




İnceleme Makalesi / Review Article

Sosyal Medya Mecraları ile Birey Arasındaki İlişkiye Bruno Latour'un Aktör-Ağ Teorisi Açısından Bir Bakış

A Perspective on The Relationship Between Social Media and Individuals from Bruno Latour's Actor-Network Theory

Esra Yılmaz¹ 

¹ Doktora Öğrencisi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyoloji, essraylmz95@hotmail.com

Özet

Bruno Latour'un oluşturduğu Aktör-Ağ İlişkisi Teorisi (AAT) toplumsal yeniden okumaya ve farklı bir etkileşimsel yaratımdan söz ederek betimlemeye dair perspektif sunmaktadır. Bruno Latour, Aktör-Ağ İlişkisi Teorisi üzerinden bireyin konumunu ve toplumsal tanımlanmasının nasıl gerçekleştirildiğini ve bunları yapan teorisyenlerin, sosyologların ne gibi hatalara düştüğünü açıklarken bilimsel bilginin temellerini sarsan ve insan merkezli bakış açısını reddeden iddialarda bulunmaktadır. Bu çalışma böyle bir noktadan hareketle Aktör-Ağ İlişkisi Teorisi'nin kökenlerini oluşturan kavramların tanımlanması ile dijitalleşen dünyada sosyal medya platformlarının birey üzerindeki eyleyciliği arasındaki bağlantıyı göstermek amacıyla meydana getirilmiştir. Bu teoride Bruno Latour'un "ortaklıkların sosyologları" olarak adlandırdığı ve AAT'ye göre hareket eden sosyologlar ile geriye kalan "sosyalın sosyologları" arasındaki farklar üzerinden bir ayırım yapılarak bugüne kadar var olan toplumsal inceleme ve anlama yöntemlerine de derin bir eleştiri sunulmaktadır. Ortaklıkların sosyolojisi olarak adlandırılan yeni ve alternatif bakış açısından hareketle sosyal medya platformlarında aktif kullanıcı olan kişilere ve bu mecralardaki bireylerin J. Habermas'ın kullandığı anlamıyla yeni "kamusal alan" içerisinde hangi motivasyonlar üzerinden harekete geçirildiklerine bakılacaktır. İnsan olmayan diğer nesnelere ile insan olanlar arasındaki ayrımı kabul etmeyen ve bunların günümüzde daha fazla iç içe geçmiş olduğunu iddia eden Bruno Latour'un gözünden sosyal medya mecraları merkezli açığa çıkan hareketlenmeler nasıl okunmalıdır? sorusuna yanıt arama amacı güdülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Aktant, Toplumsal Sistem, Kamusal Alan, Etkileşimsellik

Abstract

Actor-Network Relationship Theory (AAT), created by Bruno Latour, offers a perspective on re-reading the social and describing it by talking about a different interactional creation. While explaining how the individual's position and the definition of the social are realized through the Actor-Network Relationship Theory, and what mistakes the theorists and sociologists make, he makes claims that shake the foundations of scientific knowledge and reject the human-centered perspective. From such a point of view, this study was created to show the connection between the definition of the concepts that form the origins of the Actor-Network Relationship Theory and the agency of social media platforms on the individual in the digitalized world. In this theory, a deep criticism is presented to the existing methods of examining and understanding the social by making a distinction between the sociologists of the AAT, which Bruno Latour calls "sociologists of partnerships" and the remaining "sociologists of the social". From the new and alternative perspective called the sociology of partnerships, it will be looked at the people who are active users in social media platforms and the motivations of the individuals in these media within the new "public sphere" as J. Habermas uses it. How should the movements centered on social media channels be read from the eyes of Bruno Latour, who does not accept the distinction between other non-human objects and those who are human, and claims that these are more intertwined today? It is aimed to find an answer to the question.

Keywords: Social Media, Actant, Social System, Public Sphere, Interactiveness

Giriş

Bruno Latour, Aktör-Ağ Teorisi'ni oluştururken bu teorinin amacının alternatif bir bakış açısı sunmak olduğunu belirtmektedir. Bu çalışma da böylesine bir kaygı ile sosyal medyada oluşturulan içeriklerin ve orada var olma gayesinin insanlar üzerindeki etki ve eyleme sürükleyen yönüne değinmeyi amaçlamaktadır (Latour, 2021, s. 15). Aktör Ağ Teorisi'nden hareketle bireyin görünümünün sosyal sistem içerisinde diğer eyleyenler(aktant) tarafından ele geçirilme süreçleri ve bu sürecin neticeleri de açıklığa kavuşturulmak istenmektedir.

21.yüzyıla gelindiğinde sıklıkla dünyanın "küresel köy" halini aldığından ve buna aracılık ederek toplumsallaşma için gereken aynı mekânı paylaşma sınırlılıklarını ortadan kaldıran "dijital dünya"nın varlığından bahsedilmektedir (McLuhan & R.Powers, 2020, s. 32). Değişim ve dönüşüm hızının son derece artması ve bireylerin buna eşlik etme çabaları da aşikâr olan bir gerçekliktir. Bireylerin sosyalleşme alışkanlıklarının değişmesi ve yeni bir dünyada yeniden bir kimliklenme sürecine girmesi sosyal medya mecralarının yaygınlık kazanması ile gerçekleşmiştir. Böylece "kamusal alan"ın tanım ve kapsamı değişerek başka bir oluşuma işaret eder hale gelmiştir. Bu mecralarda paylaşımların taşıdığı mesajlar ve kodlar da kullanılmaya çalışılarak diğer "arkadaş" veya "takipçi"de bir yargı uyandırma gayreti ön planda tutulmaktadır (Küçükboşancı, 2020, s. 437).

Bu noktada Bruno Latour'un Aktör-Ağ Teorisi kısaca tanımlanacak ve teorisinde değindiği kavramlara açıklık getirilmeye çalışılacaktır. Aynı zamanda teorinin konu ile bağlantısının gösterilmesi de konu bütünlüğü açısından önemli görülmektedir. Ardından ise kamusal alanın değişen sınırlarından bahsedilerek dijital dünyanın lokomotifine haline gelen sosyal medya mecralarının bireyler üzerindeki etkinliklerine değinilecektir. (Seyfi & Arpacı, 2016, s. 145) Bireyi yönlendiren ve onu eyleme geçmeye zorlayan sosyal dünyanın çekiciliğinin ortaya konulması ile nesnelere veya oluşumların da eylemde bulunma potansiyellerini göstererek insanın tek eyleyen olmadığı ve bir etkileşim sonucunda eylemin açığa çıktığının kanıtları sunulmaya çalışılacaktır. Bu yargının güç kazanması ve göreceliliği de yine Bruno Latour'un temel tezine dayanmaktadır. Çünkü Bruno Latour'un iddia ettiği gibi araştırmacı gözlemine betimleyip yazmakla sorumludur ve öğretici olan ancak incelenendir. Bunun için incelenenin keşfedilme ve etkileme

potansiyeli kısıtlı görülmemeli ve aktantların yaptıklarına odaklanılarak arabuluculuk ağlarının harekete geçirilmesi sağlanmalıdır.

