

SUSKUNLUK SARMALI KURAMI: SOSYAL MEDYA ÖZELİNDE MEDYADA SUSKUNLUK SARMALININ İŞLEYİŞİ

SILENCE SPIRAL THEORY: FUNCTIONING OF SILENCE SPIRAL IN THE MEDIA SPECIFIC TO SOCIAL MEDIA

Öğr. Gör. Dr. Seçil UTMA

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Atça Meslek Yüksekokulu Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı, secilut@hotmail.com

Aydın / Türkiye

ORCID: 0000-0002-5003-2137

ÖZET

Ana akım medya araştırmaları içerisinde 1960'lı yıllardan sonra gerçekleştirilen çalışmalarda ele alınan suskunluk sarmalı kuramı, bireylerin görüş ve tutumlarının çevredeki egemen düşünce ikliminden etkilendiği varsayımına dayanmaktadır. Söz konusu kurama göre toplumda çoğunluk tarafından benimsenin inanç ve değerlerin dışına çıkan bireyler izolasyon korkusuyla görüşlerini ifade etme noktasında çekimser kalmakta, sonuçta sessiz kalmayı tercih etmektedirler. Bireylerin tutum ve düşüncelerinin şekillenmesinde yeni medya başta olmak üzere kitle iletişim araçları büyük rol oynamaktadır. İletişim teknolojisindeki gelişmelere paralel olarak gündeme gelen sosyal medya platformları, toplum yapısında önemli dönüşümlere yol açmaktadır. Sanal platformlar, gerçek yaşamlarında suskunluğa bürünen bireyler için bir nevi panzehir olarak işlev görmektedir. Suskunluk sarmalının kırılması noktasında sosyal medyanın ne ölçüde başarılı olduğu çeşitli araştırmalara konu olmuştur. Çevrimiçi ortamlarda izlendiğinin ve gerçekleştirdiği her eylemin iz bıraktığının farkında olan bireylerin sanal platformlarda da özgür davranmadıkları görülmektedir. Bu bağlamda sosyal medyanın toplumda kabul görmeyen fikirlerin özgürce ifade edilebildiği yeni bir alan olma idealinden uzaklaştığı söylenebilir. Sosyal medya platformlarında da etkisini gösteren gözetim olgusu, insanları baskılayıp, onları sınırlandırmaya çalışırken, bu durum sosyal medyanın vadettiği özgürleşmenin ne kadar gerçekleştiği noktasında tartışmaları beraberinde getirmektedir. Söz konusu çalışmada sosyal medya özelinde medyada suskunluk sarmalı kuramının nasıl işlediği kuramsal olarak ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Suskunluk Sarmalı, Medya, Sosyal Medya.

ABSTRACT

The spiral of silence theory, which is discussed in studies carried out after the 1960s in mainstream media research, is based on the assumption that the views and attitudes of individuals are affected by the prevailing climate of thought in the environment. According to the theory in question, individuals who go beyond the ideas and values adopted by the majority in society abstain from expressing their thoughts for fear of exclusion, and ultimately prefer to remain silent. Mass media, especially social media, play a major role in shaping the attitudes and thoughts of individuals.

Social media platforms, which have come to the fore in parallel with the developments in communication technology, lead to significant transformations in the structure of society. Virtual platforms act as a kind of antidote for individuals who are silent in their real lives. The extent to which social media is successful in breaking the spiral of silence has been the subject of various studies. It is seen that individuals who are aware of the fact that they are watched in online environments and that every action they take leaves a trace, cannot act freely on virtual platforms either. In this context, it can be said that social media has moved away from the ideal of being a new area where ideas that are not generally accepted in society can be expressed easily. While the phenomenon of surveillance, which also shows its effect on social media platforms, tries to suppress people and limit them, this situation brings with it discussions about how much the liberation promised by social media is realized. In this study, it is theoretically discussed how the mixed theory of silence in the media works in social media.

Keywords: Spiral of Silence, Media, Social Media.

1.GİRİŞ

Tarihsel süreç içerisinde kitle iletişim araçlarının birey ve toplum üzerindeki etkilerine yönelik olarak birçok araştırma gerçekleştirilmiş; ilk dönem medya araştırmaları söz konusu araçların güçlü etkilerine odaklanırken, 1940-1960 yıllarını kapsayan dönemde yapılan çalışmalarda medyanın güçlü etkileri olduğu yönündeki paradigma terk edilerek, medyanın etkilerinin daha sınırlı olduğu görüşü ağırlık kazanmıştır. Bundan sonraki dönemde gerçekleştirilen araştırmalarda yeniden medyanın güçlü etkileri üzerinde durulurken, çalışmamızın konusunu oluşturan suskunluk sarmalı kuramı da bu dönemde ön plana çıkan modellerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Elizabeth-Noelle Neumann tarafından geliştirilen suskunluk sarmalı kuramına göre toplum içerisinde azınlıkta olduğunu hisseden bireyler, dışlanma korkusuyla ya düşüncelerini çoğunluk yönünde değiştirmekte, ya da sessiz kalmayı tercih etmektedirler. Bireylerin düşünceleri, başkalarının ne düşündüğüne bağlı olarak şekillenmektedir. Söz konusu kurama göre toplum içerisinde genel kabul gören egemen inanç ve değerlerden farklı düşüncelere sahip olan bireyler yalnız kalacakları endişesiyle sessiz kalarak, sonuçta suskunluğa bürünmektedir.

Bireylerin enformasyon edinme sürecinde kitle iletişim araçları önemli rol oynarken, tutum ve davranış değişikliğinin oluşmasında medya etkili olmaktadır. Toplumdaki egemen görüşleri ön plana çıkartarak, baskın görüşlerin yaygınlaşmasına aracılık eden medya kurumları, suskunluk sarmalının oluşmasına yol açmaktadır.

Sosyal ağlarda herhangi bir sınırlama ile karşılaşmaksızın diledikleri şekilde paylaşımlarda bulunarak, kendilerini rahatça ifade edebilen bireyler için sanal platformlar, özellikle gerçek yaşamda kendilerini ifade etmekte güçlük çeken bireylere, özgürlük alanı sunmaktadır. Zaman, mekan ve kimliklerin sanallaştığı bu platformlarda sosyalleşmeye çalışan bireyler farklı kimlikler ile var olmaya çalışırken, dijital teknoloji sayesinde gerçek kimliklerinden bağımsız olarak kimliklerini inşa etmeye çalışmaktadırlar.

Geleneksel medya yanında son yıllarda giderek yaygınlık kazanan yeni medya ortamlarının, söz konusu suskunluk sarmalının kırılmasında ne derece etkili olduğu birçok araştırmada ele alınmıştır. Teknolojik olanaklar düşüncelerin özgürce ifade edebilmesine olanak sağlasa da, bireyler bazı durumlarda sessizleşerek, suskunluk sarmalının etkisinde kalabilmektedir.

