

## Editörler

Doç.Dr. Gürcan Ş. Avcıoğlu - Dr. Öğr. Üyesi Cem K. Olgun

# İletişim Sosyolojisi

## Yazarlar

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Taylan  
Dr. Öğr. Üyesi Bedir Sala  
Dr. Öğr. Üyesi Burcu Güdücü  
Dr. Öğr. Üyesi Cem K. Olgun  
Dr. Öğr. Üyesi Ejder Çelik  
Dr. Öğr. Üyesi Elif Kıran  
Dr. Öğr. Üyesi Metin Gültekin  
Dr. Öğr. Üyesi Recep Ünal  
Dr. Tuğba Metin Açer

Editörler  
Doç.Dr. Gürcan Ş. Avcıoğlu - Dr. Öğr. Üyesi Cem K. Olgun  
İletişim Sosyolojisi

ISBN: 978-605-9498-86-9

Kitapta yer alan bölümlerin sorumluluđu yazarlarına aittir

1.Baskı 2020

Bu kitabın basım,yayın ve satış hakları Lisans Yayıncılığa aittir.Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik,elektronik veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz basılamaz ve dağıtılamaz.

Atabasım San. ve Tic. A.Ş.

Lisans Yayıncılık Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.  
Tahtakale Mah. Hicret Sokak No:8/A  
Avcılar-İSTANBUL  
e-posta : lisans@lisansyayincilik.com.tr  
www.lisansyayincilik.com.tr

## Önsöz

İletişim, toplumsal yaşantının önemli olgulardan birisidir. İnsanlar arasında ilişki kurulması, kurulan ilişkinin çoğalıp yaygınlaşması iletişim olgusunu sadece kişileri ilgilendiren bir mesele olmaktan çıkarır, toplumsallaştırır ve sosyolojinin konusu yapar. İletişim için kullanılan teknolojiler ile birlikte iletişim toplum ve kültürle ilişkilendirilir. İletişim toplumsal bir kurum sayılabileceği gibi, hem kültürün bir parçasıdır hem de kültürü aktaran ve bazen şekillendiren bir unsurdur. Bu nedenlerle iletişim olgusu, iletişim teknolojileri ve toplumun kesiştiği noktada iletişim sosyolojisi ortaya çıkmıştır.

Sosyolojinin bir alanı olarak iletişim sosyolojisi teorik ve pratik alt yapı açısından başlangıç aşamasını geçmiştir ve gelişme aşamasındadır. Sosyolojik alanda iletişim çalışmaları Batı sosyolojisinin temel toplumsal argümanları ve tartışmaları çerçevesinde gelişme göstermiştir. Örneğin iletişim araçları toplumu etkileyen bir faktör olarak değerlendirilip bu araçların kullanılma şekilleri, modernleşme kuramlarının, yapısal-işlevselci, sembolik etkileşimci, çatışmacı, eleştirel, feminist kuramların ve bilgi toplumu kuramının tartışma konuları arasında yer almıştır. Bu teorik çerçevelere uygun olarak günümüzde ampirik çalışmalar devam etmektedir. İletişim araçlarının gelişimi ile durmadan yenilenen ve çeşitlenen iletişim pratikleri konuyu sosyolojik açıdan canlı tutmaktadır. Bu nedenle iletişim konusundaki hem teorik alt yapının bilinmesi hem de yeni iletişim pratiklerinin analiz edilmesine ihtiyaç vardır.

Bu kitap çeşitli Üniversitelerden akademisyenlerin katkılarıyla, iletişim olgusunun hem teorik alt yapısını hem de “yeni medya” olarak tanımlanan yeni iletişim teknolojilerini iletişim sosyolojisi açısından ortaya koymaktadır. Kitap dokuz bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde Elif KIRAN, iletişim sosyolojisini, iletişim sosyolojisinin önemini ve alanın temel kavramlarını açıklamıştır. İkinci bölümde Tuğba METİN AÇER, iletişim çalışmalarında kullanılan metotları incelemiş, pozitivist ve yorumsayıcı metotları değerlendirmiştir. Üçüncü bölümde Ejder ÇELİK, medyanın topluma etkisi konusunda geliştirilen, modelleri, kuramları ve

