Deneyi: Uyma (Konformizm) Nedir, Nasıl Olur?" *Otoriteryen Kişilik*. Batmaz, V. (drl.). İstanbul: Salyangoz Yayınları.
- Baumann, Z. (1997). *Özgürlük*. İstanbul: Sarmal Yayınları.
- Bektaş, A. (1996). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Bingöl, Y. ve N. Tanrıver (2011). Bilgi Çağında Değişen Sosyal Hareketler. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 6(1), 131-141.
- Bostancı, M. N. (2011). *Suskunluk Sarmalı Kırıldı mı?*
<http://www.haksozhaber.net/suskunluk-sarmali-kirildi-mi-19773yy.htm>: (19.09.2016).
- Boz, H. A. (1999). Kitle İletişim Araçları ve Suskunluk Sarmalı. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 32(1): 41-48.
- Büyükaslan, A., ve A. M. Kırık (Ed.). (2013). *Sosyalleşen Birey Sosyal Medya Araştırmaları-1*. İstanbul: Çizgi Kitabevi.
- Büyükaslan, A., ve A. M. Kırık (Ed.). (2015). *Sosyalleşen Olgular Sosyal Medya Araştırmaları-2*. İstanbul: Çizgi Kitabevi.
- Büyükbaykal, C. I. (2005). Kitle İletişim Araçları ve Toplumsal Yaşam, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 21, 71-75.
- Carlson, D. (2005). *The News Media's 30-Year Hibernation*. *Nieman Reports*, 59(3), 68-71.
- Castells, M. (2013). *Ağ Toplumunun Yükselişi*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çıldan, C., M. Ertemiz, E. Küçük ve H. Tumuçin. (2012). Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü. *Akademik Bilişim 2012 Konferansı*, Uşak. <http://ab.org.tr/ab12/bildiri/205.pdf> (29.07.2016).
- Communication Theory. The Spiral of Silence Theory.
<http://communicationtheory.org/wp-content/uploads/2011/08/spiral-of-silence-communication-theory.jpg> (19.04.2016).
- Çoban, B., Ataman, B. (hızl.). (2015). *Direnış Çağında Türkiye'de Alternatif Medya*. İstanbul: Kafka Kitap.
- Çoban, S. (2013). *Hegemonya Aracı ve İdeolojik Aygıt Olarak Medya*: Parşömen.
- Çoban, B. (2014). Sosyal Medya Devrimi. Çoban, B. (Ed.), *Sosyal Medya Devrimi* içinde. İstanbul: Su Yayınları, 9-21.
- Çoban, B. ve Z. Özarslan (2008). *Gözün İktidarı Üzerine, Panoptikon: Gözün İktidarı*. İstanbul: Su Yayınları.
- Çoban, B. (Ed.). (2014). *Sosyal Medya Devrimi*. İstanbul: Su.
- Çobanoğlu, Ş. (2007). *Suskunluk Sarmalı ve Siyasal İletişim*. İstanbul: Fide Yayınları.
- Dedeoğlu, G. (2016). *Teknoloji, İletişim, Yeni Medya ve Etik*. İstanbul: Sentez Yayınları.

- Dollot, L. (1991). *Kitle Kültürü ve Bireysel Kültür*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Dural, A. B. ve Coşkun, L. (2010). Medya, Görüngünün Dışavurumu. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 13-35.
- Dündar, C. (2016). *Suskunluk Sarmalı*. http://www.cumhuriyet.com.tr/koseyazi-si/605283/Suskunluk_Sarmali.html (21.12.2016).
- Enzensberger, H. M. (1980). Bir Kitle İletişim Teorisinin Oluşturucu Öğeleri. *Birikim Dergisi*, 17, 58-59. https://www.birikimdergisi.com/images/UserFiles/images/Spot/70/58-59/bir_kitle_iletisimi_araclari_teorisinin_olusturucu_ogeleri_hans_magnus_enzensberger.pdf (27.10.2016).
- Erdoğan, İ. ve K. Alemdar. (1990). *İletişim ve Toplum*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Erdoğan, İ. ve K. Alemdar. (2005). *Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*. Ankara: Erk Yayınları.
- Erdoğan, İ. (1997). *İletişim Egemenlik Mücadeleye Giriş*. Ankara: Kaynak.
- Erdoğan, İ. ve K. Alemdar. (2010). *Öteki Kuram Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*. Ankara: Erk Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2014). *Medya Teori ve Araştırmaları*. Ankara: Erk Yayınları.
- Eren, B. (2015). Twitter ve Siyasal İletişim. Karakulakoğlu S. E. ve Uğurlu Ö. (Ed.), *İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar Twitter* içinde. Ankara: Heretik Yayınları, 17-31.