Sonuç kısmında ise Aktör-Ağ Teorisi'nin sosyal medya incelenirken söylediklerinin geçerliliği ve varsa uyuşmayan/ boşlukta kalan noktalarının neler olduğuna dair tartışma sürdürülerek çalışma neticeye ulaştırılacaktır. İnsan ve sosyal medya ikiliğinin ortadan kaldırılması ve insanı tek eyleyen fail olarak gören düşüncelerin yıkılması bu çalışma sonunda varılmak istenen temel hedeflerdendir. Dijital dünyanın insan üzerinde pazarlama, satın alma, sosyalleşme gibi etkileri çeşitli açılardan değerlendirilse de Bruno Latour'un perspektifinden ve oradaki dünyanın bir eyleyen olarak görülmesi gerektiğini söyleyen bir çalışmaya da literatürde denk gelinmemektedir. Bu çalışmanın alan yazına sunacağı katkı ise insan-nesne ayırımına dair bir ikiliğin olmadığını ve etkileşimselliğin geçerli olduğunu göstermesi olacaktır.

1. Aktör-Ağ Teorisi ve Temel Kavramsallaştırmaları

Bruno Latour, Aktör-Ağ Teorisi'ni oluştururken temel kaygısı bugüne kadar bilim yapmak amacıyla oluşturulan açıklamaların tektipliği, insan-merkezciliği ve sabitliğini eleştirmektir. Bu teorisinin temellerinin ise "Laboratuvar Yaşamı" adlı çalışmasının ardından açığa çıktığı bilinmektedir. Bruno Latour, bu çalışması ile tam anlamıyla bilimsel antropoloji yapmış ve kendi tabiri ile "bilim insanları kabilesi" ni incelemiştir. Bilim insanlarının laboratuvarlarda açığa çıkardıkları ürüne ve bu ürünün belgesi olarak gördüğü makalelere yani metinleştirmeye vurgu yapan Bruno Latour, sonuç olarak teknik ve sosyal ayırımının devre dışı bırakılması gerektiği kanısına ulaşmıştır.

Aktör-Ağ Teorisini oluştururken etkilenilen bazı isimlerin çalışmaları yol gösterici olmaktadır. Ancak Bruno Latour, bunları daha öteye taşıyıp teoriye dönüştürerek insan ve insan olmayan diğerleri arasındaki etkileşimselliği başka bir biçime kavuşturmuştur. Karl Marx'ın;

"üretim özne için bir nesne değil, aynı zamanda nesne için de bir özne yaratmaktır"

sözü Bruno Latour açısından inşa edeceği teorinin hareket noktalarından sayılmaktadır. (Latour, 2021, s. 95)

Ayrıca Gabriel Tarde'in da düşüncelerinden etkilenen Latour, onun çıkarımlarında hareketle nesnel dünyası ile öznel dünyasını birleştirme çabasına girmiştir. Bruno Latour'un "Toplumsal Yeniden Toplama Aktör-Ağ Teorisine Giriş" isimli kitabı çeyrek asırdan beridir üzerinde çalıştığı kuramını açıklama ve teorisinin çerçevesini oluşturarak bir giriş mahiyetinde çalışmalarını tanıtmaya amacı taşımaktadır (Latour, 2021, s. 23). Burada Bruno Latour, Garfinkel, Luchman ve Scwitz gibi isimlerin düşüncelerinden etkilenerek ve bunların nasıl kendi teorisine dayanak oluşturduğunu anlatarak zihin dünyasını inşa eden unsurların izlerini de bizimle paylaşmaktadır.

Bruno Latour, doğa-toplum ayrımının önemsiz olduğunu ve makro-mikro gibi tasniflerin toplumun nasıl çalıştığını anlamaya dair çabaların önünü tıkadığını belirtmektedir. Bu iddiası ile kendi teorisini ana akım sosyolojinin karşısına yerleştirmekte ve bu sistemde sadece insanların değil insan olmayanların da rolü olduğunu vurgulamaktadır. Bunların girdikleri ilişkiler ile şekillendiklerinin ve etkinlik kazandıklarının bilincinde olmamız gerektiğine değinmektedir. "Rota;Politikada Yönümüzü Nasıl Bulacağız?" (Latour, 2018, s. 65) isimli kitabında da benzer iddialarını aktarırken bilinen tek yaşamın burada olduğunu ve bizim içeride kilitli, sınırlı ve risk altında olduğumuzu belirterek yaşadığımız kürenin "kritik bölge" olduğuna işaret ederek burayı korumak ve burada bir şeyler yapmaktan başka yolumuz olmadığını ayrıca bunun için hızlıca harekete geçmemiz gerektiğini de söylemektedir.

Kitabında Latour; "ben doğayı savunmuyorum, ben kendini savunan doğayım" diyerek iki temel noktayı açığa çıkarmaktadır (Latour, 2018, s. 72). Bunlardan birincisi yukarıdaki satırlarda değinildiği üzere dünyanın "kritik bölge" olmasına karşın duyduğu hassasiyet ikinci ve daha önemli bir noktada Latour'un Aktör-Ağ Teorisi'nde iddia ettiği gibi insan ve doğa ayrımını kabul etmemesidir. Latour'un düşünceleri post-yapısalcı ve post-hümanist yaklaşımlar tarafından beğeni ile karşılanmaktadır.

Sosyal ilişkilerin insan olmayan eyleyenler olmadan açıklanamayacağını iddia eden Bruno Latour'a göre bir röportajında değindiği üzere en önemli kanıtı 2020 yılında küresel boyuta ulaşan COVID virüsünün bir ağızdan diğerine geçerek salgın haline gelmesi ve doğrudan bireysel hayatlarımızı etkilemesidir. Bu noktada

eğer insan merkezliği bir kenara bırakırsak insan olmayanların da insan kadar eşit derecede eylemde bulunma kapasitesine sahip olduğu gerçeği açığa çıkmaktadır. Bu yüzden öncelikle insan olmaya vurgu yapan aktör kavramı kaldırılarak yerine “aktant” kavramsallaştırması geçirilmelidir. Aktant, daha kapsayıcı ve bir eylemde bulunan ya da bir eyleme maruz kalan nesne, kavram, insan hayvan gibi varlık/şey e işaret etmektedir. Bu durum tek bir doğru ve genel geçer durum veya bakış açısı olmadığını eğer bir eylem anlaşılmalı ve açıklanmalı isteniyorsa böylesin bir bakış açısıyla değişken referans çevrelerinin dahil edilmesi gerektiğini söylemektedir (Latour, 2021, s. 204).