2.SUSKUNLUK SARMALI KURAMI

Medyanın birey ve toplum üzerindeki olası etkilerine yönelik olarak tarihsel süreç içerisinde çok sayıda araştırma gerçekleştirilmiş; söz konusu çalışmalar kitle iletişim araçlarının bireylerin tutum, inanç ve davranışları üzerindeki etkilerine odaklanmıştır.

Ana akım iletişim çalışmaları içerisinde 3 farklı dönemde ele alınan etki araştırmaları çerçevesinde kitle iletişim araçlarının olası etkileri üzerinde durulmuştur.

İki dünya savaşı arasındaki süreci kapsayan ve 1930'ların sonlarına kadar olan dönemde gerçekleştirilen ilk çalışmalar, medyanın birey ve toplum üzerindeki güçlü etkilerine vurgu yapmaktadır. 1940-1960 yıllarını kapsayan ikinci dönemde yapılan çalışmalarda bir önceki dönemdeki 'güçlü etki' paradigması yerine medyanın etkilerinin daha az olduğu görüşü ağırlık kazanmaktadır. Bu dönemde yapılan çalışmalarda bireylerin medya mesajlarını kendi seçmeli ilgilerine göre alarak bir değerlendirme süzgecinden geçirdikten sonra kabul ya da reddetme yoluna gittikleri görülmektedir. 1960 ve sonrası yılları kapsayan üçüncü dönem medya araştırmalarında eleştirel araştırma geleneği ön plana çıkarken, medyanın güçlü etkileri üzerinde durulmuştur. Bu dönemde medyanın bireylerin düşünce ve tutumlarında bir takım dönüşümlere yol açtığı görülmüştür. Üçüncü evre araştırmalarında ön plana çıkan modellerden biri de suskunluk sarmalıdır.

1965 yılında Almanya'da gerçekleştirilen federal seçimler neticesinde iki partinin almış oldukları oyları inceleyen Elizabeth-Noelle Neumann, ilk başlarda oyların başa baş gitmesine rağmen seçimi açık bir farkla bir partinin kazanmasında toplum içerisinde yerleşmiş gelenek ve egemen değerlerin rol oynadığını vurgulamıştır. Neumann, söz konusu araştırmadan esinlenerek *The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion* (Suskunluk Sarmalı: Bir Kamuoyu Kuramı) başlıklı çalışmada kuramdan bahsetmiştir (akt. İrvan, 1997: 423-426).

Söz konusu kurama göre toplumda çoğunluk tarafından benimsenen inanç ve değerlerin dışına çıkan bireyler azınlıkta kalacakları endişesiyle düşüncelerini ifade etmekte çekinerek, suskunluğa bürünmektedir. Toplum içerisinde azınlıkta olduğunu hisseden bireyler, dışlanma korkusuyla ya düşüncelerini çoğunluk yönünde değiştirmekte, ya da sessiz kalmayı tercih etmektedirler. Bireylerin düşünceleri, başkalarının ne düşündüğüne bağlı olarak şekillenmektedir. Özçetin'in (2018:125) ifade ettiği gibi; "Düşüncelerin çoğunluk tarafından kabul görmesi durumunda bireyler daha özgür hareket ederek, gerek özel, gerekse kamusal alanda daha aktif olarak yer alarak, kendilerini ifade edebilmektedir. Bireyler, azınlıkta kaldıklarını hissettiklerinde sessizleşmekte, onların suskunluğa bürünmeleri toplum içerisinde olduklarından daha güçsüz olarak algılanmalarına yol açmaktadır. Bu durum suskunluk sarmalının oluşmasına neden olmaktadır".

Bireylerin düşüncelerinin şekillenmesinde toplumdaki genel kanaat iklimi belirleyici olmaktadır. Neumann, 1976 yılında gerçekleştirdiği çalışmada sigara içmeyenlerin yanında sigara içilmesi konusunu araştırmıştır. Söz konusu çalışmada insanların çoğunluk yönünde tutum geliştirdikleri görülmüştür: "Bireylere trenle seyahat halindeyken sigaranın zararları ile ilgili olarak sorular yöneltilmiş, araştırmaya katılanlar arasında çoğunluğu oluşturan sigara bağımlısı olan bireylerin sigaranın olumsuz etkileri olmadığı yönünde yanıtlar verdiği görülmüştür. Çalışmada sigara kullanmayan bireylerden bazıları sigaranın zararları konusunda sessiz kalmayı tercih etmiştir" (Noelle-Neumann, 1998:68-72).

Noelle-Neumann'a (1977:144) göre toplum içerisinde genel kabul gören düşünceler hakim hale gelirken, egemen görüşün dışındaki her bir düşünce reddedilmektedir. Düşüncelerinin toplum tarafından onaylanması durumunda bireyler görüşlerini rahatlıkla ifade edebilirken, farklı düşüncelere sahip olanlar çoğunlukla diğerleriyle aynı görüşteymiş gibi davranarak, sessiz kalmakta, sonuçta suskunluğa bürünmektedir (Kutlu, 2019: 46). Düşüncelerinin toplum içerisinde kabul görmeyeceğini düşünen bireyler toplumsal hayattan dışlanma endişesiyle kendi görüşlerini ifade etme noktasında çekimser kalmaktadırlar (Matthes, Morrison & Christian, 2010: 775).

Noelle-Neumann'a (1998:274) göre suskunluk sarmalı içerisinde bireyler her zaman toplum içerisinde dışlanma korkusu taşımakta, bu nedenle fikirlerini sürekli sorgulama ihtiyacı hissetmektedirler. Bu korku yüzünden bireyler görüşlerini özgürce ifade edememekte; bu durum kamuoyunun şekillenmesinde de etkili olmaktadır.

Suskunluk sarmalı çalışmalarında kamuoyu kavramı üzerinde duran Neumann'a göre kamuoyu; toplum içerisinde genel kabul gören düşünce ve değerlere uyumu zorunlu hale getiren egemen görüş olarak vurgulanmaktadır (Noelle-Neumann, 1974:44).

Kamuoyu; bireylerin toplumdan dışlanmamak adına dile getirdikleri fikirler ve davranış örüntüsü olarak ortaya çıkmaktadır (a.g.e:88). Bireyler toplumsal yaşam içerisindeki tutum ve inançları konusunda onaylanma ihtiyacı hissetmekte, bu noktada kamuoyu kavramı önem kazanmaktadır (Bayram ve Bayer, 2019:187). Kamuoyunda egemen düşünceler ağırlık kazanırken, azınlıkta kalanların görüşleri etkisiz hale gelmekte, bunun sonucunda da suskunluk sarmalı devreye girmektedir (Güler, 2016: 84).

