

Yayın Geliş Tarihi: 12.02.2025.
Yayına Kabul Tarihi: 19.03.2025
Online Yayın Tarihi: 15.06.2025
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1638697>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 27, Sayı: 2, Yıl: 2025, Sayfa: 755-772
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

İLETİŞİM KURAMLARININ İŞLEVSELLİK AÇISINDAN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Nurgül ERGÜL*

Öz¹

Bu çalışma, iletişim kuramlarının işlevselliğini işlevselcilik bağlamında ve medyanın dört temel işlevi çerçevesinde analiz etmeyi amaçlamaktadır. Medyanın bilgilendirme, eğlendirme, sosyalleştirme ve kamuoyu oluşturma işlevleri doğrultusunda, farklı iletişim kuramlarının toplumsal etkileri karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Bulgular, her kuramın medyanın farklı işlevlerine özgün katkılar sunduğunu ortaya koymaktadır. Göstergebilim ve Yapısalcılık, anlam üretimi ve semboller aracılığıyla toplumsal yapıları şekillendirirken, Sihirli Mermi Kuramı, medya mesajlarının doğrudan ve kısa vadeli etkilerini vurgulamaktadır. Frankfurt Okulu ve Eleştirel Kuram, medya aracılığıyla ideolojik hegemoninin nasıl sürdürüldüğünü ele alırken, Gündem Belirleme Kuramı medyanın toplumsal öncelikleri yönlendirme gücünü incelemektedir. Kültürel Çalışmalar ve Teknolojik Belirleyicilik Kuramı ise medyanın bireysel ve toplumsal sosyalleşme süreçlerine etkisini analiz etmektedir. Literatürde bu kuramların işlevlerine yönelik karşılaştırmalı bir analize rastlanmamıştır. Çalışma, iletişim kuramları ve medyanın işlevleri arasındaki ilişkiyi kapsamlı bir şekilde ve karşılaştırmalı değerlendirerek disipline katkı sunmaktadır. Gelecekteki araştırmalar, bu kuramların dijital medya bağlamında nasıl yeniden yapılandığını inceleyerek iletişim süreçlerindeki dönüşümlere yönelik yeni teorik açılımlar sağlayabilir.

Anahtar Kelimeler: İletişim Çalışmaları, İletişim Kuramları, İletişim Sosyolojisi, İşlevsellik.

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Ergül, N. (2025). İletişim kuramlarının işlevsellik açısından karşılaştırmalı analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27 (2), 755-772.

*Öğr. Gör. Dr. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Yıldızeli MYO, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı, ORCID ID: 0000-0002-9473-1474, nurgulergul@gmail.com

¹Bu makale için etik kurul raporu gerekmemektedir ve çalışmada herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

COMPARATIVE ANALYSIS OF COMMUNICATION THEORIES IN TERMS OF FUNCTIONALIT

Abstract

This study aims to analyze the functionality of communication theories within the framework of functionalism and the four fundamental functions of the media. The societal impacts of different communication theories have been comparatively evaluated in relation to the media's functions of information dissemination, entertainment, socialization, and public opinion formation. The findings indicate that each theory contributes uniquely to different media functions. Semiotics and Structuralism shape social structures through meaning production and symbols, while the Hypodermic Needle Theory emphasizes the direct and short-term effects of media messages. The Frankfurt School and Critical Theory examine how ideological hegemony is maintained through media, whereas the Agenda-Setting Theory explores the media's power in shaping societal priorities. Cultural Studies and Technological Determinism analyze the role of media in individual and societal socialization processes. A comparative analysis of these theories' functions has not been previously identified in the literature. This study provides a comprehensive and comparative assessment of the relationship between communication theories and media functions, contributing to the discipline. Future research may examine how these theories are restructured in the context of digital media and propose new theoretical perspectives on the transformation of communication processes.

Keywords: *Communication Studies, Communication Theories, Communication Sociology, Functionality.*

GİRİŞ

İletişim kuramları, bireyler, gruplar ve toplumlar arasındaki etkileşim süreçlerini anlamlandırmada temel bir rol oynar. Bu kuramlar, iletişim süreçlerinin işlevlerini açıklamakla kalmaz, aynı zamanda toplumsal, kültürel ve teknolojik dönüşümler bağlamında iletişim araçlarının nasıl işlediğini de analiz eder. İletişim kuramları tarihsel süreç içerisinde farklı paradigmlar etrafında şekillenmiş ve her biri iletişim olgusunu farklı açılardan ele almıştır. Örneğin, Göstergebilim Kuramı (Saussure, 1916), anlam üretim süreçlerini “gösteren” (şekil) ve “gösterilen” (anlam) arasındaki ilişki üzerinden inceleyerek modern iletişim çalışmalarına teorik bir çerçeve sunmuştur. Teknolojik Belirleyicilik Kuramı (McLuhan, 1964) ise iletişim teknolojilerinin bireysel ve toplumsal yapılar üzerindeki dönüştürücü etkisini vurgulamış ve “Araç mesajdır” kavramıyla bu etkilerin iletişim süreçlerinde belirleyici olduğunu öne sürmüştür. Medyanın birey ve toplum üzerindeki etkileri, özellikle 20. yüzyıl boyunca geliştirilen çeşitli iletişim kuramları aracılığıyla açıklanmıştır. Sihirli Mermi Kuramı (Lasswell, 1927), medya mesajlarının