“Toplumsal” kelimesinin zayıf ve yetersiz bulunmasından dolayı “ortaklıklar” kelimesinin kullanılması önerilirken sosyolojiye de alternatif bir tanım oluşturulmaktadır. Buna göre sosyoloji, “toplumsalın bilimi” değil “ortaklıkların izinin sürülmesi” şeklinde oluşturulan bir bilim haline getirilmelidir. Sosyoloji bunu başardığında toplumsal olarak kabul edilen sosyal sistem “yeniden toplanma” sürecine girecektir. Bruno Latour, bunun gerçekleşmesi için 3 temel yol sunmaktadır. Bunlardan birincisi globalin yerinin yeniden tespit edilmesidir. Çünkü, “panorama” tanımından hareketle her şeyi gören fakat dışarıya kapalı bir odanın duvarında sergilendiği için aslında hiçbir şey görmeyen benzetmesi yaparak küreselleşenin abartılı bir taşralılık biçimi olduğunu ve bunun için ise “**globali yerelleştir**” sloganının uygulamaya konulması gerektiğini belirtmektedir. Bu bağlamda “glokalizasyon” kavramına da değinilmelidir. Bu kavram kısaca “küresel düşün, yerel hareket et” şeklinde tanımlanabilmektedir. Tüm dünyada olanın yerel kültürlere uyarlanması böylece çekiciliğinin ve satın alınmasının artırılması bu yöntem ile sağlanmaktadır (Candan, 2020, s. 6). Ayrıca bir diğer önemli kavram ise M.McLuhan tarafından oluşturulan “küresel köy(global village)” kavramıdır. Bu çerçevede küresel dünyanın dinamik bir çokmerkezlilikten hareketle kendisini tanımladığı anlaşılmaktadır. Özellikle medyada meydana gelen dönüşümler “küresel köy”ün yaratımında başat rol oynamaktadır (McLuhan, 2020). Küresel köy kavramından da anlaşılacağı üzere tartışmanın yerele yayılan ve bireyi donatan bir global düzen içerisindeki görünüşler üzerinden yürütülmesi gerekmektedir.

Yeniden toplanma için atılması gereken ikinci adım ise “**yereli yeniden dağıtmak**”tır. Çünkü yerelin yeri kaymış ve farklı bir konumda bulunuyor ise küreselleşmenin yerelleştirmesi bizlere çarpık ve aldaticı bir sonuç verecektir. Son olarak “**ortaklıktaki çeşitli vasıtaları göstermek**” gereklidir. Aktantların aracı mı yoksa

arabulucu mu olması gerektiği sorusuna cevabı faillerin arabuluculuk etmesi gerektiği ve açıklamalarda payı artarsa tasvirin tamamlanacağı yönündedir. Aktörlerin içerisinde buldukları ortamı yorumlamasına izin veren izler çok önemlidir ve açıklamalar buradan hareketle geliştirilmelidir. Toplum olarak bahsettiğimiz olgu durağan, özel, belirli veya tikel bir şey değil aksine yeniden üretilen ve ortaklık kurma ve bir araya toplamadır. Bu sebeple toplum bir çalışma alanının adı da olamamaktadır.

“Ağ” kavramı klasik ağ tanımından farklı bir anlamda kullanılmaktadır. Burada bahsi geçen insani failler arasında ortaklıklar kurmanın gayriresmi bir yöntemi olan ve dışarıda olan bir şey değil aksine betimlemeye yardımcı olarak görülen bir alet gibi aracıya karşılık gelmektedir. Aktör-Ağ Teorisi, negatif bir yöntemdir. Betimleme ve yorumlamaya dayalıdır. Ancak aynı zamanda betimlediği şeyin şekline dair bir şey de söylememektedir. Bu teoride bir şeyin nasıl yapılması gerektiğinin aksine nasıl yapılmaması gerektiğine dair izahlar bulunmaktadır.

Kitaptan verilen metafordan hareketle bu teori; “Çizilen bir şeyin adı değil kalemin adıdır”. Çünkü Aktör-Ağ Teorisi göstergeleri bireye bırakarak aktörlerin çerçeveleri dahil her şeyi kendisinin ürettiğini iddia etmektedir. Buradaki ölçek ise inceleyen kişinin bakış açısıdır. Bu bakış açısı ise sınırlı veya yetersiz görülmemelidir.

Bu çalışma Bruno Latour'un Aktör-Ağ İlişkisi Teorisi'nden hareketle “şey”lerin sistem içerisindeki rolüne odaklanmaktadır. Sosyal medya ile birey arasındaki ikiliğe bakıldığında buradaki ağın başlı başına “şey” lerden oluşmanın ötesinde bu şeylerin hareketinin sistemdeki rolüne odaklanılması gerektiği görülmektedir. Bruno Latour'a göre; **“bir ağ bir “şey” değildir fakat bir “şey”in hareketinin kaydedilmesidir”**. Burada kendi tutarlı bütünlerini oluşturan farklı referans çevrelerinin ve özerk öğelerin sorgulanmasına odaklanılmalıdır. Sosyal medya mecralarındaki kullanıcılara ve paylaşımlara bakıldığında insan ve insan olmayan varlıkların dolaşımında buldukları alanlarda birbirleri ile girdikleri ilişkiler içinde kendi özelliklerini nasıl kazandığını ve birbirlerini sistemde nasıl etkilediklerini görmek önem arz etmektedir.

Sosyal medya mecralarında yeniden sosyalleşme ve yeni kamusal alanın inşası nasıl gerçekleşmektedir? sorusuna yanıt aramadan önce kısaca yeni kamusal alan görünürlüklerine ve sosyal medyanın birey üzerindeki etkisine değinilecektir.