Suskunluk sarmalının sosyo-psikolojik yönüne vurgu yapan Neuman'a (1977) göre, kişiler toplum içerisindeki düşünce iklimini gözlemleyerek, buna uygun davranış kalıpları geliştirmekte, popülerliğini kaybeden görüşler terk edilerek, çoğunluğun görüşünün benimsenmesi yoluna gidilmektedir. Neumann'ın ifadesiyle; "Toplum içerisinde kabul görmek isteyen bireyler çevrelerini sürekli gözlemleyerek, egemen inanç ve değerler yönünde davranışlar sergilerler. Görüşlerinin toplum içerisinde kabul gördüğünü fark eden bireyler daha özgür davranmakta; aksi durumda ise suskun kalmayı tercih etmektedirler" (Noelle-Neumann,1977:144). Bireylerin doğuştan gelen çoğunluğun yanında yer alma içgüdüleri, suskunluk sarmalının oluşumunda etkili olmaktadır. Boz'un (1999: 42) ifadesiyle, insanların çoğu düşüncelerini açıklama noktasında başkalarının desteklenme ihtiyacı hissetmektedir. Bireylerin sessiz kalmalarında yalnızlık ve dışlanma korkusu etkili olmaktadır. Toplum içerisinde hangi görüşlerin kabul ya da reddedildiğini medya aracılığıyla öğrenen bireylerin düşünce ve tutumlarının şekillenmesinde kitle iletişim araçları belirleyici rol oynamaktadır. Bazı görüşleri egemen düşünce olarak sunan kitle iletişim araçları bu düşünceleri egemen hale getirirken, diğerlerinin ise azınlıkta kalmasına neden olmaktadır.

3.MEDYA VE SUSKUNLUK SARMALI KURAMI İLİŞKİSİ

Kitle iletişim araçları bireylerin enformasyon edinme sürecinde önemli rol oynarken, tutum ve davranış değişikliğinin oluşmasında da etkili olmaktadır. Medya; toplumdaki baskın görüşleri ön plana çıkartarak, bu düşüncelerin pekişmesine aracılık ederken, azınlıkta kalan düşüncelerin kendine daha az ifade alanı bulmasıyla birlikte, suskunluk sarmalının oluşmasına aracılık etmektedir (Tamer-Gencer, 2012:43).

Kitle iletişim araçları toplum içerisinde yaygın kabul gören ideoloji ve düşünceleri kendi perspektifi doğrultusunda değerlendirirken, toplumda güçlü olan egemen görüşlerin yaygınlık kazanmasını sağlamakta; bunun sonucunda da azınlıkta kalan bireylerin dışlanma korkusuyla sessiz kalmayı tercih etmeleri, söz konusu egemen düşüncelerin daha da güçlenmesine neden olmaktadır (Noelle-Neumann, 1998:32).

Medyanın suskunluk sarmalının oluşumuna etkileri konusunda gerçekleştirilen çalışmaların sonuçları şöyle sıralanmaktadır: (Noelle-Neumann,2002:387) "Tartışmalı konularda medyanın egemen düşünceyi pekiştirmesi durumunda, toplumdaki çoğunluk düşüncelerini daha rahat ifade edebiliyorken, azınlıkta kalanlar giderek sessizleşmektedir. Medyanın azınlığın görüşlerini desteklemesi durumunda ise, toplumdaki çoğunluk suskunluk sarmalı içerisinde girmektedir. Azınlıkta olan görüşlerin kitle iletişim araçları tarafından desteklenmesi durumunda, bu düşüncelere sahip olanlar daha fazla konuşma arzu duymakta, söylemlerinde çoğunlukla medyanın argümanlarını kullanmaktadırlar".

Medya kuruluşları egemen ideolojiye tehdit oluşturabilecek farklı düşünceleri dışlarken, bu süreç suskunluk sarmalının oluşumuna ivme kazandırmaktadır (Klaehn,2002:157- 158). Ana akım medyada azınlıkta kalan düşünceler çoğunlukla dışlanmakta, medya çalışanları bu noktada hazırladıkları haberlerde nesnel davrandıklarını ileri sürmektedirler (Chomsky, 1999: 22).

Neumann'a (1984:1979) göre suskunluk sarmalı sürecinde kitle iletişim araçlarının şekillendirme, pekiştirme ve belirtme olmak üzere üç işlevi yer almaktadır. Bunlar:

- 1.Basamak: Toplum içerisinde hangi düşüncelerin egemen görüş olduğu medya tarafından şekillenmektedir (Şekillendirme)
- 2.Basamak: Toplumda egemen hale gelen inançların ne olduğuyla ilişkili olarak var olan izlenimlerin pekişmesini sağlar (Pekiştirme)

3.Basamak: Toplum içerisinde hangi görüş ve inançların özgürce ifade edilebileceğiyle ilişki olarak ipuçları sunar (Belirtme)

Güz'ün (2005:54) ifadesiyle, “Medya aracılığıyla kamuoyuna iletilen görüşler çoğunluk görüşü olarak kabul görmekte; kitle iletişim araçları tarafından ele alınmayan düşünceler ise azınlık görüşü olarak algılanmaktadır. Bu noktada kitle iletişim araçları tarafından ele alınan konular daha güçlü, diğerleri ise daha zayıf olarak kabul görmektedir. Bunun sonucunda medyada sesi daha fazla duyulan görüşlerin egemen düşünce olarak kabul görmesi mümkün olmaktadır”. Kitle iletişim araçları tarafından geniş kitlelere ulaştırılan mesajların toplumdaki egemen görüş olarak kabul edilmesi durumunda, suskunluk sarmalı devreye girmektedir.

Kitle iletişim araçları toplumda baskın durumda olan görüşleri pekiştirirken, bu noktada medyanın gündem kurma işlevi ön plana çıkmakta; neler hakkında konuşacağımız ve neler düşüneceğimiz bu araçlar aracılığıyla bizlere iletilmektedir (Maigret,2013:255). Mills'in (2000: 437) ifade ettiği gibi; “İçinde bulunduğumuz teknoloji çağında geniş kitleler başkalarının ya da medyanın onayına ihtiyaç duymaktadırlar”.

Medya belli yönde kanaatin oluşturularak, seslendirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Neumann'ın (1998:199) ifade ettiği gibi, “Bireyler düşüncelerini ifade ederken medyanın sunduğu argümanlardan yararlanmakta, kendi bakış açılarıyla tutarlı ifadelerle karşılaşmaları durumunda düşüncelerini özgürce ifade etmekten çekinmemektedir”.

Kitle iletişim araçları çoğunluğun fikri olarak kabul edilen görüşleri ön plana çıkarırken, sessiz azınlığın daha da suskunlaşmasına hizmet etmekte, bu durum bazı fikirlerin çoğunluk tarafından kabul görmesine rağmen, azınlık görüşü olarak algılanmasına yol açabilmektedir. Birey ve grupların suskunluk sarmalı çerçevesinde medya iktidarına karşı mücadele edebileceklerini ileri süren Fejes (1999:320), “Sessiz kalınması her zaman kendi kişisel düşüncelerinden vazgeçildiği anlamına gelmemektedir. Suskunluk sarmalı sürecinde her zaman çoğunluğun fikirlerinin tamamen benimsenmesi söz konusu olmamakta, azınlıkta kalanlar dile getiremediği düşüncelerine bağlı kalmaya devam edebilmektedir. Medyanın egemen görüşleri ön plana çıkarma eğiliminin ortadan kalkması durumunda bastırılmış görüşler gün yüzüne çıkabilmekte, bu sayede suskunluk sarmalının kırılması olanaklı hale gelebilmektedir” demektedir.

