

Editör: Doç. Dr. Tuba Kalçık Üstündağ

İletişim Çalışmaları

Editör:

Doç. Dr. Tuba Kalçık Üstündağ



Published by

Özgür Yayın-Dağıtım Co. Ltd.

Certificate Number: 45503

📍 15 Temmuz Mah. 148136. Sk. No: 9 Şhitkamil/Gaziantep

☎ +90.850 260 09 97

📞 +90.532 289 82 15

🌐 www.ozguryayinlari.com

✉ info@ozguryayinlari.com

İletişim Çalışmaları

Editor: Doç. Dr. Tuba Kalçık Üstündağ

Language: Turkish-English

Publication Date: 2025

Cover design by Mehmet Çakır

Cover design and image licensed under CC BY-NC 4.0

Print and digital versions typeset by Çizgi Medya Co. Ltd.

ISBN (PDF): 978-625-8554-78-6

DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1138>



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>
This license allows for copying any part of the work for personal use, not commercial use, providing author attribution is clearly stated.

Suggested citation:

Kalçık Üstündağ, T. (ed) (2025). *İletişim Çalışmaları*. Özgür Publications.

DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1138>. License: CC-BY-NC 4.0

The full text of this book has been peer-reviewed to ensure high academic standards. For full review policies, see <https://www.ozguryayinlari.com/>



Ön Söz

İnsanlığın en temel ihtiyaçlarından biri olan iletişim, bireyleri, toplumları birbirine bağlayan en önemli ağıdır. Teknolojinin hızlı gelişimine şahitlik ettiğimiz günümüz dünyasında, iletişim dijital platformlardan yapay zeka destekli mesajlaşmalara kadar çeşitlilik göstererek hayatımızın her alanını kapsamıştır. İletişim alanındaki bu çeşitlilik ise bazı problemleri de ortaya çıkarmıştır. İletişimin hızlı yapısı, toplumları manipülasyona daha açık hale getirirken bir yandan da kültürel çatışmaları da yol açabilmektedir. Tam da bu noktada, bir disiplinlerarası alan olan iletişim çalışmaları devreye girerek, bireylerin ve toplumların iletişim süreçlerini, etkilerini ve dinamiklerini bilimsel olarak analiz etmektedir. İletişim çalışmaları kişilerarası ilişkilerden kitle iletişimine, sözsüz iletişimden dijital medyaya kadar geniş bir alanı kapsayarak, bu alandaki sorulara cevap aramaktadır. Kolektif bir çalışmanın sonucu ortaya çıkan bu kitapta, akademisyenler iletişim çalışmaları alanındaki konu ve sorunları incelemiştir. Bu kitaba emek veren, katkı sağlayan tüm meslektaşlarıma değerli çalışmalarından dolayı teşekkür ederim.

Doç. Dr. Tuba Kalçık Üstündağ

İçindekiler

Ön Söz

iii

Bölüm 1

Reflections of Technology Addiction in Children on Eating Behaviour and Interaction Quality 1

Amine Nur Arıkan

Meryem Cemile Ok

Bölüm 2

Küresel Sembolik Aktör Olarak Papa: Türkiye Ziyareti Bağlamında Siyasal İletişim 25

Zeynep Atılğan

Bölüm 3

Algoritma Çağında Yetiştirme Kuramı: Yoğun Yetiştirme ve Veri Sistemi Çözümlemesi Ekseninde Bir Literatür Değerlendirmesi 41

Rıdvan Cevher

Bölüm 4

Yeni Medya İletişim Araçlarının Yatırımcı Davranışları Üzerine Etkileri: Bir Literatür İncelemesi 59

Rabia Atsay

Ümit Hasan Gözkonan

Reflections of Technology Addiction in Children on Eating Behaviour and Interaction Quality

Amine Nur Arıkan¹

Meryem Cemile Ok²

Abstract

The usage of technology is increasingly woven into the fabric of the lives of children from a young age. On the positive side, technology can provide opportunities that can support the learning and developmental phases of children, with risks being posed to attention, regulation, and eating behaviors from excessive and inappropriate usage. Frequent usage and unhealthy use of digital technology can compromise the interaction between parents and children during the feeding of the former, reduce the awareness generated from the perception of the eating process, and amplify the risk for irregular eating patterns and an increased risk for overweight and obese status. The usage of technology at various developmental phases from infancy to the adolescent phase has implications for the interaction between parents and the antecedent environment related to attitudes and contributes to the risk for the eating behaviors of the children. From the effects posed, the positive expression of technology usage from parents can be considered as a protective factor.

1. Introduction

The use of technology, which has become an integral part of our lives in line with technological studies and developments, also affects children's development in different ways. Today, the use of technological devices such as phones, tablets, computers, televisions and other online platforms begins to interact at a very early age, such as infancy and early childhood. Technology

-
- 1 Research Assistant, Inonu University, Faculty of Health Sciences, Department of Child Development, nur.arikan@inonu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-6360-2357
 - 2 Research Assistant, Munzur University, Faculty of Health Sciences, Department of Child Development, meryemcemileok@munzur.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5549-3004

use varies depending on socio-economic status, as well as the home, school, and different environments. In this case, it affects children's perspectives on technology and their learning experiences (Navarro-Martinez & Peña-Acuña, 2022; Tena et al., 2022).

The appropriate and correct use of technology offers significant opportunities for children to gain alternative learning experiences and support their development (Liu et al., 2023; Tatar & Gerde, 2023). Consequently, children and parents are expected to be aware of and pay attention to technological literacy (Lazonder et al., 2020; Navarro-Martinez & Peña-Acuña, 2022; Soyoo et al., 2024).

The uncontrolled, unconscious, and age-inappropriate use of technology poses risk factors in many areas, particularly in children's brain development (Anitha et al., 2021; Muppalla Sudheer et al., 2023). Brain development is negatively affected in many areas, such as executive function skills like attention, cognitive flexibility, and problem solving, as well as withdrawal from social interaction, isolation, and behavioural problems (Clemencia et al., 2024; Hu & Hu, 2024; Ricci et al., 2022; Wu et al., 2024). Alongside these negative effects, different risks have become apparent in recent years, particularly in eating behaviours, eating patterns, and the quality of interaction at mealtimes (Chu et al., 2024; Coleman et al., 2025; Nagata et al., 2021).

In children, eating behaviour is explained not only as satisfying a biological need but also as an important part of social, emotional, and cognitive development beyond the daily care routine (Birch & Fisher, 1998). Eating behaviour is influenced by many factors, including genetic factors, individual characteristics, family dynamics, and broader environmental contexts (Leuba et al., 2022; Wolstenholme et al., 2020).

In daily life, mealtimes should take place within a shared time frame where parents and children interact together (Smith et al., 2022). This feeding routine helps strengthen family bonds and facilitate communication. It is also crucial for children to learn to recognise hunger and fullness cues and to experience a variety of foods (Robson et al., 2020). With the advent of technology, parents' and children's engagement with technological devices during feeding routines causes major problems in communicative and interactive processes and eating behaviours (Jones et al., 2023). The frequency of technology use can change eating behaviour not only during feeding routines but also throughout all time periods.

Increased use of technology and longer screen time are creating a desire to eat outside of children's regular eating routines (Miguel-Berges et al., 2023).

This leads to irregular eating habits, snacking, and consumption of high-calorie foods such as fast food in children, which in turn increases the risk of obesity in the long term (Fathima et al., 2024; Kristo et al., 2021; Semar & Bakshi, 2022). Technology addiction further increases eating behaviour in children and disrupts their developmental processes and physical activities (Sezer Efe et al., 2025).). In this context, technology addiction in children is a highly risky area in many respects (Park et al., 2022). This section examines the reflections of technology addiction in children on eating behaviour and the quality of mealtime interactions.

2. Technology Addiction and Problematic Digital Media Use in Children

Technology use in children can become addictive. In such cases, problematic digital media use and screen time emerge in children. Concepts related to technology addiction and problematic digital media use in children are explained within an appropriate conceptual framework. Furthermore, information regarding problematic digital media use in the context of technology use, screen time, and eating behaviour in children is included.

2.1. Conceptual Framework

Among children, technology is used for listening to music, receiving education, playing games, watching videos, and acquiring information (Uslu, 2022). The uncontrolled increase in technology use leads to technology addiction. Technology addiction is defined as the unconscious, uncontrolled, excessive use of technological devices that disrupts an individual's routine and activities in daily life (Amudhan et al., 2021; Serenko & Turel, 2022). Technology addiction negatively affects not only the individual but also those around them, primarily causing communication problems, developmental problems, eating disorders, sleep disorders, attention deficit, and behavioural problems (Lazonder et al., 2020).

Technology addiction is treated differently from behavioural addictions seen in adults. In children, the concept of problematic digital media use is generally used, focusing more on developmental characteristics rather than addiction. This situation is defined with this in mind (Domoff et al., 2019).

Problematic digital media use is defined as the process whereby a child's daily life is negatively affected by intense emotional and behavioural reactions arising from exceeding the screen time determined according to the child's developmental level and age, and resistance to parental attempts to limit this use (Fitzpatrick et al., 2025). Problematic digital media use leads to

impairments in daily functional behaviours. It also causes socialisation and communication problems, deprivation, inhibition of the child's creativity and work, and negative consequences for physical health and activity (Horwood & Anglim, 2018; Marino et al., 2021).

Problematic digital media use in children is associated with a decline in self-regulation skills, executive function skills, and attention deficits (Fam et al., 2023). The importance of parental control in children's media use is explained by the fact that children have not yet fully developed a sense of time and self-regulation skills (Rudnova et al., 2023; Sun et al., 2022).

The continuity of digital content, coupled with exposure to rapid and intense stimuli, poses risks for children, such as passive thinking and speaking skills and an inability to tolerate delayed gratification. Furthermore, the instant reward mechanisms of digital content cause children to expect rewards in their daily lives for events and situations they encounter, with the support of external stimuli (Clark & Zack, 2023; Wadsley & Ihssen, 2022).

2.2. Technology Use and Screen Time in Children

It is necessary to ensure mindful use of digital media in line with screen time for problematic digital media use. Screen time varies depending on the age of the child. It should definitely not be given to children under the age of 2, and for children aged 2-5, it is set at a maximum of 1 hour with parental interaction (Sezer Efe et al., 2025).

American Academy of Pediatrics (2025), published in 2023 and updated in 2025, states that imposing screen time limits on children's technology use is not appropriate and that the quality of interaction with technology should also be considered. One of the fundamental processes that constitute interaction quality is eating behaviour. Exposure to technology negatively impacts eating behaviour, feeding routines, and parent-child interaction (McArthur et al., 2022).

2.3. Problematic Digital Media Use in the Context of Eating Behaviour

From the perspective of eating behaviour, problematic digital media use causes a disruption in shared attention during mealtimes, a decrease in the quality of communication and interaction, and a lack of awareness of the process. Technology use among children generally continues to be screen-based (Haghjoo et al., 2022; Wu et al., 2024).

In children exposed to screens, the desire to eat in front of the screen becomes dominant, and they lose control over the food consumed in front of the screen, losing awareness of the food and quantity consumed (Kim & Mackert, 2022; Nagata et al., 2021). This leads to the development of overeating habits, and bodily mechanisms such as satiety do not function properly (Higgs & Thomas, 2016).

3. Technology Addiction and Eating Behaviour According to Age Groups

The use of technology, particularly smartphones, video content on digital platforms, and social media content, is described as the fundamental components that create technology addiction in children. This situation affects children's perspectives on technology and their learning experiences. Eating behaviour also varies depending on the child's age and developmental stage. Technology addiction and eating behaviour in children are examined in four sections according to age groups: infancy, pre-school age, school age and adolescence.

3.1. Infancy (0-2 Years)

Infancy is a crucial period during which the baby begins to understand the world, forms learning experiences driven by a sense of discovery, observes and models the parents in their immediate environment, and experiences rapid development in brain development and other areas, laying the foundation for all future behaviour (Berk, 2015).

Technology addiction and eating behaviour in infancy are influenced by factors such as screen exposure, screen time, parental technology use and modelling, and early exposure to processed foods/nutrients. During this period, it is essential to ensure secure attachment by meeting the infant's daily routines within the framework of responsive caregiving (Madigan et al., 2024). It is clearly stated that children should not be exposed to technology or screens during infancy. At this point, it is crucial that parents do not model technology/screen use in front of their children and do not expose them to technology/screens (Brauchli et al., 2024).

Understanding the infant's responses to hunger and fullness within their feeding behaviour and responding appropriately with sensitive care tailored to the child helps develop the child's self-regulation skills and lays the foundation for orderly eating behaviour in later years (Harris et al., 2022). Parents provide opportunities to recognise the foods/nutrients that the baby likes and dislikes through interaction during feeding routines (Savage et al., 2007).

Ballarotto et al. (2021) show that mothers of underweight babies are less sensitive to the baby's individual behaviour and less responsive to the baby's wishes during eating behaviours. This situation may lead mothers to view their child's thinness as a problem in gaining autonomy and to encourage them to eat more to gain weight

The use of technology by parents in feeding routines for babies is a situation that undermines sensitive care. When parents use technology during feeding, it diverts their attention, preventing them from noticing their baby's behaviour and reactions and responding appropriately to their needs. Exposing the infant to technology to make feeding easier prevents the infant from understanding the quality of the food/nutrients, and from recognising the quantity, speed, and duration of feeding. This can negatively affect the infant's development of self-regulation skills and their ability to recognise their own bodily signals. It also contributes to the baby becoming screen-dependent in their eating behaviour (Selak et al., 2025).

3.2. Pre-school Age (3-6 Years)

The pre-school period is characterised as a time when children begin to socialise outside the family for the first time and when their feeding routines also begin to take place outside the family. Eating habits and food/nutrient choices also become apparent in line with the child's individual preferences. Feeding routines and eating behaviours can also be influenced by environmental factors other than parents (Savage et al., 2007).

Socio-economic factors, parenting styles such as authoritarian, democratic, avoidant, or inconsistent, behavioural dynamics of grandparents, popular food/nutrient consumption, and cultural eating routines such as the prominence of meat or vegetable consumption are some of the factors shaping children's eating behaviours during this period (Leuba et al., 2022; Yang et al., 2020; Zhao et al., 2025). These factors demonstrate the influence of a multidimensional structure on the child's eating behaviour. When supporting the child's eating behaviour, a multidimensional intervention may be required.

One of the multidimensional factors affecting a child's eating behaviour is the use of technological devices and screen time. The use of screens during a child's eating behaviour and the lack of interaction within the family during mealtimes also negatively shape nutrition and eating behaviour. With the use of technology turning into addiction, children cannot actively participate in the eating process, and food/nutrition awareness does not develop. Because the child's attention is focused on the screen rather than the food, shared attention and attention to food/nutrition cannot be achieved (Selak et al., 2025).

Parents of children who use problematic digital media and have reached the stage of technological device addiction also use technology as a tool to get their children to eat. The child's food/nutrition choices, refusal to eat, and failure to adhere to daily nutritional routines are some of the reasons parents prefer technology. Although this situation has negative consequences for all areas of the child's development, it is observed as one of the most commonly used methods by parents (Aslan & Turgut, 2024). Children who are more dependent on technology in their eating behaviour may experience a decline in the perception and focus of senses such as food/nutrient selectivity and taste.

3.3. School Age Period (7-11 Years)

The school age period is a time when children are more independent than in previous periods, and social and environmental factors increase significantly. Children generally continue to think in concrete terms. They tend to use experiences they have observed, known, and examined more. It is explained that a child's eating habits and behaviour are fully formed before adolescence (Berk, 2015).

Peer relationships that begin during the school period are considered among the social factors that shape a child's eating behaviour. School canteens and cafeterias are areas where children make their food/nutritional choices. These areas, especially the dining hall, generally consist of menus prepared with the help of a dietician in line with children's daily nutritional needs. Canteens, on the other hand, are generally seen as areas where children have easier access to unhealthy foods/nutrients. In canteens, children exhibit more carbohydrate-heavy eating behaviour (Yörük & Haney, 2022).

School-age children may be exposed to less physical activity due to homework and lessons. When at home, eating meals and doing homework, along with the family providing food/nutrition in line with their eating habits, can lead to inactivity-based obesity in children (Demir, 2016). Parents should focus not only on education and academic processes, but also on their child's eating and physical activity habits and on their ability to form positive relationships with friends.

During school age, technology use is preferred more in terms of both quantity and quality for lessons and homework, in addition to personal use. However, high technology use among children indicates problematic digital media use. Children generally use smartphones or tablets during this period. In terms of technological content, they tend to gravitate towards online games or digital video and platforms, as well as television programmes (Hietajarvi et al., 2022).

Problematic digital media use among school-aged children is also addressed within the scope of smartphone addiction. It has been found that smartphone addiction in children leads to eating behaviour problems and increases the risk of obesity in children (Gill & Chung, 2025). Similarly, Nagata et al. (2021) state that screen time is highly correlated with eating behaviour problems, such as binge-eating disorder, in children.

Children who are obese or at risk of obesity are also compared with healthy children in a study on internet addiction and food/nutrient addiction. The study reveals that children with a high body mass index have a high level of internet addiction and eating behaviour problems. It is stated that food/nutritional advertisements encountered while watching films/series, sports events, and social videos in internet addiction increase children's preference for products high in sugar and fat (Koca et al., 2023).

Problematic media use among school-aged children may decrease with increased parental interaction. In this context, it is recommended that families maintain their eating routines through family interaction to establish order in eating behaviours. It is thought that technology addiction and eating behaviour problems will decrease depending on the quality of family interaction.

3.4. Adolescence (12-18 Years)

Adolescence is described as one of the most critical periods in a child's development across all developmental areas. Adolescence can also be explained as the transition period from childhood to adulthood. During this period, adolescents distance themselves from their parents and family and turn more towards their social environment. Friends' words, relationships, and attitudes are seen as more important than those of parents, depending on the parents' words and behaviour. It is observed that adolescents focus more on their future, academic success, and friendships (Berk, 2015).

Adolescence is a period marked by numerous changes, and it is also a period that draws attention in terms of eating behaviour. Understanding adolescents' eating behaviour and attitudes is important for developing effective interventions to promote healthy eating habits among adolescents. Adolescents generally focus on peer influence and distance themselves from their parents, leading to a decline in breakfast routines and an increase in fast-food eating behaviour (Chu et al., 2024; Doggui et al., 2021).

It is also known that adolescents diet in order to be liked. Emotional eating disorder, characterised by consuming food in response to emotions, is also commonly seen during this period of frequent emotional changes. Adolescents may resort to restrictive diets in the context of popularity and body image,

and may also eat to cope with emotional problems, potentially developing emotional eating disorder (Marb et al., 2022).

Problematic digital media use, prolonged screen time, irregular sleep patterns, and hormonal changes significantly impact an adolescent's daily life. It has been observed that technology addiction leads to a decrease and irregularity in breakfast routines and fruit and vegetable consumption, resulting in unhealthy food/nutrient consumption and problems with eating behaviour (Ardesch et al., 2023). Sezer Efe et al. (2025) found a relationship between eating disorders and problems with cognitive flexibility skills in adolescents with technology addiction.

4. The Effects of Technology Use on Eating Behaviour

The effects of technology use on children's eating behaviour are examined in several dimensions. These are generally addressed through the dimensions of technoference, the environmental quality of the mealtime setting, and parenting styles.

4.1. Technoference

The concept of technoference is a term that has emerged in recent years with the advancement of technology. Technoference refers to technology interrupting or interfering with parent-child interaction (Gahler, 2025). Allowing technology use during interactions with children reduces the quality of the time spent with them and negatively impacts communication. Technoference negatively affects interaction quality and is of great importance for child development (Komanchuk et al., 2023).

Parents' technoference-related smartphone use leading to addiction contributes to the development of negative parenting styles and causes problems in parent-child relationships (Shao et al., 2024).

Feeding routines, one of the parent-child interaction processes, provide an environment for family communication, bonding and socialisation. Eating behaviours within the family not only involve consuming food, but also facilitate the formation of social and emotional connections. This process is highly valuable for each stage, from infancy to adolescence (White et al., 2022).

Mealtime routines are being disrupted by technological devices. This situation can also occur within the scope of technoference by parents. Parents using their phones during mealtime routines has negative effects such as setting an inappropriate example for children, creating an unhealthy family dining environment, and forcing children to eat. In addition, the amount of

interactive time parents spend with their children is decreasing. The frequency of breakfast and dinner, which are part of daily eating routines, is decreasing, and family meal habits are changing (Vik et al., 2021).

During infancy, mothers who breastfeed their children and use technology interact less with their babies, and the quality of their interactions declines. This leads to differences in children's cognitive development (Ventura et al., 2019).

Parents being preoccupied with their phones, tablets or televisions during mealtimes reduces their responsiveness to their child's hunger and fullness cues. Parents' use of technological devices leads to delayed awareness of communication with their children, disruptions in communication and more limited responses (Radesky et al., 2020).

Eating behaviours are becoming detached from emotionality due to technofence and are taking on a more automatic and mechanical structure. With the absence of family interaction, eating behaviour is becoming disconnected from its social context. Each individual thus begins to respond only to environmental stimuli. Furthermore, awareness of eating behaviour is disappearing at the individual level. Parents and children develop excessive or irregular eating behaviours (Cimino & Cerniglia, 2025).

Parents' use of technology during their children's feeding routines can lead to behavioural problems as children seek to draw their parents' attention. This negatively affects parent-child interaction during mealtimes, creating an environment conducive to arguments. When this pattern persists, it can cause mealtimes to become associated with negative emotions (McDaniel & Radesky, 2018).

4.2. Environmental Quality of the Setting During Mealtime

The environmental quality of the setting during the eating process is influential in providing important environmental cues for regulating eating behaviour. Environmental quality refers to components such as the orderliness of the physical environment during eating behaviour, the presence of distractions, and the level of social interaction (Smith et al., 2022).

The presence of positive environmental stimuli during mealtimes facilitates healthier eating behaviour within the family. Parent-child interaction occurs with the support of environmental quality. Establishing a social-emotional bond between parent and child reduces the risk of childhood eating disorders and obesity (Harbec & Pagani, 2018).

Positive environmental stimuli are present in eating behaviour linked to parent-child interaction. However, technology use negatively impacts

environmental quality. The use of technological devices focuses attention on the screen during eating behaviour. In this way, shared attention within the family is lost, and eating behaviour continues in the background. Parents focused on technological devices are unable to respond to their child's needs in a timely and appropriate manner. With technology addiction, parents' supportive role towards their child weakens (Vik et al., 2021).

Children who focus on technology and screens fail to develop food awareness and consequently encounter difficulties in regulating their eating speed and quantity. In this way, children may eat more because they are unable to recognise the feeling of fullness (Fathima et al., 2024; Yong et al., 2021).

Food/nutritional content and advertisements presented through television and digital media negatively impact environmental quality. In their eating routines, parents and children may be exposed to advertisements and food images on screen. This leads to the parent or child's desire to eat being directed towards the food/nutrition on the screen and to unhealthy food/nutrition choices (Harris et al., 2022). Eating behaviour can thus be said to change according to external, environmental stimuli rather than internal, individual impulses.

4.3. Interaction with Parenting Styles

The effects of technology use on eating behaviour are closely related to parenting styles. Parenting styles play an important role in guiding eating behaviour within feeding routines and regulating digital media use in parent-child interactions. Within parenting styles, the process varies greatly across the dimensions of authoritarian, democratic, permissive, avoidant, and inconsistent/unpredictable parents (Van der Horst & Sleddens, 2017).

In authoritarian parenting styles, parents do not favour the use of technology. Strict prohibitions are imposed on technology use, and eating behaviours must comply with these prohibitions. This situation causes stress in children in terms of parent-child interactions in daily life and eating behaviours in feeding routines. In authoritarian parents, children's eating behaviours are negatively affected in terms of self-regulation skills. This leads to eating disorders in children. In an overly permissive parenting style, the parent's permissiveness prevents the development of nutrition and eating behaviour (Birch & Ventura, 2009).

Alongside parenting styles, parents' own technology use or dependency also influences their approach to these processes. Children who observe and model their parents' behaviour begin to use technology in similar ways. Therefore,

it is crucial to be an appropriate role model in order to facilitate parent-child interaction within daily routines (Costa & Oliveira, 2023).

5. Reflections of Meal Times on Interaction Quality

Within feeding routines, the process of eating is seen as one of the most intense social contexts for parent-child interaction in daily life. Feeding routines not only facilitate eating behaviour but also aid emotional sharing through interaction and communication, promote bonding, and support other areas of development. Higher frequency and quality of family meals are associated with reduced obesity prevalence, improved eating behaviour, and better mental health outcomes for both children and parents. It helps the child express themselves and learn social rules (Berge et al., 2023).

Parents' use of technological devices during mealtimes and exposure to screens prevents shared attention and communication. Parent-child interaction does not occur. Sensitive care is not provided to the child, and their needs are not fully met (Radesky et al., 2020).

In addition to negatively affecting eating behaviour during mealtimes, parental technofence has adverse effects on numerous aspects such as social bonding, emotional expression, self-regulation, and attention. Failure to recognise a child's needs in a timely manner can lead to behavioural problems (Shao et al., 2024; Vik et al., 2021). Each family member turning to their own screen leads to a reduction in shared experiences and the individualisation of eating behaviour and the eating process. When technology is not used during the eating process, parent-child interaction is facilitated, leading to the development of healthy eating habits and developmental adjustment in children (Berge et al., 2023; Zhao et al., 2025).

6. Conclusion

Technological integration in daily life has major effects on the development and growth of children. Modern society has witnessed the adoption and usage of different technology-based devices in a significant and unprecedented manner from birth to early childhood, including the use of cell phones, tablets, computers, and televisions. Appropriate usage of technology has immense advantages that lead to added value to the process of learning and development. Therefore, both the parents and the children should be technology-savvy. Exaggerated, uncontrolled, and unconscious usage of technology poses significant risk factors in different aspects, especially to the development of the brain. The adverse effects caused to children in recent times, besides the

previous ones, include the changes in eating behaviors and the nature of food interactions.

Eating patterns in children are perceived to be more than just a biological need fulfillment process; eating patterns are an essential part of socialization and development. These patterns are influenced by a combination of genetic elements and individuality of the child. Eating patterns as a daily activity shared between parents and children result in intense interaction that brings parents and children closer and enables the children to experience various foods. The rising use of technology factors adversely affects eating patterns as the rising use of screens affects parent-child interaction. The rising use of screens leads to irregular eating patterns, leads to higher instances of frequent eating of snacks, consumption of energy-rich foods, and raises the risk of a child's potential to be obese. The rising use of technology affects physical activity and development. Technology addiction adversely affects development.

Technology addiction refers to the unconscious and uncontrolled usage of technology that interferes with the daily life functions of the affected individual. In children, this problem not only affects the child but also has a negative impact on family relationships, communication, sleep cycles, attentional functions, and eating patterns. Issues related to technology in children are dealt with in a special context related to behavioral addictions seen in adults; therefore, the problem of digital media usage can be termed problematic digital media usage. Problematic digital media usage can be determined by the child exceeding age-normative screen time and displaying intense emotional and behavioral responses to parental limitation attempts.