2. Kamusal Alanın Sosyal Medya Mecraları Üzerinden Yeni Görünümleri

2.1. Kamusal Alanın Tanımlanması

Toplumsal çözümlenmelerde sürekli olarak kullanılan kamusal alan tabirinin tanımı ve kavramsallaştırılması büyük ölçüde J.Habermas'ın çalışmaları ile görünürlük kazanmıştır. Habermas'a göre insan olmanın ve toplumsallaşmanın yegâne koşulu bir kamusal alanın içerisinde bulunmaktır. Habermas'ın felsefesine göre kamusal alan bireyin özel alandan çıkararak rasyonel ve özgür tartışmalar yaptığı ve bir nevi kendi kaderini tayin ettiği alan olarak düşünülmektedir. Bu alanda iletişim bireyin özgürleşiminin koşulu olarak tanımlanmaktadır. Otoriteden arındırılmış bağımsız bir iletişim dili ile gerçekleştirilen kamusal alandaki tartışmalar bireye nihayetinde özgürlük getirmektedir (Torun, 2020, s. 225).

Toplumsal varlık olan insanın toplumsalda bütünleşmesi ancak kamusal alandadır. Kamusal alan, bireye özgürlük alanı sağlayan ve orada herkesin var olduğu bir demokratik alan özelliği taşımaktadır. Bu alan toplumun katılımına açık olması özelliği ile geniş ve temsil açısından da yüksek potansiyeldedir (Habermas, 2009, s. 25). Ancak zamanla bu görünüm değişerek Habermas'ın "Kamusallığın Yapısal Dönüşümü" olarak adlandırdığı süreç içerisinde birtakım farklılaşmalar kendini göstermiştir. Habermas burada kamusal alan üzerine tahlillerini gerçekleştirirken aynı zamanda burjuva kamusallığının da bir eleştirisini yapmaktadır. Kamusal alandan haberdar olma imkanı ve yapılan açıklamalar zamanla herkese değil yalnızca bir zümreye ulaşır hale gelmiştir. Burada işaret edilen zümre ise burjuva olarak tanımlanmaktadır (Habermas, 2003, s. 21). Modern devletin ve buna bağlı olarak ortaya çıkan burjuva kamusal alanının doğuşu ise Habermas tarafından kapitalizm ve onun üretim ilişkileri çerçevesinde açıklanmaktadır (Habermas, 2003, s. 156). Burjuva tarafından oluşturulan kamusal alan yani salon, kahvehane gibi yerlerde buluşma seçkin kişilerin entelektüel bir çerçeve oluşturması ile açığa çıkmaktadır. Ancak liberal devletlerde kamusal alan denilince akla bunun birden fazla formunun olabileceği seçeneği de getirilmelidir. Kamusal alanın içeriğinin nasıl doldurulduğu önem taşımaktadır.

Kamusal alanın yapısal dönüşümüne bağlı olarak ise “katılım” yalnızca politik alandaki kararlar ve düşünceler ile sınırlı kalmayıp hayatın sosyal ve kültürel alanlarına nüfuz etmesi şeklinde okunmalıdır. Burada kamusal dönüşürken ona koordineli bir biçimde özel alan da dönüşmeye başlamıştır. Özel alan daha geriye itilerek pasivize edilmiştir. Özel alana ait olduğunu varsaydığımız tercihler, istekler ve alışkanlıklar gibi davranış örüntüleri de kamusal alanın sınırlarının genişletilmesiyle öznel alanın içerisinde daralmış ve dışarıya açık hale getirilmiştir (Habermas, 2003, s. 209). Özel alan kısıtlı ve dışı oldukça kapalı iken artık daha erişilebilir ve paylaşımına açık bir hal almıştır. Örneğin özel alanın konusu sayılabilecek aile içi şiddet bugün kamusal bir mesele haline getirilerek tartışmaya açılmıştır. (Köroğlu, 2013, s. 925)

Üzerindeki tartışmalar özel alanı sınırlandırarak ona ait olan tüm unsurların hem eylemsel hem de söylemsel açıdan kamusal alana taşınması ile sonuçlanmaktadır. Bugün internet teknolojileri vasıtasıyla bireylerin sosyal alan anlayışları tamamen değişmiş ve mekândan bağımsız bir kamusal alan yaratılarak burada toplumsallaşma pratikleri meydana getirilmiştir. Dolayısıyla daha önceleri kamuya açılmayan ve kişinin gizliliğini oluşturan detaylar bugün paylaşılmakta ve ortak alan olarak adlandırabileceğimiz sosyal medya mecralarında sergilenmektedir. Bugün geldiğimiz noktada özel alan Habermas'ın tarif ettiği şekli ile apolitik, ve mahrumiyetlerle çevrili bir toplumsal dışı alan olmaktan çıkmıştır.

2.2. Sosyal Medya Mecraları ile Kamusal Alanın Dönüşümü

Sosyal medya mecraları aracılığıyla birey yeni bir kimliklenme sürecine girmektedir. Bu süreç tamamen bireyin tercih ettiği ve kurguladığı oluşumlar çerçevesinde şekillenmektedir. Bireye verili olan bir toplumsal varoluştan ziyade kendisini konumlandığı ve başkaları tarafından nasıl algılanıyor ise öyle var olduğu bir kimlik inşasından bahsetmek mümkündür.

Sosyal medya vasıtasıyla bireysel kimliklerimiz görünürlük kazanmakta ve bu platformlar bize ait olanın toplumsal ile paylaşıldığı mecralar haline gelmektedir. Buradan alınan tepkiler ve geri dönüşler ise bireyin kimliğinde de bir dönüşüm yaşatmaktadır. Artık burada bireyin sınırlarını yine kendisinin belirlediği

bir “sosyal kimlik” yaratılmış ve bu kimlik üzerinden tanınırlık sağlanır hale gelmiştir. Jean Baudrillard’ın “Nesneler Sistemi” olarak adlandırdığı bu yeni alanda kişiselleştirilmiş nesnelere bir yandan bireyin psiko-sosyal taleplerini karşılamakta diğer taraftan ise yeni bir farklılıklar sistemi karşımıza çıkarmaktadır (Baudrillard, 2010, s. 173). Burada inşa edilen kimlik yeni bir kültür yaratmaktadır. Tamamen nesnelere dünyasına ait olan bu yeni toplumsallaşma biçiminde eski kullanılan ve tek belirleyici olarak görülen anlamından farklı olarak özne hâkim olduğu konumu kaybetmektedir. Birey kullanıcı olduğu sosyal medyanın çekiciliğine kapılarak bağımlılık düzeyinde sayılabilecek bir merak duygusuna da sürüklenebilmektedir. Buradaki özne sistemin kurallarına göre hareket etmekte ve ancak sağlanan imkanlar doğrultusunda bir şeyler paylaşma pozisyonunda bulunmaktadır. Birey sosyal olma arayışı içerisinde kendisini gösterme ve diğerlerinden haberdar olma gayreti ile hareket etmektedir (Kuşay, 2013, s. 136).