Geleneksel medya yanında son yıllarda giderek yaygınlık kazanan yeni medya ortamlarının, söz konusu suskunluk sarmalının kırılmasında ne derece etkili olduğu birçok çalışmada ele alınmıştır. Teknolojik olanaklar sayesinde bireyler düşüncelerini özgürce ifade edebilme olanağına kavuşmuş olsa da, suskunluk sarmalı çeşitli platformlarda etkisini sürdürmektedir.

4.SOSYAL MEDYA KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bireylerin zaman ve mekan sınırı tanımaksızın etkileşimli olarak bilgi alışverişinde bulunmalarına olanak tanıyan sosyal medya, 1970'li yıllarda gerçekleştirilen araştırmalar neticesinde literatüre kazandırılan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Literatürde çok sayıda tanımı yer alan sosyal medya Weber'e (2009:4) göre; benzer ilgi alanlarına sahip olan kişilerin başkalarıyla bir araya gelmek ve kendilerini özgürce ifade edebilmelerine olanak sağlayan platformlardır. Safko ve Brake'e (1999:125) göre sosyal medya; internet siteleri, bloglar, ses, müzik, fotoğraf gibi içeriklerin yer aldığı dijital teknolojiyle dayalı sosyal ağlardır. Kietzmann vd.'nin ifadesiyle (2011:241) sosyal medya; kullanıcı tarafından oluşturulan içeriklerin paylaşıldığı, tartışıldığı etkileşimli web tabanlı teknolojiye dayalı platformlardır.

Kullanıcıların birbirleriyle iletişim kurarak içerik paylaşımı yanında kişisel ağlarını oluşturmalarına olanak tanıyan çevrimiçi topluluklar arasında (Akar, 2010:110) Myspace, Facebook, LinkedIn, Google Plus gibi sosyal ağ siteleri yer almaktadır. Günümüzde en popüler sosyal ağ sitesi olan Facebook 2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından kurulmuş; kısa zaman içerisinde okul dışına yayılarak tüm dünyada yaygın kullanım alanı bulmuştur. Facebook; kullanıcılara profil bilgilerini yükleyerek, fotoğraf paylaşımında bulunmalarına, mesaj göndermelerine olanak tanımaktadır (Kara ve Coşkun, 2012:76).

Bunun yanında mikrobloglar, youtube, instgram gibi sosyal paylaşım ağı kullanıcıların sıklıkla kullandığı, popüler sosyal medya araçları olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya platformlarının kolay erişilebilir olması yanında kullanımının basit ve ucuz olması gibi avantajlar, kullanıcı sayılarının giderek artmasında etkili olmaktadır.

Sosyal medya platformları bu avantajları yanında bir takım dezavantajları da bünyesinde barındırmaktadır. Bu araçların denetimden yoksun olması, özel hayatın gizliliğinin ihlali, bireylerin yeni medya ortamında tüketici olarak konumlandırılması, asılsız içeriklerin paylaşılmasına imkan tanınması, dilin özensiz bir şekilde kullanımını özendirilmesi birtakım olumsuzlukları beraberinde getirmektedir (Dirini, 2011; Vural ve Bat, 2010:3372). Özellikle yetişme çağındaki olan gençlerde aşırı sosyal medya kullanımı sonucunda gerçek hayattan uzaklaşma ve sosyal medya bağımlılığı ortaya çıkabilmektedir (Beycon,2014).

Teknolojik olanaklardaki gelişmeler bilgi akışını hızlandırarak, zaman ve mekan kavramını ortadan kaldırırken; etkileşime dayalı, katılımcı bir iletişimin kapılarını aralamıştır. Yeni medya araçlarının sunduğu etkileşim ortamı beraberinde enformasyonun üretildiği, işlendiği ve geniş kitlelere yayıldığı bir ağ toplumunu oluşturmuş; bu alanda var olan sanal topluluklar kamuoyu oluşumunda güçlü birer araç haline gelmişlerdir.

4.1 Sessizlik ve Sosyal Medya

‘Sessizlik’ Türk Dil Kurumu’na göre; “Ortalıkta gürültü olmama durumu, sükût” olarak tanımlanmaktadır (TDK,2018). Sessizleşme; sessiz duruma gelmek ve sessiz kalma durumu iken, sosyal ilişkilerdeki sessizlik, “İletişim halindeyken karşılaşılabilecek sorun veya sıkıntıdan kaçınma eylemi” olarak ifade edilmektedir (Çakıcı, 2007:148).

Kişilerarası iletişimde pozitif, negatif ve tarafsız olmak üzere üç sessizlik durumundan bahseden Ling’e göre (2003) pozitif sessizlik durumunda kişi mevcut ilişkiyi sekteye uğratmamak adına sessiz kalmakta, karşısındakini onaylamasa dahi suskun kalmayı tercih etmektedir. Negatif sessizlikte ise kişi iletişimden kaçınarak, karşısındakini yok sayma davranışı sergilemektedir. Pozitif ve negatif sessizliği bir arada barındıran tarafsız sessizlik durumunda ise birey karşısındakini duygusal yönden cesaretlendirmek ya da incitmek amacıyla sessiz kalmaktadır.

Teknolojik gelişmeler sayesinde özgürlük vaadi olarak görülen internet, geleneksel medyanın egemenliğini sarsma potansiyeline sahip bir araç olarak görülmüş, kitle medyasının merkezileşmiş yapısından bağımsız bir şekilde profesyonel olmayan bireylerin de erişiminin sağlanmasıyla, bilgi akışı üzerindeki tekelin ortadan kaldırılacağı öngörülmüştür (Loader ve Mercea,2011:759).

Erden (2017), kişilerin sosyal medyada özgür oldukları şeklinde bir yanılsamayla zamanlarının büyük çoğunluğunu sosyal ağlarda geçirdiklerini ifade etmektedir. Sosyal medya platformları, bireylere sanal kimliğin verdiği özgüvenle bastırılmış oldukları duygu ve düşüncelerini sergileme olanağı sunmaktadır. Bu noktada sosyal ağlar suskunluk sarmalının kırıldığı yerler olarak görülmekte, kişilerin seslerinin daha güçlü çıkmasına ortam hazırlamaktadır.

