

PANDEMİ SÜRECİNİN İLETİŞİME ETKİLERİ: İLİŞKİLERE YANSIMASI

Remziye Terkan¹

Makale İlk Gönderim Tarihi / Recieved (First): 28.05.2022

Makale Kabul Tarihi / Accepted: 29.06.2022

Atf/©: Terkan, R. (2022). Pandemi Sürecinin İletişime Etkileri: İlişkilere Yansımaları, Scientific Journal of Innovation and Social Sciences Research, 2 (1), 45-56

Özet

Çalışmada, tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgını ve bu salgınla iletişim becerilerinin zorlandığı aynı zamanda iletilmek istenen mesaj ve duyguların akım ve alınımının nasıl kısıtlandığı değerlendirilmeye çalışılmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçların iletişimi nasıl yönlendirip, şekillendirdiği ve iletişim kuramlarına ek bir kuram olarak girebilecek pandemi kuramı söz konusu olduğu değerlendirilmiştir. Çalışmada 100 üniversite öğrencisine anket uygulanmış ve teknolojinin de katkısı ile iletişim becerilerinin kısırlaştığı, iletilmek istenen duygu, düşünce ve mesajların tam anlamı ile robotikleştiği gözlemlenmiştir. Her geçen gün teknolojinin farklı bir boyutta yaşama yansımaları ile paralel yüz yüze iletişim ve yakın temasın mesafelere maruz kalması ilişkilerdeki açıklığı ve samimiyeti köreltmüş ve gerçeklikten uzaklaştırarak kişilerarası iletişimi pandemik iletişime çevirmiştir. COVID-19 salgınının pandemi olarak adlandırılmasıyla beraber kişilerin mecburi mesafeye kendilerini korumak amacı ile çekilmesi kaçınılmaz olup bireysel ve kurumsal iletişimler dijitalleşerek yeni Dünya düzenine uyum sağlamaya süratle yönelmişlerdir. Olaylar, mesajlar, kişileri ve kurumları yeni ve farklı iletişim portallarına itmiştir. Yine farklı kültür, anlayış ve düşünce bu şekilde dijital akışla kabul görmeye başlamıştır. Bu durum ilişkileri de farklı yönlendirmiş, yüz yüze olan iletişimi robotik ve kalıplaşmaya mecbur kılmıştır. Pandemi, gelişen teknolojiye daha hızlı adaptasyon yaratmış ve iletişimi dijital iletişim modeline çevirmiştir. Bu noktada duygu, düşünce ve mesaj aktarımları iletişimin duygu doğasından çıkarak gereklilik kalıbına sokmuştur. Pandemi ile bilgiyi işleme, özümseme, üretme, düşünme ve duyguları ifade etme tamamen değişmiştir. Duyguların beden dili ile yüz yüze aktarılmaması duyguyu, mesajı karşıya olduğu gibi iletememeye, hissettirememeye neden olmuş ve ilişkiler bir kalıbın içine girmiştir. Sonuç olarak, çalışmada COVID-19 salgınının, kişilerarası iletişimi nasıl etkilediği ve biçimlendirdiği irdelenmiş ve bunun duygu, düşünce ve ilişkilere nasıl yansıdığı araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Pandemi Süreci, İletişim, Teknoloji, Etkileşim

EFFECTS OF THE PANDEMIC PROCESS ON COMMUNICATION: ITS REFLECTION ON RELATIONS

Citation/©: Terkan, R. (2022). Effects of The Pandemic Process on Communication: Its Reflection on Relations, Scientific Journal of Innovation and Social Sciences Research, 2 (1), 45-56

Abstract

In the study, it was tried to evaluate the COVID-19 epidemic which affected the whole world and how communication skills are challenged and how the flow and reception of the messages and emotions to be conveyed are restricted with this epidemic. It has been evaluated that obtained results from that study demonstrate how affected and shaped communication. In the addition that for communication added theory as a pandemic theory. In the study, a questionnaire was applied to 100 university students with the contribution of technology, communication skills, emotions, thoughts and messages that are intended to be conveyed have become robotic in the full sense with the reflection of technology on life in a different dimension with each passing day, the exposure of face to face communication and close contact to distances has dulled the openness and sincerity in relations and has turned interpersonal communication into pandemic communication by taking it away from reality. With the COVID-19 epidemic being named as a pandemic, it is inevitable for people to go to the obligatory distance to protect themselves and individual and corporate communications have rapidly turned to adapt to the new world order by digitalizing. Events, messages pushed individuals and institutions to new and different communication portals. In addition, different cultures, understandings and thoughts have started to be accepted with digital flow in this way. This situation has also directed the relations differently, force the face to face communication flow to become robotic and stereotyped. The pandemic has created a faster adaptation to the developing technology and has turned communication into a digital communication model. At this point, the transfer of emotions, thoughts and messages has left the emotional nature of communication and put it in the mold of necessity. Processing of information, assimilating, producing, thinking and expressing emotions has completely changed with the pandemic. The fact that the emotions were not conveyed face to face with the body language. Feelings couldn't demonstrated as natural and the relationships live a chaos in their pattern. In summary, in the study, how the COVID-19 epidemic affected and shaped interpersonal communication was examined and how this reflected on emotions, thoughts and relationships was investigated.

Keywords: Pandemi Process, Communication, Technology, Interaction

¹ Prof. Dr., Onbeş Kasım Kıbrıs University, remziyeterkan@onbeskku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5309-3285