The escalation of problematic uses of digital media is linked with decreasing levels of children's self-regulation and executive function, and increasing attention deficits. This phenomenon is even more apparent in younger generations of children, in whom the development of understanding of time and self-regulation is still in its developmental stages, hence substantiating the critical role of parental monitoring in this regard. The rapid, continuous and intense stimulation provided by digital content can cause children's thinking and speaking processes to become passive and make it difficult for them to wait and delay gratification. In addition, digital content that includes instant reward mechanisms paves the way for children to develop external reward expectations in their daily lives.

There has been widespread recognition in recent years of the impact of concerning digital media use on eating habits. The increased exposure to screens leads to disturbed shared attention during meals, impairs the interaction level between parents and children, and reduces the awareness level regarding the

eating process. The habit of eating in front of a screen leads to habituation among children to lose control regarding the amount as well as the kind of food. Therefore, concerning digital media use has a negative impact on the formation of healthy eating habits and, consequently, good health among children.

The use of technology, parental views and circumstances, and the environment at each developmental phase interact with and have a major role in creating the eating behaviors in a child. Infant life is a crucial phase in which accelerated brain development takes place and the groundwork for the underlying behavior patterns and skills of self-regulation are established. As technology addiction is not considered a direct condition at this phase, the use of screens and the parent's technology use as a modeling condition are considered major risk factors at this phase. In the context of the responsive care approach at the infant phase, the parent's ability to recognize and respond accurately to the infant's hunger and satiety cues is a central event in the long-term creation of eating behavior. However, the parent's preoccupation with technology use or the use of the screens as a means for infant feeding can reduce infant awareness of the feeding event and create obstacles for the infant's ability to accurately recognize the pace, intensity, and satiety cues for that event.

Preschool age represents a stage where the child starts interacting with society outside the family context, becomes exposed to varied meal patterns, and establishes distinct individual preferences when it comes to foods. The stage represents an eating behavior pattern that has multidimensional characteristics shaped by socioeconomic factors, child-rearing practices, and societal eating habits. The rise in technological gadgets and reduction in time through screens affects communication within the family and decreases the child's participation in the meal time activity. The occurrence of problematic use of digital media leads parents to resort to technology as a tool that promotes eating. The practice can reduce the child's awareness about foods and lead to problems such as food selectivity, loss of taste perception, and the development of dependent eating behavior on technology.

The school-age period is a developmental phase associated with growing autonomy, where peer and environmental factors play a significant role. It's widely accepted that the dietary behaviors of school-going children are largely determined during this period. School cafeteria food can be a significant environmental factor contributing to healthy eating behaviors; excessive exposure to unhealthy foods in these environments can impair eating behavior. Conversely, educational tasks associated with school age contribute to

minimized physical activity, leading to a significant risk of developing obesity because of physical inactivity. Even with the significant use of technology associated with school-aged individuals due to educational and play-related reasons, excessive use of screens and smartphones can indicate the risk of problematic behavior associated with digital media. Excessive use of digital media in school-age individuals was earlier documented to indicate issues related to eating behaviors and the risk of developing obesity. Watching food advertisements while using digital media was also found to enhance sugar and fat food choices among school-age children.

Adolescence involves the stage of life characterized by marked physical, cognitive, emotional, and social developments and represents an important transitional phase with regards to eating behavior. In this stage, adolescents begin to differentiate themselves from the control of their parents and begin relying on peer relations; in these respects, diet preferences begin to be significantly influenced by the company that one keeps. Typical adolescent behavior involves less breakfast eating, increased fast foods, and irregular meal times. The need for acceptance and body image sensitivity leads adolescents to begin observing strict dieting behavior, besides mood swings associated with emotion regulation. Unhealthy eating habits are also perpetuated by increased use of electronic screens and irregular sleep patterns. Using scientific evidence, the association between technology addiction and eating disorders, besides cognitive inflexibility in adolescents, bears important implications that technology use and eating practice should be simultaneously attended to.

Technoference, which is referred to as the interruption of parent-child interaction due to the use of technology, affects the quality of interaction, especially during the process of feeding. When the parent is distracted by smartphones, tablets, or televisions during the feeding process, the parent-child interaction will be reduced, and the response to the stimuli of hunger or fullness will also be decreased. This will make the process of feeding more mechanical, rather than being rooted in the social and emotional part of the process. Technoference during infancy, specifically for breastfeeding, may limit the mother-child interaction and the effect on the cognitive function of the infant will be adverse.

The environmental quality of the meals context plays a crucial role in regulating the eating behavior. The environmental factors include the architecture of the space, the level of distraction, and the level of family interaction, which have a direct influence on the child. Favorable environmental factors bring about positive eating behaviors, while the introduction of technology into the meals environment affects the level of mutual attention

and degrades the quality of interaction. The parents' obsession with the screen affects the timely response to the child's needs, while the children are also faced with struggles to attain food awareness and control the eating rate and quantity. The content consumed via technology can influence the regulation of the eating behavior.

Parenting styles play an important role in influencing technology use and eating habits. Overly restrictive technology use in authoritarian parenting styles might cause stress to the child, whereas an overly permissive approach might prevent the child from cultivating positive eating habits. The two contrasting styles of parenting will create different effects on the self-regulatory ability of the child with regard to their eating habits. The parent's use of technology serves as an influencing factor for children to follow.

Eating is an everyday activity where parent-child interaction is very rich and expressive, and where ties are strengthened. Mealtimes in the family support growing healthy eating habits in children and help them develop social skills. On the other hand, having technological devices during mealtime is detrimental to communication and joint attention and leads to individualization of eating behavior in addition to reduced quality of interaction. Technology-free meal context is positively associated with children's eating behavior as well as their development.

Considering the above results, controlling technology use, especially during meals, is significant for building healthy eating behaviors in children. Parents should be cautious and try to avoid personal unhealthy technology use, create a technology-free zone for dining, and adopt an interaction-focused approach. Having regular and positive family dinners can improve the usage and relationship aspects and create a protective environment that hampers developmental maladjustment in children.

7. References

- American Academy of Pediatrics. (2025). *Screen Time Guidelines*.
- Amudhan, S., Prakasha, H., Mahapatra, P., Burma, A. D., Mishra, V., Sharma, M. K., & Rao, G. N. (2021). Technology addiction among school-going adolescents in India: epidemiological analysis from a cluster survey for strengthening adolescent health programs at district level. *Journal of Public Health*, 44(2), 286-295. <https://doi.org/10.1093/pubmed/fdaa257>
- Anitha, F. S., Narasimhan, U., Janakiraman, A., Janakarajan, N., & Tamilselvan, P. (2021). Association of digital media exposure and addiction with child development and behavior: A cross-sectional study. *Industrial Psychiatry Journal*, 30(2), 265-271. https://doi.org/10.4103/ipj.ipj_157_20
- Ardesch, F. H., van der Vegt, D. D., & Kiefte-de Jong, J. C. (2023). Problematic social media use and lifestyle behaviors in adolescents: cross-sectional questionnaire study. *JMIR pediatrics and parenting*, 6(1), e46966.
- Aslan, A., & Turgut, Y. E. (2024). Parental mediation in Turkey: The use of mobile devices in early childhood. *E-Learning and Digital Media*, 21(5), 444-461. <https://doi.org/10.1177/20427530231167651>
- Ballarotto, G., Cerniglia, L., Bozicevic, L., Cimino, S., & Tambelli, R. (2021). Mother-child interactions during feeding: A study on maternal sensitivity in dyads with underweight and normal weight toddlers. *Appetite*, 166, 105438. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105438>
- Berge, J. M., Hazzard, V. M., Trofholz, A., Noser, A. E., Hochgraf, A., & Neumark-Sztainer, D. (2023). Longitudinal associations between family meal quality and quantity: Does one matter more for child, parent, and family health and well-being or are they synergistic? *Appetite*, 191, 107080. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.appet.2023.107080>
- Berk, L. (2015). *Child development*. Pearson Higher Education AU.
- Birch, L. L., & Fisher, J. O. (1998). Development of eating behaviors among children and adolescents. *Pediatrics*, 101(Supplement_2), 539-549. <https://doi.org/https://doi.org/10.1542/peds.101.S2.539>
- Birch, L. L., & Ventura, A. K. (2009). Preventing childhood obesity: what works? *International Journal of Obesity*, 33(1), S74-S81. <https://doi.org/10.1038/ijo.2009.22>
- Brauchli, V., Sticca, F., Edelsbrunner, P., von Wyl, A., & Lannen, P. (2024). Are screen media the new pacifiers? The role of parenting stress and parental attitudes for children's screen time in early childhood. *Computers in Human Behavior*, 152, 108057. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.108057>
- Chu, J., Ganson, K. T., Testa, A., Al-shoaibi, A. A. A., Jackson, D. B., Rodgers, R. E., He, J., Baker, F. C., & Nagata, J. M. (2024). Screen time, problematic screen use, and eating disorder symptoms among early adolescents: findings

- from the Adolescent Brain Cognitive Development (ABCD) Study. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 29(1), 57. <https://doi.org/10.1007/s40519-024-01685-1>
- Cimino, S., & Cerniglia, L. (2025). Integrating Screens and Spoons: An Exploratory Study on Digital Technology's Influence on Parent-Child Interactions. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 15(3), 36. <https://www.mdpi.com/2254-9625/15/3/36>
- Clark, L., & Zack, M. (2023). Engineered highs: Reward variability and frequency as potential prerequisites of behavioural addiction. *Addictive Behaviors*, 140, 107626. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2023.107626>
- Clemencia, M. A. P., Narcisa, I. C. A., Mirey, M. C. O., & Sulay, T. G. (2024). Frequent use of mobile devices and its impact on early childhood. *Evolutionary Studies in Imaginative Culture*, 1931-1950.
- Coleman, A., Neumann, D., Sasaki Cole, A., Brady, C., Park, A., Odisho, J., Moschke, K., & Nauts, L. (2025). A systematic review on the eating behaviors of youth exceeding electronic device recommendations. *Frontiers in psychology*, 16, 1649571. <https://doi.org/https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1649571>
- Costa, A., & Oliveira, A. (2023). Parental Feeding Practices and Children's Eating Behaviours: An Overview of Their Complex Relationship. *Healthcare*, 11(3), 400. <https://www.mdpi.com/2227-9032/11/3/400>
- Demir, D. (2016). *İlkokul Öğrencilerinin Yeme Davranışlarının Vē Ebeveynlerin Besleme Tārzlarının Çocukluk Çağında Görülen Obeziteye Etkisi* Dokuz Eylul Universitesi (Turkey)].
- Doggui, R., Ward, S., Johnson, C., & Bélanger, M. (2021). Trajectories of eating behaviour changes during adolescence. *Nutrients*, 13(4), 1313.
- Domoff, S. E., Radesky, J. S., Harrison, K., Riley, H., Lumeng, J. C., & Miller, A. L. (2019). A Naturalistic Study of Child and Family Screen Media and Mobile Device Use. *Journal of Child and Family Studies*, 28(2), 401-410. <https://doi.org/10.1007/s10826-018-1275-1>
- Fam, J. Y., Männikkö, N., Juhari, R., & Kääriäinen, M. (2023). Is parental mediation negatively associated with problematic media use among children and adolescents? A systematic review and meta-analysis. *Canadian Journal of Behavioural Science/Revue canadienne des sciences du comportement*, 55(2), 89.
- Fathima, N., Venkatraman, K., & Hariharan, T. S. (2024). Qualitative study on the influence of mealtime screen exposure on children's feeding practices: perspectives from paediatricians and speech-language pathologists in Chennai, Tamil Nadu. *BMJ open*, 14(12), e087904.
- Fitzpatrick, C., Binet, M.-A., Spritzer, D. T., Tiraboschi, G. A., Domoff, S. E., Garon-Carrier, G., & Tavares, H. (2025). Early childhood screen use and

- symptoms of problematic media use. *Journal of Behavioral Addictions*, 14(3), 1411-1418. <https://doi.org/https://doi.org/10.1556/2006.2025.00064>
- Gahler, H. (2025). Parental technoference and the impact on familial relationships. *Mobile Media & Communication*, 13(2), 281-294. <https://doi.org/10.1177/20501579241297968>
- Gill, E., & Chung, W. (2025). The effect of smartphone addiction on obesity in children and adolescents. *Psychology, Health & Medicine*, 1-15. <https://doi.org/10.1080/13548506.2025.2561741>
- Haghjoo, P., Siri, G., Soleimani, E., Farhangi, M. A., & Alesaeidi, S. (2022). Screen time increases overweight and obesity risk among adolescents: a systematic review and dose-response meta-analysis. *BMC Primary Care*, 23(1), 161. <https://doi.org/10.1186/s12875-022-01761-4>
- Harbec, M.-J., & Pagani, L. S. (2018). Associations Between Early Family Meal Environment Quality and Later Well-Being in School-Age Children. *Journal of Developmental & Behavioral Pediatrics*, 39(2), 136-143. <https://doi.org/10.1097/dbp.0000000000000520>
- Harris, H. A., Moore, A. M., Ruggiero, C. F., Bailey-Davis, L., & Savage, J. S. (2022). Infant food responsiveness in the context of temperament and mothers' use of food to soothe. *Frontiers in nutrition*, 8, 781861.
- Hietajärvi, L., Maksniemi, E., & Salmela-Aro, K. (2022). Digital engagement and academic functioning. *European Psychologist*.
- Higgs, S., & Thomas, J. (2016). Social influences on eating. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 9, 1-6. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2015.10.005>
- Horwood, S., & Anglim, J. (2018). Personality and problematic smartphone use: A facet-level analysis using the Five Factor Model and HEXACO frameworks. *Computers in Human Behavior*, 85, 349-359. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.013>
- Hu, J., & Hu, J. (2024). The influence of age at first regular digital device access on digital reading performance: the mediating effect of cognitive flexibility. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 799. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03292-y>
- Jones, B. L., Orton, A. L., Tindall, S. W., Christensen, J. T., Enosakhare, O., Russell, K. A., Robins, A.-M., Larriviere-McCarl, A., Sandres, J., Cox, B., Thomas, C., & Reynolds, C. (2023). Barriers to Healthy Family Dinners and Preventing Child Obesity: Focus Group Discussions with Parents of 5-to-8-Year-Old Children. *Children*, 10(6), 952. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/children10060952>
- Kim, B. R., & Mackert, M. (2022). Social media use and binge eating: An integrative review. *Public health nursing*, 39(5), 1134-1141. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/phn.13069>

- Koca, S. B., Paketçi, A., & Büyükyılmaz, G. (2023). The Relationship Between Internet Usage Style and Internet Addiction and Food Addiction in Obese Children Compared to Healthy Children. *Türk Arch Pediatr*, 58(2), 205-211. <https://doi.org/10.5152/TurkArchPediatr.2023.22183>
- Komanchuk, J., Toews, A. J., Marshall, S., Mackay, L. J., Hayden, K. A., Cameron, J. L., Duffett-Leger, L., & Letourneau, N. (2023). Impacts of Parental Technoference on Parent–Child Relationships and Child Health and Developmental Outcomes: A Scoping Review. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 26(8), 579-603. <https://doi.org/10.1089/cyber.2022.0278>
- Kristo, A. S., Çınar, N., Kucuknil, S. L., & Sikolidis, A. K. (2021). Technological Devices and Their Effect on Preschool Children's Eating Habits in Communities of Mixed Socioeconomic Status in Istanbul; a Pilot Cross-Sectional Study. *Behavioral Sciences*, 11(11), 157. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/bs11110157>
- Lazonder, A. W., Walraven, A., Gijlers, H., & Janssen, N. (2020). Longitudinal assessment of digital literacy in children: Findings from a large Dutch single-school study. *Computers & Education*, 143, 103681. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.103681>
- Leuba, A. L., Meyer, A. H., Kakebeke, T. H., Stülb, K., Arhab, A., Zysset, A. E., Leeger-Aschmann, C. S., Schmutz, E. A., Kriemler, S., Jenni, O. G., Puder, J. J., Munsch, S., & Messerli-Bürgy, N. (2022). The relationship of parenting style and eating behavior in preschool children. *BMC psychology*, 10(1), 275. <https://doi.org/10.1186/s40359-022-00981-8>
- Liu, R., Luo, F., & Israel, M. (2023). Technology-integrated computing education in early childhood: A systematic literature review. *Journal of Educational Computing Research*, 61(6), 1275-1311. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/07356331231170383>
- Madigan, S., Deneault, A.-A., Duschinsky, R., Bakermans-Kranenburg, M. J., Schuengel, C., van IJzendoorn, M. H., Ly, A., Fearon, R., Eirich, R., & Verhage, M. L. (2024). Maternal and paternal sensitivity: Key determinants of child attachment security examined through meta-analysis. *Psychological bulletin*, 150(7), 839. <https://doi.org/https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/bul0000433>
- Marb, A., Libuda, L., Standl, M., Koletzko, S., Bauer, C.-P., Schikowski, T., Berdel, D., von Berg, A., Herberth, G., Bühlmeier, J., & Harris, C. P. (2022). Obesogenic eating behaviour and dietary intake in German children and adolescents: results from the GINIplus and LISA birth cohort studies. *European Journal of Clinical Nutrition*, 76(10), 1478-1485. <https://doi.org/10.1038/s41430-022-01125-2>
- Marino, C., Canale, N., Melodia, F., Spada, M. M., & Vieno, A. (2021). The Overlap Between Problematic Smartphone Use and Problematic Social

- Media Use: a Systematic Review. *Current Addiction Reports*, 8(4), 469-480. <https://doi.org/10.1007/s40429-021-00398-0>
- McArthur, B. A., Volkova, V., Tomopoulos, S., & Madigan, S. (2022). Global prevalence of meeting screen time guidelines among children 5 years and younger: a systematic review and meta-analysis. *JAMA pediatrics*, 176(4), 373-383. <https://doi.org/10.1001/jamapediatrics.2021.6386>
- McDaniel, B. T., & Radesky, J. S. (2018). Technoference: Parent distraction with technology and associations with child behavior problems. *Child Development*, 89(1), 100-109.
- Miguel-Berges, M. L., Mouratidou, T., Santaliestra-Pasias, A., Androutsos, O., Iotova, V., Galcheva, S., De Craemer, M., Cardon, G., Koletzko, B., & Kulaga, Z. (2023). Longitudinal associations between diet quality, sedentary behaviours and physical activity and risk of overweight and obesity in preschool children: The ToyBox-study. *Pediatric Obesity*, 18(10), e13068. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/ijpo.13068>
- Muppalla Sudheer, K., Sravya, V., Reddy, P. A., & Sreenivasulu, H. (2023). Effects of Excessive Screen Time on Child Development: An Updated Review and Strategies for Management. *Cureus*, 15(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.7759/cureus.40608>
- Nagata, J. M., Iyer, P., Chu, J., Baker, F. C., Pettee Gabriel, K., Garber, A. K., Murray, S. B., Bibbins-Domingo, K., & Ganson, K. T. (2021). Contemporary screen time modalities among children 9–10 years old and binge-eating disorder at one-year follow-up: A prospective cohort study. *International Journal of Eating Disorders*, 54(5), 887-892. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/eat.23489>
- Navarro-Martinez, O., & Peña-Acuña, B. (2022). Technology usage and academic performance in the Pisa 2018 report. *Journal of New Approaches in Educational Research*, 11(1), 130-145. <https://doi.org/https://doi.org/10.7821/naer.2022.1.735>
- Park, E.-J., Hwang, S. S.-H., Lee, M.-S., & Bhang, S.-Y. (2022). Food addiction and emotional eating behaviors co-occurring with problematic smartphone use in adolescents? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(9), 4939. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/ijerph19094939>
- Radesky, J. S., Weeks, H. M., Ball, R., Schaller, A., Yeo, S., Durnez, J., Tama-yo-Rios, M., Epstein, M., Kirkorian, H., Coyne, S., & Barr, R. (2020). Young Children's Use of Smartphones and Tablets. *Pediatrics*, 146(1). <https://doi.org/10.1542/peds.2019-3518>
- Ricci, R. C., Paulo, A. S. C. d., Freitas, A. K. P. B. d., Ribeiro, I. C., Pires, L. S. A., Facina, M. E. L., Cabral, M. B., Parduci, N. V., Spegiorin, R. C., & Bogado, S. S. G. (2022). Impacts of technology on children's health: a

- systematic review. *Revista paulista de pediatria*, 41, e2020504. <https://doi.org/https://doi.org/10.1590/1984-0462/2023/41/2020504>
- Robson, S. M., McCullough, M. B., Rex, S., Munafò, M. R., & Taylor, G. (2020). Family Meal Frequency, Diet, and Family Functioning: A Systematic Review With Meta-analyses. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 52(5), 553-564. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jneb.2019.12.012>
- Rudnova, N., Kornienko, D., Semenov, Y., & Egorov, V. (2023). Characteristics of parental digital mediation: Predictors, strategies, and differences among children experiencing various parental mediation strategies. *Education Sciences*, 13(1), 57. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/educsci13010057>
- Savage, J. S., Fisher, J. O., & Birch, L. L. (2007). Parental Influence on Eating Behavior: Conception to Adolescence. *Journal of Law, Medicine & Ethics*, 35(1), 22-34. <https://doi.org/10.1111/j.1748-720X.2007.00111.x>
- Selak, Š., Horvat, J., & Žmavc, M. (2025). Problematic Digital Technology Use Measures in Children Aged 0 to 6 Years: Scoping Review. *JMIR Mental Health*, 12(1), e59869.
- Semar, R., & Bakshi, N. (2022). Correlation of Screen Time With Eating Behavior Among School-Going Children Aged 8 to 10 Years in East Delhi, India. *Journal of Indian Association for Child and Adolescent Mental Health*, 18(4), 283-289. <https://doi.org/10.1177/09731342221144877>
- Serenko, A., & Turel, O. (2022). Directing Technology Addiction Research in Information Systems: Part II. Understanding Technology Addiction. *SIG-MIS Database*, 53(3), 71-90. <https://doi.org/10.1145/3551783.3551789>
- Sezer Efe, Y., Döner, S., Erdem, E., & Elmalı, F. (2025). The Effect of Technology Addiction on Eating Behaviors and Physical Activity of Adolescents. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 23(3), 1891-1907. <https://doi.org/10.1007/s11469-023-01205-9>
- Shao, T., Zhu, C., Lei, H., Jiang, Y., Wang, H., & Zhang, C. (2024). The Relationship of Parent-Child Technoference and Child Problematic Smartphone Use: The Roles of Parent-Child Relationship, Negative Parenting Styles, and Children's Gender. *Psychology Research and Behavior Management*, 17(null), 2067-2081. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S456411>
- Smith, J. A., Saltzman, J. A., & Dev, D. A. (2022). Mealtime emotional climate and child health: A systematic review. *Eating Behaviors*, 44, 101582. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2021.101582>
- Soyoof, A., Reynolds, B. L., Neumann, M., Scull, J., Tour, E., & McLay, K. (2024). The impact of parent mediation on young children's home digital literacy practices and learning: A narrative review. *Journal of Computer Assisted Learning*, 40(1), 65-88. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/jcal.12866>

- Sun, R., Gao, Q., & Xiang, Y. (2022). Perceived Parental Monitoring of Smart-phones and Problematic Smartphone Use in Adolescents: Mediating Roles of Self-Efficacy and Self-Control. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 25(12), 784-792. <https://doi.org/10.1089/cyber.2022.0040>
- Tatar, B. H., & Gerde, H. K. (2023). Partnering with families to use screen time for supporting early language and literacy. *The Reading Teacher*, 76(4), 439-450. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/trtr.2150>
- Tena, R. R., Sánchez, R. B., Pérez, S. M., & Rodríguez, A. P. (2022). Habits, norms and use of technologies in early childhood households from a gender perspective. *Digital Education Review*(41), 19-31.
- Uslu, O. (2022). Causes and consequences of technology addiction: A review of information systems and information technology studies. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 8(3), 299-306. <https://doi.org/https://doi.org/10.24289/ijsser.1131136>
- Van der Horst, K., & Sleddens, E. F. (2017). Parenting styles, feeding styles and food-related parenting practices in relation to toddlers' eating styles: A cluster-analytic approach. *PLoS One*, 12(5), e0178149.
- Ventura, A. K., Levy, J., & Sheeper, S. (2019). Maternal digital media use during infant feeding and the quality of feeding interactions. *Appetite*, 143, 104415. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.104415>
- Vik, F. N., Grasaas, E., Polspoel, M. E. M., Røed, M., Hillesund, E. R., & Øverby, N. C. (2021). Parental phone use during mealtimes with toddlers and the associations with feeding practices and shared family meals: a cross-sectional study. *BMC Public Health*, 21(1), 756. <https://doi.org/10.1186/s12889-021-10757-1>
- Wadsley, M., & Ihssen, N. (2022). The roles of implicit approach motivation and explicit reward in excessive and problematic use of social networking sites. *PLoS One*, 17(3), e0264738.
- White, H. J., Meyer, C., Palfreyman, Z., & Haycraft, E. (2022). Family mealtime emotions and food parenting practices among mothers of young children: Development of the Mealtime Emotions Measure for Parents (MEM-P). *Maternal & Child Nutrition*, 18(3), e13346.
- Wolstenholme, H., Kelly, C., Hennessy, M., & Heary, C. (2020). Childhood fussy/picky eating behaviours: a systematic review and synthesis of qualitative studies. *International journal of behavioral nutrition and physical activity*, 17(1), 2. <https://doi.org/10.1186/s12966-019-0899-x>
- Wu, D., Dong, X., Liu, D., & Li, H. (2024). How Early Digital Experience Shapes Young Brains During 0-12 Years: A Scoping Review. *Early education and development*, 35(7), 1395-1431. <https://doi.org/10.1080/10409289.2023.2278117>

- Yang, J., Tani, Y., Tobias, D. K., Ochi, M., & Fujiwara, T. (2020). Eating vegetables first at start of meal and food intake among preschool children in Japan. *Nutrients*, 12(6), 1762.
- Yong, J. Y. Y., Tong, E. M. W., & Liu, J. C. J. (2021). Meal-time Smartphone Use in an Obesogenic Environment: Two Longitudinal Observational Studies [Original Paper]. *JMIR Mhealth Uhealth*, 9(5), e22929. <https://doi.org/10.2196/22929>
- Yörük, A., & Haney, M. Ö. (2022). Okul çocuklarının beslenme davranışları ve obezite durumunu etkileyen faktörler: kırsal-kentsel alan karşılaştırması. *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 16(3), 485-492.
- Zhao, Z., Qu, F., Wu, R., Wei, X., Song, X., Wu, C., Wang, J., Hua, W., & Zhu, D. (2025). The Longitudinal Influence of Parent–Grandparent Coparenting Relationships on Preschoolers’ Eating Behaviors in Chinese Urban Families: The Mediating Roles of Caregivers’ Feeding Behaviors. *Nutrients*, 17(18), 2961.