Geleneksel ana akım medya tarafından dışlanan görüşler, kendilerini ifade ederek, destekçileriyle iletişim kurmak amacıyla yeni medya ortamlarına yönelmekte, böylelikle seslerini duyurmak istemektedirler (Downey ve Fenton,2003: 196-198). Sosyal medya platformları bireylere özgürlük alanı sunmakla beraber, sanal ortamlardaki paylaşımların kayıt altına alınabilmesi, bu platformların özgürlük alanı sunan bir kamusal alan olma üzerindeki tartışmaları beraberinde getirmektedir.

Sosyal medya ortamlarında kendileriyle benzer düşüncedeki kişilerle paylaşımda bulunan bireyler, farklı görüşler karşısında suskun kalmayı tercih etmektedirler. Fertler, sayısal çoğunluk tarafından görüşlerinin önemsenmeyeceği düşüncesiyle fikirlerini ifade etmekten korkmaktadırlar. Çakıcı’nın (2007:153) ifadesiyle, “Bireyler kendi görüşlerinin azınlıkta olduğunu düşündükleri durumlarda, fikirlerini gizleme ihtiyacı hissetmektedirler”.

Suskunluk sarmalının oluşmasında bireyin kişisel özelliklerinin de etkili olabildiğini ifade eden Matthes vd. (2010:775), “Suskunluk sanmalı herkesi etkilememekte, sabit fikirli olarak nitelendirilen bireyler her ne olursa olsun fikirlerini söylemekten çekinmemektedirler. Bu bireyler fikirlerinde kararlı olup, çevrelerindeki baskın görüşlerden etkilenmemektedirler”.

Hong Kong’da sosyal ağlarda suskunluk sarmalının işleyişini araştıran Chen (2018), dışlanma endişesinin bireylerin fikirlerini özgürce ifade etmelerini engelleyerek, suskun kalmalarına yol açtığını ortaya koymuştur. Chen’e göre, sosyal medyadaki gruplar ya da arkadaş çevrelerinden kabul görmeme ve uyuşmazlıkların ortaya çıkması durumunda bireylerin sessiz kalma davranışı artış göstermektedir. Bu durumda sanal ortamların özgürlük vaadini yerine getirip getirmediği tartışma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Suskunluk sarmalı çevrimiçi ortamlarda da işlemekte, özellikle tartışmalı konularda ve ideolojinin, duyguların devreye girdiği anlarda ortaya çıkmaktadır.

4.2 Suskunluk Sarmalı Kuramının Dijital Medyadaki İzleri

İletişim alanındaki ilerlemelere paralel olarak gündeme gelen internet teknolojisi toplum yapısında önemli dönüşümlere yol açarken, bireylerin bilgiye ulaşma şeklini ve niceliğini de değiştirmiştir. Günümüzde fertler online medyada akıllı telefonlarıyla dahi oluşturdukları içerikleri kısa sürede çok sayıda kullanıcı ile etkileşimli olarak paylaşır hale gelmişlerdir.

Sosyal medya ağları birbirlerini hiç tanımayan insanları bile aynı çatı altında bir araya getirirken, gündelik hayatlarında karşılaştıkları ‘mahalle baskısından’ uzaklaşarak fikirlerini özgürce ifade edebildikleri mecralar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yanı sıra sanal platformlar, gerçek yaşamlarında suskunluğa bürünen bireyler için bir nevi panzehir olarak işlev görmektedir. Allport’un (1937:23) ifade ettiği gibi, “Bu durum psikolojik bir rahatlama sağlayarak, sosyal medya ve internetin özgürleştirme aracı olarak görülmesine yol açmaktadır. Bireysel düşüncelerin başkalarının neyi, nasıl algıladığına bağlı olarak şekillendiği durumlarda kişiler var olan sarmaldan kurtulmak amacıyla sosyal ağlara yönelmektedir”.

Geleneksel medya karşısında kendilerini güçsüz hisseden bireyler için yeni medya olanakları özgürlük alanı olarak görülmekte, söz konusu sarmalın bu araçlar aracılığıyla kırılacağı düşünülmektedir. Geleneksel medyada seslerini duyuramayan kesimlerin sosyal medya platformlarında kendilerine yer bulmasıyla birlikte suskunluk sarmalının ortadan kalkabileceği savunulmaktadır (Ferhat, 2016:741).

İnteraktif etkileşimli iletişimi olanaklı kılan sosyal medya platformları sayesinde bireyler ilgi alanları ve yaşam tarzlarını sanal ortamlarda ifşa ederken, kimliklerin bu alanlarda inşa edilir hale geldiği görülmektedir. Günümüzde yeni medya ortamında kişisel düşüncelerini özgürce paylaşan bireyler için sanal ortamlarda bir gruba dahil olma duygusu önem taşımaktadır (Timisi,2003:236). Geleneksel kitle iletişim araçlarında ötekileştirilen kesimler, sosyal medya platformlarında bir araya gelerek, suskunluk sarmalını ortadan kaldırmakta, kendisi gibi düşünenlerden aldığı güçle dışlanma korkusunu üzerinden atarak, düşüncelerini rahatça ifade edebilmektedir. Günlük yaşamının büyük bölümünü sosyal medyada geçiren bireyler güncel konular hakkında tartışmalara katılarak bilgi alışverişinde bulunabilmekte, kanaat önderi konumunda olanların görüşleri doğrultusunda kendi düşünce iklimini oluşturabilmektedir.

Sosyal ağlarda herhangi bir sınırlama ile karşılaşmaksızın diledikleri şekilde paylaşımlarda bulunarak, kendilerini rahatça ifade edebilen bireyler için sanal platformlar, özellikle gerçek yaşamda kendilerini ifade etmekte güçlük çeken bireylere, özgürlük alanı sunmaktadır. Zaman, mekan ve kimliklerin sanallaştığı bu platformlarda sosyalleşmeye çalışan bireyler farklı kimlikler ile var olmaya çalışırken, dijital teknoloji sayesinde gerçek kimliklerinden bağımsız olarak kimliklerini inşa etmeye çalışmaktadırlar.

Sosyal medyanın, kullanıcıların gerçek kimliklerini gizleyebilmesine olanak sağlaması bu ortamların bireyler tarafından daha özgür olarak algılanmasına yol açmaktadır.

Bu durum Baudrillard'ın ifadesiyle 'sahte gerçeklerin oluşumuna katkı sağlamaktadır: "Gerçeği dönüştürerek, bir sanal gerçeklik ortamı yaratan medya araçları, bireylerin farklı kimliklere bürünmelerini sağlarken, gerçekleştirmek istedikleri adına bir özgürlük ortamı sunmaktadır. Bu özgürlüğün ne kadar gerçek olduğu ise tartışmaya açıktır" (Tosun, 2013:14).