1. GİRİŞ

Dünyamız her geçen gün teknolojinin gelişimi ile değişim göstermektedir. İnternetin insan yaşamına girmesi ile dünya insanı sürat içerisinde dijital dünyanın merkezine yerleşmiş olmaktadır. Bilinen tüm kavramlar kendini dijital dünya içerisinde yenilemektedir. Bunların başında gelen sosyal medya olarak bilinmektedir. Sosyal medyanın, geleneksel medyanın yerini alması, internetten sonraki en önemli adım olarak tarihe geçmiştir. Sosyal medyanın ortaya çıkması ile küresel olarak bir devrim yaşanmıştır. Yeri geldiğinde sosyal medya muazzam bir güç olarak tanımlansa da bazen büyük bir tehdit oluşturabilmektedir. Kullanım alanının ve şeklinin, doğru zamanda, doğru kitlelere, doğru şekilde aktarımı büyük önem taşımaktadır. Kişilerin, grupların, kurumların, örgütlerin ve toplumların yaşamlarında stratejik bir öneme sahip olmaktadır. Sosyal medya ile bulunulan coğrafik konumun, kimliklerin, yapılabileceklerin hesabı tutulamamakta, dolayısı ile sınırlar ortadan kalkmakta ve dünya üzerinde yaşanan her gelişmeye aynı anda ulaşılmaktadır. Bunun yanında sosyal medyada paylaşılan her bilgi anında tüm küreye yayılmakta ve kitleleri etkileyebilmektedir. Buradan hareketle sosyal medya algı yönetimini etkileyen en önemli faktörlerden biridir denebilir. Bilgiye anında ulaşmak veya ulaştırılmak istenen bilginin hedef kitlelere anında iletilmesi algı yönetiminin işlevselliğini ortaya koymaktadır. Algı yönetimi, insanın gücü ve bu gücü devam ettirmek için hakimiyetini ortaya koyması, etkileme gücünü arttırmak amacı ile propaganda yapması olarak bilinmekte ve insanlık tarihi kadar eski amaç ve araç olarak tanımlanmaktadır (Yaşaroğlu & Altekin, 2018). Sosyal medyanın gücü her platformda görülmektedir. Geleneksel medyayı özünde belli bir kalıba koyan sosyal medya, hedeflediği kitle ve grupları demografik ve niteliksel özellikler açısından ayırmakta ve istediği gibi etkilemektedir. Kişi, grup, kurum, işletme ne olursa olsun küresel olarak her yapıya istediği yönde hizmet eden bir görevi bulunmaktadır. Dünyayı sosyal medyaya paralel aynı süratle etkisi altına alan COVID-19 salgını pandemi olarak tarihe geçmiş ve dünyanın pek çok yerinde genç – yaşlı yaşamların sonlanmasına neden olmuştur. Adeta herkesin korkulu rüyası daha doğrusu kabusu haline gelen COVID-19 salgını uzun bir süre devam etmesi ve varyantlarının da ard arda ortaya çıkması ile ilişkileri de birebir etkilemiştir. İşte bu noktada bireysel, kurumsal, ülkesel ve kısacası evrensel dijitalleşme daha da benimsenmiştir. Her an dünyanın bir ucundan iletişime geçebilecek kişilerle birlikte yan yana olan kişileri de dijital iletişime yönlendirmiş ve bunu olağan kılmıştır. Sarılmaların, öpmelerin, onayların, doğrulamaların sadece emojilerle yerine getirilmesi, aktarılması istenen tüm duygu ve düşünceleri dijitalde hissetmeye ve hissettirmeye itmiştir. İletişimde ilişkiler robotikleşmiş ve belli bir kalıp içine girmiştir.

1.1. Sosyal Medya

Dijitalleşmenin gelişi ile bilgiyi işleme, özümseme, üretme ve düşünme şekli tamamen değişmiştir. Geleneksel medyaya aşina olanlar bu yeni medyayı genellikle bilgi almak için kullanmaktadırlar. Teknolojinin gelişimi ile ve yaşamın mecburi getirisini ile bilgi almanın yanında eğlence, oyun, sohbet ve araştırma gibi farklı amaçlarla da sosyal medyayı kullanmaktadırlar. İçinde bulunulan çağ ve teknolojik nabız bireyleri otomatik olarak belli başlı konularda olsa da kullanım noktasına çekmektedir. Dijital dünyanın bağımlıları, yeni çağ teknoloji bireyleri sosyal medyadan faydalanmaktan da öte, teknolojik araçların yaşamlarının bir parçası haline gelmesine fırsat vermektedirler (Eşgi, 2013)

Günümüz dijital dünya insanı, teknolojinin sunduğu imkanlarla kendini geliştirip değiştirmekte ve bilgi akışının gerçekleşmesine olanak sağlamaktadır. Kısacası bilgi toplumuna geçiş fırsat sağlamaktadır. Bilgi toplumuna geçiş, gelişmiş ülkelerin seviyesindeki dönemi ifade etmektedir. Bu durumda bilgi küresel bir döngüde işlenerek, üretime katkı koyarak dağılmaktadır.

Dijital dünyaya baktığımız bu açı, tamamen olumlu etki ve yönleri ile insanlığa yansımaları göstermektedir. Kullanımı doğru yapıldığı zaman aklın sınırlarını geçen faydalar sunarken, kullanımı yanlış yapıldığı zaman insanlığı korkunç bir tehditle karşı karşıya bırakabilmektedir. Dijital dünya o kadar ince bir çizgi ile her iki olasılığa da açık kapı bırakmaktadır.

Teknolojinin gelişimi ile bir yandan yaşamımız kolaylaşırken, diğer yandan yanlış kullanımlar ve algı savaşları ile yaşam zora koşulmakta, düşünsel ve davranışsal iletişim yön değiştirmektedir. Koçyiğit'in de vurguladığı gibi "dünyada gerçekleşen büyük savaşların yerini artık medyada gerçekleşen algı savaşları almıştır" (2019: 152) Kitle iletişim araçları ile yaratılmaya çalışılan yeni dünya düzeninde bireyler ve topluluklar üzerinde zihinsel imgeler hızla değişim kazanmaktadır. Diğer tüm alanlarda olduğu gibi sosyal yaşam içerisindeki karmaşa, yaratılmak istenen ve gerçek arasındaki fark ile genişlemektedir. Gider'e göre, "kişiler neyi algılayorsa o onların gerçeği oluyor" sözü, sosyal medyada yürütülen algı yönetiminin yaşamı ne kadar etkilediğini göstermektedir (2014: 254). Kişiler ve topluluklar üzerinde yaratılması istenen davranış ve düşünce biçimi sosyal medya ile şekillenmektedir. Çağıl'ın da ifade ettiği gibi "medya sektörünün ilgilendiği algı yönetimlerinin başarılı olması; topluluklarla algı yönetimini benimseyen kişiler arasındaki iletişimin ne denli güçlü olduğu ile doğru orantılı olmaktadır" (2017: 133). Sosyal medya bugün kişi, kişiler ve toplulukların bakış açıları, yaklaşımları ve kültürlerini bilinçli bir şekilde etkilemektedir. Dijitalleşme ile küresel bütünlük gün geçtikçe artmakta ve gücü elinde bulunduran, algı yönetimini doğru uygulayan toplumların gücü her şekilde hissedilmektedir. Sosyal medya bunu ortaya koyan önemli bir araçtır.