Sosyal medya mecralarında üretilen ve hızlıca tüketilme potansiyeline sahip olan kısaca bireylerin kitle halinde buradaki hareketlerini niteleyen “popüler kültür” kavramı kitlelerin beğenisi ile oluşan ve meta haline getirilen kültüre işaret etmektedir (Oktay, 2002, s. 65). Kitle iletişim araçlarının gelişimine bağlı olarak yaygınlık kazanan popüler kültür sosyal medya mecralarının milyonlarca kullanıcıya ulaşması ile ivme kazanmıştır. Popüler kültür içinde bulunduğu zaman diliminde üretilerek orada yaygınlaşmakta ve kalıcı bir etki yaratamamaktadır. Sosyal medya mecralarındaki davranış örüntüleri “akım” adı verilen ve milyonlarca kişinin farklı yerlerden ancak aynı içeriği üretmesi popüler kültürün en çarpıcı örneğini oluşturmaktadır. Bu nedenle popüler kültür kavramı “eğlence” ile özdeş görülmektedir.

Kamusal alanda meydana gelen değişim ve dönüşüm bu çalışma kapsamında 2 aşamalı olarak değerlendirilmektedir. Kamusal alanın bizim anladığımız ilk anlamına işaret eden rasyonel, değer yargısız, politik meseleleri karara bağlayan ve katılıma açık olma şekli büyük oranda farklılaşmıştır. Kamusal alanın tanımı içerisinde bulunduğu zamanın ve toplumun şartlarına göre yeniden yorumlanma gerekliliği doğurmaktadır. Toplumsal anlamak ve açıklamak üzere kamusal alan kavramına başvurulsa bile onun farklı birçok formu olduğu unutulmamalıdır. Bugün kamusal alan olarak adlandırabileceğimiz sosyal medya mecraları bireylerin katılım göstererek kendi beden, duygu, düşünce ve dünyalarını kamuya açtıkları yani toplum ile paylaşarak buradan

etkileşim sağladıkları toplumsallaşma mekânlarına işaret etmektedir. İnternet ve dijitalleşmenin artmasının ardından içerisinde bulunduğumuz tekno-çağ da kamusal alan mekândan bağımsız bir platforma taşınarak değişiminin birinci aşamasını yaşamıştır. İkinci kademedede ortaya çıkan değişim ise nesne ve özne ayrımının gittikçe gri bir görünüm alması ile gerçekleşmektedir. Özne yani fail tek eyleyen konumunu kendisini sosyal medya mecraları ile koordine hale getirerek nesnenin eyleyciliğinin de önünü açmıştır. Yaşanan bu ikinci dönüşüm bizleri Bruno Latour'un tarif ettiği şekli ile Aktör-Ağ Teorisi'ne götürmekte ve sosyal medya mecraları zeminine dayandırılarak temellendirilen bu iddianın teorik dayanağını oluşturmaktadır.

İnternet ve teknolojinin olağanüstü ilerleyişi neticesinde bugün içerisinde bulunduğumuz çağ dijital dünya ile sosyal yaşamın daha fazla entegre olduğu bir görünüme kavuşmuştur. Bireylerin diğerleri ile iletişim kurma, enformasyon edinme, film/dizi izleme, sosyalleşme ve alışveriş dahil olmak üzere birçok işini internet vasıtasıyla dijital dünyadan yürütme süreci alışlagelen düzenden farklı bir dünyaya doğru gidildiğine işaret etmektedir. İnternet dünyasının "sanal dünya" olarak adlandırılması ve bu sanal dünyanın geçekliğinin artırılmasına dair çalışmalar ile etkileşimsel bir yapay zekâ tasarımıyla karşılıklı bir yaratım söz konusudur. Sanal dünyanın "makine öğrenmesi" olarak adlandırılan yazılım programları ile kendisini sürekli ve hızlıca geliştirmesi ile bu dünya küresel çapta belirleyicilik kazanmış ve sınırların ortadan kaldırılmasına yol açmıştır (Ghahramani, 2015, s. 13) . Sanal dünyanın bu denli önem kazandığı durumda da sosyal ortamın ve kamusal alanın da görünümü, tektipliği ve sınırları yeniden oluşturulma zorunluluğu taşımaktadır. Aynı zamanda bu mecranın kolaylaştırıcı etkisinin yanında bağımlılık yapan bir tarafı da bulunmaktadır ki bu yön olumsuz etkilerin başında gelmektedir (Çömlekçi & Başol, 2019, s. 175).

Sosyal medya, dijital dünyanın bireyler arası etkileşime olanak sunan yönünü oluşturmaktadır. Burada bilgi, belge ve görüş paylaşımına önem verilmekte ve çevrimiçi imkanlar ile toplantılar düzenlemeye, canlı yayınlar yapmaya ve sohbet etmeye uygun ortam yaratılmaktadır. Günümüzde sosyal medya mecralarının mobil cihazlara da uyumlu hale getirilen uygulamaları ile bireyin yanında ve kolayca erişim sağlayabileceği yeni dünya aktif ve hızlı bir biçimde etkililik kazanmıştır.

Buralarda kullanıcının kolaylıkla üyelik oluşturabilmesi ile yakınlarından, arkadaşlarından, takip ettiği diğer kullanıcılardan ve genel olarak dünyadan haberdar olmasının önü açılmıştır.

Bauman'ın post-modern durumlarda bireyin yaşadığı çelişiklere değindiği nokta da burada açığa çıkmaktadır. Bireyin özgürlük alanında kendisini nasıl tanıtmak istiyorsa herhangi bir gerçek ve sahici bilgiye bağlı kalmadan bir kimlik yaratımı yapması mümkün hale gelmektedir ki bu durum gerçekliğin farklılaşmasına yol açmaktadır (Bauman, 1997, s. 21). Bu noktada sosyoloji açısından değinilmesi gereken önemli husus ise sosyal medyada yapılan paylaşımlar için tek belirleyicinin kişinin kendisi olmasıdır. Orada sosyalleşmek adına neyi, ne kadar ve nasıl paylaşacağını tamamen özne tayin eder hale gelmektedir. Bu kısımda kullanıcının kendi alanı ve kendi sunumu söz konusu olsa da aslında bu imajların sosyal medyada hızlıca büyüyen “akım”ların etkisi ile gerçekleştiğini de söylemek gerekmektedir.