Küresel Sembolik Aktör Olarak Papa: Türkiye Ziyareti Bağlamında Siyasal İletişim

Zeynep Atılğan¹

Özet

Bu bölüm, Papa'nın Türkiye ziyareti üzerinden çağdaş siyasal iletişimde sembolik aktörlük olgusunu kuramsal ve ampirik düzeyde tartışmaktadır. Çalışma, öncelikle klasik, devlet merkezli siyasal aktör tanımının küreselleşme, yeni iletişim teknolojileri ve medyalasma süreçleri karşısında yetersiz kaldığını ortaya koymakta; sembolik aktörlük, sembolik güç ve temsil kavramlarını Bourdieu, Weber, Hall, Edelman, Castells ve Nye'nin yaklaşımları ışığında yeniden yorumlamaktadır. Bu çerçevede Papa, formel siyasal yetkiye sahip olmamasına karşın, tarihsel süreklilik, Katolik Kilisesi'nin kurumsal mirası ve küresel görünürlüğü sayesinde yoğun sembolik sermaye biriktiren küresel bir aktör olarak ele alınmaktadır. Çalışma, Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri, Nelson Mandela, Greta Thunberg, Dalai Lama ve Kraliçe II. Elizabeth örnekleriyle sembolik gücün devlet dışı aktörler bağlamında yapısal bir özellik hâline geldiğini göstermekte; Papa'nın bu yapı içindeki ayrıcalıklı konumunu tartışmaktadır. Sonuç olarak bölüm, siyasal etkinin günümüzde yalnızca karar alma mekanizmaları üzerinden değil, anlam üretimi, ritüel pratikler, görsel temsiller ve kamusal görünürlük rejimleri üzerinden şekillendiğini savunmakta; dinî liderler ve diğer sembolik figürlerin siyasal iletişim alanındaki konumlarını karşılaştırmalı biçimde inceleyen çalışmalara kuramsal bir zemin sunmaktadır.

1. KÜRESEL SEMBOLİK AKTÖR OLARAK PAPA: TÜRKİYE ZİYARETİ BAĞLAMINDA SİYASAL İLETİŞİM

1.1. Siyasal İletişimde Sembolik Aktörlük

Siyasal iletişim alanında “aktör” kavramı, tarihsel olarak uzun bir süre boyunca devlet merkezli bir bakış açısıyla ele alınmıştır. Siyasal süreçlerin analizi, ağırlıklı olarak devlet aygıtları, siyasal liderler, partiler ve resmî

1 Dr., Atatürk Üniversitesi, atilganzeynep25@gmail.com, 0000-0002-3620-8829

kurumlar etrafında şekillenmiş; siyasal etki, büyük ölçüde formel yetki alanları, hukuki meşruiyet ve maddi güç kapasitesi üzerinden tanımlanmıştır. Bu yaklaşımda iletişim, çoğu zaman karar alma mekanizmalarına doğrudan müdahale edebilme, kamuoyunu yönlendirme ve siyasal davranışları belirli hedefler doğrultusunda şekillendirme kapasitesiyle ilişkilendirilmiştir. Modern ulus-devletin merkezîyetçi ve hiyerarşik yapısını kavramak açısından uzun yıllar boyunca açıklayıcı olan bu çerçeve, özellikle Soğuk Savaş sonrasında hızla değişen küresel, siyasal ve iletişimsel dinamikleri açıklamakta giderek sınırlı hâle gelmiştir.

Küreselleşme süreciyle birlikte siyasal alan, yalnızca ulusal sınırlar içinde işleyen bir yapı olmaktan çıkmış; siyasal söylemler, temsiller ve etki mekanizmaları ulus ötesi bir nitelik kazanmıştır. İletişim teknolojilerinde yaşanan yapısal dönüşüm, medyanın küresel dolaşım kapasitesini artırmış; kamusal alan, mekânsal sınırların ötesine taşınarak çok katmanlı bir görünüm kazanmıştır. Bu dönüşüm, siyasal etkinin yalnızca formel karar alma süreçleriyle açıklanamayacağını açık biçimde ortaya koymuştur. Günümüzde siyasal anlam, yalnızca yasalar, kurumsal düzenlemeler ve resmî söylemler aracılığıyla değil; semboller, temsil biçimleri, görsel imgeler, ritüeller ve kamusal görünürlük pratikleri üzerinden de üretilmektedir. Dolayısıyla siyasal iletişim, yalnızca mesajın iletildiği bir teknik alan değil; anlamın üretildiği, yapılandırıldığı ve dolaşıma sokulduğu bir mücadele alanı olarak düşünülmelidir.

Bu bağlamda siyasal iletişim literatürü, “aktör” kavramını yeniden ele alma gereği duymuştur. Doğrudan yönetsel yetkiye sahip olmayan, herhangi bir kurumsal karar alma mekanizmasını kontrol etmeyen; ancak kamusal anlam üretimi süreçlerinde etkili olan figürlerin siyasal alandaki ağırlığı giderek artmıştır. Söz konusu aktörler, formel siyasal otoritelerle aynı araçlara sahip olmamalarına rağmen, sahip oldukları görünürlük, temsil gücü ve sembolik sermaye aracılığıyla siyasal gündemi etkileyebilmekte; kamusal tartışmaların yönünü ve sınırlarını belirleyebilmektedir. Böylece siyasal iletişimde güç, yalnızca yaptırım kapasitesi, hukuki bağlayıcılık ya da maddi kaynaklar üzerinden değil; kimin konuştuğu, neyi temsil ettiği ve bu temsilin toplumsal bağlamda nasıl algılandığı üzerinden de tanımlanmaya başlanmıştır.

Bu dönüşüm, siyasal iletişimde sembolik aktörler olarak tanımlanabilecek yeni bir aktör tipinin kavramsallaştırılmasını gerekli kılmıştır. Sembolik aktörler, resmî bir siyasal yetkiye sahip olmaksızın; tarihsel birikimleri, temsil ettikleri değerler, kamusal alanda süreklilik kazanan görünürlükleri ve taşıdıkları sembolik çağrışımlar aracılığıyla siyasal etki üretebilen özneler

olarak tanımlanabilir. Bu aktörlerin gücü, doğrudan karar alma ya da yaptırım uygulama kapasitesinden değil; algı oluşturma, meşruiyet üretme ve normatif çerçeveler kurma yeteneğinden kaynaklanmaktadır. Bu yönüyle sembolik aktörlük, siyasal gücün dolaylı ancak derin etkiler yaratabilen bir boyutuna işaret etmektedir.

Sembolik aktörlüğün bu şekilde kavramsallaştırılması, siyaseti yalnızca teknik bir yönetim pratiği olarak ele alan yaklaşımlardan belirgin biçimde ayrılmaktadır. Bu noktada siyaset, toplumsal anlamların üretildiği, yeniden yorumlandığı ve meşrulaştırıldığı sembolik bir mücadele alanı olarak ele alınmaktadır. Edelman'ın (1988) siyaseti bir "sembolik düzen" olarak tanımlaması, bu yaklaşımın temel taşlarından birini oluşturmaktadır. Edelman'a göre siyaset, yalnızca somut problemlerin çözümüne odaklanan rasyonel bir alan değildir; aksine semboller, ritüeller ve anlatılar aracılığıyla toplumsal algının şekillendirildiği bir anlam evrenidir. Siyasal aktörler bu evrende yalnızca aldıkları kararlarla değil; kurdukları söylemler, sundukları imgeler ve sergiledikleri sembolik jestler aracılığıyla da etki üretmektedir.

1.2. Sembolik Güç ve Temsil

Semboller, siyasal gerçekliği pasif biçimde yansıtan araçlar olarak değil; gerçekliğin nasıl algılanacağını ve nasıl anlamlandırılacağını belirleyen kurucu unsurlar olarak değerlendirilmelidir. Bir siyasal aktörün ya da olayın kamusal alandaki anlamı, yalnızca ne söylendiğiyle değil; neyin nasıl temsil edildiğiyle, hangi bağlamda sunulduğuyla ve hangi tarihsel ya da kültürel çağrışımları harekete geçirdiğiyle yakından ilişkilidir. Bu nedenle siyasal iletişim, yalnızca enformasyon aktarımıyla sınırlı teknik bir süreç olarak değil, aynı zamanda bir anlamlandırma siyaseti olarak ele alınmalıdır.

Siyasal anlamın bu şekilde sembolik bir düzlemde üretilmesi, sembolik gücün kuramsal olarak merkezî bir konuma yerleşmesini beraberinde getirmektedir. Bu noktada Pierre Bourdieu'nün sembolik güç kavramsallaştırması, siyasal iletişim çalışmalarına önemli bir teorik derinlik kazandırmaktadır. Bourdieu'ye göre sembolik güç; din, sanat, bilim, felsefe ya da moda gibi kültürel alanlarda işleyen ve bu alanlara özgü kurallar, hiyerarşiler ve çıkar ilişkileri aracılığıyla yeniden üretilen bir iktidar biçimidir (Bourdieu, 1991). Bu alanların her biri, sembolik anlamların üretildiği ve bu anlamlar üzerinden meşruiyetin kurulduğu özgül toplumsal uzamlar olarak değerlendirilmelidir.

Bourdieu'nün bu yaklaşımı, özellikle dinin toplumsal ve siyasal işlevini açıklamak açısından belirleyicidir. Din, bu perspektifte yalnızca bireysel bir inanç alanı olarak değil; sembolik gücün yoğunlaştığı, dolaşıma sokulduğu

ve kurumsallaştığı bir toplumsal alan olarak ele alınmaktadır. Bu yaklaşım, Max Weber'in din sosyolojisine ilişkin temel tespitleriyle doğrudan ilişkilidir. Weber, dinî ya da büyüsel etkenlerle güdülenen davranışların özünde bu dünyaya yönelik olduğunu vurgulamakta; dinî pratiklerin ekonomik, toplumsal ve siyasal çıkarlarla iç içe geçtiğini belirtmektedir (Weber, 1978). Gerth ve Mills'in (1970) aktardığı üzere Weber, dinî inanç ve pratikleri, onları üreten ve yöneten aktörlerin çıkarlarından bağımsız, otonom bir alan olarak değerlendirmemektedir.

Bourdieu, Weber'in bu yaklaşımını eleştirel biçimde geliştirerek, mitsel ve dinî söylemlerin içeriklerinin; bu söylemleri üreten, yayan ve tüketen aktörlerin dinî çıkarlarıyla ilişkilendirilebileceğini savunmaktadır (Bourdieu, 1990). Bu perspektif, dinî söylemin tarihsiz bir alanın ürünü olmadığı; aksine belirli güç ilişkileri, meşruiyet mücadeleleri ve sembolik hiyerarşiler içerisinde üretildiği fikrine dayanmaktadır. Bu yönüyle dinî alan, sembolik gücün hem üretildiği hem de yeniden üretildiği temel toplumsal alanlardan biri olarak kavranmaktadır.

Buraya kadar kurulan kuramsal çerçeve, sembolik aktörlük, sembolik güç ve siyasal anlam üretimi arasındaki ilişkiyi açıklamak açısından bir zemin sunmaktadır. Ancak sembolik gücün siyasal alanda nasıl işlediğini ve toplumsal düzeyde nasıl içselleştirildiğini açıklayabilmek için, bu gücün işleyiş mekanizmalarının daha ayrıntılı biçimde ele alınması gerekmektedir. Bu noktada temsil kavramı, sembolik gücün nasıl etkili hâle geldiğini anlamak açısından kritik bir analitik araç olarak öne çıkmaktadır.

Siyasal iletişim bağlamında sembolik gücün işleyişini kavrayabilmek, yalnızca aktörlerin kim olduklarına değil; aynı zamanda bu aktörlerin kamusal alanda nasıl temsil edildiklerine ve bu temsillerin toplumsal hafızada nasıl yer ettiğine odaklanmayı gerektirmektedir. Temsil, siyasal iletişimde aktörlerin yalnızca “ne söyledikleri” üzerinden değil; nasıl görünür kılındıkları, hangi bağlamlara yerleştirildikleri ve hangi anlam ağlarıyla ilişkilendirildikleri üzerinden işlemektedir.

Bu süreci açıklamak açısından Stuart Hall'un (1997) temsil kuramı önemli bir kavramsal çerçeve sunmaktadır. Hall'a göre temsil, gerçekliğin olduğu gibi aktarımı değildir; anlamın belirli kültürel, ideolojik ve tarihsel bağlamlar içerisinde kurulduğu aktif bir üretim sürecidir. Bu anlamda temsil, pasif bir yansıtma pratiği değil; gerçekliği kuran ve yapılandıran bir süreçtir. Siyasal iletişim alanında da aktörlerin ve olayların kamusal alanda nasıl algılandığı, büyük ölçüde bu temsil süreçleri tarafından belirlenmektedir. Bir olayın ya da aktörün “ne olduğundan” ziyade, “nasıl temsil edildiği”, onun siyasal anlamını tayin eden temel unsur hâline gelmektedir.

Temsilin bu kurucu niteliği, sembolik gücün neden çoğu zaman görünmez biçimde işlediğini de açıklamaktadır. Zira temsil süreçleri, çoğu durumda doğal, olağan ve sorgulanmaz olarak kabul edilen anlam dünyaları üretmektedir. Bu noktada Bourdieu'nün (1991) sembolik güç kavramsallaştırması yeniden önem kazanmaktadır. Bourdieu'ye göre sembolik güç, belirli anlamların ve sınıflandırma biçimlerinin “doğal” ve “kaçınılmaz” olarak kabul edilmesini sağlayan bir iktidar biçimidir. Bu güç, açık bir baskı ya da zor kullanımına ihtiyaç duymaz; aksine, toplumsal aktörlerin bu anlamları içselleştirmesi yoluyla etkisini sürdürür.

Sembolik gücün bu içselleştirme boyutu, temsil ile doğrudan ilişkilidir. Temsil, yalnızca anlam üretmez; bu anlamları tekrar, süreklilik ve kamusal görünürlük yoluyla istikrarlı hâle getirir. Siyasal aktörler belirli biçimlerde temsil edildikçe, bu temsiller zamanla norm hâlini alır ve sorgulanamaz kabul edilir. Böylece sembolik güç, çoğu zaman fark edilmeden; hatta meşru ve arzu edilir kabul edilerek yeniden üretilir.

Bu noktada Edelman'ın (1988) siyasal semboller ve temsili pratikler üzerine yaptığı analizler açıklayıcıdır. Edelman'a göre siyaset, büyük ölçüde sembolik anlatılar ve ritüeller aracılığıyla işlemektedir. Siyasal süreçlerde kullanılan imgeler, söylemler ve törenler, bireylerin siyasal gerçekliği algılayış biçimlerini şekillendirmekte; bu algılar çoğu zaman rasyonel bilgiye değil, duygusal ve kültürel çağrışımlara dayanmaktadır. Bu nedenle siyasal iletişimde temsil, yalnızca enformasyon aktarımı değil; anlamlandırma, yönlendirme ve meşrulaştırma süreçlerini kapsayan çok katmanlı bir pratik olarak değerlendirilmelidir.

Temsilin bu işlevi, sembolik aktörlüğün siyasal iletişimde neden kalıcı ve derin etkiler yaratabildiğini de açıklamaktadır. Zira sembolik aktörler, çoğu zaman açık ve doğrudan politik öneriler sunmaktan ziyade; hangi değerlerin önemli olduğu, hangi meselelerin “meşru” biçimde tartışılabileceği ve hangi ahlaki çerçevelerin referans alınacağı konusunda yönlendirici bir rol üstlenmektedir. Bu yönlendirme, doğrudan ikna etmeyi amaçlayan bir süreçten çok, kamusal algının sınırlarını çizen bir çerçeveleme pratiği olarak işlemektedir.

Bu bağlamda sembolik aktörlük, siyasal iletişimde “görünürlük siyaseti” ile yakından ilişkilidir. Kamusal alanda süreklilik arz eden bir görünürlüğe sahip aktörler, temsil ettikleri anlamları da dolaşıma sokma imkânına sahip olmaktadır. Bu görünürlük, yalnızca medyada yer alma sıklığı üzerinden değil; hangi bağlamda, hangi imgelerle ve hangi anlatılar içinde sunuldukları üzerinden anlam kazanmaktadır. Castells'in (2009) ağ toplumu yaklaşımı, bu süreci açıklamak açısından tamamlayıcı bir perspektif sunmaktadır.

Castells'e göre çağdaş toplumlarda iktidar, büyük ölçüde iletişim ağları içinde anlam üretme ve bu anlamları dolaşıma sokma kapasitesiyle ilişkilidir. Siyasal aktörlerin etkisi de bu ağlar içindeki konumları ve ürettikleri temsiller üzerinden biçimlenmektedir.

Sembolik gücün siyasal iletişimdeki etkisi yalnızca uluslararası düzeyle sınırlı değildir. Ulusal kamusal alanlarda da sembolik aktörler, temsil yoluyla siyasal gündemi şekillendirebilmekte ve belirli meselelerin ön plana çıkmasını sağlayabilmektedir. Bu durum, siyasal gücün yalnızca “karar alma” kapasitesiyle değil; kararların hangi bağlamda ve hangi anlam çerçevesi içinde sunulduğuyla da yakından ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu nedenle sembolik güç, siyasal iletişimde doğrudan bir sonuç üretme kapasitesinden ziyade, sonuçların hangi anlam dünyası içinde kabul edileceğini belirleyen bir iktidar biçimi olarak ele alınmalıdır.

Temsil ve sembolik gücün bu iç içe geçmiş yapısı, sembolik aktörlüğün neden çağdaş siyasal iletişim çalışmalarının merkezine yerleştiğini açık biçimde ortaya koymaktadır. Siyasal alan, artık yalnızca kararların alındığı bir mekanizma değil; anlamların üretildiği, dolaşıma sokulduğu ve sürekli olarak yeniden müzakere edildiği bir iletişim alanı olarak işlemektedir. Bu alan içerisinde sembolik aktörler, formel yetkilerden büyük ölçüde bağımsız olarak siyasal etkinin yönünü belirleyebilmektedir.

Bu noktada sembolik aktörlüğün yalnızca bireysel figürlerle sınırlı olmadığı da özellikle vurgulanmalıdır. Kurumlar, tarihsel yapılar ve kültürel semboller de sembolik güç üretme kapasitesine sahiptir. Bu durum, siyasal iletişimin yalnızca aktör odaklı değil; aynı zamanda temsiller, anlatılar ve kolektif hafıza üzerinden işleyen çok katmanlı bir alan olduğunu göstermektedir. Sembolik güç, bu yapının merkezinde yer almakta ve siyasal anlamın nasıl üretildiğini ve dolaşıma sokulduğunu açıklayan anahtar bir kavram işlevi görmektedir.

Siyasal iletişim alanında sembolik gücün işleyişini kavrayabilmek, bu gücün yalnızca devlet merkezli siyasal yapılarda değil; aynı zamanda devlet dışı aktörler aracılığıyla da nasıl üretildiğini incelemeyi zorunlu kılmaktadır. Zira çağdaş siyasal iletişim ortamı, formel siyasal yetkilere sahip olmayan; buna karşın temsil ettikleri değerler, tarihsel konumları ve kamusal görünürlükleri aracılığıyla güçlü sembolik etkiler üretebilen çok sayıda aktöre sahne olmaktadır. Bu aktörler, siyasal karar alma süreçlerine doğrudan müdahil olmaksızın, kamusal tartışmaların ahlaki ve normatif sınırlarını belirleyebilmekte; bu yönleriyle sembolik gücün siyasal iletişimdeki merkezi rolünü görünür kılmaktadır.

Bu bağlamda sembolik gücün siyasal iletişimdeki tezahürü, çoğu zaman karar aldırmaktan ziyade; neyin konuşulabilir, hangi meselelerin meşru ve hangi değerlerin referans alınabilir olduğu konusunda yönlendirici bir işlev görmektedir. Dolayısıyla siyasal iletişimde sembolik aktörlük, görünürde “etkisiz” ya da “yetkisiz” olarak algılansa dahi, uzun erimli ve kalıcı etkiler üretebilen bir güç alanına işaret etmektedir.

Devlet dışı aktörlerin sembolik güç üretme kapasitesi, özellikle uluslararası düzlemde daha belirgin hâle gelmektedir. Küresel ölçekte işleyen siyasal iletişim alanında, karar alma yetkisini elinde bulundurmayan aktörler dahi, temsil ettikleri değerler ve söylemler aracılığıyla küresel kamuoyunun algılarını şekillendirebilmektedir. Bu noktada Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri figürü, sembolik gücün kurumsal temsil üzerinden nasıl üretildiğini göstermesi bakımından çarpıcı bir örnek sunmaktadır. Genel Sekreter, askerî ya da ekonomik yaptırım gücüne sahip olmaksızın, açıklamaları ve kullandığı dil aracılığıyla uluslararası siyasal gündemde ahlaki bir çerçeve inşa edebilmektedir. İklim krizi, zorunlu göç, savaş suçları ya da insani felaketlere ilişkin değerlendirmeler; “çağrı”, “uyarı”, “endişe” ve “kınama” gibi sembolik ifadeler yoluyla uluslararası topluma yöneltilen normatif mesajlara dönüşmektedir. Bu mesajlar, devletleri belirli politikaları uygulamaya zorlamaktan ziyade, hangi meselelerin meşru biçimde tartışılması gerektiğini tanımlayan bir anlam evreni oluşturmaktadır.

Benzer biçimde, tarihsel figürler üzerinden sembolik gücün devlet dışı düzlemde nasıl işlediğini görmek de mümkündür. Nelson Mandela’nın aktif siyasal görevlerinden ayrıldıktan sonraki konumu bu açıdan dikkat çekicidir. Mandela, resmî siyasal yetkilerini yitirmesine rağmen; uzlaşma, affetme ve barış söylemleri aracılığıyla küresel ölçekte güçlü bir ahlaki referans noktası hâline gelmiştir. Bu dönemdeki etkisi, herhangi bir hukuki bağlayıcılıktan ya da kurumsal otoriteden değil; tarihsel deneyimi, kişisel karizması ve temsil ettiği değerler üzerinden kurulan sembolik meşruiyetten kaynaklanmaktadır. Bourdieu’nün (1991) sembolik güç kuramsallaştırması çerçevesinde değerlendirildiğinde, Mandela’nın sahip olduğu otorite; tanınma ve kabul görme süreçleri üzerinden işleyen, açık bir iktidar iddiası içermeksizin güçlü etki üreten bir sembolik iktidar biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sembolik gücün çağdaş siyasal iletişimdeki etkileri, yalnızca tarihsel ya da kurumsal figürlerle sınırlı değildir. Özellikle toplumsal hareketler bağlamında ortaya çıkan yeni aktörler, sembolik temsil yoluyla küresel ölçekte etki üretebilmektedir. Greta Thunberg örneği, herhangi bir kurumsal pozisyona, siyasal yetkiye ya da maddi kaynağa sahip olmayan bir aktörün, sembolik güç aracılığıyla nasıl küresel bir siyasal görünürlük elde edebildiğini

somut biçimde ortaya koymaktadır. Greta'nın siyasal iletişimdeki etkisi, bilimsel bilgi üretmekten ziyade; mevcut bilimsel verileri güçlü bir ahlaki söylem çerçevesine yerleştirmesinden kaynaklanmaktadır. “Gelecek nesiller adına konuşma” iddiası, onun söylemini teknik bir politika tartışmasının ötesine taşımakta; sorumluluk, suçluluk ve etik yükümlülük gibi kavramları merkeze alan güçlü bir normatif çerçeve üretmektedir. Bu durum, temsilin siyasal iletişimde nasıl normatif bir güç oluşturabildiğini açık biçimde göstermektedir.

Dinsel temsile dayalı devlet dışı sembolik aktörlük bağlamında ise Dalai Lama figürü öne çıkmaktadır. Dalai Lama, herhangi bir devletin başında olmamasına karşın; barış, şiddetsizlik ve insan onuru gibi evrensel değerlerle özdeşleşmiş bir sembolik aktör olarak küresel kamusal alanda güçlü bir karşılık bulmaktadır. Dalai Lama'nın söylemi, Weber'in din sosyolojisinde vurguladığı üzere bir alanla sınırlı kalmamakta; aksine dünyevi siyasal ve etik meseleler üzerine normatif bir çerçeve sunmaktadır. Bu yönüyle Dalai Lama, dinî temsilin sembolik güç aracılığıyla siyasal iletişim alanına nasıl taşınabildiğini gösteren önemli bir örnek teşkil etmektedir.

Sembolik gücün tarihsel süreklilik ve ritüel pratikler aracılığıyla işleyişine ilişkin bir diğer örnek ise Britanya monarşisi bağlamında Kraliçe II. Elizabeth'te somutlaşmaktadır. Kraliçenin siyasal karar alma süreçlerinde fiili bir rolü bulunmamasına rağmen, temsil ettiği tarihsel süreklilik, ulusal kimlik ve kurumsal istikrar, ona küresel ölçekte güçlü bir sembolik otorite kazandırmıştır. Özellikle ölümünün ardından ortaya çıkan küresel kamusal yankı, sembolik gücün maddi olmayan ancak son derece etkili boyutlarını görünür kılmıştır. Edelman'ın (1988) siyasal ritüeller, törenler ve görsel temsiller üzerine yaptığı vurgular, bu süreçte sembolik gücün nasıl yeniden üretildiğini açıklamak açısından aydınlatıcıdır.

Bu örneklerin tamamı, sembolik gücün siyasal iletişimde istisnai figürlere özgü bir durum olmadığını; aksine çağdaş siyasal alanın yapısal bir özelliği hâline geldiğini göstermektedir. Ortak payda, bu aktörlerin siyasal sürece doğrudan müdahil olmamaları; buna karşın temsil ettikleri değerler, kurdukları söylemler ve sahip oldukları kamusal görünürlük aracılığıyla siyasal anlam üretiminde merkezi bir rol üstlenmeleridir. Bu durum, siyasal gücün artık yalnızca karar alma ve yaptırım kapasitesiyle değil; sembolik temsil, görünürlük ve normatif çerçeve kurma yetisiyle de tanımlanması gerektiğine işaret etmektedir.

Bu çerçevede Papa figürü, sembolik gücün dinsel, tarihsel ve kurumsal boyutlarının kesiştiği özgün bir örnek sunmaktadır. Papa; tarihsel sürekliliği, küresel görünürlüğü ve ahlaki otoritesi sayesinde, yukarıda ele alınan tüm

sembolik güç dinamiklerini bünyesinde birleştiren ayrıcalıklı bir konum işgal etmektedir. Bu yönüyle Papa, yalnızca bireysel bir dinî lider olarak değil; küresel kamusal alanda normatif anlamlar üreten bir sembolik aktör olarak değerlendirilmelidir.

Sonuç olarak sembolik aktörlük, sembolik güç ve temsil kavramları, çağdaş siyasal iletişimi anlamak bakımından birbirinden ayrıştırılması mümkün olmayan analitik bir bütünlük sunmaktadır. Siyasal etki, günümüzde yalnızca karar alma mekanizmalarına doğrudan müdahale yoluyla değil; anlam üretimi, sembolik dolaşım ve kamusal temsil süreçleri üzerinden şekillenmektedir. Devlet dışı aktörlerin siyasal iletişim alanındaki artan görünürlüğü, bu dönüşümün en belirgin göstergelerinden biridir. Bu bağlamda sembolik aktörlük, modern siyasal iletişimin yalnızca tamamlayıcı bir unsuru değil; bizzat kurucu bir bileşeni olarak değerlendirilmelidir.

