

DİJİTAL ÇAĞ VE BİREYİN İDEOLOJİK AYGITLARI

Kenan KAPLAN

İstanbul Kültür Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İstanbul, Türkiye
k.kaplan@iku.edu.tr

Elif ERTÜRK

İstanbul Kültür Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İstanbul, Türkiye
e.erturk@iku.edu.tr

ABSTRACTS

The new period that has been called as “Digital Age”, while it is expressing a pressure of an hegemonic age by determining most of the social rules by media, on the other hand, that “digital age” shows us a new social transformation by the help of being able to have cheap and useful technologic tools for individuals. Using the technology in this way makes for these new type of individuals possible to build his/her own personal environment with the new rules for a new community. The Authority is used to turn the individuals into its own silent obeydences, one can say “Isolated Individuals”, nevertheless at the same time this “isolated individuals” are used to be in a situation trying to gain his own importance in the community and he is trying to make his voice loud against to the Authority by using the technologic tools and equipments. This article, from the aspect of the isolated individual, is going to question the possibilities to change the conditions into his advantage against to this over determination of the digital age.

Keywords: İdeological apparatus, new media, mass media, Digital World, Individual

1.GİRİŞ

İnsanoğlunun yeryüzünde var olduğu günden bugüne kadar geçen bütün tarihsel dönemlerin, neredeyse tüm dünyanın üzerinde ittifakla kabul ettiği bir adı vardır. Kendisini bir önceki dönemden ayıran dramatik bir kopuşu simgeleyen dönemlere adını veren tarihsel önem içeren olayların başında ateşin bulunması gelir. Karanlık çağlardan aydınlığa çıkışı simgeleyen bu buluşun ardından her dönem kendini en iyi betimleyen bir ad almıştır. Fransız ihtilali ile başlayan ve 20. yüzyıla kadar gelen modern toplum felsefesinin egemen olduğu yakın geçmişimiz ile günümüzü ayıran değişim ve dönüşümlerin ise yeni bir çağ yarattığı konusunda genel bir düşünce birliği olsa da bu çağın ismi konusunda henüz üzerinde anlaşmış bir tanım yoktur.

Söz konusu dönüşümü adlandırmaya yönelik sosyolojideki kuramsal çabalar; ortaya pek çok yaklaşım çıkarmış ve her bir yaklaşım doğrultusunda dönüşümün farklı yönlerini vurgulayan farklı önemselleştirmeler türemiştir. Bu anlamda post endüstriyel çağ, geç kapitalizm çağı, postmodern çağ, enformasyon çağı, teknoloji çağı, dijital çağ gibi birçok tanımlama ile betimlenen bu döneme yönelik tüm değerlendirmelerin ana düşüncesi ise neredeyse her gün kendini yenileyerek bir toplumsal dönüşüme neden olabilecek kadar toplumsal farklılık yaratabilecek teknolojik gelişimlerdir.

Teknolojinin tüm toplumsal alanları kapsayan ve dönüştüren bu determinist etkisi, önemli bir soruyu ve tartışmayı da beraberinde getirmiştir. Teknolojiyi kim kontrol etmektedir? Teknoloji kime hizmet etmektedir?

Lyotard’ın postmoderniteyi tanımlarken kullandığı betimlemeden yola çıkacak olursak, endüstri toplumu sonrası ortaya çıkan teknoloji bazlı toplumsal değişimlerin en önemli nedeni, toplumsal değişimlerin bilginin konumu üzerine yaptığı vurgulardır. Lyotard’a göre 1950 sonrası teknoloji, dilbilim ve iletişim alanına etki etmeye başlamış ve teknolojik dönüşümler, herhangi bir olgunun araştırılması ve bu araştırma sonucu elde edilen bilginin aktarımı konusunda önemli dönüşümleri meydana getirmiştir. İletişim kuramından yola

çıkacak olursak bilgiyi üreten ile bilgiyi alan arasındaki kanallar çeşitlenmiş ve değişime uğramıştır. Bunun yanı sıra özellikle bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler farklı dilsel alanların oluşumuna yol açmıştır. Üretilen yeni dilsel kodlar, çoğalan kanallar nedeniyle bilgi üretilen ve tüketilen bir meta haline gelmiştir. (Lyotard, 2000)