Birey, sosyal medyayı sadece bir “ötekenden haber alma” aracı olarak da düşünmemektedir. Sosyal medya mecraları onun için aynı zamanda kendi hakkında ve kendi belirlediği doğrultuda başkalarına “gösterme” “haber verme” veya “kimlik inşası” için kullanabileceği uygun bir platform da yaratmaktadır (Chul Han, 2015, s. 40). Her biri farklı amaçlarla kullanılan ve başkaları ile etkileşime olanak sağlayan ve dünya genelinde en çok kullanıcı sayısına ulaşan uygulamalar Instagram, Youtube, Twitter, Facebook, Tiktok olarak sıralanabilmektedir. Örneğin; Instagram da fotoğraf ve anlık durum paylaşabilirken, Twitter da görüş bildirebilir ve gündemdeki olayları takip edebilirsiniz. Aynı şekilde Tiktok aracılığıyla filtreler ve dublajlar ile videolar çekebilir ve bunu Instagram ile senkronize hale getirerek orada paylaşabilirsiniz.

Sosyal medya da “içerik üretmek” ile kavramsallaştırılan ve dijital dünyaya ait jargon arasında yerini alan tabir ile Youtube veya diğer platformlardan farklı temalar üreterek takipçi ya da abone sayısı arttırabilir ve buradan maddi gelir elde edilebilir. Tamamen bireylerin “beğeni” ya da “beğenmeme”si ile şekillenen ve hızlıca başka bir gündem üretilmesine olanak tanıyan sosyal medya mecraları artık milyarlarca insanın gündelik hayatının bir parçası olmuş durumdadır.

İletişimde kalmak, haberleşmek, etkileşimde bulunmak ve gündemde olanı kaçırmamak için çaba harcama dürtüsü bugün çeşitli psikolojik rahatsızlıklara da yol açmaktadır. Fomo hastalığı, bir iş yaparken başkalarının ne yaptığını sosyal medya

araçlarından takip etme dürtüsüne karşı koyamamak ile başlayarak ciddi seviyelere ulaşan sorunlara yol açabilmektedir (Aydın, 2018, s. 6). Aynı şekilde “myspace taklitçiliği” olarak adlandırılan psikolojik rahatsızlık durumunda birey kendisine ait olmayan bir kişilik yaratarak ve başkasının birebir taklit ederek kendisine sosyal medya aracılığı ile bir kimlik oluşturabilmektedir (Sarıbay & Durgun, 2020, s. 285). Benzer şekilde sayılabilecek rahatsızlıkların başında kendini sürekli gösterme ve beğendirmeye dayalı olarak “youtube narsizmi”, sürekli bilgi edinme isteği ile “enformografi”, kendi adını aratıp bunu merak etme ile “ego sörfü” ve başkalarının fotoğraf, video veya telefonsuz kalma korkusuyla “nomofobi” gibi ya da herhangi bir içeriği beğenmeye karşı aşırı duyulan istek durumunda da “photolurking” gibi sorunlar açığa çıkabilmektedir (Dossey, 2014, s. 71). Bu durum da bireylerin gündelik hayatını, diğer insanlar ile olan yüz yüze ilişkilerini etkileyen ve sosyalleşme de yaşadıkları çeşitli zorlukların başlıca sebebi olarak gösterilebilen sıkıntılar meydana getirebilmektedir. Aşırı sosyal medya kullanımı ile bireyin sosyal hayatının ve aile yaşamının kesintiye uğraması da söz konusudur (Eşitti, 2015, s. 82) .

Bahsedilen hususlar ve neticeleri itibariyle bakıldığında sosyal medyanın birey üzerinde ne kadar “etkin, fail veya eyleyen” olduğu görülmektedir. İçerik üreten ve aktif olarak kullanıcı kabul edilen birey için gerçeği maskeleyen ya da doğrudan gerçek olarak adlandırdığı bu alanın sınırsızlığının ve birey üzerindeki belirleyiciliğinin keskin etkileri gözlemlenebilmektedir.

Sosyal fobi olarak adlandırılan ve sosyopat kabul edilen bireylerin sosyal medya vasıtasıyla kendilerini ifade etmeleri ve tanıtılmaları gerçekleşse de bu kişilerin yüz yüze olan ilişkilerde daha kısıtlı ve pasif durumda olduğu, çekingenlik yaşadığı da yapılan araştırmalar ile açığa çıkmaktadır (Caplan, 2007, s. 237). Son derece dinamik olan bu dünyadan mahrum kalmama ve merak etme duygularına karşı koyamama bireylerin gündelik hayatında baskın gelen düşüncelerdendir.

Sanal ve gerçek dünyanın birbirine karışması ve sınırlılıklarının ortadan kalkarak kapsamının geniş çevrelere kadar ulaşması Bruno Latour'un işaret ettiği üzere birey-nesne arasındaki ikiliğinde gerçek olmadığını ve böyle bir dikotominin kabul edilmesinin etkileşimselliğin zirvelere ulaştığı dijital çağda geçerliliği kabul edilemeyecek bir ölçüt haline geldiğini göstermektedir.

Bireyler tarafından sosyal medya aracılığıyla oluşturulan ve gelişime olanak da tanıyan bir dünya var ise de aynı zamanda bu dünyanın birey üzerinde artarak devamlı bir etkisinin olduğunu da kabul etmeliyiz. Haliyle Bruno Latour açısından bakmayıp da sadece insan eyleyenlerin aktif olduğu ve eylemde bulunabildiği durumlara işaret edecek olursak sosyal medyanın bireyin üzerinde dürtülerini harekete geçirerek ve cazibe merkezi haline gelerek esas dünyayı içerisine hapsetmesini ve belirleyiciliğini gözden kaçırmış oluruz. Bu tek taraflı okuma ve birey merkezli teorilere bağlı kalma bizleri eksik kalacak bir noktaya ulaştıracaktır. Böylesine bir durumda günümüz dünyasındaki dijital gelişim ve dönüşümü açıklamak güç hale gelecektir. Belirleyicilik, farklı açıdan bakılması ve dikkate alınması gereken hassas bir konudur. Bu genişleme ise dijital dünyada sosyal medyanın ve diğer platformların etkileşimsel olanaklarının artması neticesinde meydana getirilmiştir. Yeniden bir kamusal alan yaratılmakta ve bu alanın sınırlılıkları her geçen gün değişerek hem uygulamaların sunduğu imkanlar hem de bireylerin kullanım tercihleri doğrultusunda yeniden yaratılmaktadır.

Sosyal medya aynı zamanda pazarlama açısından da etkin olarak kullanılmaktadır. Xiang ve Gretzel (2010) sosyal medyanın internette tüketici tarafından üretilen içeriği taşıma görevini üstlenen ilk araç olduğunu belirtmektedirler. Sosyal medya, insanlara sunduğu mesaj gönderme, yorum ve beğenilerde bulunma, fikir ve düşüncelerini paylaşma, bilgi edinme, canlı ve görüntülü aramalara izin verme hizmetleriyle bireylerin yazılı ya da görsel olarak ayırt etmeksizin her türlü kendilik sunumlarına izin veren bir ortam yaratmaktadır. Yaratılan bu sosyal ortam, sosyalleşme olanaklarını ve karşılıklı olarak katılımı her geçen gün geliştirmekte ve hızlıca farklı bir boyuta doğru evrilmektedir.