izleyiciler üzerinde doğrudan ve güçlü etkileri olduğunu savunurken, Frankfurt Okulu'nun Eleştirel Kuramı (Horkheimer & Adorno, 1944), medyanın kapitalist sistemde toplumsal kontrol aracı olarak nasıl işlev gördüğünü eleştirel bir bakış açısıyla analiz etmiştir. İki Aşamalı Akış Kuramı (Katz & Lazarsfeld, 1955), medya etkilerinin kanaat önderleri aracılığıyla topluma yayıldığını ve sosyal bağların medya üzerindeki etkilerini nasıl şekillendirdiğini ortaya koymuştur. Bununla birlikte, medya içeriklerinin nasıl seçildiğini ve topluma sunulduğunu açıklayan Eşik Bekçiliği Kuramı (White, 1950), medya profesyonellerinin haber ve bilgi akışını nasıl yönlendirdiğini analiz etmiştir. Kültürel Göstergeler Kuramı (Gerbner, 1972) ise medya içeriğinin uzun vadede bireylerin dünya görüşü üzerindeki etkisini incelemiştir. Gündem Belirleme Kuramı (McCombs & Shaw, 1972), medyanın toplumsal öncelikleri belirlemedeki rolünü vurgulamış, Suskunluk Sarmalı Kuramı (Noelle-Neumann, 1974) ise bireylerin toplumsal baskılar nedeniyle görüşlerini açıklamaktan çekinmelerini incelemiştir. Diğer taraftan, Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı (Blumler & Katz, 1974), bireylerin medya kullanımlarını aktif bir süreç olarak ele alarak, kişisel ve toplumsal ihtiyaçlarını karşılamak için medyayı nasıl kullandığını araştırmıştır. Kültürel Çalışmalar (Hall, 1980) kuramı ise medya içeriğinin alıcılar tarafından aktif olarak yorumlandığını ve anlam üretim sürecinin kültürel faktörlerle şekillendiğini savunmaktadır. Medyanın temel işlevleri: Bilgilendirme, eğlendirme, sosyalleştirme ve kamuoyu oluşturma bağlamında iletişim kuramları işlevsel bir çerçeve sunmaktadır. Örneğin, Laswell'in İletişim Modeli (Laswell, 1948), "Kim, neyi, hangi kanal aracılığıyla, kime, hangi etkiyle iletiyor?" soruları üzerinden iletişim süreçlerinin temel yapı taşlarını analiz ederken, Schramm'ın İletişim Modeli (Schramm, 1954), geri bildirim süreçlerine dikkat çekerek iletişimin döngüsel doğasını vurgulamıştır. Günümüzde ise dijitalleşme ve küreselleşme ile iletişim kuramları yeni teorik çerçevelerle yeniden şekillenmektedir. Dijitalleşmenin etkileri, bireylerin medya kullanım biçimlerini değiştirerek, geleneksel iletişim kuramlarının genişletilmesini ve güncellenmesini zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda, Dijital Medya Ekosistemi ve Yeni Medya Kuramları, bireylerin dijital platformlar üzerindeki etkileşimlerini inceleyerek iletişimin doğasına dair yeni açılımlar sunmaktadır (Jenkins, 2006). Bu çalışma, iletişim kuramlarının işlevsellik açısından değerlendirilmesini hedeflemektedir. Literatürde, iletişim kuramlarının toplumsal işlevleri ve medyanın temel işlevleri bağlamında detaylı bir karşılaştırmaya yeterince yer verilmediği gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, çalışma, iletişim kuramlarının bireyler ve toplum üzerindeki pratik etkilerini analiz ederek literatüre özgün bir katkı sunmayı amaçlamaktadır. Araştırma, iletişim kuramlarının hem teorik çerçevelerini hem de dijitalleşme ve küreselleşme çağındaki yeniden yorumlanma potansiyellerini inceleyerek, bu kuramların medya işlevleri bağlamındaki katkılarını derinlemesine tartışacaktır. Araştırma aşağıdaki sorular etrafında şekillendirilmiştir:

1. İletişim kuramları, bireyler ve toplumlar üzerindeki işlevlerini nasıl yerine getirmektedir?

2. İletişim kuramlarının işlevselliği, medyanın temel işlevleri bağlamında nasıl değerlendirilebilir?
3. Dijitalleşme ve küreselleşme çağında iletişim kuramları nasıl yeniden yorumlanabilir?

Bu sorulara yanıt arayan çalışma, teorik ve metodolojik yaklaşımları bir araya getirerek iletişim çalışmalarına yeni bir perspektif sunmayı hedeflemektedir.

KAVRAMSAL ARKA PLAN

İşlevselcilik, toplumsal yapıları ve bu yapıların işleyişini anlamlandırmak için hem sosyoloji hem de iletişim çalışmaları alanında kullanılan önemli bir teorik çerçevedir. Bu yaklaşım, toplumun bir sistem olarak işlediğini ve her bir bileşenin bu sistemin bütününe katkı sağladığını öne sürer (Parsons, 1951). İşlevselciliğin temel amacı, toplumsal düzenin nasıl korunduğunu, normların ve değerlerin nasıl aktarıldığını ve bireylerin topluma nasıl entegre edildiğini açıklamaktır. Medya da bu süreçte, toplumsal normların aktarılması ve toplumun bütünleşmesi gibi kritik işlevler üstlenir (Lasswell, 1948; Wright, 1960). İşlevselcilik, toplumu bir sistem olarak görür ve bu sistemin çeşitli parçalarının (örneğin aile, eğitim, din) belirli işlevler üstlendiğini savunur. Bu yaklaşıma göre, toplumsal düzen, normlar, değerler ve gelenekler aracılığıyla korunur (Durkheim, 1895). Talcott Parsons (1951), toplumsal sistemin sürdürülebilirliğini sağlamak için dört temel işlevi tanımlamıştır:

1. Adaptasyon: Çevresel kaynakların kullanımı ve yönetimi.
2. Hedeflere Ulaşım: Toplumun ortak hedefler belirlemesi ve bu hedeflere ulaşması.
3. Bütünleşme: Toplumsal sistemin parçalarının bir arada çalışmasını sağlayan süreçler.
4. Latent Fonksiyonlar: Toplumsal norm ve değerlerin sürekliliğini sağlayan işlevler.

Robert K. Merton (1968), bu yaklaşımı genişleterek işlevleri “açık” (manifeste) ve “gizli” (latent) işlevler olarak ikiye ayırmıştır. Merton ayrıca, toplumsal yapıların sistem için zararlı olabileceğini ifade eden "disfonksiyon" kavramını tanıtmış ve işlevselciliğin toplumsal yapıların karmaşıklığını daha iyi anlamasına olanak sağlamıştır. İletişim alanında işlevselcilik, medyanın toplumsal sistemdeki rolünü anlamaya yönelik bir çerçeve sunar. Medyanın işlevleri genellikle şu başlıklar altında incelenir (Lasswell, 1948; Wright, 1960):

1. Bilgilendirme: Medya, bireyleri çevresel olaylar ve toplumsal gelişmeler hakkında bilgilendirir.
2. Eğlendirme: Medya, bireylerin boş zamanlarını değerlendirmelerini ve rahatlamalarını sağlar.

3. Sosyalleştirme: Toplumsal normlar ve değerler medya aracılığıyla bireylere aktarılır.
4. Kamuoyu Oluşturma: Medya, bireylerin toplumsal konular hakkında bilinçlenmesine ve görüş geliştirmesine katkıda bulunur.