yaklaşımları ayrıntılı bir şekilde ele almıştır. Dördüncü bölümde Ahmet TAYLAN, toplum çözümlemesi konusunda çığır açan Frankfurt Okulu ve bu okulun ürettiği kavramları ortaya koymuştur. Beşinci bölümde Bedir SALA, medya ve kültür ilişkisi üzerine yoğunlaşan ve kültürel çalışmalar ekolünü ortaya çıkaran akademik çevreyi değerlendirmiştir. Altıncı bölümde Metin GÜLTEKİN, Jean Baudrillard'ı ve onun simülasyon ve tüketim toplumu üzerine düşüncelerini ele almıştır. Yedinci bölümde Cem Koray OLGUN, enformasyon toplumunu ve yeni medyayı, yeni medya konusunda öncü fikirler ortaya koyan isimler çerçevesinde tartışmıştır. Sekizinci bölümde Burcu GÜDÜCÜ, medya ve kamusal alan tartışmalarını ele almaktadır. Kamusal alan ve medya ilişkisi üzerinde durmakta, yeni iletişim teknolojilerinin ve sosyal medyanın kamusal alan oluşturma üzerindeki etkisini tartışmaktadır. Dokuzuncu bölümde Recep ÜNAL, sosyal medyayı ve sosyal medyanın toplumsal gerçeklik üretme potansiyelini tartışmaktadır. Bölümlerde görüldüğü gibi bu kitap, sadece iletişim sosyolojinin temel tartışma konularını içermemektedir. İletişim teknolojilerinin gelişim sürecini, yeni iletişim teknolojilerini teorik ve pratik özellikleri bakımından dikkate alarak güncel tartışmaları yansıtmaktadır. Bu özellikleri nedeniyle kitabın iletişim sosyolojisi alanına, bu alandaki akademik bilgi birikimine önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

İstanbul, 2020

Editörler

Doç. Dr. Gürcan Şevket AVCIOĞLU  
Dr. Öğr. Üyesi Cem Koray OLGUN

## İÇİNDEKİLER

Önsöz

III

### Bölüm 1 İLETİŞİM SOSYOLOJİSİ VE ÖNEMİ TEMEL KAVRAMLAR

9

1.1. Genel Hatlarıyla İletişim Olgusu	10
1.2. İletişimin İşlevleri	17
1.3. Toplumsal Açıdan İletişim	19
1.4. İletişim Sürecinin Öğeleri	24
1.4.1. Kaynak	25
1.4.2. Hedef	25
1.4.3. Mesaj	26
1.4.4. Kanal	26
1.4.5. Geribildirim	27
1.5. İletişim Türleri	27
1.5.1. Kişinin Kendi ile İletişimi	28
1.5.2. Kişilerarası İletişim	29
1.5.3. Kitle İletişim	29
Yararlanılan Kaynaklar	31

### Bölüm 2 İLETİŞİM ÇALIŞMALARINDA METODOLOJİK YAKLAŞIMLAR VE SOSYOLOJİK MODELLER

33

2.1. İletişim Çalışmalarının Kısa Bir Tarihi ve Metodolojik Temeller	36
2.2. İletişim Çalışmalarında Metodoloji	44
2.2.1. Pozitivist Metodoloji ve İletişim Çalışmaları	45
2.2.1.1. Sosyolojik Modeller	47

2.2.2. Yorumsamacı (Anlamacı ) Metodoloji ve İletişim Çalışmaları	54
2.2.2.1. İletişim/Medya Etnografisi-Netnografi	55
2.2.2.2. Eleştirel Söylem Çözümlemesi	58
2.2.2.3. Göstergebilim	61
Yararlanılan Kaynaklar	64