Sosyal medya platformlarını uygulamaları üzerinden kullanmak için dijital cihazlara indirildiğinde kurulumunu sağlamak amacıyla belli başlı izinlere gerek duyulmaktadır. Bunlardan başlıcalarını kişilere erişim, konuma erişim, medya/galeri ve seslere erişim gibi bireysel alana doğrudan dahil edilebilecek kişisel bilgilerin erişilmesine izin verilmesi oluşturmaktadır. Buradan elde edilen verilerin uygulamayı hizmete sunanlar tarafından depolandığı ve gizli kalması gereken alanlara müdahil olabildikleri bilinmektedir. Bu vesileler ile bireylerin tanımlanması ve cihazdaki hareketlerinin incelenmesi de kolaylaşmaktadır. Sosyal medyada geçirilen vakit, yapılan beğeniler, dijital cihazlara indirilen dosya ve içerikler, internette gezinilen siteler, aranan

anahtar kelimeler ve etkileşim kurulan kişiler gibi çoğaltılabilecek sayısız alanda yapay zekanın makine öğrenmesi olarak adlandırılan yazılımı içerisinde bireyin hoşuna gidebileceği kişi ve olayları veya satın alabileceğini düşündüğü marka, reklam veya nesnelere bir şekilde karşısına getirmekte ve bireyin internet dünyası içerisindeki hareketlerini yönlendirmektedir. Bu durumda aslında birey kendi yaşamında kendine ait olduğunu düşündüğü alanında özgürce hareket edebildiğini ve kontrolün kendisinde olduğunu varsaymaktadır. Ancak durumun böyle olmadığı yapılan araştırmalarca da kanıtlanmaktadır. Bireylerin duygu, düşünce ve yaşayış biçimlerine etki eden, yönlendiren ve satın alma eğilimlerini etkileyerek sahip olma dürtüsü uyandıran bir mecranın etkileşimsel durumundan bahsetmekteyiz (Gedik, 2020, s. 260).

Birey açısından doğru sürede, doğru zamanda ve gerekli yönergeleri uygulayarak internet dünyasında hareket etme kabiliyeti "dijital okur-yazarlık" olarak adlandırılmaktadır. Her yaş grubundan birey için dijitali doğru sınırlar çerçevesinde kullanmanın öğrenilmesi onun kişi üzerindeki etkinliğinin azaltılması açısından hayati önem arz etmektedir. 21.yüzyıl internetin ve yapay zekanın çağı olarak da bilinmektedir. Bunun sebebi teknolojinin artan önemi ve hayatın tüm kılcal damarlarına erişiminden kaynaklanmaktadır. İş dünyası, oyun ve eğlence dünyası, sosyal ortam, market ve Pazar sektörü, iletişim sektörü, sağlık sektörü, eğitim ve öğretim dünyası gibi hayatın her kolunu oluşturan kurum ve yapılar internet dünyasında varlık göstermenin ve işleyişlerini bu dünya aracılığıyla artırmanın imkân ve fırsatlarını kullanma yarışına girmiş bulunmaktadır (Şener & Yücel, 2020, s. 271). Durum böyle olunca bireysel olarak özellikle küresel salgından (Covid-19 Pandemisi) sonra dijital dünyadan ayrı kalmanın ve burada varlık göstermeden sosyal yaşamına devam edebilmenin sınırları oldukça daralmıştır. Bireyler birbirleri ile iletişim kurma ve gündelik hayatta ne yaptığını ne yaşadığını, nasıl hissettiğini anlatma ve gösterme ihtiyacı duyduğundan beri sosyal medyanın nüfuzunun artması da gerçekleşmiştir. Bireyler açısından sosyal medya sadece iletişim kurma aracından çok daha fazlasını ifade eder hale gelmiştir (Baydilli, 2021, s. 562). Bu süreç nüfusun artmasına ve teknolojinin yaygınlaşarak gündelik hayatta etkililiğini artırmasına paralel olarak gittikçe hızlanmaktadır.

Bireyler burada bir şeyler üretme ve yaratma potansiyeline de erişmekte, kendi bireyselliğini ön plana çıkarabilmektedir. Bireyin bu durumda tek belirleyici ya da kural koyucu olduğunu iddia etmek doğru olmayacaktır. Burada aynı zamanda nesne tarafından belirlenen bir kullanıcı da yaratılmakta ve dijital dünyanın piyasasında, onun tanıdığı sınırlar doğrultusunda hareket edilmektedir.

Sonuç

Bu çalışmada sosyal medya kültürünün aktif olarak rol aldığı ve hızla yayılmaya başladığı “dijital çağ” olarak adlandırılan bu dönemde mevcut mecralardaki bireylerin hareketlerine ve bu dünyanın kullanıcılar üzerindeki belirleyiciliğine değinilmeye çalışıldı. Burada kısaca yürüttüğümüz bu tartışmada amaç Bruno Latour’un insan merkezli açıklamaları reddeden ve alternatif bir yönden bakmaya yönlendiren açıklamalarını takip ederek bireylerin sosyal medya ile olan ilişkisinde kullanım, aktif paylaşım ya da bağımlı olma gibi süreçlerde tek belirleyici olmadığını göstermektir. Bireylerin toplumsal dünya olarak adlandırdıkları ve çoğu zaman mekân birlikteliğine işaret eden ortaklığın artık değişmiş olduğu ve sınırların ortadan kaldırılarak bilişim teknolojileri ile uyumlu ve dijitalleşen toplumsal birlikteliklerin ortaya çıktığı bir dünyaya geçmiş bulunmaktayız. Birey açısından gelişmeleri takip etmek ve yeniliklere fırsat tanımak insanlık tarihi boyunca ilerlemenin mihenk taşlarından birisi olarak kabul edilmektedir. Ancak akıl süzgecinden geçirmeden her şeyi yakalama yarışına girme, dijitalden dikte edilen komutlara uyma ya da hayatını sosyal medya mecralarındaki görünümü üzerinden yürütme eylemleri bireyin bu noktada belirlenen ve pasif bir özneye dönüşmesine yol açacaktır. Birey, sanal ile gerçek arasında gittikçe karmaşıklaşan ayırımı kaybolacak ve kendi toplumsal rollerini atlayarak oradaki kullanıcı/üye/oyuncu rolünü ön planda tutmaya başlayacaktır. Bunu Bruno Latour açısından okursak bu durumda bireyin ve nesnenin kesin ayrımının da bulanıklaşarak yaşamda iç içe geçtiğini görmüş olacağız.