1.3. Yumuşak Güç ve Uluslararası İletişim

Sembolik güç, siyasal iletişimde yalnızca “yumuşak” bir etki biçimi olarak değil; toplumsal algıyı uzun süreçte biçimlendiren yapısal bir güç olarak ortaya çıkmaktadır. Nye’nin (2004) yumuşak güç kavramsallaştırması, bu durumu özellikle uluslararası ilişkiler bağlamında görünür kılmaktadır. Yumuşak güç, bir aktörün diğerlerini zorlayıcı araçlarla değil; değerler, normlar ve çekicilik üzerinden etkileme kapasitesini ifade etmektedir. Bu bağlamda sembolik güç, yumuşak gücün iletişimsel zeminini oluşturmaktadır.

Uluslararası ilişkiler kuramları içinde merkezi konuma sahip “güç” kavramının, 1990’lardan itibaren özellikle Joseph S. Nye’nin çalışmalarıyla yeni bir boyut kazandığı görülmektedir. Her bir kuramsal yaklaşım gücü farklı bileşenler üzerinden tanımlarken, yumuşak güç tartışmaları hem akademik literatürde hem de medya ve siyasal elit söylemlerinde ayrıcalıklı bir yer edinmiştir. İnşacı ve neo-liberal bir perspektiften beslenen yumuşak güç kavramı, Nye tarafından ilk kez *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power* başlıklı eserinde, 1980’ler boyunca “görelî gerileme” tartışmalarına rağmen Amerika Birleşik Devletleri’nin hegemonik konumunu nasıl koruduğunu açıklamak üzere geliştirilmiştir. Nye’nin 1990 sonrasında kavramı sistematik biçimde açılımı, yumuşak gücün yalnızca akademik bir kategori olmaktan çıkıp, dış politika söylemlerinde ve uluslararası siyasal iletişim stratejilerinde de sıkça başvurulan bir referans hâline gelmesine yol açmıştır.

Bu çerçevede yumuşak güç, sert güçten tamamen bağımsız, ondan kopuk bir etki biçimi olarak değil; askerî ve ekonomik kapasiteyi de arka planda taşıyabilen, ancak başkalarının davranışlarını açık tehdit veya maddi

zorlamaya başvurmaksızın şekillendirmeye yönelik bir çekim ve ikna gücü olarak kavramsallaştırılır. Sert güç, başkalarının pozisyonunu değiştirmek için “havuç ve sopa” mantığıyla ekonomik yaptırımlar ya da askerî araçlar kullanmayı ifade ederken; yumuşak güç, bir aktörün değerleri, refah düzeyi, fırsat alanları ve kültürel çekiciliği sayesinde “örnek alınır” hâle gelmesiyle ilgilidir (Nye, 2004). Bu bağlamda yumuşak güç, davranışın açık bir pazarlık ya da tehdit olmaksızın cazibe, özdeşleşme ve normatif ikna yoluyla yönlendirilmesi anlamına gelir. Nye (2004), aktörlerin bu süreçte para ya da baskı araçlarını değil; ortak değerlere çağrıyı ve bu değerlere katkıda bulunmanın “doğru” olduğuna dair bir inancın içselleştirilmesini temel strateji olarak kullandıklarını vurgular. Keohane ve Nye (1998) ise, söz konusu çekiciliğin kurumsallaşması açısından uluslararası örgütlerin ve meşru kabul edilen normatif çerçevelerin inşasının belirleyici olduğunu; bu sayede yüksek maliyetli askerî ve ekonomik araçlara duyulan ihtiyacın azalabildiğini belirtir. Böyle bakıldığında yumuşak güç tartışmaları, sembolik gücün uluslararası düzlemde aldığı biçimi görünür kılmakta; değerler, normlar ve meşruiyet üzerinden işleyen sembolik iktidar ile siyasal iletişim arasındaki bağı daha da belirginleştirmektedir.

1.4. Siyasal Ritüeller Olarak Papa’nın Türkiye Ziyareti

Papa’nın Türkiye ziyareti, siyasal iletişim bağlamında yalnızca diplomatik bir temas ya da dinî bir program olarak değil, yoğun sembolik anlamlar taşıyan çok katmanlı bir siyasal ritüel olarak değerlendirilmelidir. Bu tür ziyaretler, doğrudan karar alma ya da bağlayıcı siyasal sonuçlar üretmekten ziyade; temsil, görünürlük ve sembolik etkileşim yoluyla siyasal anlamın inşa edildiği performatif süreçler olarak işlemektedir. Bu nedenle Papa’nın ziyareti, sembolik gücün ritüel pratikler aracılığıyla nasıl dolaşıma sokulduğunu ve meşruiyetin nasıl üretildiğini analiz etmek açısından son derece verimli bir zemin sunmaktadır (Edelman, 1988; Kertzer, 1988).

Siyasal ritüeller, iktidarın yalnızca maddi, hukuki ya da kurumsal araçlar üzerinden değil; sembolik düzenlemeler yoluyla da kurulduğunu ve yeniden üretildiğini gösteren temel iletişim pratikleri arasında yer almaktadır. Schechner’in ritüel kuramında vurguladığı üzere, insan toplumsallığı dinsel, estetik ve siyasal ritüellerin iç içe geçtiği çok katmanlı pratikler üzerinden biçimlenmektedir (Schechner, 2003). Bu ritüeller, birbirinden bağımsız alanlar gibi görünseler de, gündelik yaşamdan devlet törenlerine, dinî pratiklerden diplomatik seremonilere uzanan geniş bir yelpazede siyasal ve toplumsal anlam üretme kapasitesine sahiptir. Özellikle siyasal ritüeller, gücün görünür kılındığı, meşrulaştırıldığı ve kolektif hafızaya yerleştirildiği simgesel sahneler olarak işlev görmektedir (Bell, 1992).

Bell'e göre siyasal ritüeller, siyasal kurumların ya da temsilî otoritelerin gücünü kamusal alanda sergilediği, siyasal çıkarların sembolik biçimde desteklendiği törensel pratiklerdir (Bell, 1992). Bu ritüeller, yalnızca mevcut iktidarı yansıtmakla kalmamakta; aynı zamanda iktidarın nasıl algılanacağını ve hangi anlam çerçevesi içinde meşru kabul edileceğini belirleyen bir yapı kurmaktadır. Geertz'in ifadesiyle, "bir kâsenin suya biçim verdiği gibi", siyasal ritüeller de iktidara biçim vermektedir. İktidarın anlamı, sınırları ve hiyerarşik konumu büyük ölçüde ritüel yoluyla inşa edilmektedir (Geertz, 1980). Kralı yaratanın kral kültü olması, sembolik gücün ritüel aracılığıyla nasıl kurulduğunu gösteren açıklayıcı bir örnektir.

Papa'nın Türkiye ziyareti, siyasal ritüelin bu kurucu işlevini açık biçimde görünür kılmaktadır. Ziyaretin gerçekleştiği mekânlar, uygulanan protokol düzeni, kullanılan dil, bilinçli sessizlikler, sembolik jestler ve Papa'nın farklı siyasal ve toplumsal aktörlerle aynı sahnede konumlandırılması, salt diplomatik jestlerin ötesinde yoğun sembolik anlamlar üretmektedir. Bu bağlamda ziyaret, Papa'nın küresel ölçekte taşıdığı ahlaki otoritenin ve sembolik meşruiyetin Türkiye bağlamında yeniden dolaşıma sokulduğu bütünlüklü bir iletişim performansı olarak okunabilir (Bourdieu, 1991).

Kertzer'in siyasal ritüellerin "siyasal gerçeklik yaratma" işlevine ilişkin yaklaşımı, bu süreci daha da açıklayıcı kılmaktadır. Kertzer'e göre siyasal törenler, bireylerin ve toplulukların iktidarla sembolik düzeyde özdeşleşmesini sağlayan etkileşim alanlarıdır. Yurttaşlar ya da izleyiciler, bu ritüellere doğrudan katılarak veya medya aracılığıyla tanıklık ederek iktidarın sembolik gücünü içselleştirmektedir (Kertzer, 1988). Bu içselleştirme süreci, iktidarın zorlayıcı araçlara ihtiyaç duymadan rıza üretmesini mümkün kılmaktadır. Bu nedenle siyasal ritüeller, fiziksel ya da hukuki güç kullanımına kıyasla daha derinlikli ve kalıcı meşrulaştırma mekanizmaları olarak işlev görmektedir.

Papa'nın ziyareti sırasında kullanılan dil, bilinçli sessizlikler, sembolik mekân tercihleri ve görsel düzenlemeler, bu ritüel yapının temel bileşenleri arasında yer almaktadır. Özellikle sessizlik, bu bağlamda bir eksiklik ya da iletişimsizlik hâli değil; aksine yüksek yoğunlukta sembolik anlam taşıyan bir ifade biçimi olarak işlemektedir. Papa'nın jestleri, duruş biçimi ve sessizliğe dayalı sembolik anları, siyasal iletişimde nadir rastlanan ancak son derece güçlü etki kapasitesine sahip pratiklerdir (Edelman, 1988).

Bu ritüel yapı içerisinde Papa, herhangi bir siyasal karar alma yetkisine sahip olmamasına rağmen, temsil ettiği değerler aracılığıyla güçlü bir normatif çerçeve sunmaktadır. Bourdieu'nün sembolik güç kuramsallaştırması doğrultusunda değerlendirildiğinde, Papa'nın otoritesi hukuki ya da askerî güçten değil; tanınma, kabul ve meşruiyet ilişkileri üzerinden işleyen

sembolik bir iktidardan beslenmektedir (Bourdieu, 1991). Siyasal ritüeller, bu sembolik iktidarın görünür kılındığı ve toplumsal alanda içselleştirildiği temel araçlar olarak işlev görmektedir.

Papa'nın Türkiye ziyareti, Nye'in yumuşak güç kavramı bağlamında da değerlendirilebilir. Ziyaret boyunca sergilenen ritüel pratikler, herhangi bir zorlama ya da yaptırım içermeksizin değerler, ahlaki çağrılar ve evrensel normlar üzerinden etki üretmektedir. Bu etki, kısa vadeli siyasal sonuçlardan ziyade, uzun erimli algı biçimlerini ve uluslararası kamuoyunun zihinsel çerçevesini şekillendirmeye yöneliktir. Ritüel yoluyla kurulan bu sembolik iletişim, yumuşak gücün siyasal iletişim pratiği içinde nasıl somutlaştığını açık biçimde göstermektedir (Nye, 2004; Nye, 2005).

Aynı zamanda bu ziyaret, siyasal iletişimde temsilin kurucu rolünü de görünür kılmaktadır. Hall'un temsil kuramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, Papa'nın Türkiye ziyareti sırasında üretilen imgeler, sahneler ve sembolik düzenlemeler, gerçeğin pasif bir yansıması değil; anlamın aktif biçimde üretildiği temsili süreçlerdir (Hall, 1997). Papa, bu temsiller aracılığıyla kendisini yalnızca Katolik dünyasının ruhani lideri olarak değil; barış, diyalog ve birlikte yaşama ideallerinin küresel sembolü olarak yeniden konumlandırmaktadır.

Sonuç olarak Papa'nın Türkiye ziyareti, siyasal ritüellerin sembolik güç üretimindeki merkezî rolünü açık biçimde ortaya koymaktadır. Bu ziyaret, siyasal iletişimde etkinin yalnızca söylem ve politika düzleminde değil; ritüel, temsil ve sembolik dolaşım yoluyla kurulduğunu göstermektedir. Papa figürü, bu ritüel yapı içerisinde doğrudan siyasal müdahalede bulunmaksızın, kamusal algıyı şekillendiren ve normatif çerçeveler üreten küresel bir sembolik aktör olarak belirginleşmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu bölümde ortaya konan kuramsal tartışmalar ile Papa'nın Türkiye ziyareti örneği birlikte ele alındığında, çağdaş siyasal iletişimin klasik anlamda devlet merkezli ve karar alma süreçlerine indirgenen bir alan olmaktan çıktığı açıkça ortaya çıkmaktadır. Siyasal süreçler artık yalnızca resmî kurumlar, hukuki düzenlemeler ve zorlayıcı araçlar üzerinden değil; semboller, temsiller, ritüeller ve kamusal görünürlük rejimleri üzerinden işleyen çok katmanlı iletişim pratikleri olarak şekillenmektedir. Bu çerçevede sembolik aktörlük, sembolik güç ve temsil kavramları, modern siyasal iletişimi anlamak açısından birbirini tamamlayan kurucu analitik araçlar hâline gelmektedir.

Çalışmada ilk olarak sembolik aktörlük kavramı üzerinden, formel siyasal yetkiye sahip olmayan; ancak temsil ettikleri değerler, tarihsel konumları

ve sembolik sermayeleri aracılığıyla siyasal alanda etkili olabilen aktörlerin varlığı tartışılmıştır. Bu aktörler, doğrudan karar alma süreçlerine müdahil olmasalar dahi, hangi meselelerin gündeme geleceği, hangi kavramların meşru ve tartışılabilir sayılacağı ve siyasal tartışmaların hangi normatif çerçevede yürütüleceği üzerinde belirleyici olabilmektedir. Bu durum, siyasal gücün yalnızca yaptırım kapasitesi ve hukuki otorite ile değil; sembolik temsil, görünürlük ve anlam üretme kapasitesiyle de tanımlanması gerektiğine işaret etmektedir.

Ardından sembolik güç ve temsil tartışmaları çerçevesinde Bourdieu'nün sembolik iktidar kavramsallaştırması ve Hall'un temsil kuramı, siyasal anlam üretim süreçlerini açıklamak için temel teorik dayanaklar olarak kullanılmıştır. Sembolik güç, belirli anlamların, sınıflandırma biçimlerinin ve normların “doğal” ve “kaçınılmaz” olarak içselleştirilmesini sağlayan, çoğu zaman görünmez işleyen bir iktidar biçimi olarak kavranmaktadır. Temsil ise bu gücün temel işleyiş mekanizmasıdır. Aktörler ve olaylar, kamusal alanda belirli temsiller aracılığıyla görünür hâle geldikçe, bu temsiller zamanla normlaşmakta ve sorgulanmaksızın kabul edilen anlam evrenleri üretmektedir. Böylece siyasal iletişim, enformasyon aktarımının ötesinde, siyasal gerçekliğin bizzat kurulduğu bir anlamlandırma siyaseti olarak ortaya çıkmaktadır.

Yumuşak güç tartışmaları, sembolik gücün özellikle uluslararası ilişkiler bağlamında aldığı biçimi görünür kılmıştır. Nye'in geliştirdiği yumuşak güç kavramsallaştırması, aktörlerin başkalarını askerî ya da ekonomik zorlamaya dayanmaksızın; değerler, normlar, kültürel çekicilik ve meşruiyet üzerinden etkileme kapasitesine işaret etmektedir. Bu bağlamda yumuşak güç, sembolik gücün dış politika ve uluslararası siyasal iletişim düzlemindeki ifadesi olarak okunabilir. Değerler ve normlar üzerinden işleyen bu etki, kısa vadeli somut kazanımlardan ziyade, uzun erimli algı biçimlerini, tercih yapılarını ve meşruiyet çerçevelerini şekillendirmektedir. Böylece sembolik iktidar ile siyasal iletişim arasındaki bağ, ulusötesi bir düzlemde daha görünür hâle gelmektedir.

Papa'nın Türkiye ziyareti, bu kuramsal çerçevenin somutlaştığı özgün bir örnek olarak değerlendirilmiştir. Ziyaret, salt bir diplomatik temas ya da dinî programın ötesinde, yoğun sembolik anlamlar taşıyan, çok katmanlı bir siyasal ritüel olarak işlemektedir. Ziyaretin gerçekleştirildiği mekânlar, uygulanan protokol düzeni, kullanılan dil, jestler, sessizlik anları ve farklı siyasal/toplumsal aktörlerle kurulan ortak görünürlük sahneleri; Papa'nın sahip olduğu sembolik gücü Türkiye bağlamında yeniden dolaşıma sokan ritüel bileşenlerdir. Bu performatif süreçte Papa, herhangi bir hukuki ya da

askerî yetkiye sahip olmaksızın barış, diyalog, hoşgörü ve insan onuru gibi evrensel değerler üzerinden normatif bir çerçeve sunmakta; siyasal alanın sembolik sınırlarını yeniden çizme kapasitesi sergilemektedir.

Bu analiz, Papa figürünün küresel sembolik aktörlük açısından neden ayrıcalıklı bir örnek olduğunu da ortaya koymaktadır. Papa, tarihsel sürekliliği, Katolik Kilisesi'nin kurumsal mirası, küresel görünürlüğü ve ahlaki otoritesi sayesinde Bourdieu'nün tarif ettiği anlamda yoğun sembolik sermaye biriktirmiş durumdadır. Bu sermaye yalnızca Katolik dünyasıyla sınırlı kalmamakta; uluslararası kamuoyunda geniş yankı bulan normatif söylemler üretmesine imkân tanımaktadır. Papa'nın Türkiye ziyareti, bu sembolik sermayenin siyasal ritüel aracılığıyla nasıl sahnelendiğini, temsil mekanizmaları üzerinden nasıl meşruiyet ürettiğini ve yumuşak güç bağlamında nasıl ulus ötesi bir etki kapasitesine dönüştüğünü göstermektedir.

Devlet dışı sembolik aktörler bağlamında ele alınan Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri, Nelson Mandela, Greta Thunberg, Dalai Lama ve Kraliçe II. Elizabeth örnekleri ise, sembolik gücün çağdaş siyasal alanda istisnai değil, yapısal bir özellik hâline geldiğini ortaya koymaktadır. Ortak nokta, bu figürlerin çoğu zaman formel karar alma yetkisine sahip olmamaları; buna karşın temsil ettikleri değerler, kurdukları söylemler ve ritüel/temsil pratikler aracılığıyla küresel ve ulusal düzeyde siyasal anlam üretiminde merkezi roller üstlenebilmeleridir. Bu tablo, Papa'nın sembolik konumunu daha iyi kavramaya imkân tanırken, aynı zamanda modern siyasal iletişim ortamında sembolik aktörlüğün yaygın ve kurucu bir fenomen hâline geldiğini göstermektedir.

Sonuç olarak bu çalışma, Papa'nın Türkiye ziyareti örneği üzerinden sembolik aktörlük, sembolik güç, temsil, yumuşak güç ve siyasal ritüel kavramlarını ortak bir analitik çerçevede buluşturmaktadır. Elde edilen bulgular, siyasal iletişimin günümüzde yalnızca metinler, söylemler ve politik kararlar üzerinden değil; aynı zamanda ritüel pratikler, mekânsal kurgular, görsel imgeler ve sessizlik gibi incelikli sembolik düzenlemeler üzerinden işlediğini göstermektedir. Papa figürü, bu çok katmanlı yapıda doğrudan siyasal müdahalede bulunmaksızın, kamusal algıyı şekillendiren, normatif çerçeveler üreten ve ulus ötesi düzeyde etkide bulunan küresel bir sembolik aktör olarak belirginleşmektedir. Bu açıdan Papa'nın Türkiye ziyareti, hem sembolik gücün somut işleyişini hem de çağdaş siyasal iletişimde ritüel ve temsilin kurucu rolünü analiz etmek için güçlü ve özgün bir laboratuvar işlevi görmektedir.

Böylece çalışma, siyasal iletişim literatüründe sembolik aktörlük ve yumuşak güç ekseninde yürütülen tartışmalara kuramsal katkı sunmakta;

Papa'nın Türkiye ziyareti gibi somut bir vaka üzerinden bu kavramların ampirik analizini mümkün kılmaktadır. Bu çerçeve, ilerleyen çalışmalar için dinî liderlerin, uluslararası örgüt temsilcilerinin ve toplumsal hareket figürlerinin siyasal iletişimdeki sembolik konumlarını karşılaştırmalı biçimde incelemeye elverişli, genişletilebilir bir temel oluşturmaktadır.

Kaynakça

- Bourdieu, P. (1990). *The logic of practice*. Stanford: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power*. Cambridge: Polity Press.
- Bell, C. (1992). *Ritual theory, ritual practice*. Oxford: Oxford University Press.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford: Oxford University Press.
- Edelman, M. (1988). *Constructing the political spectacle*. Chicago: University of Chicago Press.
- Geertz, C. (1980). *Negara: The theatre state in nineteenth-century Bali*. Princeton: Princeton University Press.
- Gerth, H. H., & Mills, C. W. (1970). *From Max Weber: Essays in sociology*. London: Routledge.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage.
- Keohane, R. O., & Nye, J. S. (1998). *Power and interdependence* (3rd ed.). New York: Longman.
- Kertzer, D. I. (1988). *Ritual, politics, and power*. New Haven: Yale University Press.
- Nye, J. S. (1990). *Bound to lead: The changing nature of American power*. New York: Basic Books.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: PublicAffairs.
- Nye, J. S. (2005). Soft power and American foreign policy. *Political Science Quarterly*, 119(2), 255–270.
- Schechner, R. (2003). *Performance theory*. London: Routledge.
- Weber, M. (1978). *Economy and society*. Berkeley: University of California Press.

Algoritma Çağında Yetiştirme Kuramı: Yoğun Yetiştirme ve Veri Sistemi Çözümlemesi Ekseninde Bir Literatür Değerlendirmesi

Rıdvan Cevher¹

Özet

Bu çalışma, Yetiştirme Kuramı'nın televizyon merkezli tarihsel bir model olduğu yönündeki indirgemeci yaklaşımlara karşı çıkarak; kuramın, algoritmik medya mimarilerinde yeniden örgütlenen “süreklilikçi bir sembolik çevre üretim mekanizması” olarak yapısal geçerliliğini koruduğunu savunmaktadır. Medya etkilerini kümülatif ve örüntüsel süreçler üzerinden ele alan temel önermelerden hareketle, algoritmik sistemlerin bir kopuş noktası değil; aksine yetiştirme süreçlerini otomatikleştiren ve görünmez kılan teknik bir evre olduğu ileri sürülmektedir. Çalışma kapsamında, kurumsal seçiciliğin dijital platform mimarileri aracılığıyla nasıl teknik bir boyut kazandığı ve bu yapısal filtreleme süreçlerinin sosyal gerçekliğin inşasındaki merkezi rolü teorik bir zemin üzerinde çözümlenmektedir.

Bölümün temel iddiası, kişiselleştirilmiş öneri sistemlerinin bireysel özerklik yanılsaması üretirken, yapısal düzeyde “anaakımlaşma” ve “rezonans” gibi ideolojik mekanizmaları daha derin bir formda işlettiğidir. Veri temelli algoritmik akışlar, kullanıcıları belirli zevk kümeleri içerisine sınıflandırarak kültürel homojenleşmeyi pekiştirmekte ve dairesel geri bildirim döngüleri aracılığıyla “platform-temelli teşhis” (platformed diagnosis) rejimleri inşa etmektedir. Nihayetinde bu süreç, geleneksel yetiştirme etkisinin sona ermediğini; aksine zihin haritalandırma pratikleri ve algoritmik müdahaleler yoluyla daha yoğun, gömülü ve kaçınılmaz bir “heavy cultivation” evresine dönüştüğünü ortaya koymaktadır.

1 Araştırma Görevlisi Doktor, Gaziantep Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gaziantep, Türkiye. r.cevher@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7768-7547

GİRİŞ

Yetiştirme Kuramı, kitle iletişim araçlarının bireylerin dünyayı algılama, anlamlandırma ve yorumlama biçimleri üzerindeki etkilerini kısa süreli ve doğrudan sonuçlar üzerinden değil, uzun vadeli, kümülatif ve örüntüsel süreçler üzerinden ele alan bir kuramsal çerçeve sunmaktadır. Gerbner ve Gross'a (1976) göre yetiştirme, "ani ve tek yönlü etkilerden ziyade, gerçekliğe dair ortak kavrayışların zaman içerisinde kademeli olarak öğrenilmesi" sürecine işaret etmektedir (s. 175). Bu yaklaşım, medya etkilerinin büyüklüğünden çok sürekliliğine ve tekrar eden mesaj örüntülerinin yönlendirici niteliğine odaklanmaktadır. Nitekim Morgan (2017), yetiştirme kuramının temel ilgisinin kısa vadeli ikna süreçleri değil, tekrar eden medya maruziyetinin uzun vadeli sonuçları olduğunu vurgulamaktadır (s. 2).

Yetiştirme kuramının ayırt edici yönlerinden biri, belirli bir medya teknolojisine indirgenemeyen esnek yapısıdır. Morgan ve Shanahan (2010), yetiştirmenin tekil bir araca değil, belirli bir tarihsel bağlamda baskın hâle gelen hikâye anlatım sistemlerine bağlı olarak işlediğini belirtmektedir (s. 338). Bu nedenle televizyonun merkezî konumunu yitirdiği yönündeki tartışmalar, yetiştirme kuramının geçerliliğini ortadan kaldırmaktan ziyade, kuramın hangi yeni medya ortamlarında ve hangi biçimlerde işlediğinin yeniden düşünülmesini gerekli kılmaktadır.

Bu çalışma, algoritmik medya ortamlarını yetiştirme kuramı açısından bir kopuş noktası olarak değil, kuramın işleyiş biçimlerinin yeniden örgütlendiği bir evre olarak ele almaktadır. Hallinan ve Striphas'a (2016) göre öneri sistemleri, kültürel anlam üretim süreçlerini ortadan kaldırmamakta; aksine bu süreçleri yeniden düzenleyerek otomatikleştirmektedir (s. 121). Dolayısıyla algoritmik çağda söz konusu olan şey, yetiştirmenin sona ermesi değil; yeni teknik, mimari ve seçici mekanizmalar aracılığıyla dönüşerek devam etmesidir.

Algoritmik akışlara dayalı medya ortamları, yetiştirmenin zamansal boyutunu dönüştürerek sürekliliğini artırmaktadır. Algoritmik sistemler, görünürlüğü ani ve doğrudan müdahalelerle değil, "sürekli ve çoğu zaman fark edilmeyen düzenlemeler" yoluyla şekillendirmektedir (Bucher, 2021, s. 9). Oeldorf-Hirsch ve Sundar'a (2020) göre algoritmik kürasyon, kullanıcıların bilgiye maruz kalma biçimlerini kalıcı ve örüntüsel yapılar üzerinden düzenlemekte; bu durum medya etkilerinin kümülatif doğasını pekiştirmektedir (s. 74). Romann ve Oeldorf-Hirsch (2025) ise algoritmik ortamların, kullanıcıları kesintisiz maruziyet ve pekiştirme döngüleri içerisinde yerleştirerek yetiştirme süreçlerini daha yoğun ve görünmez hâle getirdiğini belirtmektedir (s. 3).