George Gerbner'ın Kültürel Göstergeler Kuramı (1972), medyanın uzun vadede toplumsal algılar ve kültürel normlar üzerindeki etkisini analiz eder. Medya, toplumsal gerçeklik algısını biçimlendirir ve bireyler arasında bir bütünlük sağlayarak toplumsal dayanışmaya katkıda bulunur. İşlevselcilik, toplumu genellikle statik bir sistem olarak ele aldığı için eleştirilmiştir. Çatışma teorisyenleri, bu yaklaşımın toplumsal eşitsizlikleri görmezden geldiğini ve mevcut egemen ideolojileri meşrulaştırdığını ileri sürer (Habermas, 1984; Dahrendorf, 1959). Ayrıca, eleştirel iletişim teorisyenleri, işlevselciliğin medya içeriklerinin ideolojik işlevlerini yeterince dikkate almadığını belirtmişlerdir. Örneğin, Frankfurt Okulu düşünürleri, medyanın kapitalist sistemin sürdürülmesinde nasıl bir kontrol aracı olarak işlev gördüğünü açıklamıştır (Horkheimer & Adorno, 1944). İşlevselcilik üzerine yapılan çalışmalar, genellikle toplumsal düzenin korunmasına odaklanmış; ancak bu yaklaşım, dijitalleşme ve küreselleşme bağlamında medya ve iletişim süreçlerinde ortaya çıkan yeni işlevleri yeterince incelememiştir. Medyanın toplumsal normların yeniden inşasındaki rolü ve bireyler arası iletişimdeki dönüşümler, işlevselcilik çerçevesinde daha kapsamlı bir şekilde ele alınmayı bekleyen konular arasında yer almaktadır. Bu çalışma, işlevselciliğin hem teorik temellerini hem de medya ve iletişim süreçlerindeki uygulamalarını yeniden değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Çalışma, iletişim kuramlarının işlevsellik açısından bir karşılaştırmasını sunarak literatürdeki boşlukları doldurmayı ve dijitalleşme çağında kuramların yeniden yorumlanmasına katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda, araştırma, iletişim kuramlarının hem toplumsal yapılar üzerindeki pratik etkilerini hem de kuramsal çerçevelerini detaylı bir şekilde analiz etmektedir.

İŞLEVSELÇİLİK KURAMI İLE İLETİŞİM KURAMLARI İLİŞKİSİ

İşlevselcilik kuramı, toplumun bir bütün olarak düzen içinde işlemlerini sağlayan yapılar ve bu yapıların işlevleri üzerine odaklanır. Emile Durkheim ve Talcott Parsons gibi düşünürlerin geliştirdiği işlevselcilik, toplumu bir sistem olarak ele alır ve her bir bileşenin (medya, eğitim, aile, din vb.) toplumsal düzenin devamı için belirli roller üstlendiğini savunur. İletişim kuramları açısından bakıldığında işlevselcilik kuramı, medyanın toplumda yerine getirdiği işlevleri analiz eder. Lasswell ve Wright tarafından geliştirilen medya işlevleri modeli, medyanın bilgilendirme, eğlendirme, sosyalleştirme ve kamuoyu oluşturma gibi temel işlevlerini tanımlar. İşlevselcilik, iletişim kuramlarını bu dört temel medya işlevi bağlamında analiz ederek toplumsal düzen ve denge üzerindeki etkilerini inceler. Bilgilendirme işlevi açısından Gündem Belirleme Kuramı, Kültürel Göstergeler

Kuramı ve Eşik Bekçiliği Kuramı ele alınmaktadır. İşlevselcilik, medyanın toplumun bilgilendirilmesi sürecinde oynadığı rolü vurgular. Gündem Belirleme Kuramı, medyanın hangi bilgileri ön plana çıkararak kamuoyunu yönlendirdiğini analiz eder. Kültürel Göstergeler Kuramı, medyanın uzun vadede nasıl bir dünya görüşü oluşturduğunu ele alır. Eşik Bekçiliği Kuramı, medyada hangi haberlerin yayımlandığını ve nasıl filtrelendiğini değerlendirir. Eğlendirme işlevi açısından Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı ve Kültürel Çalışmalar önemli görülmektedir. İşlevselcilik, medyanın insanlara boş zamanlarını değerlendirme, rahatlama ve eğlenme gibi işlevler sunduğunu belirtir. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı, bireylerin medya tüketiminde aktif roller oynadığını ve medyadan çeşitli tatminler sağladığını ortaya koyar. Kültürel Çalışmalar, medya içeriklerinin nasıl farklı kültürel bağlamlarda farklı anlamlar kazandığını analiz eder. Sosyalleştirme işlevi açısından Frankfurt Okulu, Göstergebilim ve Teknolojik Belirleyicilik öne çıkmaktadır. İşlevselcilik, medyanın bireylere toplumsal normları, değerleri ve kimlikleri aktarmada önemli bir rol oynadığını savunur. Frankfurt Okulu, medyanın bu süreci nasıl ideolojik hegemonya yaratmak için kullandığını eleştirir. Göstergebilim, medyanın anlam üretimi süreçlerinde semboller ve gösteren-gösterilen ilişkisi ile nasıl sosyalleşmeyi sağladığını analiz eder. Teknolojik Belirleyicilik, iletişim teknolojilerinin sosyalleşme sürecini nasıl şekillendirdiğini açıklar. Kamuoyu oluşturma işlevi açısından Suskunluk Sarmalı, Gündem Belirleme ve İki Aşamalı Akış Kuramı değerlendirilmektedir. İşlevselcilik, medyanın kamuoyu oluşturarak toplumsal uzlaşa veya baskı oluşturabileceğini ifade eder. Suskunluk Sarmalı Kuramı, bireylerin toplumdaki baskın görüşlere uyum sağlamaya nasıl zorlandığını analiz eder. Gündem Belirleme Kuramı, medyanın hangi konuların önemli olduğunu belirleyerek kamuoyunu nasıl yönlendirdiğini açıklar. İki Aşamalı Akış Kuramı, medyanın kanaat önderleri aracılığıyla nasıl kamuoyu oluşturduğunu değerlendirir. İşlevselcilik, iletişim araştırmalarında genellikle nitel ve nicel araştırma yöntemlerini birlikte kullanır. İşlevselci analizler, medya ve iletişim süreçlerinin toplumsal düzen üzerindeki etkisini anlamak için sistematik veri toplama, içerik analizi ve deneysel yöntemler kullanır. İçerik analizi özellikle Gündem Belirleme ve Eşik Bekçiliği Kuramları ile haber içeriklerinde hangi konuların ön planda olduğunu belirlemek için kullanılır. Kültürel Göstergeler Kuramı, uzun vadede medya mesajlarının nasıl bir dünya görüşü oluşturduğunu analiz etmek için içerik analizinden faydalanır. Anket ve deneysel yöntemler de işlevselcilik ile ilişkilidir. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı, bireylerin medya kullanım alışkanlıklarını anlamak için anket yöntemini kullanır. Sihirli Mermi Kuramı ve Suskunluk Sarmalı Kuramı, bireylerin medya mesajlarına verdikleri tepkileri deneysel araştırmalarla test eder. Görsel ve söylem analizi açısından Göstergebilim ve Kültürel Çalışmalar, medya içeriklerinde kullanılan semboller ve anlamlar üzerine derinlemesine söylem analizi yapar. Frankfurt Okulu, medyanın ideolojik yönlendirmelerini incelemek için eleştirel söylem analizi kullanır. Ağ analizi ve dijital medya çalışmaları da günümüzde işlevselcilik ile ilişkilendirilmektedir. Dijital medya kuramları, sosyal medya platformlarında etkileşimleri incelemek için ağ analizi ve büyük veri yöntemlerini kullanır.