Bilginin üretilmesi ve bir mecradan akıtılarak nihai tüketicinin kullanımına sunulması, nihai tüketiciyi büyük bir bombardıman altına alarak, binlerce bilgi arasından en doğruyu seçmek gibi neredeyse imkansız bir alanın içinde kaybolmaya, yalnızlaşmaya ve savunmasızlığa iterken, bir yandan da bilgi üretim sürecinde gerçekten koparılarak kurgusallaşan ya da Baudrillard'ın deyimi ile hipergerçeklik (aşkın gerçeklik) haline gelen ve tüketim metası haline getirilen bilgiyi üreten kurumların ideolojilerinin hedefi haline gelmektedir. (Baudrillard, 2005)

Bu yazı, bu noktadan yola çıkarak bilgi üretim sürecini ve kanallarını üreten ve elinde tutan iktidarın, bir ideolojik aygıt olarak teknolojiyi kullanması karşısında, savunmasız kalan bireylerin, yine teknolojiyi kullanarak bir direniş alanı olarak dijital alanı kullanabilmesinin olanaklarını inceleyecektir.

2. ALTHUSSER VE DEVLETİN İDEOLOJİK AYGITLARI

İdeoloji kavramı 18. yüzyıldan beri sosyal bilimler alanında tartışılrsa da kavramın bugünkü haliyle algılanmasında Fransız düşünür Althusser'in rolü büyüktür. Althusser'e göre ideoloji, toplumsalın çeşitli düzeyleri arasındaki işleyişin bireysel bilinçler üzerinde oluşturduğu formasyonun adıdır. (Balibar, 1991, s:74) Bir anlamda Althusser, ideolojiyi bir temsil sistemi olarak ortaya koymaktadır. Temsil sistemi içinde ideoloji birebir gerçeğin bir yansıması değil, tasarlanan dünyanın düşünmesidir. Birey bu düşlemeyi ideolojik aygıtları kullanarak yapar. Din, öğretim sistemi, aile, hukuk sistemi, siyasal sistem, haberleşme sistemi, kültür ve sanat bu düşlemeyi sağlayan ideolojik aygıtlardır. Althusser, ideolojik aygıt ile baskı aygıtını birbirinden ayırır. Çünkü devletin (iktidarın) baskı aygıtları yani mahkemeler, ordu, polis vb. kamusal alandayken, ideolojik aygıtlar özel alanın kontrolüne yöneliktir. Althusser, ideolojik aygıtların en güçlüsünü ise okullar olarak görür. Althusser'e göre çocuk, yıllar boyunca okullarda devletin katıksız egemen ideolojisini alarak yetişmektedir. (Althusser, 2003)

Althusser'in açtığı bu yoldan ilerleyen düşün insanların özellikle de Frankfurt Okulu çevresinde toplanan düşünürlerin ortaya koyduğu daha güçlü bir ideolojik aygıt olarak ise kültür kavramını görürüz. Frankfurt Okulu'nun etkili düşünürleri Adorno ve Horkheimer *kültür endüstrisi* kavramını 19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın başlarında Amerika ve Avrupa'da yükselmeye başlayan eğlence endüstrisinin kültürel biçimlerinin metalaşmasını vurgulamak amacıyla kullanmışlardır. Üretilen kültürel ve sanatsal ürünler kar amacıyla tasarlanmış ürünlerdir. Bu ürünler, tüketici bireye bir yaşam biçimi, bir dünya görüşü benimsetir, şartlandırır ve değişik toplum sınıfları içinde çok sayıda insan tarafından benimsenir duruma geldikleri zaman, reklam değerleri bir yaşam biçimi yaratır. Böylece *tek boyutlu düşünce* ve *davranışlar* biçimlenmiş olur. (Marcuse, 1992, s. 27)

3. DİJİTAL ÇAĞ ve MEDYA

Hapishane'nin Doğuşu kitabında Foucault (2006), Panoptikonizm'i (her şeyi tüm yönleri ile ışık altına çıkarıp görünür kılma) anlatırken, gözetlenme duygusunun bireyin davranışlarını sınırlamasındaki iç otokontrolün nasıl çalıştığına işaret eder. Birey gözetlendiğini ve her an her saniye görünmez bir gözün üzerinde olduğu duygusu ile her saniye kendini güvensiz hisseder; bunun sonucu ise itaat duygusudur.