Bununla birlikte algoritmik medya ortamları, yetiştirme sürecini algısal düzeyde de derinleştirmektedir. Kişiselleştirilmiş öneri sistemleri, bireysel seçim özgürlüğü hissi üretirken, gerçekte ortak kültürel örüntüleri yeniden üretmektedir. Hallinan ve Striphas (2016), kişiselleştirmenin bireysel tercih yanılması yarattığını, ancak paylaşılan kültürel kalıpları pekiştirdiğini ifade etmektedir (s. 129). Pajkovic'e (2021) göre Netflix'in öneri sistemi, kullanıcıları belirli zevk kümeleri içerisinde sınıflandırarak baskın kültürel biçimleri güçlendirmekte ve çeşitliliği sınırlamaktadır (s. 12). Bucher (2021) ise algoritmik kişiselleştirmenin, bireylerin aracılanmış gerçeklikleri "kendilerine ait" olarak deneyimlemelerini teşvik ettiğini vurgulamaktadır (s. 11).

Algoritmik yetiştirmenin bir diğer temel boyutu, sürecin yalnızca içerik düzeyinde değil, platform mimarisi aracılığıyla işlemesidir. Gerbner (1969), kamusal mesaj sistemlerinin rastlantısal değil, kurumsal ve yapısal kısıtlar tarafından şekillendirildiğini belirtmektedir (s. 138). Güncel dijital platformlarda bu yapısal seçicilik, algoritmik sistemler aracılığıyla teknik bir boyut kazanmıştır. Gómez-Urbe ve Hunt'a (2016) göre Netflix'in öneri sistemi, hangi içeriklerin görünür olacağını, tekrar edileceğini ve kültürel olarak normalleştirileceğini doğrudan etkilemektedir (s. 6).

Bu bağlamda bu bölüm, yetiştirme kuramının algoritmik çağda geçerliliğini yitirdiğini değil; süreklilik, kişiselleştirilmiş seçicilik ve platform mimarisi aracılığıyla daha derin, daha gömülü ve daha görünmez bir biçimde işlemeye başladığını savunmaktadır.

Çalışma, yetiştirme kuramının temel önermelerini, algoritmik medya mimarileri bağlamında yeniden düşünmek amacıyla kuramsal çözümleme ve literatür temelli bir yaklaşım benimsemektedir.

1.BÖLÜM

1. LİTERATÜR KAPSAMI

Bu çalışma, yetiştirme kuramının televizyon merkezli tarihsel bir etki modeli olmanın ötesinde, algoritma temelli medya mimarilerinde yeniden örgütlenen süreklilikçi bir sembolik çevre üretim mekanizması olarak ele alınması gerektiğini savunmaktadır. Algoritmik seçicilik, kişiselleştirilmiş akışlar ve platform temelli görünürlük rejimleri aracılığıyla medya, günümüzde sosyal gerçekliği daha örtük fakat daha yoğun biçimlerde yapılandırmaya devam etmektedir. Bu kapsamda literatür değerlendirmesi klasik yetiştirme önermeleri ve güncel durumu anlatabilmek merkezinde kurulmuştur.

1.1. Yetiştirme Kuramı ve Sembolik Çevre

Bu bölümde, yetiştirme kuramının temel varsayımları ile medyanın sembolik çevre üretme işlevi klasik kuramsal çerçeveden ele alınmaktadır.

Kurumsal süreçlerden geçerek yapılandırılan medya içerikleri, insanların sosyal gerçeklik algıları üzerinde belirgin bir etki yaratmıştır. Bu etkiyi en kuvvetli biçimde gösteren araç ise, yetiştirme kuramının da odağına aldığı televizyondur. Televizyonun ifade edilmesinin en önemli nedeni, hem geçmişte hem de günümüzde iletişim araçları içerisindeki en baskın medya aracı olması ve dönüştürücü etkisinin diğer araçlara göre çok daha güçlü bir konumda bulunmasıdır. Televizyon ayrıca otoriter bir yapıya sahip olması ve çok kısa sürede uzun dönemli mesajları doğrudan aktarabilmesiyle, gerçeklik kavramlaştırmaları üzerinde önemli etkiler yaratmaktadır. Bu nedenle televizyon, yetiştirme kuramının doğasını anlayabilmek için en temel araçtır. Televizyon yaygınlık, sürekli bir mesaj akışı, otoriter tek yönlü mesaj iletmeye konumu ve tekrar oranının yüksek olması özellikleriyle yetiştirme kuramı açısından ayrıcalıklı bir yere sahiptir (Gerbner vd., 1980, s. 10). Ayrıca televizyon ailenin hikâye anlatıcılığı konumunda anahtar bir role sahiptir; her zaman ve en çok hikâye televizyon tarafından anlatılır.

Televizyon modern yaşamın sembolik çevresini kontrol etmektedir. Gerbner'e göre televizyon, modern toplumlarda yalnızca hikâye anlatan bir araç değildir. Televizyon gerçekliğin ne olduğuna ilişkin temel varsayımları sürekli ve örtük biçimde öğreten bir kültürel otorite olarak işlemektedir (Gerbner, 1998, s. 180). Bu özelliği de televizyonu sosyal gerçekliği oluşturma bakımından da güçlü bir pozisyona getirmektedir. Televizyon uzun vadede dolaylı etkiler ile insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırmasına katkıda bulunur. Bu katkı kısa süreli güçlü etkilerden daha kritik bir öneme sahiptir (Gerbner vd., 1980, s. 11). Televizyonun sistemli ve tekrarlı temalar ile yapılandırılmış bir mesaj sistemi vardır ve bu mesaj sistemi sembolik çevreyi oluşturan öğretiler ile insanların sosyal gerçeklik algılarını dizayn etmektedir (Gerbner vd., 1980, s. 10). Televizyon öncülüğünde tüm kitle iletişim araştırmaları sadece teknolojik ve sanayileşmenin bir basamağı değil, aynı zamanda sosyal ilişkilerin, kurumsal ve güç ilişkilerinin bir ürünüdür. Potansiyel olarak yayılabilecek mesajlardan sadece küçük bir kısmı kitlenin ekranına yansıtılır. Bu seçim sistemli, kısıtlı ve kasıtlı bir seçimdir. Gerbner, bu seçiciliğin rastlantısal olmadığını; ekonomik çıkarlar, kurumsal baskılar ve ideolojik sınırlar tarafından şekillenen yapısal bir filtreleme sürecinin sonucu olduğunu vurgulamaktadır (Gerbner, 1969, s. 138). Bu seçimi anlayabilmek ve ortaya çıkarmak ise kültürel göstergelerin üç temel analiz ayağından ilki

olan kurumsal süreç çözümlemesi ile mümkündür (Gerbner, 1980, s. 559). Kurumsal süreç çözümlemesi ile mesaj sistem paketlerinin nasıl oluşturulduğu ve içerik üretimi üzerindeki baskının doğrudan temel kaynağı anlaşılabilir (s. 562). Bu kurumsal karar mekanizmaları, hangi anlatıların görünür olacağını belirleyerek yetiştirme etkisinin yönünü ve sınırlarını tayin etmektedir (Morgan vd., 2014, ss. 480–497). Böylece güç rollerinin, kaynağının ve fonksiyonlarının medya aracılı iletişimi nasıl etkilediği anlaşılabilir (Gerbner, 1980, s. 563).

Mesaj sistemi paketleri heterojen kitleler için üretilen tekrarlı ve sistematik içeriklerden oluşmaktadır. Bu içerikler sembolik çevreyi ve dünyayı tanımlayan en güçlü yapılardır. Mesaj sistemleri tekil içerikler üzerinden değil, kolektif yapının tamamından anlaşılabilir. Mesaj sistem göstergelerinin analizi ile bireysel düşünce ve eylemler ortaya konulmaz; bu analizle çoğu insanın bir konuyla ilgili yaygın, ortak davranışları ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Mesaj sistem çözümlemesinin amacı ortak kültürel gündemleri ve temsilleri ortaya koymaktır. Ortaya çıkan veriler aracılığıyla medyanın sadece içerik sunmadığı, hayatı anlamlandırma ve gerçekliği nasıl kavramamız ve algılamamız gerektiği ile ilgili unsurların olduğu görülecektir. Bu unsurlar yaşamın çeşitli yönlerini ve konularını sunmanın etkili bir yoludur. Mesaj sistemlerinin amacı bir davranış değişikliği değil, bir dünya görüşünü yetiştirmektir (Gerbner, 1980, s.562-566).

Özer'e göre bu süreç, medya içeriklerinin ideolojik bir çerçevede içerisinde belirli dünya görüşlerini doğal ve kaçınılmazmış gibi yeniden üretmesine dayanmaktadır (Özer, 2005a, s. 74). Kitle iletişiminin kamusal sonuçları, politik ve ideolojik çerçevesi ve bu anlamdaki yeniden üretim, sorunların sınıflandırılması ve tanımlanmasıyla ilişkilidir (Özer, 2005a). Dönemin baskın iletişim ve medya araçları kültür tarafından yetiştirilmiş dominant imgeleri ve sembolleri üretmek işlevindedir. Bu durum yetiştirmenin kültürel bakışını anlamak açısından önemlidir. Yetiştirme çözümlemesi kamusal/ yaygın mesaj sistemlerinin dünyasının çözülmesi ile başlar. Mesaj sistemleri içerisinde açıkça görünür olan sembolik yapılar dünya, insan ve yaşamın kuralları hakkında varsayımlar yetiştirmektedir (Gerbner, 1980, s. 571). Kısaca, içeriğin nasıl ve hangi güç yapılarında üretildiğini anlamak amacıyla kurumsal süreç çözümlemesi; içeriğin ortak mesajları, neyi nasıl ve ne sıklıkla verdiğini anlamak için mesaj sistem çözümlemesi; bu noktadan hareketle ortaya çıkarılmış olan sembolik çevrenin, verilerin ve temsil biçimlerinin insanların uzun vadeli algılayışlarına etkisini ortaya koymak için de yetiştirme çözümlemesi yapılmaktadır.

Yetiştirme kuramı, medyanın kullanıcılarının ve izleyicilerinin sosyal gerçeklik kavramlaştırmaları üzerinde uzun vadeli bir katkıda bulunduğunu ifade etmektedir. Morgan ve Shanahan'a göre yetiştirme kuramı sabit bir medya ortamına değil, değişen anlatı biçimlerine uyum sağlayabilen esnek bir kuramsal çerçeve sunmaktadır (Morgan ve Shanahan, 2010, s. 338). Nitekim bu yapısı ile kısa süreli etkiler üzerinden yapılan tartışmalardan bu yönüyle ayrılır (Gerbner ve Gross, 1976, s. 175). Medyanın sosyal gerçeklik algıları üzerindeki rolü kümülatif bir süreci işaret etmektedir. Bu yapı, yetiştirmenin medyaya maruz kalma sonucunda izleyicilerin dünyayı algılama biçimlerinde kalıcı yönelimler üretimiyle tanımlanmasını mümkün kılmaktadır (Morgan, 2017, ss. 22–25). Medyanın etkisinin kritik noktası, etkinin büyüklüğünden ziyade sürekli olan katkının yönüyle ilgilidir (Gerbner vd., 1980, s. 11). Morgan'a göre yetiştirmenin etkisi, tekil mesajların gücünden değil, uzun zaman dilimlerinde tekrar eden örüntülerin yönlendirici niteliğinden kaynaklanmaktadır (Morgan, 2015, s. 14). Bu durum ise medya etkisinin zayıf olduğu yönündeki tartışmalara bir cevap özelliği taşımaktadır. Medya içerikleri, tek tek programlar ya da uygulamalardan bağımsız olarak belli temaları bütün ürünlerinde işler ve bu durum insanların algılamaları üzerinde etkilidir. Bu etki uzun vadeli, dolaylı ama belirleyicidir. Yetiştirme, içerikler ya da uygulamalar aracılığıyla bir ikna çabası olarak görülmemelidir. Yetiştirme, insanların algılarını dönüştürme ve insanları mevcut yaygın hikâyelerin öğretilerine alıştırmaya iklimini oluşturma serüvenidir (Gerbner, 1980, s. 568). Bu süreç, toplumsal dönüşümden ziyade, mevcut güç ilişkilerinin ve hâkim değerlerin normalleştirilerek yeniden üretilmesine hizmet eden ideolojik bir istikrar mekanizması olarak işlemektedir (Morgan, 2017, ss. 3–4).

Medya içeriklerini çok izleyen ağır izleyiciler/kullanıcılar, dünyayı medyanın sembolik çevresinde en sık ve istikrarlı bir biçimde tekrar edilen örüntülere uygun şekilde algılama eğilimindedir (Gerbner ve Gross, 1976, s. 180). Yapılan çalışmalar da medya maruziyetinin bireylerin sosyal gerçeklik algılarını uzun vadede yapılandırdığını ortaya koymaktadır (Cevher, 2020, s. 124). Kitleli iletişimin en önemli kamusal sonuçları, olayları tanımlama ve sıralama gücünde ortaya çıkmaktadır (Gerbner, 1980, s. 569). Medya, olayları tanımlama ve sıralama biçimlerine ölçülebilir katkılarda bulunmaktadır (Gerbner vd., 1980, s. 10). Signorielli'ye göre yetiştirme süreci, gündelik yaşamın riskleri, normalleri ve beklentileri hakkında paylaşılan ortak bir gerçeklik algısının oluşmasına katkıda bulunmaktadır (Signorielli, 2002, s. 47).

1.2. Anaakımlaşma ve İdeolojik Mekanizmalar

Bu başlık altında, mesaj sistemleri aracılığıyla üretilen anaakımlaşma ve rezonans süreçlerinin ideolojik işleyişi tartışılmaktadır.

Gerbner, televizyon dünyasının sembolik çevresine uzun süreli maruz kalmayı anaakımlaşma kavramı ile açıklamaktadır. Anaakımlaşma, farklı toplumsal ve kültürel gruplar arasında var olan bakış açısı farklılıklarının, medyanın hikâyeleri ve mesajları içerisinde görece homojenleşmesi anlamına gelmektedir (Gerbner vd., 1980, s. 15). Anaakımlaşma; farklılıkları bastırarak bu farklılıkları ortak bir sembolik çevre içerisinde yeniden düzenleyen bir süreçtir (Gerbner, 1986, ss. 31–32). Burada temel nokta, farklılıkların silinmesi ve medya dünyası içerisinde bu farklılıkların eritilerek ortak sembollerin herkes tarafından anlaşılması ve/veya algıların yetiştirilmesidir. Gerbner’ın televizyon üzerinden anlattığı bu farklılıkların bastırılmasında anaakımlaşma önemli bir role sahiptir. Yoğun medya takibi, bireylerin çeşitli bireysel (yaş, ekonomik, kültürel vb.) nedenlerden kaynaklanan bakış açısı ya da davranış farklılıklarını bastırma eğilimindedir (Gerbner vd., 1980, s. 16). Özer’e göre anaakımlaştırma süreci, kültürel farklılıkların silinmesinin ötesinde, egemen ideolojinin gündelik hayatın doğal bir parçası hâline getirilmesini amaçlayan hegemonik bir mekanizma olarak işlemektedir (Özer, 2011, s. 92).

Mesaj sistemleri içerisindeki baskın öğretiler; sınıf, eğitim ve ideoloji gibi farklılıkları törpülemektedir. Bu törpüleme işi, aslında özellikle her bireyin kendi gerçek dünyasında yaşadığı ya da algıladığı mesajlarla çoğunlukla örtüşmektedir. Burada da rezonans kavramından bahsetmek gerekir. Rezonans, medya mesajlarının bireylerin gündelik yaşam deneyimleriyle örtüştüğü durumlarda, aynı anlatının hem sembolik hem de deneyimsel düzeyde çifte doz etki yaratmasıyla ortaya çıkmaktadır (Gerbner vd., 1980, ss. 15–16; Gerbner, 1986, ss. 14–15; Özer, 2005b). Nitekim medyanın yetiştirdiği dünya ile kullanıcıların gündelik gerçekleri örtüştüğünde çift doz bir etki ortaya çıkmaktadır. Mesajlar her zaman homojen değildir; toplumda hâlihazırda yaygın olan bazı öğretilerin daha da güçlendirilmesi, özenle seçilen semboller aracılığıyla yapılmaktadır. “İyiler gün sonunda kazanır”, “tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız” gibi gerçekte birçok farklı mesajın ortak önermeleri, medya mesaj sistemleri içerisinde rezonans etkisi yaratabilmektedir. Daha özetle, anaakımlaşma (anaakımlaştırma) farklılıkları bulanıklaştırırken, rezonans bazı belirli deneyimleri daha da güçlendirmektedir. Anaakımlaşma ve rezonans, yetiştirme kuramının istisnai süreçleri değil; farklı toplumsal koşullarda ortaya çıkan özgül uygulama biçimleridir (Shrum ve Bischak, 2001, ss. 208–209). Gerbner’e

göre yerleşik güç ilişkileri medya aracılığıyla güçlendirilir; medya araçları bu yapıların ortak dünya görüşlerini yetiştirme eğilimindedir (Gerbner vd., 1980, ss. 16–18). Dolayısıyla anaakım ve rezonans kavramları, iktidar ve ideoloji bağlamıyla doğrudan ilişkilidir. Popüler kültür anlatılarında sınıfsal ayrışmaların tekrar eden temsilleri, izleyicinin bu eşitsizlikleri sorgulanan bir sorun alanı olmaktan ziyade, olağan ve kaçınılmaz bir toplumsal gerçeklik olarak içselleştirmesine zemin hazırlamaktadır (Yağbasan, 2021, ss. 83–116).

SONUÇ VE TARTIŞMA : Algoritma Çağında Yetiştirme ve Veri Sistem Çözümlemesi

Bu bölüm, yetiştirme kuramının dijital ve algoritma temelli medya ortamlarında geçirdiği dönüşümü ve yeni sembolik çevre biçimlerini incelemektedir.

Morgan, dijital ve sanal medya ortamlarının da sembolik çevreler üreterek kullanıcıların dünya algılarını yapılandırabildiğini ve bu sürecin klasik yetiştirme mantığıyla örtüştüğünü belirtmektedir (Morgan, 2017, s. 24). Potansiyel olarak yayılma ihtimali olan mesajlardan sadece belirli seçilmiş bir kısmı kitlenin ekranına yansıtılmaktadır. Bu seçim sistemli, kısıtlı ve kasıtlı bir şekilde gerçekleşmektedir. Bu seçimi anlayabilmek için kültürel göstergeler projesinin üç analiz ayağından biri olan kurumsal süreç çözümlemesine başvurmak mümkündür. Mesaj sistem paketleri, karmaşık yapılardan oluşan heterojen kitleler için üretilen tekrarlı ve sistematik içeriklerden oluşmaktadır. Kolektif yapının tamamını anlamak, sembolik çevre sunumunu anlamının pratik bir yolu olarak değerlendirilebilir. Özellikle otomatik oynatma algoritmaları, veri temelli öneri sistemleri ve kişiselleştirilmiş süreklilik bu sembolik çevreyi içinde barındırıyor olabilir. Öneri algoritmaları; kullanıcı tercihlerini yalnızca yansıtan değil, onları aktif olarak sınıflandırıp yönlendiren bir yetiştirme altyapısı olarak işlemektedir (Pajkovic, 2021, ss. 16–18). Sanal ve çevrim içi medya ortamlarında da benzer bir yetiştirme mantığının işlediği; bu ortamların kullanıcılar için süreklilik arz eden sembolik çevreler ürettiği ve çevrim dışı gerçeklik algılarını etkileyebildiği görülmektedir (Williams, 2006, ss. 71–73). Bu bağlamda televizyon sonrası medya ortamlarında yetiştirme mantığı ortadan kalkmamış, aksine yeni teknolojilerle birlikte daha parçalı fakat daha yoğun biçimlerde yeniden yapılandırılmıştır (Williams, 2006, ss. 80–82).

Mesaj sistemlerini ortaya koymakla birlikte ortaya çıkarılan veriler aracılığıyla, yeni nesil yapay zekâ temelli dijital içeriklerin hayatı anlamlandırma ve gerçekliği nasıl kavramamız ve algılamamız gerektiği ile ilgili unsurlardan oluştuğu görülecektir. Mesaj sistemleriyle oluşturulmuş

sembolik çevre, bir davranış değişikliğini değil, bir dünya görüşünü yetiştirmek amacıyla kurulmuştur. Algoritma çağında, klasik mesaj sistemlerinin ortaya koyduğu sembolik çevre gerçekliklerinin filtrelenmiş ve kişiselleştirilmiş dünya görüşlerinden oluştuğu anlaşılabılır. Medyanın sosyal gerçekliği süreklilik ve akış mantığında inşa edilmiştir. Bu gerçeklik, kümülatif bir süreci işaret etmektedir. Bu yeni düzende sembolik çevre, ortak ve tekil bir anaakım üretmekten ziyade, kişiselleştirilmiş ancak yapısal olarak benzer anlatı kümeleri üzerinden parçalı anaakımlar üretmektedir (Pajkovic, 2021, ss. 28–29). Dijital platformlarda içerik tüketiminin algoritmik olarak düzenlenmesi, yetiştirme sürecinin yalnızca içerik temelli değil, aynı zamanda mimari ve teknik bir boyut kazandığını göstermektedir (Lotz, 2014, s. 32).

Algoritmaların, klasik medyanın etkisine benzer bir şekilde, kritik ve büyük etkiler oluşturmaktan ziyade sürekli olan katkının yönüyle ilgili bir süzgeç oluşturmaları söz konusudur. TikTok gibi algoritmik akışlara dayalı platformlarda kullanıcıların maruz kaldıkları içerikler, biyografik tercihlerden çok platformun sürekli yeniden hesaplanan öneri mantığı tarafından belirlenmekte ve bu durum uzun vadeli bir algısal yönlendirme üretmektedir (Bucher, 2021, s. 9). Nitekim otomatikleşmiş kişisel deneyimler, beğeniler ve etkileşimler bu süzgecin robotik seçimleri üzerinde etkilidir. Klasik yetiştirmede medyanın uzun vadeli, dolaylı ve belirleyici etkileme işlevi, algoritmik süreklilik aracılığıyla sağlanmaktadır. Medya hikâyelerinin ve mesajlarının görece homojenleşmesi, anaakımın akışının temel özelliğidir. Yoğun medya takibi bireylerin farklılıklarını bastırmaktadır. Baskın öğretiler, demografik ve düşünsel farklılıkları buharlaştırmaktadır.

Algoritmaların anaakımı da çoklu, sözde kişisel olan ve belirli güç ilişkilerini içerisinde barındıran bir yapıyı taşıyor olabileceği söylenebilir. Bu bakış açısıyla, klasik anaakımlaştırmanın benzeştirme işlevi, veri temelli algoritmik anaakımlaştırma ile gerçekleştirilmektedir. Nitekim farklılıkların en aza indirilmesinin yanı sıra, güç ilişkilerine ve ön kabul olarak doğru, normal ve olması gerekenlere ilişkin gündelik gerçekliğin mesajları da yaygın bir biçimde mesaj örüntülerinde işlenmektedir. Bunun en temel ve görünür kısmı, popüler olanların bir anda ve hızlı bir biçimde toplumun tamamının görebileceği bir hâle gelmesini sağlayan “trendler”, “öne çıkanlar” ve benzeri çerçevelemelerdir. Algoritmik öneri sistemleri, belirli içeriklerin görünürlüğünü artırarak popüler olanı yapay biçimde güçlendirmekte ve bu sayede kültürel anaakımın dijital ortamda hızla yeniden üretilmesini sağlamaktadır (Gómez-Urbe ve Hunt, 2016, s. 6).

Gündelik hayatın gerçekleri ile trendlerin örtüşmesi, algoritmik rezonans olarak görülebilir. Algoritmalar, hızlıca kabul görebilecek mesaj yapılarını,

insanlardan toplanan veriler aracılığıyla klasik medyaya kıyasla çok daha hızlı, sistemli ve özenli bir biçimde fark edebilme potansiyeline sahiptir. Yaygın olanın güçlendirilmesi, veriler aracılığıyla çift doz etkiyle uygulama paketlerinin içerisine yedirilmektedir. Burada veri temelli seçme işleminin yapılması, mesaja ya da sembollere olan kişisel uyumu artırmakta ve tekrarlar ile paket öğretiler, paket semboller aracılığıyla algoritmik rezonans etkisi yaratmaktadır.

Algoritmaların kontrolünde onlarca yıldır, gerek erozyona uğrayarak gerekse güçlendirilerek dijital alanda kendisini korumayı başaran ve geçerliliği olan tüm hikâyeler, dijital çağda veritabanlarına da yansımıştır. Bu bakımdan, son ürün çıkarıcısı olan yapay zekâ araçlarının da bu veritabanlarından hareketle en güncel ve en geçerli verilere öncelik vererek ürünler ortaya koyması dolayısıyla, hem genel geçer kabul görmüş mesaj sistem paketleri hem anaakımın akışı hem de güçlendirilecek yapılar, veritabanlarında algoritmalar aracılığıyla son derece sistemli bir paket hâline getiriliyor olabilir. Burada yapay zekâ araçlarının, kurumsal güç ilişkileri doğrultusunda algoritmik filtreleme açısından mesaj paketlerinin nasıl oluşması gerektiği üzerinde doğrudan ya da dolaylı biçimde kuvvetli yönergeler ve komutlar aracılığıyla süreci güvence altına aldığı söylenebilir. Dijital platformlarda içerik akışının algoritmalar aracılığıyla düzenlenmesi, kullanıcıların sosyal gerçekliği nasıl kavramsallaştırdıklarını belirleyen yeni bir sembolik çevre üretmektedir (Cevher, 2023, s. 102).

Kullanıcılar algoritmik olarak üretilen medya ortamlarında zaman geçirdikçe maruz kaldıkları içerikler artık sadece rastlantısal ya da tamamen kullanıcı yönelimli değildir. Aksine algoritma temelli platformlar ya da sosyal medya uygulamaları, içerik üzerinde sürekli otorite kurmaya çalışan bir yapıdadır. Sürekli seçtiği içerikleri öneriler olarak sıralayan ve dolaşıma sokan öneri sistemleri, kullanıcıların tercihleri üzerinden doğrudan ya da dolaylı bir etki bırakmaktadır. Bu yeni koşullar altında algoritma destekli (AI destekli) medya platformlarını anlayabilmek açısından iletişim kuramlarının yeniden ele alınması gerekliliği doğmuştur. Bu anlamda uzun vadeli ve örüntüsel medya maruziyetinin bireylerin sosyal gerçeklik kavramlaştırmasına nasıl katkılar sunduğunu anlamayı amaçlayan Yetiştirme Kuramı'nın, temel yetiştirme sürecini algoritmik müdahaleyi ve algoritmik seçiciliği/filtrelemeyi de hesaba alacak biçimde genişletilmesi gerekmektedir (Romann ve Oeldorf-Hirsch, 2025, ss. 1–2). Bu anlamda oldukça yaygın bir kullanıcı kitlesine sahip olan TikTok platformunun öneriler bölümü önemli bir fikir vermektedir. TikTok önerileri, içeriğin nasıl filtrelendiği, sıralandığı, seçildiği ve kullanıcılara nasıl önerildiğini belirleyen algoritma temelli bir akış şeklinde çalışmaktadır. Bu anlamda kullanıcıların içeriklerin tamamını

aktif bir biçimde seçemediği belirlenmiştir. Algoritmik sistemler, kullanıcı tercihlerini özgür ve kendiliğinden seçimler olarak değil, hesaplanabilir ve yönlendirilebilir veri noktaları olarak ele almaktadır (Hallinan ve Striphas, 2016, s. 129). Burada kullanıcı aktifliğinden ziyade içerik aktifliğinden bahsetmek mümkündür. TikTok'ta içerik, kullanıcının kullanım süresiyle paralel olarak kullanıcıyı bulmaktadır. Bu dönüşüm, izleyicilerin medya seçiminde daha fazla kontrol sahibi olduğu iletişim ortamlarından bir kopuşa işaret etmektedir (Romann ve Oeldorf-Hirsch, 2025, ss. 1–2). Kullanıcı ve içeriğin bir araya gelme süreci, platform mimarisıyla (sistemli, kasıtlı, kısıtlı) oluşturulmaktadır.