Teknolojik Belirleyicilik Kuramı, iletişim teknolojilerinin toplumsal yapı üzerindeki etkisini analiz etmek için dijital medya verilerini kullanır. İşlevselcilik, iletişim kuramlarını medyanın toplumsal işlevleri bağlamında analiz ederek medya etkilerini anlamlandırmaya yardımcı olur. Medyanın bilgilendirme, eğlendirme, sosyalleştirme ve kamuoyu oluşturma işlevleri çerçevesinde iletişim kuramlarını kategorize eder ve bu kuramların toplum üzerindeki etkilerini değerlendirir. İşlevselcilik yöntemsel olarak içerik analizi, söylem analizi, anket ve deneysel çalışmalar gibi çeşitli araştırma tekniklerini kullanarak medya süreçlerini inceler. Bu bağlamda işlevselcilik, iletişim kuramlarının medya üzerindeki etkisini değerlendirmek için güçlü bir teorik çerçeve sağlar. Özellikle medya-sistem ilişkisini açıklamada ve iletişim süreçlerinin toplumsal düzen üzerindeki rollerini anlamada önemli bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışma, iletişim kuramlarının işlevselliğini değerlendirmek amacıyla betimsel ve karşılaştırmalı bir araştırma tasarımı benimsemiştir. Çalışma, nitel araştırma yöntemleri çerçevesinde ele alınmış olup, literatür taraması, içerik analizi ve tematik kodlama yöntemleri bir arada kullanılmıştır (Creswell, 2014; Yıldırım & Şimşek, 2018).

Veri Toplama Süreci

Araştırmanın veri toplama süreci, sistematik bir literatür taraması ile başlamış ve iletişim kuramlarıyla ilgili ulusal ve uluslararası akademik kaynaklar incelenmiştir. Bu süreçte, Web of Science, Scopus, Google Scholar ve YÖK Ulusal Tez Merkezi gibi veri tabanlarından hakemli dergilerde yayımlanmış makaleler, akademik kitaplar ve tezler taranmıştır. Özellikle Saussure (1916), McLuhan (1964), Noelle-Neumann (1974), McCombs & Shaw (1972), Gerbner (1972), Hall (1980) ve Katz & Lazarsfeld (1955) gibi klasikleşmiş iletişim kuramlarını ele alan eserler analiz edilmiştir. Literatür taraması sırasında, belirlenen iletişim kuramlarının medyanın temel işlevleriyle (bilgilendirme, eğlendirme, sosyalleştirme, kamuoyu oluşturma) nasıl ilişkilendirildiğini anlamaya yönelik çalışmalar incelenmiştir.

Veri Analizi Süreci: İçerik Analizi ve Tematik Kodlama

Araştırma verileri, nitel veri analizi kapsamında içerik analizi ve tematik kodlama yöntemleriyle işlenmiştir. İçerik analizi, elde edilen verilerde tekrar eden temaların belirlenmesi ve bu temaların teorik çerçeveye ilişkilendirilmesini amaçlamıştır (Krippendorff, 2013). İçerik analizi sürecinde aşağıdaki aşamalar takip edilmiştir:

1. Veri Organizasyonu: Literatür taraması sonucu elde edilen kaynaklar, iletişim kuramları, medya işlevleri, toplumsal etkiler ve eleştirel yaklaşımlar gibi ana kategorilere ayrılmıştır.

Kodlama Süreci: Çalışma kapsamında Taguette yazılımı kullanılarak, iletişim kuramlarına ilişkin temel kavramlar ve anahtar kelimeler üzerinden açık kodlama (open coding) yapılmıştır. Taguette, açık kaynaklı ve ücretsiz bir nitel veri analizi yazılımı olup, metin belgeleri üzerinde manuel kodlama yapmaya olanak tanımaktadır.

Kodlama süreci şu aşamalardan oluşmuştur:

1. Veri Hazırlığı: Literatür taraması sonucunda elde edilen metin belgeleri, Taguette yazılımına aktarılmıştır.
2. Kod Tanımlama: Çalışma kapsamında belirlenen iletişim kuramlarıyla ilişkili anahtar kelimeler ve temel kavramlar çıkarılarak etiketleme (tagging) işlemi yapılmıştır.
3. Açık Kodlama (Open Coding): Metin içeriği üzerinde anlam üretimi, medya gücü, ideolojik hegemonya, ifade özgürlüğü, dijitalleşme gibi temel temalar belirlenmiş ve ilişkilendirilmiştir.
4. Kodların Kategorilere Ayrılması: Kodlanan veriler bilgilendirme, eğlendirme, sosyalleştirme, kamuoyu oluşturma gibi medyanın temel işlevleri çerçevesinde sınıflandırılmıştır.
5. Kodlama Güvenirliği: Kodlama sürecinin tutarlılığını sağlamak için kodlanan içerikler tekrar gözden geçirilmiş, benzer kodlar birleştirilmiş ve analiz süreci güçlendirilmiştir. Taguette, çevrimdışı ve güvenilir bir yazılım olduğu için tüm kodlama süreci veri gizliliği korunarak gerçekleştirilmiştir. Kodlama sonuçları, nitel veri analizi sürecinin tematik yapısını daha iyi anlamak için grafikler ve tematik matrisler kullanılarak desteklenmiştir.
6. Bağlamsal Analiz: Kodlanan veriler, medya işlevleri ile iletişim kuramları arasındaki ilişkileri ortaya koyacak şekilde analiz edilmiştir.

Tematik kodlama sürecinde şu kategoriler ön plana çıkmıştır:

Bilgilendirme işlevi ile ilişkili kuramlar: Gündem Belirleme Kuramı, Kültürel Göstergeler Kuramı, Teknolojik Belirleyicilik.

Eğlendirme işlevi ile ilişkili kuramlar: Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı, Kültürel Çalışmalar, Teknolojik Belirleyicilik.

Sosyalleştirme işlevi ile ilişkili kuramlar: Frankfurt Okulu ve Eleştirel Kuram, Kültürel Çalışmalar, Göstergebilim.

Kamuoyu oluşturma işlevi ile ilişkili kuramlar: Suskunluk Sarmalı Kuramı, Gündem Belirleme Kuramı, İki Aşamalı Akış Kuramı.

Bu tematik gruplandırma sayesinde, her bir kuramın medyanın temel işlevleriyle olan ilişkisi sistematik bir çerçeveye oturtulmuş ve kuramlar arasındaki benzerlikler ile farklılıklar belirlenmiştir.