1.2. Sosyal Medya, COVID-19 ve Değişim

İletişim yazının icadı ile başlamış ve günümüzde sosyal medyaya kadar teknolojinin gelişim ve değişimi ile gelmiştir. İletişim insanlığın en temel ihtiyaçlarından biridir. İnsanoğlunun iletişimsiz yaşamını sürdüremediği bilinen gerçeklerdendir. Sosyal medya ile kişi - kişiler, topluluklar, kurumlar ve toplumlar arasındaki mesafe ortadan kalkmaktadır. Geleneksel olarak ifade edilen sıradan, bilindik medyadan sonra dijital iletişim çağında yeni medya karşımıza çıkmaktadır. Yeni kelimesi dijitalleşme ile farklı bir önem kazanmış ve ilgiyi artırmıştır. Geleneksel medya da yerini yeni medyaya bırakmıştır. Yeni medya çağımızda çok yönlü kullanılabilen vazgeçilmez bir araç olmuştur. İletişim teknolojilerinin gelişimi yeni iletişim ortamlarını ortaya çıkarmış, bu da yeni medya olarak isimlendirilmiştir. "Yeni medya hızın ön plana çıktığı, coğrafik ve demografik anlamda kapsanan alanın genişlediği, iletişimde uzak mesafelerin engel oluşturmadığı, iletilerin kitleler tarafından seçilip, ayıklanıp gönderilebildiği, büyük bir bellek kapasitesinin söz konusu olduğu iletişim biçimi olarak tanımlanmaktadır" (Aktan, 2017: 49). Yeni medya ile hız kavramı günlük yaşamın bir parçası haline gelerek uzaklar yakın olmuştur. İletişim biçimi kitleler tarafından iletilerin anında alınıp, saklanabildiği ve yanıtlanabildiği bir şekil almıştır.

2019 yılının Mart ayı başlarında görülen ve yüzleşilen COVID-19 salgınının süratle yayılması ve pek çok can kaybına sebep olup dünya genelinde Pandemi olarak isimlendirilmesi ile internet ve yeni medya yaşamları tamamen içine almış ve değişime uğratarak iletişim başta olmak üzere yönlendirmiştir. Yaşamın her an içinde bulunan ve bulunması gerekli görülen internetin olmadığı düşünüldüğünde "sudan çıkmış balığa dönmek" deyiminin karşılığı ile yüzleşilmektedir. İnternet bugün küresel olarak hakimiyet kurmuş sosyal medyaya altyapı oluşturmuştur. İnternetin gelişimi ile sosyal medya yapı ve içerik olarak büyüyüp, gelişmiştir. Küresel olarak yaşamın önemli bir parçası haline gelen sosyal medya,

toplumların psikolojik, sosyal ve kültürel hatta ekonomik yapılarının dönüşümlerinde etkili bir rol oynamaktadır. Geleneksel iletişimi aynı anda çok boyutlu iletişime yönlendiren internet, yeni dünya düzenini beraberinde getirmiştir.

Bugün neredeyse her evde internet bağlantısı bulunmaktadır. Büyük küçük herkesin iletişim kurmasını sağlayan internet, bireylerin sadece aile ve arkadaşları ile değil, iş yerleri ile de bağlantı içinde olmasına olanak sağlamaktadır. İnternet kullanımı daha evvel gençlerde yoğunluk gösterirken bugün interneti orta yaş ve orta yaş üstünün de etkin bir şekilde kullanıyor olduğu görülmektedir. Pandemi süreci de bunu olağan ve hatta yaşamsal bir duruma getirmiştir. COVID-19 ile eve kapanan insanlık, büyük, küçük, yaşlı herkesi yeni dünyayı kullanır hale getirmiştir. Yaşamımızın vazgeçilmezi olan internet ve sosyal ağlar, yeni medya, yeni dünya anlayışını daha da çabuk benimseme ve bilinmezlerini de süratle bilmemize, laboratuvarlarda ortaya çıkarılan bir virüs olarak tanımlanmanın yanısıra dünya nüfusunun azaltılmasına yönelik bir hareket olarak da tanımlanmış ve aynı zamanda da robotikleşmenin gerçekleşmesine olanak sağlamıştır.

İnternet mesafeleri ortadan kaldırarak sosyal ilişkiler kurulmasına fırsat sağlamaktadır. Bunun yanında birbirine yabancı kişiler arasında da gerçek veya yapay arkadaşlıklar kurulmasına olanak tanımaktadır. Bazı eleştirmenlere göre internet, akraba ve arkadaşlarla olan yüz yüze iletişimin çekiciliğini ortadan kaldırmakta ve bu karşılıklı etkileşimin gücünü azaltmaktadır. Bu eleştirmenlere paralel olarak COVID-19 süreci bir nebze bu eleştiriye doğrulamıştır. Virüs kapmamak için ilişkilerini soyutlayan kişiler, iletişimi sosyal medya üzerinden yapmayı vazgeçilmez bir koşul olarak benimsemiştir. Aslında iletişim devam etmekte, ilişkiler sürdürülmekte ancak karşılıklı yaşanan hissiyat soğuyarak kavramsallaşmaya yönelmiştir. Hissedilen duygular bedensel olarak ifade edilememekte, her ne kadar sosyal medya ile aktarımlar görüntülü yerine getirilse de aynı sıcaklık yüz yüze koşullardaki gibi olmamaktadır.

Sosyal medya kullanımının masumane olup olmadığı, nelere sebep olup değişime yol açacağı hep bir tartışma konusu olmuştur. Sorulacak esas soru sosyal medya kullanımına neden ihtiyaç duyulduğudur. İletişim kurmak, dünyadaki gelişmelerden haberdar olmak, beğenilmek, dikkat çekmek, takip edilmek, takdir edilmek, çevre yapmak, vb. tüm bunlar kişilerin bilinçaltı ve yaşamdan beklentileri ile ilintilidir. Sosyal medya kullanımı, bireysel istek ve ihtiyaçlara bağlı olarak değişebilmekte ve farklı güdüsel doyumlarla şekillenmektedir. Sosyal medyada yapılan paylaşımlar aynı zamanda toplumun algısını yönlendirmektedir. Sosyal medyada yapılan paylaşımlar insanları birbirine yakınlaştırırken bazen kutuplaştırabilmektedir. Kişilerin temel ihtiyaçlarının ne olduğuna karar vermelerinde yönlendirici olan sosyal medya aynı zamanda insanların düşüncelerini belirlemektedir (Küçükbezirci, 2018).