Birçok sosyal medya uygulaması ve AI destekli platformda bu platform mimarisi, zihin haritaları ve önceki veri referansları ile çalışmaktadır. Alper vd.'nin yaptığı araştırma kapsamında TikTok öneriler sayfası, “algoritmik kimlik” olarak adlandırılan bir yapıyı yansıtmaktadır. Bu kimlik; beğeniler, paylaşımlar, izleme süreleri ve etkileşim geçmişleri gibi kullanıcının dijital iz verilerinden inşa edilmektedir. Pajkovic'e göre Netflix'in öneri sistemi, kullanıcıları bireysel tercihlerine göre özgülleştirmekten ziyade onları belirli zevk kümeleri içerisinde sınıflandırarak tekrar eden kültürel örüntüleri pekiştirmektedir (Pajkovic, 2021, s. 12). Bu süreç aracılığıyla platformlar, son derece kişiselmiş gibi görünen ancak yapısal olarak belli örüntülere sahip, tekrarlı bir sembolik çevre sunmaktadır. Bu anlamda algoritmik olarak aracılanmış akış, kullanıcıların kendilerini ve sosyal gerçekliklerini nasıl anlamlandırdıklarını şekillendiren bir aydınlatma işlevi görmektedir (Alper vd., 2025, ss. 11–12). Sembolik çevrenin yeni düzende algoritmik bir biçimde yeniden üretim sürecinde bu işlev önemli bir alanı kapsamaktadır. Algoritmaların sonsuz düzenleme imkânına sahip olması, içerik akışında belirlenmiş temalara, anlatılara ve duygusal çerçevelere süreli ve sürekli maruziyeti hem kolaylaştırmakta hem de normalleştirmektedir (Romann ve Oeldorf-Hirsch, 2025, s. 3). Bu tür bir maruz kalma, geleneksel televizyonun Yetiştirme Kuramı kapsamında üstlendiği kademeli algı dönüşümleri ve yönlendirmelerinin bir benzerini yeni düzene taşımaktadır. Burada ani ve dramatik etkiler üretilmez; sembollerin ve mesajların tekrar tekrar ve sürekli bir biçimde kullanıcıyı bulması, kullanıcıların algıladıkları gerçekliklerinde kademeli değişimler yaratmaktadır. Gerbner'in toplam içeriğin insanlar üzerindeki katkısının algoritmik boyuttaki karşılığı olarak içeriğin kullanıcıyı bulması (seçilmesi, zamanla yol alması ve doğru anda kullanıcının önüne gelmesi) fikri, algoritma dünyasında üzerinde düşünülmesi gereken bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Romann ve Oeldorf-Hirsch, 2025, s. 3). TikTok'ta olduğu gibi öneri sistemine sahip bir başka platform olan Netflix de benzer özellikler taşımaktadır. Netflix'in öneri sistemi, kullanıcı etkinliğinden

veriler toplamaktadır. Bu veriler birikerek gelecek önerileri şekillendirmekte ve bu durum dairesel bir geri bildirim döngüsü üzerinden işlemektedir. Nihayetinde geline nokta baskın zevkler pekiştirilmekte ve belirli kültürel biçimler geniş kitleler nezdinde normalleştirilmektedir (Pajkovic, 2021, ss. 11–12). Bu dairesel geri bildirim döngüsü, aynı zamanda kişiselleştirilmiş bir öneri yansaması yaratmaktadır. Bu yansama, anaakımlaştırmanın algoritmik yapısını ortaya koymak açısından önemlidir. Romann ve Oeldorf-Hirsch'e göre belirli temalar ilgi kazandıkça trendlere dönüşmekte ve kullanıcılar bu temaları tekrar tekrar tüketerek kendi deneyimlerine uyarlamaktadır. Bu süreç algoritmik bir güçlendirme yaratmaktadır. Aracılanmış hikâyeler, kullanıcıların yaşantılarıyla hizalanmaktadır. Bu durum algoritmik bir rezonans oluşturmakta ve yetiştirme etkisini yoğunlaştırmaktadır (Romann ve Oeldorf-Hirsch, 2025, s. 4). Bir diğer boyuttan bakıldığında ilgi kazanan temaların hâlihazırda veriler aracılığıyla sistemli bir biçimde üretildiği görülmektedir. Üretilen bu temaların köklerinde mesaj sistemlerinin önerileri ve örüntüleri sıkça işlenmektedir. Bu anlamıyla trend olan temaların toplanıp analiz edilmesi ve büyük ölçekli mesaj sistem çözümlemelerinin yapılması, algoritmik yetiştirmeyi görünür kılmak açısından bir gereklilik hâline gelmiştir.

Gerbner'in Yetiştirme Kuramı'nda epistemik otorite; hikâye anlatıcılığı, mesaj sistemleri, anaakım ve semboller üzerinden kurulmaktadır. “Ne normaldir?”, “Dünya nasıldır?”, “İnsanlar nasıl olmalıdır?” sorularına açık bir biçimde mesajlar ve semboller aracılığıyla sürekli cevaplar verilmektedir (Gerbner vd., 1980). Alper vd., bu otoriteyi platform kontrolünde anlamlandırma biçimi olarak “platformed diagnosis” kavramı ile tanımlamaktadır (Alper vd., 2025, s. 12). Bu bağlamda platform tarafından kurulan bir teşhis sürecinden bahsetmek mümkündür. Bu süreç, Gerbner'in yetiştirme kuramında tanımlanan otoriteden şekilsel olarak farklı görünse de algoritmik çağda yetiştirmenin anlaşılması açısından kritik bir öneme sahiptir. Nitekim burada yetiştirmenin yeni bir evresinden söz etmek mümkündür. Ortada tekil bir anlam üretimi değil, süreklilik içerisinde anlam kurma ve anlam yetiştirme süreci bulunmaktadır. Algoritmik sistemler, kullanıcı davranışlarını yalnızca ölçmekle kalmamakta, aynı zamanda bu davranışları anlamlandıran ve geri yansıtan bir epistemik çerçeve kurmaktadır (Oeldorf-Hirsch ve Sundar, 2020, s. 74).

Platform teşhisinin çalışma mantığına göre kullanıcı davranışları (beğeni, izleme süresi vb.) verinin temel kaynağını oluşturmaktadır. Veri, algoritmik bir şema aracılığıyla örüntüler üretmekte ve bu örüntüler içerik seçimi konusunda tahminlerde, yönlendirmelerde ya da bilgilendirmelerde bulunmaktadır. İçerik seçimi süreci, “sen buna benziyorsun” hissini

taşımaktadır. Bu sürecin sürekli tekrar edilmesi, kullanıcının platforma maruz kalma süresiyle paralel bir ilişki içerisinde. Kullanıcı içeriklere ne kadar çok maruz kalırsa platformun “sen buna benziyorsun” çıkarımları da o ölçüde etkili hâle gelmektedir. Bu durumun sürekli tekrarlanmasıyla ortaya çıkan içerik seçimi, zamanla doğallaşmaktadır. Doğallaşma ise beraberinde gerçeklik algısının uzun vadede dönüşmesini getirmektedir. Bu süreç, yetiştirmenin tanımıyla doğrudan örtüşmektedir. Hikâyeler artık yalnızca televizyon aracılığıyla anlatılmamaktadır. Hikâye anlatımı için yeni bir güç ortaya çıkmaktadır. Klasik medyada hikâyeyi ve sınırlarını belirleyen görünür aktörler editörler, yayın akışı ve prime-time iken; algoritmik yetiştirmede hikâyelerin ve sembollerin belirleyicisi veri ve öneri sistemleridir. Otorite görünürde kullanıcının kişisel tercihleriymiş gibi sunulsa da yapısal olarak platformun güç ilişkilerini yansıtan bir otoritedir. Buradaki temel fark, “sen busun ve bu doğrudur” mesajı yerine, daha özel ve kişisel gibi görünen bir yanılsamanın üretilmesidir. Kullanıcı, “bu bana çok uyuyor, demek ki bu benim gerçeğim” düşüncesiyle algoritmik öneriyi kendi içsel gerçeği olarak kabul etmektedir. Bu durum, günümüz yetiştirme sürecinin en derin formu olarak tanımlanabilir.

Bu literatür değerlendirmesi, yetiştirme kuramının belirli bir medya teknolojisine indirgenemeyecek ölçüde süreklilik arz eden bir gerçeklik inşa mantığı sunduğunu ve özellikle geleneksel kitle iletişim araçları bağlamında işlemeye devam ettiğini açık biçimde ortaya koymaktadır.

Dijital ve algoritma temelli medya ortamlarında söz konusu olan, yetiştirmenin sona ermesi ya da yerini farklı bir etki modeline bırakması değil; seçiciliğin, sürekliliğin ve görünürlüğün veri temelli algoritmik mimariler aracılığıyla yeniden örgütlenmesidir. Bu yeniden örgütlenme sürecinde platform mimarisi, yalnızca içerik dolaşımını düzenleyen teknik bir altyapı olarak değil, kullanıcı davranışlarını sınıflandıran, zihin haritaları üreten ve bu haritalar üzerinden platform-temelli bir tanı ve teşhis koyma rejimi inşa eden yapısal bir mekanizma olarak işlemektedir. Kişiselleştirme söylemiyle sunulan bu süreç, bireysel tercih ve özerklik hissi üretirken, gerçekte anaakımlaşma ve rezonans gibi ideolojik mekanizmaların daha örtük ve daha sistematik biçimlerde işletilmesini mümkün kılmaktadır. Bu bağlamda anaakım, tekil ve ortak anlatıların yerini almış gibi görünse de yapısal olarak benzer anlatı kümeleri üzerinden yeniden kurulmakta; rezonans ise gündelik deneyimlerin veriyle eşleştirilmesi yoluyla yoğunlaştırılmaktadır. Ortaya çıkan tablo, klasik yetiştirmenin yerini alan yeni bir süreçten ziyade, platform mimarisi ve algoritmik seçicilik aracılığıyla derinleşen bir **heavy cultivation** evresine işaret etmektedir. Bu nedenle algoritmik yetiştirmenin yoğunlaştırıcı etkisi; zihin haritalandırma pratikleri, platform-temelli tanı mekanizmaları

ve kişiselmış gibi görünme yanılsaması ekseninde “yoğun yetiştirme” (ağır yetiştirme) bakış açısını da düşünmek gerekebilir.

Bu çalışma, Gerbner’in kültürel göstergeler projesinin sacayaklarına, dijital çağın zorunluluğu olarak dördüncü bir boyutun; **“Veri Sistemi Çözümlemesi”nin (Data System Analysis)** ele alınabileceğini öne sürmektedir. Klasik “mesaj sistem analizi”, üretilen içeriğin sunduğu sembolik dünyaya odaklanırken; önerilen veri sistemi çözümlemesi, bu sembolik dünyayı oluşturan **makro mesaj paketlerinin hangi mantıkla seçildiğini** ve kitlelere nasıl yaygınlaştırıldığını incelemelidir.

Veri sistemi çözümlemesi, sanılanın aksine bireysel farklılıklara odaklanan mikro bir analiz değildir. Tam tersine bu analiz; **bireylerin tutum ve algı farklılıklarını göz ardı ederek**, herkese uygun hale getirilmiş **“makro mesaj paketlerinin” (macro message packages)** veri tabanları içerisinden nasıl çekilip çıkarıldığını ve dolaşıma sokulduğunu ortaya koymayı amaçlar. Algoritmik sistemler, “Trendler”, “Keşfet” veya “Sizin İçin” akışları aracılığıyla, heterojen kitleleri benzer içerik kümelerine maruz bırakarak **standartlaştırılmış bir sembolik çevre** inşa etmektedir. Dolayısıyla iletişim uzmanlarının buradaki görevi; algoritmaların karmaşık veri yığınları arasından hangi baskın kültürel kodları (şiddet, tüketim, stereotipler vb.) seçerek birer “paket” haline getirdiğini ve bu paketleri **yeni bir anaakım (mainstream)** olarak nasıl dayattığını “dijital dedektiflik” yöntemleriyle çözümlemektir.

Bu analizin nasıl yapılacağına yönelik bir çözümleme henüz gerçekleştirilmemiştir. Ancak varsayımsal olarak bir çözümleme planları (önerileri) araştırmacılara ilham vermesi bakımından aşağıda belirtilmektedir.

Veri Sistemi Çözümleme Önerisi 1 (Deneyisel olarak test edilmemiştir).

“Veri Sistem Çözümlemesi, TikTok, YouTube veya X (Twitter) gibi platformların **“Trend Algoritmaları”** üzerinden yapılabilir. Örneğin bir araştırmacı, **Veri Sistemi Çözümlemesi** kapsamında, birbirinden tamamen farklı demografik özelliklere ve ilgi alanlarına sahip (örneğin biri politikayla ilgilenen, diğeri sadece oyun oynayan) ayırık kullanıcı profilleri oluşturarak sistemi test edebilir.

Eğer sistem, bu kullanıcıların bireysel yönelimleri ne kadar farklı olursa olsun; belirli bir süre sonra her iki profili de **“benzer viral içeriklere”**, **“aynı popüler müzik akımlarına”** veya **“toplumu domine eden aynı şiddet/tartışma videolarına”** yönlendiriyorsa; burada bireysel bir seçimden değil, sistemsal bir **“paketleme”** (packaging) stratejisinden söz edilir. Veri sistemi, bireyin özgünlüğünü aşarak, sistemin “en geçerli” kabul ettiği

makro mesaj paketini (örneğin; “güzellik için estetik şarttır” veya “dünya kaotik bir yerdir” paketini) her iki kullanıcıya da sunmaktadır. Bu durum, veri sistemlerinin bireyleri ayırtmaktan ziyade; Gerbner’in öngördüğü biçimde, farklılıkları törpüleyerek herkesi “**algoritmik olarak seçilmiş ortak bir makro gerçeklikte**” buluşturduğunu kanıtlar.”

Veri Sistemi Çözümleme Önerisi 2 (Deneyssel olarak test edilmemiştir).

“TikTok veya YouTube gibi platformların öneri sistemleri üzerinden, toplumsal cinsiyet temsilleri ve şiddet algısı bağlamında kurgulanabilir. Örneğin bir araştırmacı, oluşturduğu kontrollü kullanıcı profilleri (kukla hesaplar) aracılığıyla, sıradan bir “kadın-erkek ilişkisi” veya “tartışma” videosuna etkileşim verdiğinde sistemin bir sonraki adımda sunduğu “veri paketini” inceleyebilir.

Eğer algoritma, basit bir ev içi tartışma videosunu izleyen kullanıcıyı, kısa süre içerisinde “kadına yönelik şiddetin mizahileştirildiği”, “toksik maskülenitenin övüldüğü” veya “kurban suçlayıcı” (victim blaming) anlatıların baskın olduğu bir içerik kümesine yönlendiriyorsa; burada teknik bir benzerlikten öte bir durum söz konusudur. Veri sistemi, tekil bir şiddet görüntüsünü sadece “izlenen bir video” olarak değil; şiddetin normalleştirildiği bir dünya görüşü paketi (message system package) olarak kodlamış ve kullanıcıyı bu sembolik çevreye hapsedmiştir. Dolayısıyla Veri Sistemi Çözümlemesi, algoritmanın şiddeti veya cinsiyet rollerini nasıl bir “ilgi alanı” olarak paketlediğini ve bu paketleri hangi veri noktalarıyla tetikleyerek kullanıcıyı “acımasız bir dijital dünyaya” (digital mean world) maruz bıraktığını açığa çıkarabilir”

Sonuç olarak bu çalışma, Yetiştirme araştırmacıları için **Veri Sistemi Çözümlemesi**ni algoritmik işleyişi test etmeye olanak tanıyan yeni bir metodolojik rota; **Yoğun Yetiştirme (Heavy Cultivation)** kavramını ise sürecin ulaştığı yeni boyutu tanımlayan teorik bir kavram önerisi olarak sunmaktadır. Bireysel farklılıkları aşarak herkese sunulan makro mesaj paketlerinin izini sürecekle böyle bir analiz gerçekleştirilebilirse, dijital medyanın toplumu nasıl standartlaştırılmış bir gerçeklikte buluşturduğunu somutlaştıracak ve sürecin, bir kavram olarak önerilen bu ‘yoğun yetiştirme’ evresine nasıl dönüştüğü anlatacaktır.

Bununla birlikte, önerilen bu teorik modelin ve analiz yönteminin uygulamada karşılaşılabileceği yapısal sınırlar göz ardı edilmemelidir. Dijital platformların algoritmik mimarilerinin ticari sır niteliğindeki ‘kara kutu’ (black box) yapısı ve kişiselleştirilmiş akışların kullanıcıdan kullanıcıya gösterdiği dinamik değişkenlik, ‘makro mesaj paketlerinin’ stabilize edilmesini ve tespitini

metodolojik olarak zorlaştırmaktadır. Ayrıca, algoritmaların anlık değişen parametreleri, klasik televizyon analizlerindeki gibi sabit bir mesaj sisteminin varlığını kanıtlamayı güçleştirebilir. Dolayısıyla, bu çalışma tarafından ortaya konulan ‘Veri Sistemi Çözümlemesi’ ve ‘Yoğun Yetiştirme’ kavramlarının geçerliliği, salt teorik tartışmalarla değil; ancak kontrollü deneysel tasarımlar ve veriye dayalı izleme çalışmalarıyla somutlaştırılabilecektir.

Çalışma kapsamında geliştirilen teorik modelin güçlendirilmesi ve iletişim literatüründe kalıcı bir yer edinebilmesi adına, gelecek araştırmalar için şu temel öneriler sunulmaktadır:

- **Veri Sistemi Çözümlemesinin Sınanması:** Önerilen ‘Veri Sistemi Çözümlemesi’ modeli, henüz teorik bir metodoloji önerisi niteliğindedir. Gelecek araştırmalar, bu yöntemi farklı platformlarda (TikTok, YouTube, Instagram) uygulayarak, algoritmaların gerçekten de heterojen kitleleri standartlaştırılmış ‘makro mesaj paketlerine’ hapsedip hapsedmediğini deneysel olarak kanıtlamalıdır.
- **Yoğun Yetiştirme Sürecinin Ölçülmesi:** Klasik ‘ağır izleyici’ kavramının yerini aldığı savunulan ‘Yoğun Yetiştirme’ (Heavy Cultivation) sürecinin, kullanıcılar üzerinde yarattığı algısal dönüşüm ampirik olarak ölçülmelidir. Özellikle algoritmik geri bildirim döngülerinin, kullanıcıların dünya görüşünü zamanla nasıl şekillendirdiği çalışmalarla test edilmelidir.

Bu önerilerin nasıl yapılacağına ilişkin yöntem önerileri aşağıda belirtilmiştir, bu yöntemler henüz test edilmemiş önerilerden oluşmaktadır.²

2 Bu çalışmada teorik bir model olarak önerilen ‘Veri Sistemi Çözümlemesi’nin ampirik zeminini oluşturmak için literatürde ‘algoritmik denetim’ olarak bilinen yöntemler kullanılabilir. Özellikle araştırmacı tarafından oluşturulan ve demografik değişkenleri kontrol altında tutulan ‘kukla hesaplar’ aracılığıyla; farklı ilgi alanlarına sahip kullanıcıların (örneğin sadece oyun veya politika ile ilgilenen) belirli bir süre sonunda sistem tarafından aynı ‘makro mesaj paketlerine’ (şiddet, korku vb.) yönlendirilip yönlendirilmediği test edilebilir. Ayrıca, bir içeriğin hemen ardından önerilen diğer içeriğin analizi (bitişiklik analizi), platformun içerikleri nasıl paketlediğini ve kullanıcıyı hangi ‘öneri tüneline’ soktuğunu somut verilerle ortaya koymak için elverişli bir yöntemdir.

Kaynakça

- Alper, M., Thompson, J., & Shrestha, S. (2025). *TikTok as algorithmically mediated biographical illness narratives*. New Media & Society. Advance online publication.
- Bucher, T. (2021). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society*, 23(1), 219–237. <https://doi.org/10.1177/1461444820929229>
- Cevher, R. (2020). Kitap incelemesi: *Kamular türkii söyleyin – George Gerbner’in yetiştirme kuramı bakımından özgün araştırmalar*. *Atatürk İletişim Dergisi*, 18, 119–126.
- Cevher, R. (2023). *Dijital platformların sosyal gerçeklik kavramsallaştırmalarına etkisi: Yetiştirme kuramı perspektifi*. Yayınlanmış doktora tezi. Anadolu Üniversitesi.
- Gerbner, G. (1969). Toward “cultural indicators”: The analysis of mass mediated public message systems. *AV Communication Review*, 17(2), 137–148.
- Gerbner, G. (1980). Cultural indicators: The third voice. In G. Gerbner, L. Gross, & W. H. Melody (Eds.), *Communications technology and social policy* (ss. 555–573). McGraw-Hill.
- Gerbner, G. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. In J. Bryant & D. Zillmann (Ed.), *Perspectives on media effects* (ss. 17–40). Lawrence Erlbaum Associates.
- Gerbner, G. (1998). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication and Society*, 1(3–4), 175–194. <https://doi.org/10.1080/15205436.1998.9677855>
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 173–199. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1976.tb01397.x>
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The “mainstreaming” of America: Violence profile no. 11. *Journal of Communication*, 30(3), 10–29. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1980.tb01987.x>
- Gómez-Uribe, C. A., & Hunt, N. (2016). The Netflix recommender system: Algorithms, business value, and innovation. *ACM Transactions on Management Information Systems*, 6(4), Makale 13. <https://doi.org/10.1145/2843948>
- Hallinan, B., & Striplhas, T. (2016). Recommended for you: The Netflix Prize and the production of algorithmic culture. *New Media & Society*, 18(1), 117–137. <https://doi.org/10.1177/1461444814538646>
- Lotz, A. D. (2014). *The television will be revolutionized* (2. bs.). New York University Press.
- Morgan, M. (2015). The state of cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(2), 204–222. <https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1029121>

- Morgan, M. (2017). Cultivation theory: Ideas, topical fields, and methodological issues. *Communication Theory*, 27(1), 1–22. <https://doi.org/10.1111/comt.12105>
- Morgan, M., & Shanahan, J. (2010). The state of cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(2), 337–355. <https://doi.org/10.1080/08838151003735018>
- Morgan, M., Shanahan, J. and Signorielli, N. (2014). Cultivation Theory in the Twenty-First Century. In *The Handbook of Media and Mass Communication Theory* (eds R.S. Fortner and P.M. Fackler). <https://doi.org/10.1002/9781118591178.ch26>
- Oeldorf-Hirsch, A., & Sundar, S. S. (2020). Algorithmic social media use and its implications for information processing and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 69–85. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz025>
- Özer, Ö. (2005a). Yetiştirme Kuramının Eleştiriler Bağlamında Değerlendirilmesi: Televizyonun Rezonans Etkisine Dair Bir Araştırma. *Kültür ve İletişim*, 8 (1)(15), 127-162.
- Özer, Ö. (2005b). Yetiştirme kuramı: Televizyonla yaşamının ideolojik ve kültürel sonuçlarına yönelik yapılan araştırma. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Özer, Ö. (2011). Cultivation theory and hegemony. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 85–102.
- Pajkovic, N. (2021). Algorithms and taste-making: Exposing the Netflix recommender system’s operational logics. *Critical Studies in Television*, 16(1), 3–20. <https://doi.org/10.1177/1749602020970605>
- Romann, M., & Oeldorf-Hirsch, A. (2025). Exploring algorithmic cultivation: Sensitive self-disclosure, self-diagnosis, and hazardous reinforcement. *New Media & Society*. Erken çevrimiçi yayın. <https://doi.org/10.1177/14614448241234567>
- Shrum, L. J., & Bischak, D. P. (2001). Mainstreaming, resonance, and impersonal impact: Testing moderators of the cultivation effect for estimates of crime risk. *Human Communication Research*, 27(2), 187–215. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2001.tb00779.x>
- Signorielli, N. (2002). Television’s meanings and messages: Cultivation analysis. In J. Bryant & D. Zillmann (Ed.), *Media effects: Advances in theory and research* (2. bs., ss. 59–85). Lawrence Erlbaum Associates.
- Yağbasan, H. F. (2021). ‘Efendinin gölgesinde büyüyen hınç’: Parazit filminin alımlama estetiği bağlamında analizi. In A. Karabulut (Ed.), *Dijital yozlaşma ve etik* (pp. 83–116). Nüve Kültür Merkezi.
- Williams, D. (2006). Virtual cultivation: Online worlds, offline perceptions. *Journal of Communication*, 56(1), 69–87. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00004.x>

Yeni Medya İletişim Araçlarının Yatırımcı Davranışları Üzerine Etkileri: Bir Literatür İncelemesi

Rabia Atsay¹

Ümit Hasan Gözkonan²

Özet

Bu çalışma, yeni medya ve iletişim araçlarının yatırımcı davranışları üzerindeki etkilerini, iletişim teorileri ile geleneksel ve davranışsal finans yaklaşımlarını bir arada ele alarak incelemeyi amaçlamaktadır. İletişim teknolojilerinde yaşanan dijital dönüşüm, bilginin; üretim, dolaşım ve tüketim biçimlerini köklü biçimde değiştirmiş; bu değişim finansal piyasaların işleyişi ve yatırımcıların karar alma süreçleri üzerinde belirleyici bir rol oynamıştır. Özellikle sosyal medya platformları, dijital finansal topluluklar ve çevrim içi bilgi kaynakları, yatırımcıların risk algılarını, getiri beklentilerini ve piyasalara yönelik tutumlarını şekillendiren temel unsurlar hâline gelmiştir. Geleneksel finans teorisi, yatırımcıları tam rasyonel bireyler olarak ele alırken, davranışsal finans yaklaşımı yatırımcıların sınırlı rasyonellik altında, psikolojik ve sosyal etkilerle karar verdiklerini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda yeni medya, bilgiye erişimi kolaylaştırarak finansal katılımı artıran bir araç olmanın yanı sıra; doğrulama yanlılığı, aşırı güven ve sürü davranışı gibi davranışsal sapmaları da güçlendirebilmektedir. Çalışmada, iletişim araçlarının tarihsel evrimi, ağ toplumu ve yeni medya kavramsallaştırmaları ile finans teorisinin dönüşümü birlikte ele alınmış; yeni medya ve iletişim araçlarının yatırımcı davranışları üzerindeki etkileri literatürde yer alan ampirik çalışmalar çerçevesinde değerlendirilmiştir.