1970'li yıllardan itibaren özellikle görüntü teknolojilerindeki olağanüstü gelişmeler ve uydu teknolojisindeki ilerlemeler sayesinde bugün yaşayan tüm bireylerin bildiği bir gerçeğe ulaşmış durumdayız. Her an her saniye ve her koşulda, görünmez bir gözün bizi takip ediyor olabileceği ve her hareketimizin kayıt altında olabilme ihtimali. Bireyin konuştuğu her kelimenin kaydedilebileceği, günün her saatinde yolda, sokakta, işyerinde, okulda, sanal ortamlarda vb. görünmez gözler tarafından takip ediliyor olabileme ihtimali günümüzün

gerçekliğidir. Teknoloji bireyin mahremiyetini yok etmiştir. Birey teknoloji karşısında savunmasız ve çırılçıplak ve edilgen bırakılmıştır. Foucault'nun panoptikanizm kavramı toplumsallaşmıştır.

Bununla birlikte Frankfurt Okulu düşünürlerinin işaret ettiği medyanın tüm toplumsal alanı belirleme ve bilgi üretme kanallarının ideolojik bir süzgeçle tüketici bireye sunulması, bireyi gerçeğe ulaşma yolunda sonuçsuz bir maceraya sürüklemektedir. Medyanın ideolojisi bir anlamda ürettiği bilginin hizmet ettiği çıkar gruplarının ideolojisi ise özdeşleşmektedir.

Chomsky'e göre medya; haberlerin ve çözümlerlerin çatısını yerleşik ayrıcalıkları destekleyen bir çerçevede kurarak ve bu doğrultuda her türlü tartışmayı sınırlayarak, birbirleriyle sıkı sıkıya kaynaşmış olan devletin ve şirketlerin çıkarlarına hizmet etmektedir. (Chomsky, 1993, s. 23) Böylece bu bakış açısına göre, kitle iletişim araçlarının içerikleriyle mesajlarının taşıdığı anlamlar esas olarak içinde üretildikleri örgütün ekonomik temeliyle belirlenmektedir. (Curran, 1997, s. 139)

Medya, özellikle gazete ve televizyon aracılığıyla, insanlar (ve bu arada kurumlar) üzerinde egemenliğini sürdürmektedir. Amacını araca dönüştüren medya, aynı zamanda kamu yararını, kamu merakına da dönüştürmektedir. Bu da, kamuya (yurttaşa) belli konularda malzeme sağlamak değil, Chomsky'nin ifadesiyle "kamu zihnini kontrol etme"ye çalışmak anlamına gelmektedir. Yani medya 'benim gibi düşün!' demeye başlamıştır. Bu tutum, elbette bize malzeme sağlamamakta, sadece medyanın kendi düşüncelerini topluma, insanlara yaymasına yaramaktadır. "Yaymak" düşüncesi ise, bilindiği gibi, propagandanın birebir kendisidir.

Medyanın yoğun propagandasına maruz bırakılan bireyler ise Baudrillard'ın ortaya koyduğu üzere, kurgulanan gerçek artık gerçeğin yerini almış ve kitleler kurgulanmış bir gerçeğin içinde yaşayan sessiz yığınlar haline gelmiştir. (Baudrillard, 2005)

Kurgusal gerçeklik ise en etkili biçimde Irak Savaşı sırasında Amerika Birleşik Devletleri tarafından tüm dünyaya sunulmuş ve savaş öncesi görüntüler kullanılarak, tüm dünya Irak'ın kimyasal silah ürettiğine inandırılmıştır.

Ortadoğu'nun yeniden yapılandırılması sırasında gerçekleştirilen bu savaş, uluslararası hukuk açısından olduğu kadar savaş ve medya konusunda da yoğun tartışmaları beraberinde getirmiştir. İşgal öncesi, ABD ve müttefiklerince Irak'ta kitle imha silahları bulunduğu yönünde ortaya atılan iddia, Irak'a saldırının temel gerekçesi olarak gösterilmiştir. Savaşın ilerleyen süreçlerinde bu temel gerekçenin doğru olmadığı ortaya çıkması, uluslararası kuruluşlar tarafından da yürütülen, savaşın meşruiyetine ilişkin tartışmalara hız kazandırmış ve "propaganda, manipülasyon, dezenformasyon terimleri yeniden sıcak gündeme oturmuştur". (Inceoğlu, 2003)