Yeni iletişim araçları interaktif iletişim özelliğine sahiptir. Bu araçlar kişilere, duygu ve düşüncelerini daha hızlı ve kolay paylaşım yapacakları imkanlar oluşturmaktadır. Yeni iletişim araçları, bireylerle etkileşim, paylaşım ve geri dönüşümün esas olduğu bir iletişim platformunu sağlamaktadır (Koçyiğit, 2015). Bugün bir çok iletişim platformu ile iç içe yaşamakta ve bu platformlar yaşam amacına hizmet etmektedir. Yaşamın odağı olup, kişilerin amaçlarına hizmet eden ve kendilerini daha iyi ifade edebileceklerini düşündükleri iletişim platformları içerisinde bloglar, video paylaşım siteleri, sosyal paylaşım siteleri, haber uygulamaları bulunmaktadır.

Yeni dünya alışkanlıkları tam da sosyal ağların gelişimi ile şekillenirken COVID-19 virüsünün ortaya

çıkması ve insan yaşamını tehdit altına alması ile tamamen evrensel bir bağımlılıktan çok evrensel bir zorunluluk haline gelmiş ve kabul edilmiştir. Tartışmasız tüm dünyanın kullanım alanı ve iletişim alanı olarak kabul edilmiş ve yer etmiştir. Öyle ki, pandemi sürecinin sonuna gelindiği izlenimi ve açıklamaları yapılırken, bir araya gelen kişiler ve topluluklar mesafelerini korumaya istemsiz bir şekilde devam etmektedirler. Sarılma hissi olsa da isteği ortadan kalkmış sadece bir göğüse vuruşla selamlamalar yapılmaya başlanmıştır. Tokalaşmaya çekinir olan bir insan topluluğu gözlenir olmuştur. Böylelikle ilişkiler mesafeleşmiş, sarılmak veya öpüşmenin eskisi gibi olmadığı görülmeye başlanmıştır.

1.2.1. Medya Bağımlılık Teorisi

Günümüzde gelişen teknoloji ile çeşitlenen kitle iletişim araçları ve medya bireyleri ve toplumları şekillendirecek güce sahip olmuştur. Medyanın gücü sosyal etkileşimde büyük önem taşımaktadır. Medyanın bireyleri ve toplumu yönlendirdiği bilinen bir gerçek iken gelişen ve değişen dünyada sosyal medyanın yaşama girişi ile tamamen kişileri ve toplumları etkisi altına aldığı söylenebilir. Bu durumda bireyler ve toplumun bu etki altında olumlu veya olumsuz bir yaklaşım sergileyebileceği de kaçınılmaz bir gerçektir.

Yaş sınırı tanımayan sosyal medya, bugün, küçük yaş gruplarından itibaren kullanılmaktadır. Gelişimin birebir etkilenmesinde önemli rolü olan sosyal medya, bireylerin toplum içi davranışlarına da yansımaktadır. Birbiri ile sürekli iletişim içinde olan bireyler sosyal medyanın etkisi ile daha da yoğun etkileşim içinde olmaktadır. Sözlü, yazılı ve görsel olmak üzere iletişimin gerçekleşmesi sosyal medya ile etkileşimi ikiye katlamıştır. İnternet medyası olan sosyal medya ile iletişim ve etkileşimin yoğun olarak sağlandığı görülmektedir.

Sosyal medyanın en etkileyici yönü düşünsel, duyuşsal ve eylemsel olarak tüm mesajları geniş kitlelere eş zamanlı olarak iletebilmesidir. Aynı anda verilmek istenen tüm mesajların ve aktarılmak istenen tüm iletilerin kitlelere ulaşması bireysel etkileşime neden olmakta, bu da toplumsal iletişimi olanaklı kılmaktadır. İşte bu noktada küresel olarak dolaşan mesaj ve iletiler pozitif veya negatif etkilerle yine küresel olarak iletişimi ve etkileşimi sağlamaktadır. Karşılıklı bilgi akışından dolayı ve bu akışın sürekliliği ve anında iletişim yayılımının cazibesi ile sosyal medya bireylerin ve toplumların vazgeçilmezi ve esas ihtiyacı olmuştur.

Bireyler ve toplumlar arasındaki iletişim ve ilişkilerin şekillenmesi birbirinden bağımsız değildir. Kurulan iletişim şekillerinde birbiri ile bağlantılı ilişkiler vardır. İletişim şekillerindeki bağımlılık ilişkileri çoğu zaman bir diğerrinin tamamlayıcısı, etkileyicisi veya etkileneni olmaktadır. Bağımlı iletişimde gösterilebilecek en doğru örnek birey ve medya ilişkisidir. İletişim bireyin kendisi ile başlamakla beraber büyüyüp geliştikçe bireyin çevresi ile de iletişimi büyür ve gelişir. Bireyin öteki bireylerle ve toplumla olan iletişimi, medya olarak tanımlanan kitle iletişim araçları ile de ayrı bir öneme sahip olur. Sosyal medya ile iletişimin önemi ve yoğunluğu artmıştır ve gün geçtikçe artmaktadır. Bireyler kendileri dışında diğerr bireylerle kurdukları ilişkiler sayesinde yaşamlarına devam edebilirler. Bu nedenle sosyal medya ve bireylerin yaşamları ve yaşamlarına verecekleri yön hayati önem taşımaktadır (Alav, 2020). Yaşamın şeklini belirler hale gelen sosyal medya ile bugün bireyler tüm istek ve ihtiyaçlarını buradan karşılayabilmektedirler. Pek çok işi yönlendirerek kolaylaştırıp

zorlaştırabilmektedirler. İlişkilerini kurmakta, yönlendirmekte ve yapısal olarak bu ilişkilerin getirilerine uyum sağlamaktadırlar. Sosyal medyanın sunduğu sınırsız bilgi, görsel ve çok çeşitli kültürel değerlerle düşünsel ve duyuşsal etkileşimler içerisine girmektedirler. Bireylerin bugüne kadar kabul gördükleri her şey sosyal medya ile yön değiştirebilmektedir. Tüm bunlar gerçekleşirken bir başka önemli nokta, bireylerin bunları eleştirmeden hatta fark etmeden sosyal medya üzerinden gelen her mesajı benimsemeleridir. Bu da sosyal medyanın bireyler ve toplumlar üzerinde stratejik bir önemi olduğunu göstermektedir. Sosyal medya ağlarında gezen her bilgi dolaylı veya dolaysız bir aktarım olmaktadır. Bu bilgiler bazen açıkça ortaya konulurken bazen dolaylı olarak da kullanılabilir. Ancak her etkileşim bir mesajı içermektedir.