Karşılaştırmalı Analiz Yöntemi

Karşılaştırmalı analiz, çalışmanın temel yöntemlerinden biri olup, farklı iletişim kuramlarının işlevsellik açısından nasıl farklılaştığını ve medyanın dört temel işlevi bağlamında nasıl bir etki yarattığını analiz etmek amacıyla kullanılmıştır. Karşılaştırmalı analizde şu adımlar takip edilmiştir:

1. Kuramların Sınıflandırılması: İletişim kuramları, medyanın bilgilendirme, eğlendirme, sosyalleştirme ve kamuoyu oluşturma işlevleri ile olan ilişkilerine göre kategorize edilmiştir.
2. Etkileşim Sürelerinin Belirlenmesi: Kuramların birey ve toplum üzerindeki kısa vadeli veya uzun vadeli etkileri analiz edilmiştir. Örneğin, Sihirli Mermi Kuramı kısa vadeli etkileri vurgularken, Kültürel Göstergeler Kuramı uzun vadeli etkileri ele almaktadır.
3. Etkileme Güçlerinin Karşılaştırılması: Her bir kuramın medyanın farklı işlevleri üzerindeki etkisi yüksek, orta ve düşük olmak üzere sınıflandırılmıştır. Örneğin, Gündem Belirleme Kuramı kamuoyu oluşturma işlevinde yüksek etkiye sahipken, Schramm'ın İletişim Modeli eğlendirme işlevinde düşük etkiye sahiptir.
4. Sonuçların Görselleştirilmesi: Bulgular, tablolar ile desteklenerek okuyucunun kuramlar arası ilişkileri ve karşılaştırmaları daha net görebilmesi sağlanmıştır. Bu karşılaştırmalı analiz süreci, iletişim kuramlarının toplumsal etkilerini detaylı bir şekilde değerlendirerek, hangi kuramların hangi medya işlevleriyle daha güçlü bağlantılar kurduğunu ortaya koymuştur.

Geçerlik ve Güvenirlik

Araştırmada geçerlik ve güvenirlik, farklı kaynakların birbirleriyle karşılaştırılması, sistematik bir literatür taraması yapılması ve verilerin tematik kodlama ile işlenmesi yoluyla sağlanmıştır (Creswell, 2014).

Üçgenleme (Triangulation): İçerik analizi, tematik kodlama ve karşılaştırmalı analiz gibi birden fazla yöntemin kullanılmasıyla araştırmanın geçerliği artırılmıştır.

Ancak çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırma, yalnızca belirli iletişim kuramlarını (medya işlevleri ile ilişkili kuramlar) kapsamaktadır ve ampirik veriler yerine teorik çerçeveye dayanmaktadır. Bu durum, gelecekteki çalışmaların deneysel ve saha araştırmalarıyla desteklenmesi gerektiğini göstermektedir. Bu yöntemsel çerçeve, iletişim kuramlarının işlevsel yönlerini teorik olarak analiz etmeye olanak sağlamış ve alana özgün bir katkı sunmuştur. Özellikle tematik kodlama ve karşılaştırmalı analiz yöntemlerinin sistematik bir şekilde uygulanması, iletişim kuramlarının medyanın işlevleriyle olan ilişkisini daha derinlemesine değerlendirmeye yardımcı olmuştur.

BULGULAR VE ANALİZ**Tablo 1:** İletişim Kuramlarının İşlevselcilik Açısından Karşılaştırmalı Analizi

Kuramlar	Temel İşlevler	Etkilediği Toplumsal Yapılar	Etkileme Süresi	Etkileme Oranı
Göstergebilim (Saussure, 1916)	Anlam üretimi ve semboller üzerinden toplumsal yapıların incelenmesi	Kültürel ve toplumsal normlar	Uzun vadeli	Yüksek
Sihirli Mermi Kuramı (1920'ler)	Doğrudan bireylerin tutum ve davranışlarının şekillendirilmesi	Kitle iletişim araçları ve bireysel davranışlar	Kısa ve orta vadeli	Orta
Şema Kuramı (Bartlett, 1932)	Bilişsel süreçlerin mevcut şemalar üzerinden çalışması	Bireysel bilişsel yapılar	Orta vadeli	Orta
Frankfurt Okulu ve Eleştirel Kuram (1930'lar)	Toplumsal kontrol ve ideolojik etkilerin analizi	Kapitalist toplum ve ideolojik yapılar	Uzun vadeli	Yüksek
Laswell'in İletişim Modeli (1948)	İletişim süreçlerinin temel yapısını anlamak	Kitle iletişimi ve toplumsal bilgi aktarımı	Kısa vadeli	Orta
İki Aşamalı Akış Kuramı (Katz & Lazarsfeld, 1955)	Sosyal bağlar üzerinden mesajın yayılması	Sosyal gruplar ve kanaat önderleri	Kısa vadeli	Orta
Schramm İletişim Modeli (1954)	Geri bildirim ve döngüsel iletişim yapısı	Kaynak-alıcı iletişim ilişkileri	Kısa vadeli	Düşük
Eşik Bekçiliği Kuramı (White, 1950)	Medya içeriği seçiminde rol oynayan süreçlerin kontrolü	Medya kuruluşları ve gazetecilik	Kısa vadeli	Orta
Kültürel Göstergeler Kuramı (Gerbner, 1972)	Kültürel normlar üzerindeki medya etkilerinin analizi	Toplumsal uzun vadeli kültürel algıları	Uzun vadeli	Yüksek
Gündem Belirleme Kuramı (McCombs & Shaw, 1972)	Toplumsal gündemi belirleme	Toplumsal öncelikler ve dikkat	Orta vadeli	Yüksek
Susunluluk Sarmalı Kuramı (Noelle-Neumann, 1974)	Toplumsal baskı nedeniyle fikirlerin ifade edilmemesi	Bireylerin ifade özgürlüğü ve toplumsal baskılar	Uzun vadeli	Orta
Kültürel Çalışmalar (Hall, 1980)	Medya içeriğinin aktif yorumlanması	Kültürel anlam üretim süreçleri	Orta vadeli	Yüksek
Teknolojik Belirleyicilik Kuramı (McLuhan, 1964)	Teknolojinin toplumsal yapıları dönüştürmesi	Toplumsal ilişkiler ve teknolojik etkileşimler	Uzun vadeli	Yüksek
Göstergebilim ve Yapısalcılık (Barthes & Baudrillard, 1960'lar-1970'ler)	Gerçeklik algısının medya ve tüketim kültürü üzerinden dönüşümü	Tüketim alışkanlıkları ve medya etkileri	Uzun vadeli	Yüksek
Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı (Blumler & Katz, 1974)	Medya kullanım motivasyonlarının incelenmesi ve aktif kullanıcı rolü	Bireylerin medya kullanım alışkanlıkları	Orta vadeli	Orta
Dijital Medya ve Yeni Medya Kuramları (Jenkins, 2006)	Dijital medya platformlarında etkileşim ve katılım süreçleri	Dijital topluluklar ve online ağlar	Orta ve uzun vadeli	Yüksek