Gerçek kimliklerin gizlenebilmesine olanak tanıyan, zaman ve mekandan soyutlanmış sanal platformlar bu özellikleriyle kullanıcılara cazip gelmektedir. Maigret'in (2011:255) vurguladığı gibi, "Bireyler bu ortamlarda gerçek kimliklerinden uzaklaşarak, kendilerini rahatça ifade etme olanağına kavuşmaktadırlar. Toplum tarafından dışlanma ya da takipçileri tarafından beğenilme arzusu, bireyleri sürekli olarak başkalarının ne düşündüğünü, nasıl davrandıklarını öğrenmeye yöneltmektedir. Bu değerlendirme neticesinde bireyler fikirlerini rahatça ifade etme ya da suskun kalma davranışı sergilemektedirler. İçinde bulunduğumuz teknoloji çağı fertlere sanal kimlikler ile duygu ve düşüncelerini sergileme olanağı sunmaktadır".

Sosyal ağlar üzerinden bilgi alışverişinde bulunan insanlar tarafından kırılan suskunluk sarmalı (Tuncer, 2016:42), söz konusu platforma farklı bir anlam yüklerken, bireylerin farkındalık kazanmalarına yol açmıştır. Suskunluk sarmalının dışına çıkan bireyler, sosyal medyanın özgür ortamında görüşlerini ifade etmeye başlamışlardır. Tuncer'in (2016:137) ifadesiyle "Geleneksel medya karşısında alternatif söylemler üreten yeni medya ortamları, bastırılmış inanç ve görüşlerin ifade olanağı bulduğu mecralar olarak karşımıza çıkmaktadır". Teknik olanaklar sayesinde her kesimden insanı bir araya getiren yeni medya teknolojileri sayesinde bireyler kendileri gibi düşünen insanlarla bir araya gelerek örgütlenmekte, bu süreç suskunluk sarmalının kaybolmasına yol açmaktadır. (Türk, 2013:56)

Bireyler amaçladığı eylemleri gerçekleştirebilmek adına gruplara dahil olurken, ait olduğu grubun normları, onların tutum ve düşüncelerinin şekillenmesinde de belirleyici olmaktadır. Farklı ortamlarda tesadüfen bir araya gelen kalabalıklar etkileşim içerisine girdiklerinde psikolojik olarak kitleye dönüşmeleri mümkün olmaktadır. Kitle içerisinde yer alan bireyler kişilik, karakter ve yaşam tarzları açısından birbirinden farklı özellikler taşısa da, kolektif ruhun oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Le Bon'un (2012:15-16) belirttiği gibi, "Daha önceden hiçbir alakaları olmayan kalabalıkların kitleye dönüşmesi noktasında kollektif ruh ön plana çıkmaktadır ki, bu noktadan sonra artık birey değil, kitle önem kazanmaktadır. Kitle haline gelmenin yarattığı çoğunluk hissine paralel bir şekilde ortaya çıkan güçlülük duygusu, bireylerin tek başına olduğuna göze alamayacağı tutum ve davranışları kitle içerisinde gerçekleştirme imkanı sağlamaktadır". Bu noktada kitleleri yönlendiren temel motivasyon kaynağı mantık değil, duygulardır.

Sosyal medyanın katılımcılık, sosyalleşme, kişinin kendisini daha önemli hissetme, örgütlenme fırsatını sunması iddiaları günümüz dünyasında karşılık bulmaktadır: "Gelişen teknolojinin sunduğu teknik imkanlar sayesinde farklı kesimleri bir araya getiren sosyal ağlar sayesinde bireyler kendileriyle aynı düşünce olan kesimlerle karşılıklı bilgi alışverişinde bulunarak, suskunluk sarmalının kırılmasına aracılık etmektedirler. Bu durum demokratik hak arayışları bağlamında düşünüldüğünde örgütlü toplumun oluşmasının da kapılarını aralamaktadır" (Türk,2013:56).

Egemen sınıfın kontrolünde yayıncılık yapan geleneksel medya karşısında sosyal medya yükselişe geçerken, son yıllarda yaşanan toplumsal olaylar suskunluk sarmalının sosyal medyadaki izlerinin de tartışılmasına neden olmuştur. Arap Baharı adıyla literatürde yer alan Tunus, Yemen, Mısır gibi ülkelerde etkili olan, ülkemizde ise 2013 yılı mayıs ayında Gezi Parkı adıyla anılan eylemler bu tarz örgütlü hareketlerde sosyal medyanın etkinliğini ortaya koymasından önem taşımaktadır. Arap baharı olarak nitelendirilen toplumsal ayaklanma sürecinde sosyal medya kullanımı giderek yaygınlık kazanmış, bu ağlar eylemlerin örgütlenmesinden, ayaklanmaların dünya ölçeğinde yankı bulmasına kadar önemli bir rol üstlenmiştir. Bostancı'nın (2011) ifadesiyle, "Bu eylemler sayesinde geniş kitleler dijital medyanın imkanlarını kullanarak örgütlü hale gelmiş ve suskunluk sarmalının kırılmasında etkili olmuştur".

Bu durum Arap Baharı eylemlerinin ‘Twitter ve Facebook devrimleri’ olarak da nitelendirilmesine yol açmış; eyleme katılanlar gönderdikleri twittler, facebook ve youtube ile tüm dünyaya seslerini duyurma şansını elde etmişlerdir” (Khondker,2011: 676-677).

Sosyal medyanın yaygın olarak kullanıldığı eylemlerden bir diğeri olan Gezi Parkı eylemleri sırasında da eyleme katılanlar haberleşme, örgütlenme ve içerik üretme noktasında yeni medyanın tüm olanaklarından yararlanmışlardır. Karakoç ve Taydaş’ın (2015:127) ifade ettiği gibi, “Söz konusu toplumsal hareketlerin yaygınlık kazanmasında sosyal medyanın önlenemez yükselişi önemli rol oynarken, bu araçların denetimden yoksun olması mevcut eylemlerin kısa sürede yayılmasına olanak tanımıştır”. Yeni medya teknolojisi toplumsal mobilizasyonların da karakterini yeniden dönüştürürken, bireylerin daha cesur ve özgüven sahibi bir duruş sergilemelerine zemin hazırlamaktadır.

Susunluk sarmalının kırılması noktasında sosyal medyanın ne ölçüde başarılı olduğu çeşitli araştırmalara konu olmuştur. Çevrimiçi ortamlarda izlendiğinin ve gerçekleştirdiği her eylemin iz bıraktığının farkında olan bireylerin sanal platformlarda da özgür davranmadıkları görülmektedir. Bu bağlamda sosyal medyanın toplumda kabul görmeyen fikirlerin özgürce ifade edilebildiği yeni bir alan olma idealinden uzaklaştığı söylenebilir.