Sosyal medya tarafından ilk zamanlarda iletilen mesajlar, daha sonra bireylerin normal yaşam tarzları gibi enjekte edilmekte ve bireyler bu mesajları algılamaları gereken normal mesajlar gibi almaktadırlar. Kullanıcıların verdiği etki ve tepkiye göre medya kendini ayarlamakta ve kullanıcıların kabul durumuna göre değişiklikler yapabilmektedir. Amaç yadırgatmadan kabulü sağlamak, ilişkileri yönlendirmek ve etkileşimi güçlü kılmaktır. Doğru bir çerçeve içinde gerçekleşen sosyal medya kullanımı, bireylere ve toplumlara faydalar sağlarken yanlış ve çıkarlar doğrultusunda kullanılan sosyal medya istenmeyen sonuçlara götürebilmektedir.

“Sınırların çok şeffaf olduğu ve özel hayat kavramının sınırlarının daha iyice daraldığı bu yeni dijital dünyada, insanlık bugün en çok yararlandığı kaynak olan internetin, iletişimdeki yararlarını artırırken, bugünkü ve gelecekteki zararlarından korunmak için de bir o kadar çaba göstermelidir” (Uçak, 2018: 273).

1.2.2. Sosyal Medya ile Algılama, Yorumlama ve Yaklaşım Becerileri

Kişi, çevresinde bulunan uyarıcıları kendi yetişmiş ve kabul görmüş olduğu değerler doğrultusunda duyu organları yardımıyla anlamlandırır. Kişinin yaşamı içerisindeki deneyimi algılamada etkilidir. Algılar, deneyimler ve bilgiler ile şekillenir.

Kayalar ve Genç, algılamayı “Algılama bu yüzden öznel bir süreçtir. Her düşünce ve davranış algılama sürecinden geçerek ortaya çıkar. Kendimizi ve çevremizi anlama bu şekilde gerçekleşir” ifadesinde bulunmuşlardır (2020: 79). Algılama, kişileri her alanda her konuda etkilemektedir. Kayalar ve Genç’in ifade ettiği gibi algılar öznel olduğundan herkesin her şeyi algılama biçimi farklıdır. Bu nedenle, sosyal medyada da ortaya konan her mesaj kişilerin zihinlerindeki algılar üzerinde etki eder ve kişileri harekete geçirir. Sosyal medyada önemli olan kişilerin zihinlerinde ne veya nelerin ön plana çıkarılacağıdır. Ortaya konan mesajın insanları nasıl etkilediği ve ne şekilde harekete geçirdiği önemlidir.

Algı kavramı değerlendirilirken algı yönetimine değinmek de gerekmektedir. Algı yönetiminin olumlu yanı, insanlar üzerinde herhangi bir konuda bilgi vermek ve farkındalık yaratmaktır. Sosyal medyada algı yönetimi ekonomik, siyasal pek çok alanda kullanılmaktadır. Çağır, “Medya sektörünün ilgilendiği algı yönetimlerinin başarılı olması; topluluklarla algı yönetimini benimseyen kişiler arasındaki iletişimin ne denli güçlü olduğu ile doğru orantılı olmaktadır” ifadesini vurgulayarak algı yönetiminin iletişimdeki önemini ortaya koymuştur (2017: 133). Önemli olan sosyal medya kullanımında doğru bilgilerin yansıtılması ve algının doğru şekilde yönlendirilmesidir. Benimsetilmek istenen mesajlar ve

yaratılmak istenen algılar da ayrıca görsel kullanımı ile geniş kitleleri kolaylıkla kontrol altına alabilmektedir.

Sosyal medya ile anlama, yorumlama ve harekete geçmeye yönelik Sezer ve Sert, “Sosyal medya özelinde dijital medyanın yoğun bir biçimde kullanılıyor olması sosyal medya kullanıcılarının, içerikleri anlamının ve yorumlamanın dışında eyleme geçme yetisine sahip olmalarını gerektirmektedir” (2019: 175) der.

Sosyal medya ile sadece kişilerin iletişim kurması değil, kişilerin kendi duygu ve düşüncelerinin ifadesi yapılabilmektedir. Kimi insan toplum ve dünya haberlerini takip edebilmek için, kimi insan eğlenmek için, kimi insan kendi işini dijital ortamda çevirebilmek için, kimisi çevre edinmek ve de başkalarının yaşam şekillerini takip edebilmek için sosyal medyayı kullanmaktadır. Bu şekilde yaşam hızını yakalayabilmek, insanlara duygusal ve düşünsel haz vermektedir. Her alanda gerek ekonomiyi takip etmek, gerekse siyasette gerçekleşen bir tartışmayı anında takip edip, kimlerin ne ölçüde bu tartışmaya dahil olduğunu yakalamak ve değerlendirmeleri daha objektif yapabilmek için sosyal medya önem taşımaktadır. Bunun dışında sosyal medyada eğlence alanları, şarkılar veya tiyatrolar, haber kesitleri, belgeseller insanların ufkunu açmakta ve her türlü bilgiye ve içeriğe ulaşabilme olanağı sağlamaktadır. Dünyayı kişilerin önüne serilebilecek özelliğine sahip sosyal medya, günümüzde yerküreyi kendisine bağımlı bir hale getirmiş bulunmaktadır. Gezgin’in de ifade ettiği gibi, “Sosyal medya zamanla bağımlılık oluşturmaktadır. Bazılarına göre çok cazip imkanlar sunmasına rağmen sosyal paylaşım ağları toplumsal ve bireysel yaşamda birtakım bozulmalar ve sorunlar yaşanmasına sebebiyet verebilmektedir” (2018: 13). Sosyal medyanın cazibesi, insanları bir zaman sonra tamamen etkisi, dolayısı ile kontrolü altına almaktadır. Öyle ki sosyal medya kullanıcıları sosyal medyanın etkisi altında kalarak aile içi ilişkilerde, aile ortamından kopmakta ve sosyal medyadan kendilerine kalan kısıtlı zaman içerisinde ailesi veya yakınları ile birebir iletişime geçmektedirler. Diğer yandan eşler arasında kopukluklar yaşandığı görülmektedir veya yerine getirilmesi gereken sorumluluklar ertelenebilmektedir. Yine Gezgin’in vurguladığı gibi “Amaçsız bir şekilde sosyal medyada gezinmek, sosyal medyada yaşanan mutlulukların gerçek hayatın önüne geçmesi, sosyal ilişkilerin giderek zayıflaması ve sosyal medyada yapılan görüşmelerin artması sosyal medya bağımlılığını tetiklemektedir” (2018: 13-14). Tüm bunlar ifade edilirken ortaya çıkan önemli nokta; sosyal medya kullanıcılarının istek ve ihtiyaçları doğrultusunda, doğru zaman ve doğru yerde, doğru şekilde ve amacına uygun kullanım göstermesi gerektiğidir.