Kaynak: Araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 1'e göre, iletişim kuramları medya işlevleri açısından farklı özellikler göstermektedir. Göstergebilim Kuramı anlam üretimi ve semboller üzerinden toplumsal yapıların incelenmesine odaklanmaktadır. Kültürel ve toplumsal normlar üzerinde etkili olup uzun vadeli ve yüksek etkiye sahiptir. Sihirli Mermi Kuramı bireylerin tutum ve davranışlarını doğrudan şekillendirdiğini savunur. Kitle iletişim araçları ve bireysel davranışlar üzerinde etkili olup kısa ve orta vadede etkilidir. Etkileme oranı orta seviyededir. Şema Kuramı bilişsel süreçlerin mevcut şemalar üzerinden çalıştığını belirtir. Bireysel bilişsel yapılar üzerinde etkili olup orta vadeli ve orta düzeyde etkiye sahiptir. Frankfurt Okulu ve Eleştirel Kuram medya aracılığıyla toplumsal kontrol ve ideolojik etkileri analiz eder. Kapitalist toplum ve ideolojik yapılar üzerinde uzun vadeli ve yüksek etkisi bulunmaktadır. Laswell'in İletişim Modeli iletişim süreçlerinin temel yapısını anlamaya yöneliktir. Kitle iletişimi ve toplumsal bilgi aktarımı açısından kısa vadeli ve orta etkiye sahiptir. İki Aşamalı Akış Kuramı sosyal bağlar üzerinden mesajın yayılmasına odaklanmaktadır. Sosyal gruplar ve kanaat önderleri üzerinde kısa vadeli ve orta düzeyde etkilidir. Schramm İletişim Modeli geri bildirim ve döngüsel iletişim yapısına dikkat çeker. Kaynak-alıcı iletişim ilişkileri üzerinde kısa vadeli ve düşük etkilidir. Eşik Bekçiliği Kuramı medya içeriği seçiminde rol oynayan süreçlerin kontrolünü analiz eder. Medya kuruluşları ve gazetecilik üzerinde kısa vadeli ve orta düzeyde etkili olmaktadır. Kültürel Göstergeler Kuramı medyanın kültürel normlar üzerindeki etkilerini uzun vadeli olarak değerlendirir. Toplumun uzun vadeli kültürel algıları üzerinde yüksek etkilidir. Gündem Belirleme Kuramı toplumsal gündemin belirlenmesi sürecinde medyanın rolünü ele almaktadır. Toplumsal öncelikler ve dikkat mekanizmaları üzerinde orta vadeli ve yüksek etkisi bulunmaktadır. Suskunluk Sarmalı Kuramı bireylerin toplumsal baskılar nedeniyle fikirlerini ifade etmemeleri sürecini analiz eder. Bireylerin ifade özgürlüğü ve toplumsal baskılar üzerinde uzun vadeli ve orta düzeyde etkisi bulunmaktadır. Kültürel Çalışmalar medya içeriğinin aktif yorumlanmasını ele alır. Kültürel anlam üretim süreçleri üzerinde orta vadeli ve yüksek etkili olmaktadır. Teknolojik Belirleyicilik Kuramı teknolojinin toplumsal yapıları nasıl dönüştürdüğünü analiz etmektedir. Toplumsal ilişkiler ve teknolojik etkileşimler üzerinde uzun vadeli ve yüksek etkilidir. Göstergebilim ve Yapısalcılık gerçeklik algısının medya ve tüketim kültürü üzerinden nasıl değiştiğini incelemektedir. Tüketim alışkanlıkları ve medya etkileri üzerinde uzun vadeli ve yüksek etkisi bulunmaktadır. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı medya kullanım motivasyonlarını ve bireylerin aktif kullanıcı rolünü ele alır. Bireylerin medya kullanım alışkanlıkları üzerinde orta vadeli ve orta düzeyde etkilidir. Dijital Medya ve Yeni Medya Kuramları dijital medya platformlarında etkileşim ve katılım süreçlerini analiz etmektedir. Dijital topluluklar ve online ağlar üzerinde orta ve uzun vadeli olup yüksek etkilidir.

Tablo 2: İletişim Kuramlarının Medyanın Temel İşlevleri Açısından Karşılaştırmalı Analizi

Kuramlar	Bilgilendirme İşlevi	Eğlendirme İşlevi	Sosyalleştirme İşlevi	Kamuoyu Oluşturma İşlevi	Etkileme Süresi	Etkileme Oranı
Göstergebilim (Saussure, 1916)	Yüksek	Düşük	Yüksek	Orta	Uzun Vadeli	Yüksek
Sihirli Mermi Kuramı (1920'ler)	Orta	Düşük	Orta	Yüksek	Kısa Vadeli	Orta
Şema Kuramı (Bartlett, 1932)	Orta	Düşük	Yüksek	Düşük	Orta Vadeli	Orta
Frankfurt Okulu ve Eleştirel Kuram (1930'lar)	Orta	Düşük	Yüksek	Yüksek	Uzun Vadeli	Yüksek
Laswell'in İletişim Modeli (1948)	Yüksek	Düşük	Orta	Orta	Kısa Vadeli	Orta
İki Aşamalı Akış Kuramı (Katz & Lazarsfeld, 1955)	Orta	Düşük	Yüksek	Yüksek	Kısa Vadeli	Orta
Schramm İletişim Modeli (1954)	Orta	Düşük	Orta	Düşük	Kısa Vadeli	Düşük
Eşik Bekçiliği Kuramı (White, 1950)	Orta	Düşük	Orta	Orta	Kısa Vadeli	Orta
Kültürel Göstergeler Kuramı (Gerbner, 1972)	Yüksek	Düşük	Yüksek	Orta	Uzun Vadeli	Yüksek
Gündem Belirleme Kuramı (McCombs & Shaw, 1972)	Orta	Düşük	Orta	Yüksek	Orta Vadeli	Yüksek
Suskunluk Sarmalı Kuramı (Noelle-Neumann, 1974)	Orta	Düşük	Orta	Yüksek	Uzun Vadeli	Orta
Kültürel Çalışmalar (Hall, 1980)	Orta	Düşük	Yüksek	Orta	Orta Vadeli	Yüksek
Teknolojik Belirleyicilik Kuramı (McLuhan, 1964)	Yüksek	Orta	Yüksek	Orta	Uzun Vadeli	Yüksek
Göstergebilim	Orta	Düşük	Yüksek	Yüksek	Uzun	Yüksek

ve Yapısalcılık (Barthes & Baudrillard, 1960'lar- 1970'ler)					Vadeli	
Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı (Blumler & Katz, 1974)	Orta	Yüksek	Orta	Düşük	Orta Vadeli	Orta
Dijital Medya ve Yeni Medya Kuramları (Jenkins, 2006)	Yükse	Yüksek	Yüksek	Orta	Orta ve Uzun Vadeli	Yüksek

Kaynak: Tablo Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 2'ye göre, iletişim kuramları bilgilendirme, eğlendirme, sosyalleştirme ve kamuoyu oluşturma işlevleri bağlamında analiz edilmiştir. Her kuramın medya işlevleri üzerindeki etkisi ve etkileme süresi/etkileme oranı detaylı olarak aşağıda açıklanmıştır.

Göstergebilim Kuramı (Saussure, 1916)

Tablo 2'ye göre Göstergebilim Kuramı, bilgilendirme ve sosyalleştirme işlevleri açısından yüksek etkiye sahiptir. Medya aracılığıyla toplumda semboller ve anlamlar üretilerek toplumsal yapı şekillendirilir. Ancak, eğlendirme işlevi düşük olup, kamuoyu oluşturma işlevi orta düzeydedir. Uzun vadeli ve yüksek etkilidir, çünkü kültürel ve toplumsal normlar üzerinde derin bir etkisi vardır.