### **Bölüm 3**

## **MEDYA VE ETİK ARAŞTIRMALARI**

### **67**

3.1. Medya Etki Araştırmalarının Gelişimi	68
3.2. İletişim Modelleri	69
3.2.1. Doğrusal Modeller	69
3.2.1.1. Harold Lasswell: Uyarın-Tepki Modeli	70
3.2.1.2. Claude Shannon ve Warren Weaver: Enformasyon Modeli	72
3.2.1.3. Harold Lasswell: 5W Modeli	74
3.2.2. Doğrusal Olmayan Modeller	76
3.2.2.1. Osgood ve Schramm'ın Dairesel Modeli	77
3.2.2.2. Dance'nin Sarmal (Helical) Modeli	80
3.2.2.3. Gerbner'in Genel İletişim Modeli	82
3.2.2.4. Newcomb'un ABX Denge Modeli	83
3.2.2.5. Westley ve MacLean'ın Modeli	85
3.2.2.6. Rileylerin Modeli	86
3.2.2.7. Maletzke'in Kitle İletişim Süreci Modeli	87
3.3. İletişim Kuramları	89
3.3.1. Sınırlı Etkiler Dönemi	89
3.3.1.1. Katz ve Lazarsfeld'in İki Aşamalı Akış Kuramı	90
3.3.1.2. Eşik Bekçiliği Kuramı	92
3.3.1.3. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı	95
3.3.2. Güçlü Etkiler Anlayışına Dönüş Dönemi	94
3.3.2.1. Gündem Belirleme Kuramı	95
3.3.2.2. Suskunluk Sarmalı Kuramı	96
3.3.2.3. Bilgi Açığı (Eksikliği) Kuramı	98
3.3.2.4. George Gerbner'in Kültürel Göstergeler ve Bilgi Ekme Kuramı	98
3.3.2.5. Harold Adam Innis: İletişim Teknolojisiyle Gelen Egemenlik	99
3.3.2.6. McLuhan: Medya Teknolojisinin Etkisi	100
Yararlanılan Kaynaklar	102

<b>Bölüm 4</b> <b>FRANKFURT OKULU</b>	<b>107</b>
4.1. Frankfurt Okulu'nun Tarihsel Bağlamı	108
4.2. Frankfurt Okulu'nun Kuramsal Mirası ve Eleştirel Teori	115
4.3. Kitle Kültürü ve Kültür Endüstrisi	122
4.4. Frankfurt Okulu ve İletişim Çalışmaları	129
Yararlanılan Kaynaklar	132
<b>Bölüm 5</b> <b>KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR VE MEDYA</b>	<b>135</b>
5.1. Kültürel Çalışmalar Okulu	137
5.2. Richard Hoggart	140
5.3. Raymond Williams	141
5.4. Stuart Hall	145
5.5. Kültürel Çalışmalar ve Popüler Kültür	150
Yararlanılan Kaynaklar	154
<b>Bölüm 6</b> <b>BAUDRİLLARD'IN DÜŞÜNÇESİNDE SİMÜLASYON, TÜKETİM TOPLUMU VE MEDYA</b>	<b>157</b>
6.1. Simgesel Düzen	159
6.2. Gerçeklik ve İkizi	166
6.3. Simülasyon Düzeni	169
6.4. Tüketim Toplumu	175
6.5. Kitle İletişim Araçları	180
Yararlanılan Kaynaklar	185
<b>Bölüm 7</b> <b>YENİ MEDYA VE ENFORMASYON TOPLUMU</b>	<b>187</b>
7.1. Herbert Schiller ve Zihin Yönlendirenler	189
7.2. Paul Virilio	197
7.3. Manuel Castells ve Akışlar Uzamı	201
Yararlanılan Kaynaklar	209

**Bölüm 8**  
**MEDYA VE KAMUSAL ALAN** **211**

8.1. Kamusal Alan	213
8.1.1. Kamusal Alan Kavramının Ortaya Çıkışı	216
8.1.2. Türkiye’de Kamusal Alan Tartışmaları	219
8.2. Kamusal Alan ve İletişim	221
8.2.1. Sosyal Medya	224
8.2.2. Medya, Kamusal Alan Ve Demokrasi	229
8.3. Yeni İletişim Teknolojileri Bağlamında Kamusal Alanın Oluşumu	232
Yararlanılan Kaynaklar	236

**Bölüm 9**  
**SOSYAL MEDYA** **237**

9.1. Bir Gündelik Hayat Pratiği Olarak Sosyal Medya	241
9.2. Sosyal Medyaya Eleştirel Değerlendirmeler	246
9.3. Sosyal Medya Paylaşımlarında Gerçeğin Gösteriye Dönüşümü	249
9.4. Yalan Haberin Dolaşım Mekanı Olarak Sosyal Medya	251
Yararlanılan Kaynaklar	254