- Ess, C. (2014). *Digital Media Ethics*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Fejes F. (1999). Eleştirel Kitle İletişimi Araştırması ve Medya Etkileri: Yok Olan İzleyici Sorunu. Küçük, M. (Ed.). *Medya, İktidar, İdeoloji* içinde. Ankara: Ark Yayınevi, 309-332.
- Fejes, F. (1994). *Eleştirel Kitle İletişim Araştırması ve Medya Etkileri*. Medya, İktidar, İdeoloji. Ankara: Ark Yayınları.
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. New York: Harper & Row.
- Fitton, L., M. E. Gruen, L. Poston (2010). *Twitter for Dummies*. USA: Wiley Publishing.
- Friedman, T. (2007). *The World is Flat 3.0 : A Brief History of the Twenty-first Century*. Picador.
- Fuchs, C. (2015). *Dijital Emek ve Karl Marx*. İstanbul: Nota Bene Yayınları.
- Fuchs, C. (2016). *Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş*. Ankara: Nota Bene Yayınları.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim ve Medya Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Gezgin, S. (2002). Medyanın Toplumsal İşlevi ve Kamuoyu Oluşumu. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 12(1), 11-20.
- Ginger, J. (2008). The Facebook Project; Performance and Construction Of Digital Identity. Masters Paper Department of Sociology, *University of Illinois at Urbana-Champaign Revision*, 4. <https://www.ideals.illinois.edu/bitstre>

- am/handle/2142/8818/FacebookProjectMastersPaperR4.pdf?sequence=2 (10.09.2016).
- Gorman, L. ve D. McLean (2005). *Media and Society in the Twentieth Century: A Historical Introduction*. USA: Blackwell Publishing.
- Gökalp, E. (Ed.). *Sosyal Bilimlerde Temel Kavramlar*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2012.
- Gökalp, E., H. Ergül, Ü. Tatlıcan ve S. Kalaycıoğlu. (2012). *Sosyal Bilimlerde Temel Kavramlar*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Gökçe, O. (1996). Kamuoyu Kavramının Anlam ve Kapsamı. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Kurgu Dergisi*, 14, 211-227. <https://earsiv.anadolu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11421/1154/114134.pdf?sequence=2&isAllowed=y> (10.08.2016)
- Gönenç Yapar, A. (2004). İletişim Teknolojilerinin Medya Üzerine Etkileri. 2. *Uluslararası İletişim Sempozyumu 17-19 Mart*, 437-448.
- Holton, A. E., K. Baek, M. Coddington ve C. Yaschur (2014). Seeking and Sharing: Motivations for Linking on Twitter. *Communication Research Reports*, 33-40.
- Huberman, B. A., D. M. Romero, F. Wu. (2008). *Social Networks That Matter: Twitter Under the Microscope*. <https://arxiv.org/pdf/0812.1045.pdf> (16.09.2016).
- Işık, M. (2000). İletişimden Kitle İletişimine. Konya: *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları*, no:2.
- İnceoğlu, Y. ve S. Çoban (2015) "Sokak ve Dijital Aktivizm: Eylemin Sokaktan Siber Uzaya Taşınması ya da Vice Versa", *İnternet ve Sokak*. İnceoğlu, Y. ve S. Çoban (drl.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 19-72.
- İrvan, S. (1997). Suskunluk Sarmalı Kuramı ve Elisabeth Noelle-Neumann'ın Özgeçmişi. *Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 6, 421-449.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1977). *İnsan ve İnsanlar: Sosyal Psikolojiye Giriş*. İstanbul: Duran Ofset Matbaacılık.
- Kağıtçıbaşı, Ç. ve Z. Cemalcılar (2014). *Günümüzde İnsan ve İnsanlar Sosyal Psikolojiye Giriş*. İstanbul: Evrim.
- Kalender, A. (2000). *Siyasal İletişim*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Kaplan, A. M. ve H. Michael (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*. 53(1), 59-68.
- Kara, T. (2013). *Sosyal Medya Endüstrisi İnsan Toplum Ekonomisi*. İstanbul: Beta.
- Karaçor, S. (2009). Yeni İletişim Teknolojileri, Siyasal Katılım, Demokrasi. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 16(2), 121-131.
- Karakoç, E. ve O. Taydaş (2015). Suskunluk Sarmalı Kuramı Bağlamında Toplumsal Hareketler ve Sosyal Medya. Büyüksalan A, ve Kınık, A. M. (Ed.).

- Sosyalleşen Olgular Sosyal Medya Araştırmaları 2* içinde. Konya: Çizgi Kitabevi, 117-129.