Sihirli Mermi Kuramı (1920'ler)

Bu kuram, kamuoyu oluşturma işlevinde yüksek bir etkiye sahiptir. Medyanın bireyler üzerinde doğrudan ve güçlü bir etkiye sahip olduğunu savunur. Ancak, bilgilendirme ve sosyalleştirme işlevleri orta seviyede, eğlendirme işlevi ise düşüktür. Medya propagandalarının kısa vadede bireyleri manipüle edebileceği fikri öne çıkmaktadır. Etkileme süresi kısa vadelidir ve etkisi orta seviyededir.

Şema Kuramı (Bartlett, 1932)

Tablo 2'ye göre Şema Kuramı, sosyalleştirme işlevi açısından yüksek ancak, kamuoyu oluşturma işlevi düşük bir etkiye sahiptir. Medya mesajları bireylerin bilişsel şemalarıyla etkileşime girerek anlam kazanır. Bilgilendirme işlevi orta seviyede olup, eğlendirme işlevi düşüktür. Etkileme süresi orta vadelidir ve etkisi orta seviyededir.

Frankfurt Okulu ve Eleştirel Kuram (1930'lar)

Tablo 2'ye göre Frankfurt Okulu ve Eleştirel Kuram, medya içeriğinin toplumu sosyalleştirme ve kamuoyu oluşturma üzerindeki etkisini eleştirel bir bakış açısıyla

değerlendirir. Bu kuramın bilgilendirme işlevi orta düzeyde, eğlendirme işlevi ise düşüktür. Uzun vadeli ve yüksek etkilidir, çünkü medya aracılığıyla ideolojik hegemonya oluşturularak toplumsal yapı kontrol edilir.

Laswell'in İletişim Modeli (1948)

Bu model, bilgilendirme işlevinde yüksek etkiye sahiptir. Kitle iletişim süreçlerini analiz ederken, medya mesajlarının nasıl iletildiğini ve hangi sonuçlara yol açtığını inceler. Eğlendirme işlevi düşüktür, sosyalleştirme ve kamuoyu oluşturma işlevleri ise orta seviyededir. Kısa vadeli ve orta etkilidir.

İki Aşamalı Akış Kuramı (Katz & Lazarsfeld, 1955)

Tablo 2'ye göre bu kuram, sosyalleştirme ve kamuoyu oluşturma işlevlerinde yüksektir. Medya mesajlarının, önce kanaat önderleri tarafından alınıp yorumlanarak halka iletildiğini savunur. Bilgilendirme işlevi orta, eğlendirme işlevi ise düşük seviyededir. Etkileme süresi kısa vadeli olup, etkisi orta seviyededir.

Schramm İletişim Modeli (1954)

Tablo 2'ye göre geri bildirim mekanizmasını içeren bu model, bilgilendirme ve sosyalleştirme işlevlerinde orta düzeyde etkilidir. Medya etkileşimli bir süreç olarak ele alınmaktadır. Eğlendirme ve kamuoyu oluşturma işlevleri düşüktür. Kısa vadeli ve düşük etkilidir.

Eşik Bekçiliği Kuramı (White, 1950)

Bu kuramın bilgilendirme, sosyalleştirme ve kamuoyu oluşturma işlevleri orta düzeydedir. Medya içeriklerinin seçilmesi ve halka sunulması süreçlerini açıklar. Eğlendirme işlevi düşüktür. Kısa vadeli ve orta etkilidir.

Kültürel Göstergeler Kuramı (Gerbner, 1972)

Tablo 2'ye göre bu kuram bilgilendirme ve sosyalleştirme işlevlerinde yüksek etkilidir. Medya, bireylerin uzun vadede kültürel algılarını şekillendirir. Kamuoyu oluşturma işlevi orta düzeyde, eğlendirme işlevi ise düşüktür. Uzun vadeli ve yüksek etkilidir.

Gündem Belirleme Kuramı (McCombs & Shaw, 1972)

Bu kuram, kamuoyu oluşturma işlevinde yüksek etkiye sahiptir. Medyanın, hangi konuların önemli olduğuna karar vererek gündemi belirlediğini savunur. Bilgilendirme işlevi orta, eğlendirme işlevi düşük, sosyalleştirme işlevi orta düzeydedir. Orta vadeli ve yüksek etkilidir.

Suskunluk Sarmalı Kuramı (Noelle-Neumann, 1974)

Kamuoyu oluşturma işlevi açısından yüksek etkiye sahiptir. Bireylerin toplumsal baskılar nedeniyle düşüncelerini açıklamaktan kaçınmalarını analiz eder. Bilgilendirme, eğlendirme ve sosyalleştirme işlevleri orta seviyededir. Uzun vadeli ve orta etkilidir.

Kültürel Çalışmalar (Hall, 1980)

Sosyalleştirme işlevi açısından yüksek etkilidir. Medya içeriklerinin farklı bağlamlarda nasıl anlam kazandığını analiz eder. Bilgilendirme ve kamuoyu oluşturma işlevleri orta düzeyde, eğlendirme işlevi düşüktür. Orta vadeli ve yüksek etkilidir.

Teknolojik Belirleyicilik Kuramı (McLuhan, 1964)

Bilgilendirme, eğlendirme ve sosyalleştirme işlevlerinde yüksek etkiye sahiptir. Teknolojik değişimlerin toplumsal yapıları nasıl dönüştürdüğünü açıklar. Kamuoyu oluşturma işlevi orta seviyededir. Uzun vadeli ve yüksek etkilidir.

Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı (Blumler & Katz, 1974)

Eğlendirme işlevinde yüksek etkiye sahiptir. Bireylerin medya kullanma motivasyonlarını ele alır. Bilgilendirme ve sosyalleştirme işlevleri orta düzeyde, kamuoyu oluşturma işlevi düşük seviyededir. Orta vadeli ve orta etkilidir.

Dijital Medya ve Yeni Medya Kuramları (Jenkins, 2006)

Bilgilendirme, eğlendirme ve sosyalleştirme işlevlerinde yüksek etkiye sahiptir. Dijital medya platformlarının bireyleri nasıl etkilediğini açıklar. Kamuoyu oluşturma işlevi orta seviyededir. Orta ve uzun vadeli etkili olup, yüksek etkiye sahiptir.

Tablo 2'ye göre, Göstergebilim, Frankfurt Okulu, Teknolojik Belirleyicilik ve Dijital Medya Kuramları en yüksek etkiye sahip kuramlar olarak öne çıkmaktadır. Kamuoyu oluşturma işlevinde Gündem Belirleme Kuramı ve Suskunluk Sarmalı Kuramı güçlüdür. Eğlendirme işlevinde Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı ve Dijital Medya Kuramları öne çıkmaktadır.