4. BİREYİN İDEOLOJİK AYGITLARI

Dijitalleşme bir yandan bilginin hızlı üretimi, yayılımı ve tüketiminin önünü açarken, bir önemli gelişmeyi de beraberinde getirmiştir: Teknolojinin ucuzlaması ve yaygınlaşması. Ayrıca, 15. yüzyılda matbaanın bulunması ile birlikte ortaya çıkan bilginin halka ulaşması ve halkın bilgiyi kullanmasına benzer bir süreci 21. yüzyılda yaşamakta oluşumuz, yeni bir aydınlanma çağını doğurabilir mi? sorusunu da beraberinde getirmektedir. 20. yüzyılın sonlarından başlayarak devam eden teknolojinin yaygınlaşması süreci, bireyleri bilgisayar sayesinde her türlü bilgiye ulaşır kılarken, bir yandan da dijital aletler sayesinde görsel sanatlar ve özellikle fotoğraf ve görüntü teknolojileri de sokağa inmiştir. (Dilmen, 2007, s. 214) Bireyin daha önce sadece izleyicisi olduğu filmler, sinemalar ve diğer görüntüler, artık dijital teknolojilerin sokağa inmesi ile bireyin yapımcısı ve yöneticisi olduğu bir kurgusal görsellik alanı yaratma şansını bireye sunmuştur. (Vural, Bat, 2010, s. 6) Yaratılan bu görsellik ise internet üzerinden tüm dünyaya sunulmaktadır. Özellikle sosyal paylaşım siteleri olarak adlandırılan popüler sanal ortamlar sayesinde bireysel üretimler birkaç saat içinde binlerce kişiye ulaşmaktadır.

Gittikçe yaygınlaşan sosyal ağlara son beş yılda, sosyal ağ sitelerine, on milyonlarca internet kullanıcısı talep göstermiş ve sosyal ağlar hem yetişkin hem de genç kullanıcılarla değerini arttırmıştır. Bu noktada sosyal ağlarla ilgili sayısal verilere bakıldığında şaşırtıcı ve ilginç rakamlarla karşılaşmaktadır.

- Üniversite öğrencilerinin % 82'si ve 19 yaş altının %55'i sosyal ağ kullanır.
- 13-19 yaş arasının %28'inin blogu bulunmaktadır.
- İnternet kullanıcılarının %28'i etiketlenmiştir ya da fotoğraflar, yeni hikayeler, ya da blog mektupları gibi online içeriklerine göre sınıflandırılmışlardır.
- İnternet kullanıcılarının %48'i YouTube gibi video paylaşım sitesi kullanmaktadırlar. (Vural, Bat, 2010, s.10)
-

Yukarıdaki veriler de göstermektedir ki, artık sanat galerilerinin, sinema salonlarının yerini sosyal paylaşım siteleri almıştır. Facebook üzerinden günlük paylaşılan amatör videoların sayısının 500.000'in üzerinde olduğu bilinmektedir. Youtube, flicker vb. gibi popüler video ve fotoğraf paylaşım siteleri sayesinde bu ürünler gün içinde binlerce kişiye ulaşabilmektedir. Bireylerin yönettiği amatör bloglar, web siteleri, haber portalları geometrik bir biçimde artmaktadır.

Bu yeni bilgi üretme ve paylaşma ortamının adı sosyal medyadır. Sosyal medya kısaca internet tabanlı olarak bireyleri farklı bireylerle sanal uzamda buluşturan web tabanlı hizmetler şeklinde değerlendirilebilir. (Toprak, Yıldırım, Aygül, Binark, Börekçi, Çomu 2009, s. 28-29) Oliver Boyd-Barrett ise, profil kavramını ön plana çıkararak, sosyal medyayı kişilerin oluşturmuş oldukları profiller üzerinden yorumda bulunarak birbirleriyle ilişki kurdukları bir web sitesi kategorisi şeklinde görmektedir. (Toprak, Yıldırım, Aygül, Binark, Börekçi, Çomu, 2009, s. 29). Sosyal medya aracılığı ile amatör sinemacıların çektiği kısa ya da uzun metrajlı filmler, üretilen uzun metrajlı filmlerin sayısını aşmış durumdadır.