Sosyal medya platformlarında da etkisini gösteren gözetim olgusu, insanları baskılayıp, onları sınırlandırmaya çalışırken, bu durum sosyal medyanın vaddettiği özgürleşmenin ne kadar gerçekleştiği noktasında tartışmaları beraberinde getirmektedir. Günümüzde teknik imkanlar sayesinde mimari gözetimin yerini elektronik gözetime bırakarak, ‘teknolojik panoptikon’ olarak adlandırılan bir sürece ivme kazandığını belirten Çoban ve Özarslan (2008:111), bu durumun teknolojiyle dayalı yeni gözetim ve denetim biçimlerini beraberinde getirdiğinin altını çizmektedir. Bireylerin sosyal ağlarda çoğunluğun baskın düşünceleri karşısında görüşlerini ifade etmekten kaçındıklarını ifade eden Liu ve Fahmy (2011), dışlanma korkusunun çevrimiçi ortamlarda da etkili olduğunu ve bu durumun susunluk sarmalının oluşmasına yol açtığını belirtmektedir (Askay,2014).

Lee ve Kim (2014) tarafından Güney Kore’deki gazetecilerin Twitter kullanımı üzerine gerçekleştirilen bir çalışmada, gazetecilerin kendi görüşleri ile Twitter kullanıcılarının fikirleri arasında uyumsuzluk olması durumunda özellikle tartışmalı konularda görüş belirtme noktasında çekimser kaldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bireyler, fikirlerinin çoğunluğun görüşleriyle uyumlu olduğu durumlarda görüşlerini ifade etme konusunda daha özgür davranmaktadır.

ABD’de de Facebook kullanıcıları üzerinde gerçekleştirilen bir çalışma, susunluk sarmalının sadece kişisel iletişimde değil, sanal platformlarda da ortaya çıktığını ve bunun oluşmasında dışlanma korkusunun belirleyici olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre kendi düşüncelerinin çoğunluk tarafından benimsendiğini düşünen kişiler daha az dışlanma korkusu hissederek, fikirlerini özgürce ifade edebilmektedir (Lang,2014). Görüşlerinin azınlıkta kaldığını hisseden bireyler ise düşüncelerini sanal platformlarda anonim olarak ifade etmeyi tercih etmektedirler.

5.SONUÇ

1960 sonrası gerçekleştirilen ana akım medya araştırmaları içerisinde ele alınan susunluk sarmalı kuramı; yoğun bir etkileşim ağı içerisinde yaşayan bireylerin çevreye uyum baskısı, başkaları tarafından takdir edilme ihtiyaçları doğrultusunda görüş ve değerlerini toplumdaki egemen görüşler doğrultusunda şekillendirdiği varsayımına dayanmaktadır. Düşünceleri nedeniyle toplum içerisinden dışlanma korkusu yaşayan bireyler çevrelerindeki fikir iklimini gözlemleyerek, çoğunluğun görüşleri doğrultusunda tutum geliştirmektedirler. Bireylerin tutum ve düşüncelerinin şekillenmesinde kitle iletişim araçları büyük rol oynarken, bunlar arasında sosyal medya platformları başta gelmektedir.

Sosyal medya ağları birbirlerini hiç tanımayan insanları bile aynı çatı altında bir araya getirirken, gündelik hayatlarında karşılaştıkları ‘mahalle baskısından’ uzaklaşarak fikirlerini özgürce ifade edebildikleri mecralar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yanıyla sanal platformlar, gerçek yaşamlarında suskunluğa bürünen bireyler için bir nevi panzehir olarak işlev görmektedir. Sosyal ağlarda herhangi bir sınırlama ile karşılaşmaksızın diledikleri şekilde paylaşımlarda bulunarak, kendilerini rahatça ifade edebilen bireyler için sanal platformlar, özellikle gerçek yaşamda kendilerini ifade etmekte güçlük çeken bireylere, özgürlük alanı sunmaktadır. Zaman, mekan ve kimliklerin sanallaştığı bu platformlarda sosyalleşmeye çalışan bireyler farklı kimlikler ile var olmaya çalışırken, dijital teknoloji sayesinde gerçek kimliklerinden bağımsız olarak kimliklerini inşa etmeye çalışmaktadırlar. Sosyal medyanın, kullanıcıların gerçek kimliklerini gizleyebilmesine olanak sağlaması bu ortamların bireyler tarafından daha özgür olarak algılanmasına yol açmaktadır.

Suskunluk sarmalının kırılması noktasında sosyal medyanın ne ölçüde başarılı olduğu çeşitli araştırmalara konu olmuştur. Çevrimiçi ortamlarda izlendiğinin ve gerçekleştirdiği her eylemin iz bıraktığının farkında olan bireylerin sanal platformlarda da özgür davranmadıkları görülmektedir. Bu bağlamda sosyal medyanın toplumda kabul görmeyen fikirlerin özgürce ifade edilebildiği yeni bir alan olma idealinden uzaklaştığı söylenebilir. Sosyal medya platformlarında da etkisini gösteren gözetim olgusu, insanları baskılayıp, onları sınırlandırmaya çalışırken, bu durum sosyal medyanın vadettiği özgürleşmenin ne kadar gerçekleştiği noktasında tartışmaları beraberinde getirmektedir

KAYNAKÇA

- Akar, E. (2010). “Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri – Bir Pazarlama İletişimi Kanalı Olarak İşleyişi”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1):107-122.
- Allport, G. (1937). “Towards a science of public opinion. *Public Opinion Quarterly*”, (1): 7-23.
- Askay, D. A. (2014). “Silence in the Crowd: The Spiral of Silence Contributing to The Positive Bias of Opinions in an Online Review System”. *New Media & Society*. 17(11): 1811-1829.
- Bayram, A. & Bayer, N. (2019). “Turkish adaptation of spiral of silence scale: the study of reliability and validity”, *Yaşam Becerileri Psikolojisi Dergisi*, 3(6): 187-194.
- Beycon. (2014). Sosyal Medyanın Yararları ve Zararları. <https://www.beycon.com.tr/webyazilim/sosyal-medyanin-yararlari-ve-zararlari/> (6.12.2020)
- Bostancı, M. N. (2011). *Suskunluk Sarmalı Kırıldı mı?* <http://www.haksozhaber.net/suskunluk-sarmali-kirildi-mi-19773yy.htm>: (19.09.2016)
- Boz, H. A. (1999). “Kitle iletişim araçları ve suskunluk sarmalı”, *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences*, 32(1):41-48.
- Chen, H.-T. (2018). “Spiral Of Silence On Social Media And The Moderating Role Of Disagreement And Publicness İn The Network: Analyzing Expressive And Withdrawal Behaviors.” *New Media & Society* , 1-20.
- Chomsky,N;Hermans,E.&S.Chomsky, (1999). *Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir: Kitle İletişim Araçlarının Ekonomi Politikası*. Minerva Yayınları, İstanbul.
- Çakıcı, A. (2007). “Örgütlerde Sessizlik: Sessizliğin Teorik Temelleri ve Dinamikleri” *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1):145-162.
- Çoban, B. ve Z. Özarslan (2008). *Gözün İktidarı Üzerine, Panoptikon: Gözün İktidarı*. Su Yayınları, İstanbul.
- Dirini, İ. (2011). Yeni Medyada Etik İlkeler Etik 2-0. <https://yenimedya.wordpress.com>: <https://yenimedya.wordpress.com/2011/06/06/yeni-medyada-etik-ilkeler-etik-2-0>. Erişim Tarihi: 25.01.2016.
- Downey, J. & Fenton, N. (2003). “New Media, Counter Publicity and the Public Sphere”. *New Media & Society*”, 5(2): 185-202.