Sosyal medya, tanınmaya olanak sağlayan bir platform olarak da değerlendirilebilir. Görüş, düşünce ve duyguların gerçek yaşama aktığı bu sanal dünya gerek kişisel gerek kurumsal veya ürün/hizmet bazında ön plana çıkmaktadır. Tanınmaya ve markalaşmaya altyapı sağlamaktadır. Günümüzde sosyal medyada karşılaşılan pek çok medya fenomeni olmaktadır. Dijital ortamın sağladığı bu tanınmışlık imkanı, kişilerin yaşamını olduğu gibi değiştirebilmekte ve bu değişim sadece kişiyi değil, kendisini takip eden kişileri, grupları ve sınıfları da etkilemektedir. Ürün ve hizmet pazarlamaları farklı içeriklerle, yaratıcı bir şekilde yapıldıkça farkındalık sağlamakta ve herkes tarafından tercih edilen popüler ürün ve servis olmaktadır. Bu anlamda sosyal medyanın yerinde ve doğru kullanımı kurumların da, işletmelerin de tercih edilir konuma gelmesine ve olumlu yorumlar almalarına olanak sağlayacaktır.

2. METOD

Çalışmada pandemi sürecindeki iletişim ve pandemi sürecindeki iletişimin ilişkilere nasıl yansıdığını ölçebilmek için 100 üniversite öğrencisine anket uygulanmıştır. Ankette, cinsiyet-yaş, sosyal medya kullanım bağımlılığı, pandeminin yaşamı nasıl etkilediği, buna paralel sosyal medya kullanım sıklığının nasıl değiştiği, sosyal medya ile iletişimin dijital yönde değişimi, becerilerin iletişimin pandemi ile birlikte sosyal medyada kuvvetlendiği, yüz yüze iletişimin etkililiğinin yüzeyselleşip yüzeyselleşmediği, pandemi ile beden dili iletişiminin nasıl değişim gösterdiği, pandemi sürecinin iletişimde de pandemi iletişimini beraberinde getirip getirmediği, pandemi ile el temasının, sarılmanın, öpmenin nasıl etkilendiğini ve duygu yoğunluğunu baskılayıp baskılamadığını, yüz yüze iletişimdeki iletişim becerilerinin nasıl etkilendiğini ve aktarılmak istenen duyguların yüzeyselleşip yüzeyselleşmediğini, dijital ortamların ve temastan uzaklaşmanın ilişkileri ve iletişimi robotik hale getirip getirmediği ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın uygulama alanı, daha cesur kararlar alabilen gençler olmuştur. Çalışma, cesur karar alabilen gençler örnek alınarak yapılmıştır. Böylelikle iletişimin pandemi süreci ile nasıl değişip şekillendiği daha net gözlemlenmiş olacağı düşünülmüştür. Sağlık endişesinin daha az olduğu gençlerin temas, sarılmak, öpmek gibi içsel duyguları daha cesurca yaşadığı gözlemlendiğinden, yaklaşımlarının pandemide iletişim becerilerini ve ilişkilerini nasıl şekillendirdiği daha net değerlendirilmiş ve genel sonuca ulaştıracağına karar verilmiştir.

3. DEĞERLENDİRME

Çalışmada %40 kız, %60 erkek olmak üzere yaş sınırlamaları 18-26 arası değişim gösteren 100 üniversite öğrencisine uygulanan ankette kız-erkek tümünün sosyal medya kullanımında bağımlı oldukları ve pandemi ile sosyal medya kullanımlarının daha da perçinlendiği, sosyal medya yaşamlarının sosyal yaşamlarının üzerine geçtiği dolayısı ile pandeminin sosyal yaşamlarını etkilediği ortaya çıkmıştır. Sosyal medyaya bağımlılıklarının pandemi ile arttığını ifade etmişlerdir. Pandemi sürecinde iletişimlerinin dijital yönde geliştiği hatta önceden sosyal medyada yapmadıkları uygulamaları yaşama geçirdiklerini belirtmişlerdir. Sonuç olarak pandemi yüz yüze iletişimi ve iletişim becerilerini zayıflatıp yüzeyselleştirirken, sosyal medyadaki yeni dünya iletişimini kuvvetlendirmiştir. Yüz yüze gerçekleşen beden dili iletişimi kısıtlanmış hatta yerini dijital beden dilleri almıştır. Öptüğünü ifade eden öpücük emoji, sarıldığını belirtmek isteyen kucaklama emoji, sevdiğini ifade eden kalp emoji gibi ifadelerin ve hatta daha fazlasının beden dilinin yerini aldığı ve kademe kademe pek çok duygu ve düşüncenin görsellere yansıtılarak algılanmasına neden olduğu ortaya çıkmıştır. Pandemi süreci, sevdiğinin elini tutup, sevdiğini söylemek, gözlerine bakarak, sarılarak söylemek, bunu hissetmek, gerçekliğini yaşamak ve yaşatmak yerine bu gerçekliğin emojiyle görsel olarak yaşamak ve yaşatılmasına olanak sağlamıştır. Gençler, pandemi sürecinin iletişimde ve ilişkilerde pandemi iletişimi ve pandemi ilişkisini beraberinde getirdiği düşüncesinde de birleşmişlerdir. COVID-19 salgını, tüm yaş grupları gibi gençlerde de sağlık endişesi uyandırmış, kız-erkek %90'ı el sıkışmaktan, sarılmaktan, öpmekten doğallıkla uzaklaşmışlardır. Yine kız-erkek anketin uygulandığı gençler, pandemi ile yüz yüze iletişim becerilerinin olumsuz etkilendiğini, karşılıklı duygu yoğunluğunun bastırıldığını, yüz yüze iletişimde aktarılmak istenen duyguların yüzeyselleştiğini ve temastan, sıcak iletişimden uzaklaşmanın ilişkileri robotikleştirdiği düşüncesinde birleşmişlerdir.