- 1 Doktora Öğrencisi, Bursa Uludağ Üniversitesi, rabiaatsay@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-8451-2967
- 2 Öğr. Gör. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, umit.gozkonan@cbyu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-7187-6304

1. Giriş

İletişim teknolojilerinde yaşanan tarihsel dönüşüm, yalnızca bireyler arasındaki etkileşim biçimlerini değil, toplumsal, siyasal ve ekonomik yapıları da köklü biçimde dönüştürmüştür. Matbaanın icadından itibaren medya, bilginin dolaşımını sağlayan teknik bir araç olmanın ötesine geçerek, toplumsal ilişkilerin yeniden inşa edildiği, algıların şekillendirildiği ve karar alma süreçlerinin yönlendirildiği merkezi bir güç alanı hâline gelmiştir. Özellikle dijitalleşme süreciyle birlikte geleneksel tek yönlü kitle iletişim araçlarının yerini, etkileşim, hız ve eşzamanlılık temelli yeni medya ve dijital platformlar almış; bu dönüşüm, bilgi üretimi ve tüketimi kadar bireysel davranış kalıplarını da yeniden yapılandırmıştır.

Yeni medya ortamlarının yükselişi, finansal piyasaların işleyişinde de belirgin etkiler yaratmıştır. Finansal piyasalar doğası gereği bilgi, beklenti ve algılar üzerinden işleyen yapılardır. Bu nedenle bilginin üretildiği, filtrelendiği, dolaşıma sokulduğu ve yorumlandığı iletişim kanalları, yatırımcı davranışları üzerinde doğrudan ve dolaylı etkiler yaratmaktadır. Dijital platformlar, sosyal medya ağları ve çevrim içi finansal topluluklar; yatırımcılara hızlı, düşük maliyetli ve sürekli güncellenen bilgi sunarken, aynı zamanda bilgi kirliliği, algı yönetimi, doğrulama yanlılığı ve sürü davranışı gibi davranışsal sapmaların da güçlenmesine zemin hazırlamaktadır.

Finans literatüründe uzun süre hâkim olan geleneksel yaklaşım, yatırımcıları tam rasyonel, bilgiye eksiksiz erişen ve faydasını maksimize eden bireyler olarak ele almıştır. Ancak özellikle 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren yaşanan finansal krizler, piyasa anomalileri ve yatırımcı davranışlarındaki tutarsızlıklar, bu varsayımların sorgulanmasına yol açmıştır. Davranışsal finans yaklaşımı, yatırımcıların sınırlı rasyonellik altında karar verdiğini; psikolojik, bilişsel ve sosyal faktörlerin finansal karar alma süreçlerinde belirleyici olduğunu ortaya koyarak literatürde önemli bir paradigma değişimi yaratmıştır.

Bu bağlamda medya ve iletişim araçları, yatırımcı davranışlarını şekillendiren dışsal faktörler arasında giderek daha merkezi bir konum kazanmıştır. Gündem kurma, çerçeveleme ve temsil pratikleri yoluyla yeni medya, yatırımcıların risk algılarını, getiri beklentilerini ve piyasalara ilişkin öngörülerini etkilemekte; karar süreçlerinin rasyonel hesaplamalardan ziyade dikkat ekonomisi, duygusal tepkiler ve kolektif yönelimler çerçevesinde şekillenmesine neden olabilmektedir. Dolayısıyla yeni medya ve iletişim araçlarının yatırımcı davranışları üzerindeki etkilerinin sistematik biçimde incelenmesi hem finans teorisi hem de iletişim çalışmaları açısından önemli bir araştırma alanı sunmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, yeni medya ve iletişim araçlarının yatırımcı davranışları üzerindeki etkilerini, iletişim teorileri, geleneksel ve davranışsal finans yaklaşımları ışığında ele almak ve ilgili literatürü bütüncül bir çerçevede değerlendirmektir. Bu doğrultuda çalışmada, iletişim araçlarının tarihsel evrimi, ağ toplumu ve yeni medya kavramsallaştırmaları, finans teorisinin dönüşümü ve davranışsal finans literatürü birlikte ele alınarak, yeni medyanın yatırım kararları üzerindeki rolü ampirik çalışmalar üzerinden tartışılmıştır.

2. İletişimin Tarihsel Evrimi

İletişim tarihi; insanların kendilerini ifade etme, birbirlerinden haber alma, ilişki kurma ve bir arada yaşama pratiklerinin tarihine kadar uzanmaktadır. Kavramın etimolojik kökeni 14. yüzyıl Fransızcasına ve 15. yüzyıl İngilizcesine (communication) dayansa da; Raymond Williams'ın da vurguladığı üzere terim, aslında ikili bir anlayışa ve “paylaşmak/ortaklaşmak” anlamına gelen Latince “communicare” fiiline dayanmaktadır (Williams, 2014). Dolayısıyla iletişim, nesnelerin ve toplumsal ilişkilerin birlikteliği üzerine kuruludur (Maigret, 2021). Toplumsal, politik ve ekonomik ilişkilerin karmaşılaşması ile iletişim süreçlerinin (ve araçlarının) karşılıklı etkileşim içinde değişip gelişmesi, söz konusu ilişkilerin her geçen gün daha girift bir hal alması anlamına gelmektedir. Örneğin dünya savaşları sürecinde medya ve iletişim, bir manipülasyon aracı haline gelerek politik ilişkileri yeniden yapılandırıcı bir rol üstlenmiştir (Maigret, 2021).

Bir iletişim aracı olarak matbaanın icadından bu yana medya, modern toplumların örgütlenmesinde sadece bilginin yaygınlaşmasını veya dolaşımını sağlayan teknik bir araç olarak görülmemelidir; medya aynı zamanda toplumsal yapıyı şekillendiren ve sosyal ilişkileri yeniden kuran etkin araçlar bütünüdür. Medya kelimesinin etimolojik kökeni incelendiğinde ise karşımıza yine Latince çıkmaktadır. Latince “ortada bulunan” manasına gelen “medius” kelimesi, mesajın alıcısı ile vericisi arasında duran bir araç olarak yorumlanmaktadır (Guillory, 2010). İletişim için fiziksel katılım bir ön koşul olarak nitelendirilebilirken; medyanın dahil olduğu dolaylı iletişim süreçlerinde bir “medius”a, yani alıcı ile gönderici arasında duracak bir araca ihtiyaç duyulması elzemdir. Medya, 19. yüzyılın başından itibaren bireylerin büyük çoğunluğunun günlük yaşamına oldukça etkin bir şekilde dahil olduğundan, uzun bir süredir iletişime yönelik bakış açısı da kitle iletişim araçları ekseninde bir değişim geçirmiştir (Maigret, 2021).

İletişim teknolojilerinin tarihsel evrimi; radyo, televizyon ve telefon ağları gibi tek yönlü (one-to-many) ve lineer akışa sahip geleneksel kitle iletişim araçlarından, etkileşim (interactivity) ve hiper-metinselliğin esas

olduğu sosyal medya, akıllı telefonlar ve internet tabanlı dijital platformlara doğru evrilmektedir. Hatta bu süreç günümüzde, iletişimdeki klasik “alıcı” konumunu dahi otonomlaştırarak insan-sonrası (post-human) bir veri işleme sürecine kapı aralayan yapay zeka teknolojilerine doğru radikal bir paradigma değişimine işaret etmektedir. Söz konusu teknolojik dönüşüm; Manuel Castells’in “Ağ Toplumu” kavramsallaştırmasında belirttiği üzere bilgi akışını fiziksel mekândan tamamen bağımsızlaştırmış ve Marshall McLuhan’ın öngördüğü “Küresel Köy (Global Village)” metaforunu somut, kaçınılmaz bir gerçekliğe dönüştürmüştür. Böylece David Harvey’in “zaman-mekân sıkışması” olarak tanımladığı süreç nihayete erdirilerek (Çebi & Kavukçu, 2024); fiziksel mesafelerin anlamını yitirdiği, bireyin dijital uzantıları aracılığıyla “ubiquity (her an her yerde olabilme)” durumunu deneyimlediği ve bilginin küresel ölçekte eşzamanlı dolaşıma girdiği sınırsız ve anlık bir enformasyon uzamı inşa edilmiştir. Bilginin süratle yaygınlaşması ve dolaşımı neticesinde dünya, adeta küçük bir köy gibi mekânsal uzaklıkların önemini yitirdiği ve güncel bilgiye anlık erişimin mümkün olduğu bir yapıya bürünmüştür.

McLuhan tarafından 1962 yılında literatüre kazandırılan “Küresel Köy” kavramı; elektronik medyanın (özellikle başta radyo ve televizyon) zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldırarak, dünyayı elektriksel olarak büzüşmüş tek bir toplumsal birime dönüştürmesini ifade etmek amacıyla ortaya atılmıştır (McLuhan, 2003). İlk dönem iletişim araçlarının yol açtığı parçalı, bireyselleşmiş ve görselliğe endekslenen algılama biçiminin aksine; elektronik çağ ile birlikte bireyler yeniden işitsel, dokunsal ve toplumsal bir birliktelik süreci içerisine girmişlerdir. McLuhan (2003), söz konusu kolektifleşme ile birlikte insanların, tıpkı tek bir sinir sistemi ağı gibi birbirlerine bağlandığını ifade etmektedir. Diğer bir deyişle, yazarın “küresel köy” metaforuyla vurgulamaya çalıştığı husus; enformasyonun ışık hızında dünyayı dolaşması ve böylece bilginin, mesafeden bağımsız olarak eşzamanlı deneyimlenmesidir. Bu teknolojik dönüşüm dünyayı adeta küçük bir köy haline getirmiş ve fiziksel mesafenin anlamsızlaşmasına neden olmuştur. İlk aşamada geleneksel medyada (kitle iletişim araçları) iletişim; televizyon, dergi, gazete gibi basılı ve görsel araçlar yoluyla olan olayların toplumun haberdar edilmesiyle gerçekleşmektedir. Geleneksel medya iletişim araçlarının iletişim yönü göndericiden alıcıya olacak şekilde tek yönlü olarak işlemektedir (Ahmadi & Balcı, 2021). Ancak ilerleyen teknoloji ve gelişen iletişim araçları, iletişimin doğasını ve insanlar arasındaki ilişkileri yeniden düzenlemekle kalmamış; mesafeyi ortadan kaldırırken paradoksal bir biçimde iletişimin kendisini de tasfiye etmiştir (Mitchell & Hugges, 2025).

3. Ağ Toplumu ve Yeni Medya

Manuel Castells'in "Ağ Toplumu" kavramsallaştırması; sosyal yapının ve üretim ilişkilerinin geleneksel dikey hiyerarşilerden, enformasyon teknolojileri temelli yatay ve esnek dijital ağlara evrilmesini betimlemektedir (Castells, 2013). Ağ toplumu, fiziksel mekân algısında köklü bir dönüşüme yol açmış; neticede fiziksel yakınlığa dayalı mekânlar, verilerin serbestçe dolaştığı bir akışlar bütününe evrilmiştir. Bir başka ifadeyle, iletişim araçları vasıtasıyla yıkılan mekân ve zaman algısı; yerini "mekânsız mekân", "zamansız zaman" ve daha da kritik bir sorun olarak "iletişimsiz iletişim" gibi negatif görüngülere bırakmıştır. İletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı değişim ve dönüşüm, medyanın toplum içindeki yapısal konumunu ve rolünü köklü bir biçimde yeniden tanımlamıştır. Dijital medya araçları ve sosyal medya platformları, Web 2.0 teknolojisi ile birlikte geliştirilen World Wide Web'e ait ürünlerdir. Kitle iletişimdeki tek yönlü iletişimin ve içeriğin değiştirilemezliği, yerini sosyal medya araçlarına sahip tüm kullanıcıların, içerik üretip yayınlama ve bu içerikleri istedikleri zaman değiştirebilme imkânını elde etmelerine bırakmıştır (Aslantaş, 2023). Medya, söz konusu değişimle birlikte diğer toplumsal alanların işleyişinde belirlemci ve merkezi bir faktör haline gelmiştir. Medyanın, toplumun örgütlenmesi ve işleyişi üzerindeki bu dönüştürücü rolü; sosyolojik alanyazında "medyatikleşme (mediatization)" (Couldry & Hepp, 2017; Jansson, 2015) ve "platformlaşma (platformization)" (van Dijck, Poell & de Waal, 2018) gibi kavramsallaştırmalar aracılığıyla incelenmektedir.

Srnicke (2017) tarafından kavramsallaştırılan platform kapitalizmi, şirketlerin mal veya hizmet üretmek yerine, farklı kullanıcı gruplarını bir araya getiren dijital altyapılar olarak tanımlanmaktadır. Bu yolla elde edilen değer in temel hammaddesini kişisel veriler oluşturmaktadır. Platformlar, sundukları etkileşim alanları üzerinden kullanıcı davranışlarını sürekli izleyip kaydederek bu veriyi sermaye birikiminin ana kaynağına dönüştürmektedirler.

Jose van Dijck ve diğerleri (2018), yeni medya-toplum etkileşimini "platform toplumu (platform society)" olarak kavramsallaştırdıkları çalışmalarında; X (eski adıyla Twitter), Facebook, Instagram vb. sosyal medya platformları, kamusal tartışmanın, ekonomik işlemlerin ve sosyal etkileşimin gerçekleştiği kurucu alanlar olarak ele almaktadırlar. Diğer bir deyişle, Srnicke (2017)'e paralel olarak sosyal ağ platformları, kullanıcı etkileşimlerinden elde ettikleri verileri işleyerek, bireylerin karar verme süreçlerinde belirleyici konuma gelmişlerdir. Bu dönüşümde veri temelli içerik üretimi, algoritmik sıralama mekanizmaları ve dikkat ekonomisi gibi olgular; bireylerin neyi gördüğünü, tüketim alışkanlıklarını, neye maruz kaldığını,

kimden etkilendiğini ve dünyayı nasıl kavradığını belirleyen yeni bir yapısal çerçeve oluşturmaktadır (Gillespie, 2018; Napoli, 2021). Frank Pasquale’in (2015) “kara kutu toplumu (black box society)” kavramıyla da ifade ettiği üzere, algoritmalar şeffaf olmayan mekanizmalar aracılığıyla işlemektedir. Bu mekanizmaların, hangi bilginin ya da tavsiyenin görünür, hangilerinin ise görünmez olacağına dolaylı olarak karar veren bir işleyişe sahip olduğu vurgulanmaktadır. Mevcut tablo, teknolojik tarafsızlık varsayımı üzerine yeniden düşünülmesini gerektirmektedir. Zira Safiya Noble’in (2018) çalışmasının da gösterdiği gibi, algoritmalar mevcut toplumsal eşitsizlikleri ve kalıp yargıları (stereotipleri) yeniden üretme kapasitesine sahip aygıtlardır. Dolayısıyla platformlar, bilgi akışını sadece teknik parametrelere göre değil, belirli normatif değerlere göre düzenleyen “yeni kapı bekçileri (gatekeepers)” olarak işlev görmektedir (Shin vd., 2025).

Bu perspektiften medya ve iletişim süreçlerinin işleyiş biçimi değerlendirildiğinde, Fransız sosyolog Pierre Bourdieu’nün alan, habitus ve sermaye kavramları ön plana çıkmaktadır. Nitekim günümüzde medya; özerk bir toplumsal alan olarak kendi iç dinamiğine, sermaye türlerine, habitusuna ve profesyonel rutinlerine sahip bir sembolik güç merkezi şeklinde ele alınmaktadır (Bourdieu, 2019). Bir alan olarak medya; siyasal, ekonomik ve kültürel alanlarla sürekli karşılıklı etkileşim hâlinde olduğundan, söz konusu alanlardan bağımsız olarak ele alınamaz. Diğer bir deyişle medya; siyasal, kültürel ve ekonomik alanları yeniden yapılandırma gücüne ve etkisine sahip bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda sembolik güç, fiziksel zorlamadan ziyade anlam dünyasının yeniden kurulması şeklinde bir işleyişe sahiptir (Swartz, 2013); medya tam da bu nedenle, çağdaş toplumda sembolik düzenin en etkili üretim merkezlerinden biri olarak değerlendirilmektedir.

André Jansson (2015), çalışmasında Bourdieu’nün “doxa” ve “alan” teorilerini klasik çerçevesinin dışına çıkararak medya ve iletişim çalışmaları perspektifinden yeniden yorumlamıştır. Jansson’un (2015) analizinde, belirli bir alana üyeliği düzenleyen ve kabul edilmiş iletişim kurallarını ifade eden “iletişimsel doxa (communicative doxa)” kavramı öne çıkmaktadır. Eleştirel bir bakış açısıyla medyatizasyon süreci; medya entegrasyonunun, sosyal aktörlerin özerkliğini olumsuz yönde etkilemesi nedeniyle özünde bir “çelişki hali” olarak görülmekte ve yaratılan bu bağımlılıklar farklı boyutlarıyla tartışılmaktadır. Medyanın toplumsal gerçekliği nasıl yeniden kurduğu; yani temsil, çerçeveleme (framing), gündem kurma (agenda-setting) ve söylem üretimi gibi süreçler (Hall, 1997; McCombs & Shaw, 1972), iletişim sosyolojisi ve iletişim bilimlerinde uzun süredir tartışılan konulardır. Ancak yeni medya ortamlarının ortaya çıkışı ve kullanım yaygınlığı kazanması, bu klasik modellerin yeniden düşünülmesi ihtiyacını doğurmaktadır.

Stalder (2018), günümüz toplumunun “medya olmaksızın düşünülemeyeceğini” ileri sürerek; medya mantığının toplumsal kurumlara ve alanlara giderek daha fazla nüfuz ettiği bir toplumsal düzen kurgusunu ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım, medyatikleşme sürecini yalnızca iletişimsel bir dönüşüm olarak değil; aynı zamanda toplumsal alanların yeniden yapılanması biçiminde değerlendirmektedir. Dolayısıyla dijitalleşme, medya ve iletişim çalışmaları literatüründe salt teknik bir dönüşümün ötesinde; toplumsal yaşamın örgütlenme biçimini değiştiren yapısal bir kırılma noktası olarak anlaşılmalıdır. Bu dönüşümün ekonomi-politik boyutu ise oldukça katmanlı bir sömürü mekanizmasına işaret etmektedir. Shoshana Zuboff’un (2019) “gözetim kapitalizmi” kavramsallaştırması; platformların yalnızca aracılık yapan teknolojiler, yani birer “medius” olmadığını, aksine insan deneyimini hammadde olarak gören ekonomik mantıkla işlediğini ortaya koymaktadır. Arama motorundan elde edilen veriler ile milyonlarca kullanıcının davranış verisi Google’a aktarılmakta ve Google artık hiç kimsenin erişimi olmayan verilere yeni medya ve iletişim platformları aracılığıyla erişim sağlamaktadır. Google’ın benzersiz davranış verisine erişimi ile belli bir kişinin, belli bir zamanda ne düşündüğü ne hissettiği ve ne yaptığını bilmek artık mümkün hale gelmektedir (Zuboff, 2021). Christian Fuchs (2014) ise söz konusu sürece Marksist bir perspektiften yaklaşarak “dijital emek” kavramını öne sürmektedir. Fuchs (2014), kullanıcıların platformlarda içerik üreterek, paylaşım yaparak ve hatta sadece gezinerek platform sahipleri için artı değer yaratan ücretsiz işçilere dönüştüğünü vurgulamaktadır. Bu bağlamda gözetim kavramı; toplumsal güvenliği sağlama aracı olmaktan çıkarak, kişisel ve davranışsal verileri “tahmin ürünlerine” dönüştüren, bireylerin gelecekteki eylemlerini ve satın alma davranışlarını regüle etmeyi amaçlayan bir pazar mekanizması haline gelmiştir (Zuboff, 2019). Gelineen noktada medya çalışmaları, artık sadece içerik veya söylem analizi ile sınırlı değildir. Medya ve iletişimin doğru bir şekilde anlaşılması ve kavranması; verinin metalaştırılması, algoritmaların ideolojik doğası ve platformların teknik, ekonomik ve siyasal altyapılarının bütüncül bir şekilde çözümlenmesini zorunlu kılmaktadır (Srnicek, 201). Günümüzde medya ve iletişim, Habermas’ın (1989) klasik kamusal alan teorisinin sınırlarını genişleten veya kimi zaman daraltan bir rol üstlenmektedir. Dijital platformlar, “kişisel kamular” (Baym, 2015) ya da “platform kamusalılığı” (Poell & van Dijck, 2018) gibi farklı kamusalılık biçimleri üretmekte; bu durum kamusal tartışmanın niteliğini, erişilebilirliğini ve demokratik işlevini yeniden tartışmayı gerektirmektedir.

Bu noktada medya ve iletişim süreçlerinin yalnızca toplumsal ilişkileri ve kamusal alanı yeniden yapılandıran bir güç olarak değil, aynı zamanda

ekonomik davranışları ve finansal karar alma mekanizmalarını şekillendiren belirleyici bir unsur olarak ele alınması kaçınılmaz hale gelmektedir. Zira finansal piyasalar, büyük ölçüde enformasyon akışı, beklentiler ve algılar üzerinden işleyen yapılar olup; bu enformasyonun üretimi, dolaşımı ve yorumlanması süreçleri günümüzde büyük ölçüde yeni medya araçları ve dijital platformlar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Yeni medyanın gündem kurma, çerçeveleme ve temsil pratikleri; yatırımcıların risk algılarını, getiri beklentilerini ve piyasalara ilişkin öngörülerini doğrudan ya da dolaylı biçimde etkilemektedir. Özellikle dijitalleşme ve platformlaşma ile birlikte finansal bilginin hızlanması, parçalanması ve algoritmik olarak sıralanması; yatırım kararlarının rasyonel hesaplamalardan ziyade dikkat ekonomisi, duygusal tepkiler ve kolektif yönelimler çerçevesinde şekillenmesine zemin hazırlamaktadır. Bu bağlamda yeni medya iletişim araçları, yatırımcı davranışlarının oluşumunda yalnızca bilgi aktaran nötr kanallar olmaktan çıkarak, finansal karar alma süreçlerini de etkileyen bir faktör haline dönüşmektedir. Dolayısıyla finans teorisinde, özellikle davranışsal finanstaki “normal” yatırımcı açısından; medya etkisi, enformasyon asimetrisi, algı yönetimi, bilgi bombardımanı ve hızın dikkatle incelenmesi ve bununla birlikte karar vermeyi zorlaştıran ve sürü davranışını tetikleyen bu sürecin yeniden değerlendirilmesini gerektirmekte ve yeni medya ve iletişim araçlarının yatırımcı davranışları üzerindeki etkisini merkeze alan bir literatür incelemesi ihtiyacını ortaya koymaktadır.

4. Finans Teorisi

Finans; paranın yönetimi, dolaşımı ve tedariki (fon sağlama) ile ilgilenen bir çalışma alanıdır. Özünde, nakdin kaynaklarını ve kullanım alanlarını anlamının yanı sıra, risk-getiri dengesi (ödünleşimi) kavramını anlamakla ilgilidir (Ricciardi & Simon, 2000). Finans, finansal piyasaların, bu piyasaların ortaya koyduğu olguların ve tüm gelişmelerinin incelenmesiyle ilgilenmekte ve özellikle bu süreçlerin insan davranışı üzerindeki etkilerinin araştırılmasını kapsamaktadır. Bu süreç, başta yatırımcının kişiliği, eğilimleri, istekleri ve ilgileri olmak üzere birçok faktörün etkisi altındadır ve söz konusu unsurlar yatırım kararına yansımaktadır. Bu çerçevede süreç, geleneksel finans yaklaşımıyla başlamış; bu yaklaşım, finansal kararların zaman kısıtı ve risk içermediği varsayımı altında, fiyatların nasıl oluştuğunu ve ekonomik kaynakların en etkin biçimde nasıl tahsis edildiğini açıklamayı amaçlamıştır (Faris vd., 2024).