- Karakulakoğlu, S. E. (2015). Geleceğin Web Teknolojileri: Web 3.0 ve Etkileşim. Oğuzhan, Ö. (Ed.). *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim* içinde. İstanbul: Kalkedon Yayınları, 111-130.
- Kaya, A. R. (1985). *Kitle İletişim Sistemleri*. Ankara: Teori Yayınları.
- Kellner, D. (1995). *Media Culture, Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern*. London and New York. Routledge.
- Kemp, S. (2016). We are social. *Special Reports Digital in 2016*. <http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016> (26.07.2016).
- Khondker, H. H. (2011). Role of the New Media in the Arab Spring. *Globalizations*, 8(5), 675-679.
- Kışlalı, A. T. (1997). *Siyaset Bilimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Koçak, N. G. (2012). Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir'de Bir Uygulama. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi SBE.
- Kuyucu, M. (2013). Yeni İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya ve Sosyal Ağlar Üzerine Bir Güncelleme. Kuyucu, M. ve Karahisar, T. (Ed.). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya* içinde. İstanbul: Zinde Yayıncılık, 114-151.
- Laughey, D. (2010). *Medya Çalışmaları Teoriler ve Yaklaşımlar*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Lazar, J. (2001). *İletişim Bilimi*. Ankara: Vadi Yayınevi.
- Maalouf, A. (2009). *Çivisi Çıkmış Dünya*. İstanbul: YKY.
- Maigret, E. (2011). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. İstanbul: İletişim.
- McQuail D. ve S. Windahl (2010). *Kitle İletişim Modelleri*. Ankara: İmgə Yayınları.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media*. NY: Mcgrawhill.
- McMillan, J. S. (2006). "Eploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents and Systems", *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Livingstone* (drl.). London: Sage Publications.
- Meriç, Ö. (2015). #dijitalleşiyoruz Dijital Çağda Siyasal Gündem Belirleme Yaklaşımı. Oğuzhan, Ö. (Ed.). *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim* içinde. İstanbul: Kalkedon Yayınları, 241-266.
- Meriç, Ö. (2014). Dijital Demokrasi: Türkiye'de Yeni Medya ve Siyasal Katılım. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi SBE.
- Milgram, S. (2015). *İnsanın Gerçek Doğasını İfşa Eden Deney*. İstanbul: Kafekültür.

- Mutlu, Erol (der.) (2010). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Mutlu, Erol (1998). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Mutlu, E. (2012). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Sofos Yayıncılık.
- Neuman M. ve D. Hogan (2005). Semantic Social Network Portal for Collaborative Online Communities, *Journal of European Industrial Training*, Vol. 29, No. 6.
- Noelle-Neumann, E. (1992). "The Contribution of Spiral of Silence Theory to an Understanding of Mass Media", *The Mass Media in Liberal Democratic Societies*. S. Rothman (drl.). New York: Paragon House, 75-83.
- Noelle-Neumann, E. (1998). *Kamuoyu: Suskunluk Sarmalının Keşfi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24, 24-51.
- Noelle-Neumann, E. (1984). *The Spiral of Silence: Public Opinion Our social skin*. Chicago: University of Chicago.
- Noelle-Neumann, E. (1997). "Suskunluk Sarmalı Kuramının Medyayı Anlamaya Katkısı", *Medya, Kültür, Siyaset*. İrvan, S. (drl.). Ankara: Ark Yayınları.
- Noelle-Neumann, E. (1991). *The theory of public opinion: The concept of the Spiral of Silence*. In J. A. Anderson (Ed.). *Communication Yearbook 14*, Newbury Park, CA: Sage, 256-287.
- Noelle-Neumann, E. (2014). "Suskunluk Sarmalı Kuramının Medyayı Anlamaya Katkısı". *Medya Kültür Siyaset*. İrvan, S. (drl.). Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Rice, R. E. (1987). Computer-Mediated Communication and Organizational Innovation. *Journal of Communication*, 37(4).
- Oğuzhan, Ö. (Ed.). (2015). *İletişimde Sosyal Medya- Sosyal Medyada Etkileşim*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Özkan, A. (2006). Küreselleşme Sürecinin Medya ve Kültür Üzerindeki Etkileri. *Türkiye Stratejik Araştırmalar Merkezi TASAM Stratejik Raporu*, Rapor no:16. http://www.tasam.org/Files/Icerik/File/kuresellesme_surecinin_medya_ve_kultur_uzerine_etkileri_940a2a6b-256d-4b82-bbe0-b9a-27c4280ab.pdf (15.12.2016).