4. SONUÇ

Sosyal medya, toplumlar çağdaşlaştıkça daha da gelişim göstermiştir ve göstermeye de devam edecektir. Gelişen teknoloji ile yaşamın hızının artması kişisel ve sosyal ihtiyaçları dürtmüş, dijital dünya ile derin bir içselleşme yaşanmaya başlamıştır. COVID-19 salgını ile yaşanan pandemi süreci de sosyal medyanın gücüne güç katmış hatta yaşamı dijital yaşama döndürmüştür. Sosyal medyanın olmaması, dünya akışının her anlamda durması, kısacası yaşamın durması olarak tanımlanabilir.

Sosyal medya ile pandemi sürecinde yaşam ve kişilerarası iletişimde sınır çizgileri anlaşılmaz, açıklanamaz bir durum almıştır. Yapılan açıklamalar içerisinde sosyal medyanın kişilerarası ilişkiler, kişiler ve toplum ve toplumsal ilişkiler altında olumlu ve olumsuz etkileri gözlemlenmektedir. Tartışılmaz olumlu etkileri ve küreselleşmede oynadığı önemli rol ile sosyal medya, özellikle pandemiden sonra iletişimde muazzam bir çağ atlamıştır. Sosyal medya, insanlık üzerinde olumlu etkileri olmakla beraber olumsuz yönde kullanımı ile dünyayı darmadağın edebilecek de bir güce sahiptir. Sosyal medyanın yarattığı ve yaratabileceği olumsuz etkiler değerlendirilecek olursa şunlar ifade edilebilir:

Yaşam süreci içerisinde istek ve ihtiyaçların hatta beklentilerin dijital ortam üzerinden ifade edilmesi, birebir yaşanan sosyal ilişkilerde zayıflığa yol açabilmektedir. Sosyal ilişkilerde ortaya çıkan zayıflık kişilerin tembellik ve hatta kendilerini ortaya koyamama durumunu yaratmıştır. Sosyal medyanın yaratabileceği ilişkiler bazında içe dönüklük kişi/kişileri asosyal bir yapıya getirebilmektedir. Teknolojik yaşamın derinliği, sosyal ilişkilerde birebir duygu ve düşünce aktarımının önüne geçmiş ve sanal ortamda da olsa ilişkilerin yürütülüp yönlendirilmesinde etkin bir rol üstlenmiştir. Sosyal medya ile özel yaşamın gizliliği ve kimliğin ortaya konması arasında çelişkiler yaşanmaya başlamıştır. Sosyal medyanın sağladığı uçsuz bucaksız iletişim özgürlüğü kişileri herhangi bir sebepten dolayı olumsuz yönde kullanıma itebilmekte ve bu hem kişiler üzerinde hem de toplum üzerinde sıkıntılar yaratabilmektedir.

Öte yandan sosyal medya yarattığı olumlu etkiler üzerinden değerlendirilirse; özel yaşamın gizliliğinin korunması yanında bazen kimliğin ifşa olması da insan yaşamında doğruların ve gerçeklerin nasıl olduğuna ve kim tarafından ortaya konduğuna dair bilgi edinmek adına önem taşımaktadır. Bu durumda denilebilir ki özel yaşamın gizliliği kadar bazen kimliklerin ifşası gerekli olabilmektedir. Sosyal medya ile kişiler birbirlerine daha fazla bağlanabiliyor olmakla birlikte sosyalleşmede de gelişme gösterebilmektedirler. Sosyalleşme derken, çok daha geniş kitleye ulaşıp arkadaş çevrelerini genişletmeleri ifade edilmek istenmektedir. Kitle genişledikçe paylaşılan duygu, düşünce ve kültürel değerler artmakta ve kişilerin her şeyi değerlendirebilme yetisi güçlenmektedir. Bu anlamda kişilerin birbirlerine bağlanabilirlikleri ve kuracakları köprüler artabilmektedir. Küresel olarak kişilerin yapacakları muhakemeler, değerlendirmeler toplumsal yaşam içinde nasıl hareket etmeleri gerektiğini de göstermiş olacaktır. Bu durumda kişiler kendi kabul değerlerine, istek ve ihtiyaçlarına göre sosyal medyadan almayı uygun gördükleri her şeyi alacaklar ve kendilerini topluma öyle ifade etmiş olacaklardır. Bu noktada, toplum içinde var olan değerler dışında bireyin kendi kabul gördüğü değerleri ile sosyal medyada kendini temsil etmesi ve ilişkilerini yönlendirmesi toplumu da etkilemektedir.

Sosyal medya, insanlara kendi ufuklarını aşma fırsatı sağlamaktadır. Pek çok girişim ve yenilik, yaşamlarına dair pek çok adım atmalarına neden olabilmektedir. Sosyal medya ile eşitlik-eşitsizlik

ikilemi de gözlenebilmektedir. Ekonomik gücü yüksek olan kurumlar daha aktif ve ön planda olabilmekte ve diğer kurumları baskı altında tutabilmektedirler.

Teknolojinin gelişimi ile internet hızının süratle artması bilgi fazlalığını ve iletişim yüklemesini de beraberinde getirmektedir. Sosyal baskı ve bağımlılık kişileri kendi içlerinde çelişkiye ve savaşıma yönlendirmekte ve bu da toplumsal ilişkilere yansımaktadır. Sosyal medyanın yüklediği pek çok şey, buna yeni dünya da denilmekte, kişileri bilinmeyen davranışlar içine itebilmektedir. Kişilerin bilinmeyen davranışlar içine girmesi toplumsal ilişkilerin etkilenmesinde etkin rol oynayabilmektedir. Kişilerarası iletişim ve kitle iletişimi sosyal medya ile olağan durumundan uzaklaşmış ve yaşam sürecinde iletişimdeki bazı çizgilerin ortadan kalkmasına neden olmuştur. Doğru ve etkin kullanımla sosyal medya insanlığa pek çok avantaj sağlamaktadır (Dijk, 2012). İnsanlar duygu ve düşüncelerini özgürce sosyal medyada ifade edebilmekte ve bu ifadeler sınır tanımamaktadır. Duyurulan sesler bazen tartışma yaratsa da, kişilerin algı açıklığına ve farkındalığının artmasına sebep olmaktadır.