Erden, K. (2017). “Sosyal Medyanın Sessizleştirme Sistemi Bağlamında Değerlendirilmesi: Üniversite Gençliği Üzerine Alan Çalışması”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Facebook. (2018). Hakkında. <https://www.facebook.com>

Fejes F. (1999). Eleştirel Kitle İletişimi Araştırması ve Medya Etkileri”, Medya, İktidar, İdeoloji (Der. ve Çev. Küçük M.), Bilim ve Sanat Yay. Ankara.

Ferhat, S. (2016). “Dijital Dünyanın Gerçekliği, Gerçek Dünyanın Sanallığı Bir Dijital Medya Ürünü Olarak Sanal Gerçeklik”, TRT Akademi, 1(2): 724-746.

Güler, M. A. (2016). “1970’li yıllarda Türkiye işçi sınıfını Cem Karaca şarkıları ile okumak”, Çalışma ve Toplum, 2(49): 25-756.

Güz N. (2005). Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları, Nobel Yayınları, Ankara.

İrvan, S. (1997). “Susunluk sarmalı kuramı ve Elisabeth Noelle-Neumann’ın özgeçmiş”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (6): 421-446.

Kara, Y.& Coşkun, A. (2012). “Sosyal Ağların Pazarlama Aracı Olarak Kullanımı: Türkiye’deki Hazır Giyim Firmaları Örneği”, Afyon Kocatepe Üniversitesi, 14(2): 73-90.

Karakoç, E. & O. Taydaş (2015). Susunluk Sarmalı Kuramı Bağlamında Toplumsal Hareketler ve Sosyal Medya. Büyükaslan A, ve Kınık, A. M. (Ed.). Sosyalleşen Olgular Sosyal Medya Araştırmaları 2 içinde. Konya: Çizgi Kitabevi: 117-129.

Khondker, H.(2011). “Role of the New Media in the Arab Spring”, Globalizations, 8(5): 675-679.

Kietzmann, J. vd. (2011). “Social media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media”, Business Horizons (54): 241-251.

Klaehn,J.(2002). “A Critical Review and Assessment of Herman and Chomsky's 'Propaganda Model’”, European Journal of Communication, 147-182.

Kutlu, A. (2019). Susunluk sarmalı 2.0: Türkiye’de facebook kullanımını üzerine bir araştırma, *TESAM Akademi Dergisi*, 6(1): 43-75.

Lang, K. (2014). “Opinion expression on social networking sites: Testing an adapted spiral of silence model for political discussion on Facebook”, Yayınlanmamış doktora tezi, University of Miami.

Le Bon, G. (2012). Kitleler Psikolojisi, Alter Yayınları, Ankara, 2012.

Lee, N. & Kim, Y. (2014). “The Spiral of Silence and Journalists Outspokennes on Twitter”, Asian Journal of Communication, 24(3): 262-278.

Ling, W. (2003). “Communicative Functions and Meanings of Silence: An Analysis of Cross-Cultural Views.” Multicultural Studies, (3): 125-146

Liu, X. & Fahmy, S. (2011). “Exploring the Spiral Of Silence in the Virtual World: Individuals’ Willingness to Express Personal Opinions in Online versus Offline Settings”. Journal of Media and Communication Studies. 3(2): 45-57.

Loader, B. D. & Mercea, D. (2011). “Networking Democracy?”, Information, Communication & Society, 14(6): 757-769.

Maigret, E. (2011). *Medya ve İletişim Sosyolojisi* (Çev. H. Yücel). İletişim Yayınları, İstanbul.

Maigret E. (2013). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*, (Çev. Yücel H.) İletişim Yayınları, İstanbul.

Matthes,J., Morrison, K. R. & Christian, S. (2010). “A spiral of silence for some: attitude certainty and the expression of political minority opinions”, Communication Research, 37(6): 774-800.

Mills S. (2003). “Söylem ve İdeoloji”, (Der. Çoban B. ve Özarslan Z., Çev. Özarslan Z.), 113-130, Su Yayınları.

Noelle-Neumann, E. (2002). Susunluk sarmalı kuramının medyayı anlamaya katkısı. S. İrvan (Ed.), *Medya kültür siyaset içinde* (ss. 273-281), Alp Yayınları, Ankara.

- Noelle-Neumann, E. (1998). *Kamuoyu: Suskunluk sarmalının keşfi* (M. Özkök, Çev.), Dost Yayınları, Ankara.
- Noelle-Neumann, E. (1984). *The Spiral of Silence: Public Opinion - Our Social Skin*, Chicago: Chicago University.
- Noelle-Neumann, E. (1977). “Turbulences in the Climate of Opinion: Methodological Applications of the Spiral of Silence Theory”, *Public Opinion Quarterly*, 41: 143-158.
- Noelle-Neumann, E. (1974). “The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion”. *The Journal of Communication*, 24(2): 43-51.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle iletişim kuramları. Kavramlar, okullar, modeller, İletişim Yayınları*, İstanbul.
- Safko, L.& Brake, D. (1999). *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*, New Jersey: Wiley
- Tamer-Gencer, Z. (2012). “Medyanın gündem oluşturma sürecinde sosyal entropinin rolü üzerine uygulamalı bir çalışma”, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Timisi N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*, Dost Kitabevi, Ankara.
- Tosun, B.T. (2013). *Sanal Gerçeklik Özgürleştiriyor mu?*, *Yeni Medya'da Demokrasi* (A. Algül, N. Üçer, Eds.). Litera Türk.
- Tuncer, R. Z. (2016). *Suskunluk Sarmalı Kuramını Sosyal Medya Üzerinden Yeniden Düşünmek* Büyükaşan, A. ve Kırık, A. M. (Ed.). *Gözetlenen Toplumdan Gözetlenen Bireye Sosyal Medya Araştırmaları 3 içinde*, Çizgi Kitabevi, 123-144, Konya.
- Türk, D. G. (2013). *Demokrasinin Dördüncü Kuvveti Yeni Medya Teknolojileri. İnet-Tr'13*, 18. *Türkiye'de İnternet Konferansı*, 58-59, 9-11.12.2013. [http://inettr.org.tr /inetconf18 /bildiri/25.pdf](http://inettr.org.tr/inetconf18/bildiri/25.pdf)
- TDK. (2018). *Sessizlik*. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama =gts&guid=TDK.G TS.5b195b77c891e5.78456459
- Vural, Z. B. ve Bat, M. (2010). “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Çalışma”, *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 20(5): 3348-3382.
- Weber, L. (2009). *Marketing to the Social Web: How Digital Customer Communities Build Your Business* (2 b.). New Jersey: John Wiley & Sons