Bugün dünyanın her yerinde elinde bir kamera ile görüntüler çeken, onları kurgulayarak kendi bakış açılarını ortaya koyan insanların ürünlerini sundukları sanal ortamlar aynı zamanda düşüncelerin, bilgilerin paylaşıldığı ortamlar olmaya başlamıştır. Sanal ortamlar üzerinden bireyler sosyal topluluklar kurabilmekte, örgütlenebilmekte ve harekete geçebilmektedir. (Binark, 2007, s. 6)

Yakın zamanda "Arap Baharı" olarak adlandırılan ve Tunus'ta, Fas'ta, Mısır'da ve Libya'da rejim değişikliğine yol açan halk ayaklanmalarının örgütlenme yeri olarak sanal ortamlar gösterilmiştir. Yine yakın tarihte Türkiye'de ortaya çıkan YÖK protestolarına katılan liseli öğrenciler sanal ortamlarda bir araya gelen ve birbirlerini ilk defa gören bireylerden oluşmuş olmalarına karşın binlerce liseli sokaklarda yürüyerek protesto gösterileri yapabilmıştır. Dünyayı sarsan Wikileaks belgeleri yine sanal ortamdan dağıtılarak ve yayılarak milyonlarca insana ulaşmıştır. Amerikan ordusunu Irak'ta çok zor durumda bırakan fotoğraf kareleri bireylerin cep kameraları ile çektiği görüntülerin servis edilmesi ile ortaya çıkmıştır. Yine Türkiye'de 22 Temmuz 2007 seçim döneminde Adana'da Abdurrahman Boztaş isimli vatandaşın "Biz fırıldak değiliz" adlı video klibi youtube üzerinden izlenme rekorları kırmıştır. Aynı dönem ve sonraki seçim dönemlerinde bağımsız adayların sosyal paylaşım siteleri üzerinden yürüttüğü seçim kampanyaları büyük ses getirmiştir. (Binark, 2007, s. 11)

Kitlesele eylem repertuarındaki klasikler olarak nitelenen yürüyüşler, mitingler, işgaller ve şiddet eylemleri gibi eylem biçimleriyle; bu sınıflandırmaya girmeyen, şenlikvari eylemlerin örgütlenmesi de yine sosyal medya üzerinden örgütlenen iletişim halindeki bireylerin ürünüdür. Sosyal hareketlerin interneti araçsallaştırmasının küresel boyuttaki örneği ise küreselleşme karşıtı eylemlerin örgütlenme şekli olabilir. Bu eylemler "küreselleşme" karşıtlığına paralel aslında "küresel" eylemler olup, coğrafi sınırlılıkları ancak internet üzerinden örgütlenerek aşabilmektedir. Zaman ve mekan sınırlamasından uzakta; interneti, çeşitli sosyal forumları kurmak ve bu sosyal forumlar üzerinden örgütlenebilmek için araç

olarak kullanılmaktadırlar. Böylece küresel sermaye kuruluşlarının toplantıları protesto edilebilmektedir. (Tilly, 2008, s. 164)

Bütün bunlardan çok daha önemli bir oranda toplumsal bir kitle ise, sosyal medyayı hayata, insanlara, aşka ve daha bir çok özel alana ilişkin duygularını, tepkilerini ve düşüncelerini dışa vurmak üzere sosyal medyayı kullanmaktadır. Sessiz kalabalıklar, sosyal medya aracılığı ile gerek sanatı ve edebiyatı kullanarak, gerek siyasal söylemlere ağırlık vererek, gerekse sosyal eylemler planlayarak yeniden soluk almaya başlamışlardır.

Önemli bir çoğunluk ise, sosyal medyayı, kendi dünya görüşlerini tüm insanlarla paylaşmak, onlar arasından taraftar bularak, kendi düşünceleri çevresinde bir tür cemaat ilişkisi yaratarak, küreselleşen ve bir o kadarda homojenleşme eğilimleri taşıyan “yeni dünya” düzeni karşısında, özgül ve kurtarılmış yaşam alanları yaratarak yeniden var olma çabası içindedir. Tüm bunlar, 20. yüzyılın teknolojik gelişmeleri sayesinde ideolojik bombardımana tutulan ve gerçeğe ulaşma yolları kapanan savunmasız ve itaatkar olmaya zorlanan bireyin 21. yüzyıl ile birlikte kendi düşüncelerini ve duruşlarını ortaya koyma yolunda bireyin tekrar ayağa kalkması olarak düşünülebilir mi? Popüler film Matrix’deki kahramanın deyişi ile bireyler kendilerine devletin ideolojik aygıtları eliyle sunulan, hipergerçeklikten kurtulup “welcome to the real World” noktasına tekrar gelebilirler mi?