SONUÇ

Bu çalışma, iletişim kuramlarının hem teorik çerçevelerini hem de dijitalleşme ve küreselleşme çağındaki yeniden yorumlanma potansiyellerini inceleyerek, bu kuramların medya işlevleri bağlamındaki katkılarını derinlemesine tartışmayı amaçlamıştır. Araştırmada, iletişim kuramlarının bireyler ve toplumlar üzerindeki işlevlerini nasıl yerine getirdiği, medyanın temel işlevleri bağlamında nasıl değerlendirilebileceği ve dijitalleşme ile küreselleşme çağında nasıl yeniden yorumlanabileceği sorularına yanıt aranmıştır. Çalışmanın bulguları, iletişim kuramlarının toplumsal işlevleri bağlamında farklı yaklaşımlar sunduğunu göstermektedir. Geleneksel iletişim kuramları, bireylerin medya ile etkileşimini açıklamak için belirli çerçeveler sunarken, günümüz dijital medya ortamında bu kuramların bazı yönlerden yeniden ele alınması gerektiği ortaya çıkmıştır. Göstergebilim ve Yapısalcılık gibi kuramlar, anlam üretimi ve semboller üzerinden toplumsal yapıların nasıl şekillendiğini incelerken, Frankfurt Okulu ve Eleştirel Kuram medya aracılığıyla hegemonik yapıların nasıl sürdürüldüğünü açıklamaktadır.

Gündem Belirleme ve Suskunluk Sarmalı kuramları, medya aracılığıyla kamuoyunun nasıl oluşturulduğunu ve bireylerin bu süreçlere nasıl dahil olduğunu ele almaktadır. Bu bağlamda, araştırma iletişim kuramlarının işlevselliğini medyanın temel işlevleri çerçevesinde değerlendirerek kuramsal bir çerçeve sunmuştur. Medyanın bilgilendirme, eğlendirme, sosyalleştirme ve kamuoyu oluşturma işlevleri ile iletişim kuramlarının ilişkisi incelenmiş ve her kuramın bu işlevlerden farklı yönlerde etkilendiği ve bu işlevlere farklı açılardan katkı sunduğu belirlenmiştir. Örneğin, Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı, medya kullanımında bireylerin aktif roller üstlendiğini ortaya koyarken, Teknolojik Belirleyicilik Kuramı medya teknolojilerinin bireylerin algıları ve toplumsal yapılar üzerindeki etkisini açıklamaktadır. Araştırmanın en önemli katkılarından biri, iletişim kuramlarının dijitalleşme ve küreselleşme bağlamında nasıl yeniden yorumlanabileceğini ortaya koymasındır. Dijital medya ortamlarında geleneksel iletişim süreçlerinin dönüşüme uğradığı, bireylerin medya tüketiminde daha etkileşimli hale geldiği ve medya üretim sürecinin merkezi aktörlerden bireylere doğru kaydığı gözlemlenmiştir. Özellikle sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte, Gündem Belirleme ve Eşik Bekçiliği gibi kuramların yeni medya ortamında nasıl işlemesi gerektiği konusunda yeni teorik açılımlara ihtiyaç duyulduğu belirlenmiştir. Ayrıca, Teknolojik Belirleyicilik Kuramı'nın günümüz yapay zekâ ve algoritmik medya çağında nasıl yeniden yorumlanabileceği önemli bir tartışma konusu olarak öne çıkmaktadır.

Gelecekteki çalışmalar, bu kuramların dijital medya bağlamında nasıl yeniden yapılandığını, özellikle küreselleşen medya ortamında nasıl değişime uğradığını daha ayrıntılı şekilde ele alabilir. Sosyal medya, yapay zekâ destekli içerik üretimi ve kullanıcı merkezli medya ekosistemleri, iletişim kuramlarının yeniden şekillenmesini gerektiren yeni alanlar olarak dikkat çekmektedir. Bu nedenle, iletişim kuramlarının geleneksel bağlamlarının ötesine geçerek, günümüz medya ekosisteminde nasıl uygulanabileceği ve yeni medya teknolojileriyle nasıl bir dönüşüm geçirdiği, ilerleyen araştırmaların merkezinde yer almalıdır.

Sonuç olarak, bu araştırma iletişim kuramlarının işlevselliğini, medya işlevleri bağlamında değerlendirerek alana bütüncül bir katkı sunmuştur. İletişim kuramlarının bireyler ve toplumlar üzerindeki işlevlerini yerine getirme biçimleri, medyanın temel işlevleriyle nasıl örtüştüğü ve dijitalleşme çağında nasıl yeniden ele alınması gerektiği konularında yeni bir perspektif ortaya koymuştur. Bu çerçevede, çalışma hem teorik hem de metodolojik olarak iletişim çalışmaları alanına değerli bir katkı sağlamış ve gelecekteki araştırmalar için önemli bir referans noktası oluşturmuştur. Son olarak iletişim kuramlarının geleneksel bağlamlarının ötesine geçerek, günümüz medya ekosisteminde nasıl uygulanabileceği ve yeni medya teknolojileriyle nasıl bir dönüşüm geçirdiği, araştırılması gereken önemli bir konu olarak öne çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- Barthes, R. (1964). *Éléments de sémiologie*. Hill and Wang.
- Bartlett, F. C. (1932). *Remembering: A study in experimental and social psychology*. Cambridge University Press.
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulation*. University of Michigan Press.
- Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Sage.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Dahrendorf, R. (1959). *Class and class conflict in industrial society*. Stanford University Press.
- Durkheim, É. (1895). *The rules of sociological method*. Free Press.
- Gerbner, G. (1972). Violence in television drama: Trends and symbolic functions. In G. A. Comstock & E. A. Rubinstein (Eds.), *Television and social behavior* (pp. 28–187). U.S. Government Printing Office.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action* (Vol. 1). Beacon Press.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language* (pp. 128–138). Routledge.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1944). *Dialectic of enlightenment*. Stanford University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Free Press.
- Krippendorff, K. (2013). *Content analysis: An introduction to its methodology* (3rd ed.). Sage Publications.
- Lasswell, H. D. (1927). *Propaganda technique in the World War*. MIT Press.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37–51). Harper.

- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36 (2), 176–187.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. MIT Press.
- Merton, R. K. (1968). *Social theory and social structure*. Free Press.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24 (2), 43–51.
- Parsons, T. (1951). *The social system*. Routledge.
- Saussure, F. de. (1916). *Cours de linguistique générale* (C. Bally & A. Sechehaye, Eds.; W. Baskin, Trans.). McGraw-Hill.
- Schramm, W. (1954). *The process and effects of mass communication*. University of Illinois Press.
- Taguette. (n.d.). *Taguette: Open-source qualitative data analysis software*. Retrieved from <https://www.taguette.org/>
- White, D. M. (1950). The "gatekeeper": A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 27 (3), 383–390.
- Wright, C. R. (1960). Functional analysis and mass communication. *Public Opinion Quarterly*, 24 (4), 605–620.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (11. baskı). Seçkin Yayıncılık.