Sosyal medyanın hayatı ne kadar ve ne düzeyde etkilediğini konuşmak için çalışmaların henüz başlangıç noktasında olduğu bir gerçeklik olarak karşımızda durmaktadır. Bu hızlı ve sürekli bir şekilde değişen dünyanın nerede ve nasıl bir durağanlık kazanacağını ve orada nelerin olacağını kestirimini bugünden yapmak zor olacaktır. Mevcut durum üzerinden distopya veya ütopya olarak adlandırılan kötü ya da

iyi bir tahayyülde bulunmak mümkün olsa da bu değişken ve kaygan zemin tutarlılık açısından sıkıntıları barındırmaktadır. Fakat burada iddia edilen ve bilinen bir gerçeklik vardır ki birey bu sistem içerisinde artık tek eyleyen aktör olarak mevcut konumunu kaybetmiş bulunmaktadır.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı: Makalenin hazırlanmasında bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun hareket edilmiştir.

KAYNAKÇA

- Akgül, S. K., ve Pazarbaşı, B. (2020). *Dijital(in)Ritmi İletişim, Medya ve Kültür Alanında Yeni Perspektifler*. Hiperyayıncılık.
- Aydın, H. (2018). Sosyal Medya Trendi Olan Fomo'nun Pazarlama Alanında Kullanımı Üzerine Bir Literatür Taraması. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-9.
- Baudrillard, J. (2010). *Nesneler Sistemi*. (O. Adanır, Çev.) Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Bauman, Z. (1997). *Postmodernity and its Discontents*. Polity Press.
- Baydilli, İ. (2021). Covid-19 Sürecinin Sosyal Medyaya Yansımaları (Bir Metasentez Çalışması). *Erciyes İletişim Dergisi*, 8(2), 551-573.
- Candan, G. (2020). Glokalizasyon Bağlamında Netflix Reklamları: Göstergibilimsel Bir Analiz. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 2(1), 3-15.
- Caplan, S. (2007). Relations Among Loneliness, Social Anxiety, and Problematic Internet Use. *Cyber Psychology and Human Behavior*, 10(2), 234-242.
- Chul Han, B. (2015). *Şeffaflık Toplumu*. (H. Barışcan, Çev.). Metis Yayınları.
- Çömlekçi, M. F., ve Başol, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanımı Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188.
- Dossey, L. (2014). FOMO, Digital Dementia, and Our Dangerous Experiment. *Explore: The Journal of Science and Healing*, 10(2), 69-73.
- Eşitti, Ş. (2015). Bilgi Çağında Problemler İnternet Kullanımı ve Enformasyon Obezitesi: Problemler İnternet Kullanımı Ölçeğinin Üniversite Öğrencilerine Uygulanması. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 49, 75-97.
- Gedik, Y. (2020). Pazarlamada Yeni Bir Çerçeve: Sosyal Medya ve Web 2.0. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 3(1), 252-269.
- Ghahramani, Z. (2015). Probabilistic Machine Learning and Artificial Intelligence. *Nature*, 521, 452-459.
- Gökler, M. E., Aydın, R., Ünal, E., ve Metintaş, S. (2016). Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğinin Türkçe Sürümünün Geçerlilik ve Güvenirliğinin Değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17, 53-59.
- Habermas, J. (2003). *Kamusalığın Yapısal Dönüşümü*. (M. Sancar, T. Bora, Çev.). İletişim Yayınları.
- Habermas, J. (2009). *Doğalcılık ve Din Arasında: Felsefi Denemeler*. (A. Nalbant, Çev.) Yapı Kredi Yayınları.

- Köroğlu, C. K. (2013). Klasik Kamusal Alan Modelleri ve Türkiye'nin Kamusal Alan Tecrübesi Üzerine Bir Değerlendirme. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 4(6), 913-936.
- Kuşay, Y. (2013). *Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık Facebook Üzerine Bir Araştırma*. Beta Yayınları.
- Küçükboşancı, H. (2020). Sosyal Medya Kullanımının Kişiler Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 13(4), 435-441.
- Latour, B. (2008). Biz Hiç Modern Olmadık. (İ. Malak Uysal, Çev.). Norgunk Yayıncılık.
- Latour, B. (2018). *Rota;Politikada Yönümüzü Nasıl Bulacağız?* (O. Türkay, Çev.). Kolektif Yayıncılık.
- Latour, B. (2021). *Toplumsal Yeniden Toplama Aktör-Ağ Teorisine Giriş*. (N. Bingöl, Çev.). Tellekt.
- Mcluhan, M., ve Powers, B. (2020). *Global Köy 21.Yüzyıl Yaşamında ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler*. (B.Öcal Düzgören, Çev.). Scala Yayıncılık.
- Oktay, A. (2002). *Türkiye'de Popüler Kültür*. Everest Alfa Yayınları.
- Özbudun, S. (2003). *Kültür Halleri Geçmişte, Ötelerde, Günümüzde*. Ütopya Yayınevi.
- Jenkins, R. (2016). *Bir Kavramın Anatomisi Sosyal Kimlik*. (G. Bostancı, Çev.). Everest Alfa Yayınları.
- Sarıbay, B., ve Durgun, G. (2020). Dokunmatik Toplamların Fobileri: Netlessfobi, Nomofobi ve Fomo Kavramları Üzerine Bir İçerik Analizi Çalışması. *İstanbul Yaşar Üniversitesi e-Dergisi*, 15(Special Issue on Business and Organization Research), 280-294
- Sarıgül, F. A. (2019). *Popüler Kültür Nedir? Ne Değildir?*. Altınbaş Üniversitesi Yayınları.
- Seyfi, M., ve Arpacı, İ. (2016). The Relationship Between Appearance Concerns and Selfie Sharing on Social Media. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 51, 143-154.
- Şener, A., ve Yücel, S. (2020). Sosyal Medyanın Y Kuşağı Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etikisi: Bir Literatür İncelemesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 65, 265-284.
- Torun, T. (2020). Jürgen Habermas'ın Kamusal Alan Kavrayışı: Rasyonel Politik İrade Oluşumu. *Kaygı*, 19(1), 220-238.
- Uluç, G., ve Yarıcı, A. (2017). Sosyal Medya Kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 52, 88-102.
- Yüzer, T. V., Kurubucak, G., ve Okur, M. (2018). *Dijital Okuryazarlık*. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Basımevi.