Pandemiden sonra daha da fazla olmak üzere İnternet ve yeni medya ile derin bir iletişim dünyası içine girilmiş olduğu görülmektedir. Yeni medya ile kişisel ve toplumsal ilişkiler hızlı bir şekilde değişmekte ve gelişmektedir. Yeni medya olarak tanımlanan sosyal medya kişisel ilişkileri güçlendirmiş ve genişletmiştir. Biraraya gelmesi, tanışması mümkün olmayan kişiler sosyal ağlar sayesinde görüş alışverişinde bulunmaktan, ortak ekonomik, siyasal ve sosyal aktivite çalışmalarına kadar, ilişkiler içine girebilmektedirler. Sosyal medya kullanıldıkça ilişkiler gelişip güçlenmektedir.

Günümüzde sosyal medya ile kişiler karşılıklı bilgi akışı içinde olmakta ve etkileşim temel yaşamın vazgeçilemez gerçeği olarak ortaya çıkmaktadır. Kişilerin çevre ile iletişimleri toplumsal yapının oluşumunda yaşamsal önem taşımaktadır. Sosyal medyanın buradaki rolü kişilerin etkileşimini, koordinasyonunu ve yönlendirilmesini sağlamasıdır (Alav, 2020). Pandemi süreci bunu daha da kuvvetlendirmiştir.

Özellikle pandemi sonrası kişilere verilen, ortaya konan her türlü mesaj, kabul görmesi gerekli gibi, yaşamın bir parçası gibi verilmekte ve zaman içerisinde kişi bunu alması gerekli mesaj olarak algılamaktadır. Bu doğrultuda toplumu oluşturan kişilerin de mesajı topluma nasıl yansıttıkları gözlenebilmektedir. Etki, tepki ilişkisi ile medya ortaya koyacağı iletileri seçebilmekte ve buna göre ayarlayabilmektedir. Kişilerin ortaya konan mesajlardan etkilenme şekilleri sahip oldukları eğitim, görgü, bilinç ve akıl yolu ile değişebilmektedir.

Toplumu oluşturan kişilerdir ve kişilerin içinde olduğu sosyal medya toplumu birebir etkilemektedir. Çünkü sosyal medyada ortaya konan mesajlar, kişilerin tutum ve davranışlarını istenilen yönde değiştirmeye yöneliktir. Kısaca, sosyal medya iletişim ve etkileşim platformu olarak nitelendirilebilir. Bu platformda kişilerin değer ve yargıları, sahip oldukları kültür ve inançlar, yetiştirme şekli ve ne kadar bilinçli oldukları, farkındalık kabiliyetlerinin yüksek olması ve akıl yolu ile mesajları akıl ve vicdan süzgecinden geçirebilme yetileri, sosyal medyanın doğru kullanımına ve toplumların güçlü bir şekilde ayakta kalmasına dolayısı ile en küçük birimi olan kişilere temelleri sağlam bir gelecek sağlanmasına zemin hazırlayabilir.

Genel olarak değerlendirmek gerekirse, pandemi sonrası sosyal medya kullanımı bağımlılık derecesini artırmış ve pandemi ile sosyal medya kullanımı daha da perçinlenmiştir. Pandemi sonrası sosyal yaşam yerini sosyal medya-yeni dünya yaşamına bırakmıştır. Pandemi sürecinde iletişimlerin dijital yönde değişime uğradığı gözlenmiştir. Pandemi yüz yüze iletişimi zayıflatıp yzeyselleştirirken, sosyal medyadaki yeni dünya iletişimini güçlü kılmmıştır. Beden dili iletişimi kısıtlanırken dijital beden dili herkesin kullandığı bir dil olmuştur. Dijital beden dillerini gösteren emojilerin, pek çok duygu ve düşüncenin görsel olarak yansıtılıp algılanmasına neden olduğu ortaya kmıştır. Çalışma sonucunda gençlerin, pandemi süreci ve sonrasında COVID-19 salgınının iletişimde ve ilişkilerde pandemi iletişimi ve pandemi ilişkisini beraberinde getirdiği düşüncesinde birleştiği ortaya kmıştır. Salgın tüm yaş grupları gibi gençleri de sağlık endişesi duymaya ve mesafeli durmaya itmıştir. COVID-19 salgını, yüz yüze iletişimi birebir etkileyerek ilişkilere yzeysellikle yaklaşılmasına, duyguların geri plana atılarak nemsizleştirilmesine kısacası teknoloji dünyasının gelişimi ile paralel iletişimin ve ilişkilerin de robotikleşmeye başlmasına neden olmuştur. Pandemi sonrası iletişim kurumlarına iletişimde farklı bir ağ yaratmasından dolayı Pandemi Kuramı olarak adlandırılabilir dijital mesafeye bağlı robotlaşmış iletişim kuramı eklenebilir.

KAYNAKÇA

- Aktan, E. (2017). *Sosyal medya ve siyasal katılım*. Eğitim Yayınevi.
- Alav, O. (2020). *Kitle iletişim araçları. Medya. Medyanın birey ve toplumsal yapıya etkileri*. İstanbul: Hiperlink yayınları.
- Baraz, B. (2012). *Büro teknolojileri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Çağıl, A. (2017). *Sosyal medya ile dijital pazarlama*. İstanbul: Dikeyksen Yayın Dağıtım.
- Dijk, J. V. (2012). *Ağ toplumu. Alternatif medya ve toplumsal hareketler*. Sage Publications.
- Eşgi, N. (2013). Dijital terli çocukların ve dijital göçmen ebeveynlerinin internet bağımlılığına ilişkin algılarının karşılaştırılması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(3), 181-194.
- Gezgin, S. (2018a). *Dijital çağda iletişim*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Gezgin, S. (2018b). *Medya ve iletişime diyalektik bakış*. 1. Baskı. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Gider, H. Ö. (2014). *Dört s satış "sarpa sarınca" saçmalamaları*. Ankara.
- Kayalar, M. & Genç, Y. E. (2020). *Üniversiteli gençlerde sosyal medya davranışları*. Hiperyayın.
- Koçyiğit, M. (2015). *Sosyal ağ pazarlaması. Marka bağlılığı oluşturmada yeni bir pazarlama stratejisi*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Koçyiğit, M. (2019). *Sınıf yönetimi*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Küçükbezirci, Y. (2018). *Günümüzün gizli silahı: Bilinçaltı mesajları*. 1. Baskı. İstanbul: Yayınları.
- Sezer, N., & Sert, N. Y. (2019). *Medya okuryazarlığı üzerine...* Konya: Eğitim Yayınevi.
- Uçak, O. (2018). *Dijital medya ve gazetecilik*. Konya: Eğitim Yayınevi.