Artık kameranın ortaya koyduğu politika, onu elinde tutan bireyin bakış açısıyla şekillendiğinde bireyin ideolojik aygıtına dönüşebilir mi? Fotoğraf, müzik, video klipleri, kısa filmler, görsel sunumlar yolu ile sessiz yığınlar ideolojik belirlenmeye direnen birey hegemonik güç olabilirler mi?

5. SONUÇ

20. yüzyılın sonu, medya tarafından kuşatılan ve onun belirlediği kurgusal gerçekliğin ideolojik bombardımanı ile karşı karşıya bırakan ve yalnızlaşan bireyin, iktidar karşısında direniş alanlarının gittikçe azaldığı bir toplumsal dönüşüme zorlanırken, 21. yüzyılın ilk on yılı içinde sessiz yığınların, özellikle görsel sanatları, yazılı edebiyatı ve internet haberciliğini kullanarak yeniden ayağa kalkışı ve tektipleşmeye, önbelirlenmiş bir yaşamsal hayat döngüsüne, edilgen birer politik aktör olmaya karşı aynı ortamları (dijital teknoloji ve siber ağlar) kullanarak yeniden dirilmeye başladığını söylemek çok erkendir. Ancak bu yönde dünya ölçeğinde her gün artan oranda bir eğilim olduğunu söylemek mümkündür. Bireyin devletin (küresel anlamda kapitalizmin, yerel anlamda iktidarın) her türlü ideolojik aygıtının belirleyici ve dönüştürücü etkisi karşısında yine aynı aygıtları kendi ideolojileri doğrultusunda kullanarak savunmaya geçtiği, örgütlenecek çoğaldığı bir dönemi yaşamaktayız.

Her bireyin kendi politik kamerasını yanında taşıdığı, objektifinden dünyayı görmek istediği gözü seçtiği, klavyesinden dünyaya mesajlarını verdiği bir yeni bireysel dünyayı dönüştürme çabalarının, önemli ölçüde görsel sanatları sokağa kadar indiren dijitalleşme ve ucuzlayan teknolojilerin birer sonucu olsa da, matbaanın bulunması ise halka inen bilimsel bilginin sayesinde kilise iktidarının sona ermesine neden olan toplumsal dönüşüme benzer bir dönüşüme neden olabileceği ihtimali şimdilik zayıf gözükmektedir. Heterojen ve kendiliğinden bireysel direnişlere karşı, küresel güçlerin ve yerel iktidarların kültürel kodları kullanarak, medya üzerinden dünyaya yaydığı gerçeklik, hala toplumsal dönüşümdeki en önemli etken olmaya devam etmektedir.

KAYNAKLAR

- Liotard, J. F. (2000). *Postmodern Durum*. (Çev: Ahmet Çiğdem). Ankara: Vadi Yayınları.
Baudrillard, J. (2005). *Simülakrlar ve Simulasyon* (Çev: Oğuz Adanır). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
Balibar, E. (1991). *Althusser İçin Yazılar*. (Çev: Hülya Tufan). İstanbul: İletişim Yayınları.

- Althusser, L. (2003). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, (Çev: Alp Tümertekin). İstanbul: İthaki Yayınları.
- Marcuse, H. (1992) *Tek Boyutlu İnsan*, (Çev: Aziz Yardımlı). Ankara: İdea Yayınevi.
- Foucault, M. (2006) *Hapishanenin Doğuşu*, (Çev: Mehmet Ali Kılıçbay) Ankara: İmge Kitapevi Yayınları.
- Chomsky, N. (1993). *Medya Gerçeği*, (Çev: Abdullah Yılmaz). İstanbul: Tümzamanlar Yayıncılık.
- Curran, J. (1997). “*Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme*” içinde: *Medya Kültür Siyaset*, (Çev: Süleyman İrvan) Ankara: Ark Yayınevi.
- İnceoğlu, Y. (2003) *Savaşta Medya Cephesi*, Radikal Gazetesi, 20.03.2003.
- Dilmen, N. E. (2007), *Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları*, Marmara İletişim Dergisi, Sayı:12 Şubat.
- Akıncı Vural, Z. B. Bat, M. (2010). *Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma*, Journal of Yasar University.
- Toprak, A., Yıldırım A., Aygül E., Binark M., Börekçi S., Çomu T. (2009) *Toplumsal Paylaşım Ağı facebook: “görülüyorum öyleyse varım”*, İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmaları*, Ankara: Dipnot Yayınları.
- Charles, Tilly. (2008), *Toplumsal Hareketler*, (Çev: Orhan Düz), İstanbul: Babil Yayınları.