- Sakallı, N. (2013). *Sosyal Etkiler Kim Kimi Nasıl Etkiler*. Ankara: İmge Yayınevi.
- Sanlav, Ü. (2014). *Sosyal Medya Savaşları*. İstanbul: Hayat Yayınları.
- Scheff, T. J. (1967) Towards a sociological model of consensus, *American Sociological Review*, 32, 32-46.
- Severin, W. J. ve J. W. Tankard (1994). *İletişim Kuramları*. Eskişehir: Kibebe Sanat Merkezi.
- Sol Haber Portalı. (2013). *CNN Türk penguenlendi*. <http://haber.sol.org.tr/medya/cnn-turk-penguenlendi-haberi-75863> (10.02.2017).

- Sol Haber Portalı (2017). *Başbakanlıktan 'sosyal medya' açıklaması*. <http://haber.sol.org.tr/toplum/basbakanliktan-sosyal-medya-aciklamasi-180950> (25.01.2017).
- Suomen, Toivo-Think Tank (2015). *Social Media-The New Power of Political Influence*, *Centre for European Studies*, Rue du Commerce 20 Brussels, B-100.
- Sysomos. *Egyptian Crisis: The Revolution will not be tweeted*.<https://blog.sysomos.com/2011/01/31/egyptian-crisis-twitte/> (16.10.2016).
- Taylor, D. G. (1982) Pluralistic ignorance and the spiral of silence. *Public Opinion Quarterly*, 46, 311-55.
- Tekinalp, Ş. ve R. Uzun (2013). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Tektaş, N. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma. *Tarih Okulu Dergisi (TOD)*. 7(17), 851-870.
- Teyit.org. (2016) *Algoritmalar komplo teorilerini destekleyerek gerçekleri tahrif ediyor*. <https://teyit.org/algoritmalar-komplo-teorilerini-destekleyerek-gercekleri-tahrif-ediyor/> (05.12.2016).
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Yayınevi.
- Toeman, J. (2007). *Ins and Outs: Does YouTube fit on the boob tube?* <https://www.engadget.com/2007/07/18/ins-and-outs-does-youtube-fit-on-the-boob-tube/> (25.07.2016).
- Toffler, A. (1981). *Üçüncü Dalga*. İstanbul: Altın Kitaplar.
- Tokgöz, O. (1994). 1991 Genel Seçimlerinde Refah Partisi: Siyasal ve Reklamlarda Yer Alan İmgeler ve Söylem Üzerine Bir Araştırma. *Amme İdaresi Dergisi*, 27(4), 97-115.
- Toprak, A., A. Yıldırım, E. Aygül ve M. Binark. (2014). *Toplumsal Paylaşım Ağı facebook: "görülüyorum öyleyse varım!* İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Tuncer, R. Z. (2016). *Susunluk Sarmalı Kuramını Sosyal Medya Üzerinden Yeniden Düşünmek* Büyükaşlan, A. ve Kırık, A. M. (Ed.). *Gözetlenen Toplumdan Gözetlenen Bireye Sosyal Medya Araştırmaları 3* içinde. Konya: Çizgi Kitabevi, 123-144.
- Türk, D. G. (2013). *Demokrasinin Dördüncü Kuvveti Yeni Medya Teknolojileri*. İnet-Tr'13, 18. *Türkiye'de İnternet Konferansı*, 58-59, 9-11.12.2013. <http://inet-tr.org.tr/inetconf18/bildiri/25.pdf>
- Uğur, A. (2003). *Kültür Kitası Atlası*. İstanbul: YKY.
- Uysal, R. (1996). *Kitle İletişimi Araştırmaları*. *Kurgu Dergisi*, 8(14), 117-125.
- Vural, Z. B. A. ve M. Bat (2010). *Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma*. *Journal of Yasar University*, 20(5), 3348-3382. <http://www.siyasaliletisim.org/pdf/sosyal-medya.pdf> (05.01.2016).

- Yağmurlu, A. (2011). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademi Dergisi*, 1, 5-15.
- Yaylagül, L. (2014). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yazıcı, T. ve İ. Karlı (2016). *Teknoloji, Medya ve Siyaset*. Kocaeli: Volga Yayınları.
- Yengin, D. (2012). *Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Yıldırım, B. (2014). *Sanki Devrim: Bir Devrim Gezi'sinden Notlar*. Ankara: Nota Bene Yayınları.
- Yumlu, K. (1994). *Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları*. İzmir: Nam Basın.
- Zeytin, H. İ. (1998). Kitle İletişim Araştırmalarını Geliştiren Etmenler. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7, 249-26.