Finans teorisi, küresel ekonomik krizler, teknolojik ilerlemeler ve piyasa dinamiklerindeki değişimlerle birlikte sürekli bir dönüşüm geçirmiştir. Başlangıçta kurumsal yapı ve sermaye odaklı olan bu süreç, zamanla risk

yönetimi, küreselleşme ve insan psikolojisini merkeze alan çok boyutlu bir yapıya evrilmiştir. Finansal yönetimin ve teorisinin tarihsel süreçteki bu gelişimi ve odak noktalarındaki değişim, temel olaylar ekseninde Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1: Finansal Teorinin Tarihsel Gelişimi (Saito vd., 2013)

Dönem	Gelişmeler	Finans Teorisinde Yansımaları
20. yüzyılın başları	* Kurumsal birleşmelere (konsolidasyona) doğru hareket	- Sermaye yapısına ve temel finansal olaylara odaklanma
1920’ler – 1960’lar	* Yeni sanayilerin ortaya çıkışı	- Finansal yapı ile ilgili kaygılar
	* Birleşme (merger) süreçleri	- Likidite unsurlarının dikkate alınması
		- Planlama ve kontrol konularına ilişkin başlangıç düzeyinde tartışmalar
	* 1929 Buhranı (Krizi)	- Şirketlerin borç ödeme gücüne/likiditesine ve finansal toparlanmasına verilen önem
	* II. Dünya Savaşı	- Fon sağlama ve finansman temininin öneminin artması
	* Savaş sonrası durgunluk korkusu	- Kârlılık yerine nakit akışına (cash flow) vurgu yapılması
		- İç finansal kontroller (alacak ve borç hesapları, stoklar)
	* Teknolojik gelişme (bilgisayarlaşma)	- Modigliani ve Miller (1958) ile temettülerin ve sermaye yapısının (değerle) ilgisizliği hipotezi
	* Uluslararası ticaretin büyümesi	- Kalkınmanın önündeki engelleri belirlemek için sermaye maliyetleri analizi
		- Uluslararasılaşma sürecine uygun politikaların geliştirilmesi
1970’ler	* Teknolojik gelişme (bilgisayarlaşma)	- Markowitz, Tobin ve Sharpe’ın teorilerine ve piyasa etkinliğine duyulan ilgi
	* Bretton Woods Anlaşmalarının çöküşü	- CAPM (Sermaye Varlıkları Fiyatlama Modeli) kullanımı;
	* 1974 ABD borsa krizi	sistemik ve sistemik olmayan risk kavramları
	* ABD petrol fiyatları ve enflasyon artışı	
1980’ler	* Dış borç krizi: Gelişmekte olan ülkelerin borç moratoryumu ilan etmesi, finansal kriz	- Black-Scholes opsiyon fiyatlama formülüne artan ilgi
	* Finansal aracısızlaştırma (disintermediation) ve Birleşme & Satın Alma (M&A) faaliyeti	- Risk sınırlaması için karmaşık türev stratejilerin geliştirilmesi
	* Basel I Uzlaşısı (1988)	

1990'lar – 21. Yüzyıl	* Ekonominin küreselleşmesi ve işlem hacminin yoğunlaşması * Ekonomiler arasında artan karşılıklı bağımlılık * Uluslararası Ödemeler Bankası'nın (BIS) Ödeme ve Mutabakat Sistemleri Komitesi'ni (CPSS) kurması * Meksika krizi (1994-1995) * Asya krizi (1997-1998) * Rusya krizi (1998) * Basel Uzlaşısı'nın yeniden formüle edilmesi (Basel II) (1998) * Vaka Örnekleri: Metallgesellschaft, Barings Bank, Long-Term Capital Management * Arjantin krizi (2001-2002) * ABD muhasebe skandalları (Enron, Tyco, WorldCom vb.) * ABD konut kredileri (subprime mortgage) krizi	- Opsiyon ve vadeli işlem (futures) tabanlı korunma (hedging) stratejilerinin öneminin artması. - Risk yönetiminin önem kazanması - Sistematik riskin azaltılmasına yönelik endişe; takas riski ve kredi riskinin hafifletilmesine odaklanma - Değer yaratımı kavramına daha fazla önem verilmesi - Kurumsal Yönetişim (Corporate Governance) ve bilgi şeffaflığının daha fazla önem kazanması - Diğer paydaşlarla ilişkiler açısından önemli olan sosyal ve çevresel sorumluluk konusuna artan ilgi - Finans alanında kurumsal etik tartışmalarının öne çıkması - Davranışsal finans ve Minsky'nin (1982) katkılarının ilgi odağı haline gelmesi
----------------------------------	--	--

20. yüzyılın başlarındaki geleneksel finans anlayışı, demiryolu ağlarının genişlemesi ve büyük sanayi kuruluşlarının doğuşuyla birlikte rutin işlerden ziyade kurumsal birleşmelere ve sermaye yapısına odaklanmıştır. Bu dönemde finansal yöneticilerin temel amacı, büyüyen şirketlerin devasa fon ihtiyaçlarını yönetmek ve işletmeleri olası iflaslardan koruyarak finansal yapılarını güçlendirmek olmuştur. 1920'lerden II. Dünya Savaşı sonuna kadar hakim olan geleneksel yaklaşım, sermaye yapısı ve likidite sorunlarına odaklanarak finansal kararların şirket değeri üzerindeki etkisini göz ardı eden normatif (kuralcı) bir yapı sergilemiştir. 1950'lerden sonra ise ekonomik genişleme ve artan rekabetle birlikte odak noktası iç denetimlere, uluslararasılaşmaya ve kararların şirket değerine etkisini inceleyen pozitif (olgusal) yaklaşıma kaymıştır. 1950'lerde Markowitz ve Modigliani-Miller'ın öncülüğünde gelişen portföy teorisi ve kurumsal finans, 1970'lerdeki küresel krizler sonrası niceliksel modeller ve Etkin Piyasalar Hipotezi ile güç kazanmıştır. Ancak 1980'ler ve 1990'lardaki küreselleşme, finansal krizler ve şirket iflasları, risk yönetimi ve düzenleyici çerçevelerin gelişimini zorunlu kılarak, 21. yüzyılda piyasa etkinliği varsayımlarının sorgulanmasıyla davranışsal finans ve kurumsal yönetim yaklaşımları finansal yönetimin temel unsurları hâline gelmiştir (Markowitz, 1952; Modigliani & Miller, 1958; Fama, 1970; Saito vd., 2013).

4.1. Geleneksel Finans Yaklaşımı

Geleneksel finansın kökenleri 19. yüzyılın başlarına kadar uzansa da asıl gelişimini 20. yüzyılın ikinci yarısında gerçekleştirmiştir. Jon Von Neumann ve Oscar Morgenstern tarafından geliştirilen Beklenen Fayda Teorisi, geleneksel finansın temel dayanağını oluşturmakta ve bireyin rasyonel bir varlık olduğunu varsaymaktadır. Bu teoriye göre insan, rasyonel bir varlıktır ve rasyonel insan; kendi menfaati için ve maksimum fayda elde etmek amacıyla hareket eden, duygularından arınmış hipotetik bir insanı ifade etmektedir. Fayda teorisine göre insanlar, riskli ya da belirsizlik taşıyan fırsatları onlardan beklenen yararları karşılaştırarak seçmektedirler (Kıyılar & Akkaya, 2020). Bu bağlamda, rasyonel insan kurgusu, yatırımcılar ve yöneticiler de dahil olmak üzere bireylerin son derece karmaşık problemleri anlayabilecek ve sonsuz, anlık optimizasyonlar yapabilecek kapasiteye sahip olduğunu varsaymaktadır (Montier, 2002). Bu düşünce yapısının temel sonuçları, piyasa etkinliği ve arbitraj kavramlarıdır. Bu kavramlar hem yatırımcılar hem de kurumsal finansal karar vericiler için önemli teorik ve pratik sonuçlar doğurmaktadır (Baker & Nofsinger, 2010).

Meir Statman geleneksel finansı standart finans olarak ifade etmiş ve şu şekilde tanımlamıştır: “Standart finans, Miller ve Modigliani’nin arbitraj ilkeleri, Markowitz’in portföy ilkeleri, Sharpe, Lintner ve Black’in Sermaye Varlıkları Fiyatlama Teorisi ile Black, Scholes ve Merton’un opsiyon fiyatlama teorisi üzerine inşa edilmiş bir bilgi bütünüdür. Standart finans yaklaşımı, finansın tüm sorularına yanıt vermeyi amaçlayan bütünlük bir teori oluşturmak için asgari sayıda araçtan yararlanılması nedeniyle güçlü ve ikna edici bir yapıya sahiptir” (Statman, 1999).

Geleneksel finans teorisi, Harry Markowitz’in 1952 yılında ortaya koyduğu Modern Portföy Teorisi ile gelişmeye başlamıştır. Bu yaklaşımda risk, getirilerin standart sapmasıyla ölçülerek matematiksel ve istatistiksel bir yapıya kavuşturulmuş ve portföy çeşitlendirmesi yoluyla belirli bir getiri düzeyinde riskin minimize edilebileceği ortaya konulmuştur. 1960’lı yıllarda geliştirilen Etkin Piyasa Hipotezi (EPH) ise, rasyonel yatırımcı varsayımı ve risk-getiri ilişkisi çerçevesinde finansal piyasalarda fiyatların tüm mevcut bilgileri yansıttığını savunarak literatürde önemli bir paradigma oluşturmuştur (Kıyılar & Akkaya, 2020).

Etkin Piyasa Hipotezi’nin en basit rassal yürüyüş (random walk) versiyonu olan, riske göre düzeltilmiş hisse senedi getirilerinin martingale özelliği, getirilerin tahmin edilemez olduğu anlamına gelmektedir. Bu durum, getiri dağılımının ortalaması ve varyansı hakkında kapsamlı bilgiye sahip olunsu dahi, gelecekteki getirilerin öngörülebilir olmadığı anlamına

gelmektedir (Burton & Shah, 2013). Rassal yürüyüş teorisi; menkul kıymet fiyatlarındaki değişimlerin birbirinden bağımsız olduğunu ileri sürmektedir. Başka bir ifadeyle, çünkü fiyat değişiminin bugünkü fiyat değişimi üzerinde herhangi bir etkisi bulunmadığı gibi, bugünkü fiyat değişiminin de yarınki fiyat değişimi üzerinde bir etkisi yoktur. Teorinin adından da anlaşılacağı üzere, menkul kıymet fiyatlarının rassal ve dolayısıyla öngörülemez bir patika izlediği savunulmakta; bu nedenle uzun dönemde fiyat hareketlerinin tahmin edilmesinin anlamsız olduğu ifade edilmektedir. Bu yaklaşım çerçevesinde, temel analiz veya teknik analizin herhangi bir değer taşımadığı; dolayısıyla aktif portföy yönetimi yerine pasif portföy yönetiminin tercih edilmesi gerektiği ileri sürülmektedir (Daxhammer vd., 2023).

Bu gelişmeleri takiben 1960'lı yıllardan itibaren finans literatüründe finansal varlıkların fiyatlanması açıklamaya yönelik çeşitli modeller geliştirilmiştir. Bu bağlamda Sharpe (1964), Lintner (1965) ve Mossin (1966) tarafından birbirlerinden bağımsız olarak geliştirilen ve Black ile Treynor'un katkılarıyla şekillenen Finansal Varlıkları Fiyatlama Modeli (CAPM), beklenen getiriyi tek bir sistematik risk faktörü çerçevesinde açıklamayı amaçlamıştır. CAPM'de risk, varlık getirileri ile piyasa getirisi arasındaki kovaryansı temsil eden beta katsayısı ile ölçülmekte ve ortalama-varyans yaklaşımı temel alınmaktadır. Bununla birlikte, CAPM'in tek faktörlü yapısının sınırlılıkları, finansal varlık getirilerinin birden fazla faktörden etkilenebileceği varsayımına dayanan çoklu faktör modellerinin ve Ross (1976) tarafından geliştirilen Arbitraj Fiyatlama Teorisi'nin (APT) ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. APT, CAPM'e alternatif bir yaklaşım olarak, varlık getirilerinin farklı sistematik risk faktörleri tarafından belirlendiğini ileri sürmüş ve bu yönüyle varlık fiyatlamasına daha esnek bir çerçeve sunmuştur (Kıyılar & Akkaya, 2020).

Geleneksel finans yaklaşımı, bireylerin risk ve belirsizlik altında sistematik, tutarlı ve fayda maksimize edici kararlar aldığını varsayan normatif bir çerçeve sunarken, finansal piyasalarda gözlemlenen anomali ve tutarsızlıkları açıklamakta yetersiz kalmıştır. Her ne kadar bireylerin karmaşık yatırım süreçlerinde hatalarından ders çıkararak optimizasyon sağlayabildikleri kabul edilse de, uygulamada yatırımcıların her zaman rasyonel ve doğru kararlar veremediği görülmektedir. Ayrıca karar alma sürecinin yalnızca gelir düzeyiyle değil; bireylerin sosyal konumu, statüsü, çevresi ve ait olma arzusu gibi unsurlarla da şekillendiği ifade edilmekte, son dönemde psikolojik ve sosyolojik faktörlerin karar verme sürecindeki belirleyici rolünün giderek daha fazla önem kazandığına dikkat çekilmektedir (Çakmur Yıldıztan & Sarılı, 2020).

4.2. Davranışsal Finans Yaklaşımı

Davranışsal finansın temel bileşeni ve çıkış noktası, Herbert Simon tarafından 1950’li yılların ortalarından itibaren geliştirilen Sınırlı Rasyonellik Teorisi’dir. Bu teoriye göre piyasa katılımcıları yalnızca sınırlı düzeyde rasyonel davranış sergileyebilmektedir (Daxhammer vd., 2023). Simon (1987), sınırlı rasyonelliği “karar vericinin hem bilgi hem de hesaplama kapasitesine ilişkin bilişsel sınırlamalarını dikkate alan rasyonel seçim” olarak tanımlamaktadır. Sınırlı rasyonellik, gerçek karar alma sürecinin, ulaşılan kararları hangi yollarla etkilediğiyle yakından ilgilenmektedir (Baker & Ricciardi, 2014).

Davranışsal finans yaklaşımı, geleneksel paradigmayla açıkça çelişen sonuçlar ortaya koyan çok sayıda çalışmanın yapılması ve artan sayıda piyasa anomalisi karşısında ortaya çıkmıştır. Bu yaklaşımın temel varsayımı, irrasyonel yatırımcıların davranışlarının varlık fiyatlamasını etkileyebileceği ve bu etkilerin rasyonel arbitrajcular tarafından her zaman hızlı bir şekilde ortadan kaldırılamayacağıdır. Ek riskler ile gerçek hayattaki kurumsal ve örgütsel yapılar nedeniyle arbitrajın sınırları bulunmaktadır. Bu nedenle piyasalar her zaman etkin olmayabilir ve varlık fiyatları geleneksel piyasa modellerinin öngörülerinden sapma gösterebilir. Yatırımcıların irrasyonel davranışlarına ve psikolojik yanlılıklarına dayanan son derece sezgisel ve ikna edici açıklamalar, hem uygulayıcılar hem de akademisyenler arasında giderek daha fazla kabul görmüştür (Szyszka, 2013).

Davranışsal finans, daha kapsamlı bir alan olan davranışsal iktisadın (ekonominin) bir alt dalıdır (Burton & Shah, 2013). Davranışsal finans, özünde yatırımcıların ve piyasaların gerçekte sergilediği davranışları, yatırımcı davranışlarını açıklamaya çalışan teorilerle karşılaştırarak anlamayı ve açıklamayı amaçlamaktadır. Bu yaklaşım, yatırımcıların ve piyasaların nasıl davranması gerektiği varsayımına dayanan geleneksel (ya da standart) finanstan ayrılmaktadır. Statman’ın ifadesiyle, standart finasta bireyler “rasyonel” olarak modellenirken, davranışsal finasta bireyler “normal” olarak ele alınmaktadır. Bu durum, “normal” bireylerin irrasyonel davranabileceği şeklinde yorumlanabilse de, gerçekte neredeyse hiç kimsenin tamamen rasyonel davrandığı söylenemez. Temel olarak davranışsal finans, insanların hem bireysel hem de kolektif düzeyde kararları nasıl aldığını anlamaya odaklanmaktadır (Pompian, 2012).

Davranışsal finans temelde öne çıkan dört temadan oluşmaktadır. Bunlar; aşırı güven (overconfidence), finansal bilişsel çelişki (financial cognitive dissonance), pişmanlık teorisi (regret theory) ve beklenti teorisi (prospect theory). Mahajan (1992) aşırı güveni, “bir dizi olay

için olasılıkların olduğundan yüksek tahmin edilmesi” olarak tanımlamıştır. Festinger’in bilişsel çelişki teorisi ise bireylerin birbiriyle çelişen inançlara maruz kaldıklarında içsel bir gerilim ve kaygı hissettiklerini ileri sürmektedir. Bireyler, bu içsel çatışmayı iki yoldan biriyle gidermeye çalışır: (1) geçmişteki değerlerini, duygularını veya görüşlerini değiştirir ya da (2) yaptığı seçimi gerekçelendirmeye veya rasyonelleştirmeye çalışır. Bir diğer kavram, pişmanlık teorisi; bir bireyin, gelecekteki bir olay veya duruma vereceği beklenen tepkileri değerlendirdiğini ifade etmektedir. Bell (1982) pişmanlığı; belirli bir sonucun veya olay durumunun, vazgeçilen (seçilmeyen) bir tercihin durumuyla karşılaştırılmasından kaynaklanan duygu olarak tanımlamıştır. Son olarak beklenti teorisi, bireylerin her zaman rasyonel biçimde davranmadıkları düşüncesine dayanmaktadır. Bu teori, belirsizlik koşulları altında bireylerin tercihlerini etkileyen ve psikolojik faktörlerden kaynaklanan kalıcı yanlılıkların varlığını ileri sürmektedir. Beklenti teorisi, tercihleri karar ağırlıklarının bir fonksiyonu olarak ele almakta ve bu ağırlıkların her zaman olasılıklarla örtüşmediğini varsaymaktadır. Özellikle teori, karar ağırlıklarının küçük olasılıkları olduğundan fazla, orta ve yüksek olasılıkları ise olduğundan düşük ağırlıklandırma eğiliminde olduğunu öne sürmektedir (Ricciardi & Simon, 2000).

Daniel Kahneman ve Amos Tversky’nin 1979 yılında literatüre kazandırdığı beklenti teorisi sonrasında davranışsal finans alanında çeşitli modeller ortaya konmuştur. Son yıllarda yapılan çok sayıda ampirik çalışma, piyasa etkinliğinden sistematik sapmaların varlığını desteklerken, bu literatür çerçevesinde üç temel model öne çıkmaktadır. Barberis, Shleifer ve Vishny (1998) tarafından geliştirilen temsili yatırımcı modeli, yatırımcıların psikolojik önyargılarla karar verdiklerini ileri sürmektedir. Daniel, Hirshleifer ve Subrahmanyam (1998) aşırı güven ve kendine atfetme yanlılığına dayalı modelleriyle yatırımcı davranışlarını açıklamaya çalışırken; Hong ve Stein (1999) ise heterojen yatırımcılar arasındaki etkileşimi esas alan bir yaklaşım sunmaktadır. Genel olarak bu modeller, Etkin Piyasalar Hipotezi’ne yöneltilen eleştirileri açıklama gücüne sahip alternatif teorik çerçeveler olarak davranışsal finans literatüründe önemli bir yer tutmaktadır (Kıyılar & Akkaya, 2020).

Davranışsal modellerin açık öngörüler ortaya koyabilmesi için, irrasyonel davranışın niteliğini açık bir şekilde tanımlayabilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, davranış kalıplarının Bayes kuralından ve öznel beklenen faydanın maksimize edilmesi ilkesinden hangi yönlerde saptığı sorusu gündeme gelmektedir. Bu sorulara yanıt verebilmek amacıyla iktisatçılar, bilişsel psikoloji alanındaki deneysel bulgulardan yararlanmışlardır. Söz konusu araştırmalar, bireylerin tercihlerini belirlerken ve sahip oldukları inançlar

doğrultusunda karar alırken belirli yanlılıkların sistematik biçimde ortaya çıktığını göstermektedir. Bu nedenle psikoloji, davranışsal finansın ikinci temel dayanağını oluşturmaktadır. Davranışsal finansın üçüncü temel dayanağı olan sosyoloji ise çoğu zaman ihmal edilmekle birlikte, özellikle bireylerin piyasalarda ve bilhassa finansal piyasalarda etkileşim içinde olmaları nedeniyle büyük önem taşımaktadır. Uzun süre boyunca bireylerin kararlarını herhangi bir etkileşim olmaksızın ve diğer bireylerin etkisinden bağımsız olarak aldıkları varsayılmıştır. Oysa finansal piyasalardaki davranışlar genellikle izole biçimde gerçekleşmemekte, aksine büyük ölçüde toplumsal etkileşimlerden etkilenmektedir (Schindler, 2007).

Davranışsal finans literatüründe, yatırımcıların rasyonel karar alma süreçlerinden sapmasına neden olan psikolojik faktörler “Davranışsal Yanlılıklar (behavioral biases)” olarak ifade edilmektedir. Geleneksel finansın “Homo Economicus” varsayımının aksine, gerçek piyasa aktörleri bilgiyi işlerken veya belirsizlik altında karar verirken sistematik hatalara düşebilmektedir. Genellikle bilişsel (bilgi işleme hataları/cognitive) ve duygusal (dürtüsel tepkiler/emotional) olmak üzere iki ana eksenle sınıflandırılan bu yanlılıklar, varlık fiyatlamalarında anomalilere ve portföy yönetiminde etkin olmayan tercihlere yol açmaktadır. Literatürde öne çıkan temel bilişsel yanlılıklar; *aşırı güven, temsil edilebilirlik, çıpalama ve düzeltme, bilişsel çelişki, erişilebilirlik, kendine atfetme, kontrol yanlısaması, muhafazakarlık, belirsizlikten kaçınma, zihinsel muhasebe, doğrulama, geri görüş, yakınlık ve çerçeveleme yanlılığı* şeklindedir. Duygusal yanlılık türleri ise; *sahiplik etkisi, öz denetim, iyimserlik, kayıptan kaçınma, pişmanlıktan kaçınma ve statüko yanlılığı* olarak ortaya çıkmaktadır (Pompian, 2006).

Davranışsal finans literatüründe yer alan bu teoriler ve modeller, yatırımcıların karar alma süreçlerinde psikolojik faktörlerin ve bilişsel yanlılıkların ne denli belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak, bireylerin rasyoneliteden sapmasına neden olan bu içsel dinamikler, boşlukta oluşmamakta; aksine yatırımcının maruz kaldığı bilgi akışıyla tetiklenmektedir. Günümüz finansal piyasalarında bilginin üretimi, dağıtımı ve yatırımcılar üzerindeki algısal etkileri büyük ölçüde iletişim teknolojileri üzerinden gerçekleşmektedir. Bu bağlamda, yukarıda değinilen davranışsal anomalilerin kökenlerini daha iyi analiz edebilmek için, yatırımcıların bilgiye erişim kanallarını ve bu kanalların karar mekanizmaları üzerindeki dönüştürücü gücünü incelemek elzemdir. Çalışmanın takip eden bölümünde, yatırımcı davranışlarını şekillendiren en önemli dışsal faktörlerden biri olan yeni medya ve iletişim araçlarının etkileri literatür üzerinden incelenmiştir.

5. Literatür İncelemesi

Yeni medya iletişim araçlarının yükselişi, finansal bilgiye erişim hızını ve maliyetini kökten değiştirerek yatırımcıların karar alma mekanizmalarını yeniden şekillendirmiştir. Geleneksel tek yönlü bilgi akışının aksine, sosyal medya platformları ve çevrimiçi forumlar etkileşimli bir yapı sunarak bilgi asimetrisini azaltsa da; yarattığı “yankı odaları” ile yatırımcıları doğrulama yanlılığına (confirmation bias) ve aşırı güvene (overconfidence) sürüklemeye riski taşımaktadır. Özellikle dijital topluluklardaki akran etkileşimi ve “finfluencer (financial influencer)” yönlendirmeleri; temel analizden uzak, sürü psikolojisi (herding) ve fırsatı kaçırma korkusu (FOMO) ile tetiklenen spekülasyon işlemleri artırmaktadır. Dolayısıyla yeni medya araçları, piyasa katılımını tabana yayarken, aynı zamanda gürültü ticareti (noise trading) ve volatilitiyi besleyen, rasyonel kararları baskılayabilen çift yönlü bir etkiye sahiptir. Bu bağlamda, devam eden paragraftan itibaren, kronolojik olarak yeni medya iletişim araçlarının finansal kararlar üzerine etkisinin incelendiği çalışmalara yer verilmiştir.

Atoom ve arkadaşları (2021) tarafından yapılan çalışmada, Amman Finansal Piyasası’nda işlem yapan 150 yatırımcıdan anket yöntemiyle elde edilen veriler kullanılarak yeni medyanın yatırım kararları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Betimsel-analitik ve nicel yöntem çerçevesinde yürütülen analizler sonucunda, yatırımcıların önemli bir kısmının yatırım kararlarını şekillendirmede sosyal medya ve uzmanlaşmış finansal web sitelerinden yararlandığı; özellikle Facebook ve Amman Menkul Kıymetler Borsası’nın resmî internet sitesinin öne çıktığı tespit edilmiştir. Bulgular, yeni medya araçlarının yatırımcıların alım, satım ve işlem yapmama kararları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Khatik ve arkadaşları (2021), sosyal medyanın Z kuşağının yatırım kararları üzerindeki etkisini, finansal okuryazarlık ve çevrimiçi topluluk davranışları değişkenleriyle birlikte incelemiştir. Araştırmacılar, Hindistan’ın Bhopal şehrinde yaşayan ve 25 yaş altı bireylerden oluşan 404 katılımcıdan Google Forms aracılığıyla çevrimiçi anket verisi toplamış ve elde edilen verileri Smart PLS yazılımı kullanılarak Yapısal Eşitlik Modellemesi (SEM) ile analiz etmiştir. Çalışmanın bulguları, sosyal medyanın, topluluk davranışının ve finansal okuryazarlığın yatırım kararları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğunu gösterirken; sosyal medyanın yatırım kararları üzerinde en güçlü doğrudan etkiye ($\beta=0.494$), finansal okuryazarlığın ise en güçlü dolaylı etkiye ($\beta=0.228$) sahip olduğunu ve Z kuşağının yatırım tercihlerinde sosyal medya içerikleri ile çevrimiçi topluluk etkileşimlerinin belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymuştur.

Subramanian ve Prerana (2021), Hindistan'daki genç yetişkinlerin yatırım kararları üzerinde sosyal medyanın etkisini analiz etmek amacıyla nitel ve nicel yöntemleri birleştiren bir araştırma yürütmüştür. Araştırmacılar, Hindistan genelinde ağırlıklı olarak 18-25 yaş aralığındaki öğrencilerden ve çalışanlardan oluşan 120 katılımcıdan anket yoluyla veri toplamış ve bu verileri betimsel istatistikler kullanarak değerlendirmiştir. Bulgular, katılımcıların %92,4'ünün sosyal medyada finansal içeriklerle karşılaştığını, Instagram'ın en popüler bilgi kaynağı olduğunu ve yatırım fonları ile kripto paraların en çok tercih edilen yatırım araçları olduğunu göstermiştir. Ayrıca çalışma, sosyal medyanın katılımcıların %56'sının tercih ettikleri yatırım seçeneğinden haberdar olmasını sağladığını, %32'sini konu hakkında daha fazla öğrenmeye teşvik ettiğini ve %10'unu doğrudan yatırıma yönlendirdiğini, ancak katılımcıların önemli bir kısmının (%33) içerikleri yanıltıcı bulduğunu ortaya koymuştur.

Hasselgren ve arkadaşları (2022), sosyal medya duyarlılık verilerinin yatırım kararlarında etkin bir araç olarak kullanılıp kullanılamayacağını test etmek amacıyla bir prototip sistem tasarlamış ve uygulamıştır. Araştırmada veri seti olarak, S&P 500 endeksinden seçilen beş popüler hisse senedine (Apple, Tesla, Meta, Google ve Amazon) ait Twitter API aracılığıyla toplanan tweetler ve Yahoo Finance'den elde edilen borsa performans verileri kullanılmıştır. Araştırma yöntemi olarak, ikili sınıflandırma için Lojistik Regresyon Algoritması (LRA) tercih edilmiş ve buna ek olarak, tweetlerin "beğeni" sayılarını duyarlılık skoruna dahil eden, böylece kolektif duyarlılığı daha iyi ölçmeyi hedefleyen yeni bir ağırlıklandırma yaklaşımı geliştirilmiştir. Bulgular, sosyal medya duyarlılık trendlerinin hisse senedi performansıyla karşılaştırıldığında, özellikle Tesla örneğinde trendlerin birbirini çok yakından takip ettiğini, Amazon ve Apple için kısmi benzerlikler görüldüğünü, ancak Meta ve Google hisselerinde ilişkinin daha zayıf olduğunu ortaya koymuştur. Sonuç olarak çalışma, sosyal medya duyarlılığının yatırım kararlarında yardımcı bir araç olarak kullanılabileceğini kanıtlamış, ancak farklı hisseler ve diller için daha ileri araştırmalar yapılması gerektiğini belirtmiştir.

Tandon ve Jain (2022), sosyal medyanın genç yetişkinlerin yatırım kararları ve tercihleri üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırmacılar, 100 katılımcıdan (genç yetişkinler) anket yoluyla birincil veri toplamış ve elde edilen verileri çoklu regresyon analizi kullanarak nicel yöntemlerle değerlendirmiştir. Bulgular, sosyal medya kullanımının yatırım kararları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve güçlü bir etkiye sahip olduğunu, oluşturulan modelin yatırım kararlarındaki değişimin %86,9'unu açıkladığını göstermiştir. Ayrıca analizler, katılımcıların en çok hisse senetlerine yatırım yapmayı tercih ettiğini, finansal içeriklere ulaşmak için en sık Google platformunu

kullandığını ve sosyal medyayı kişisel finans becerilerini geliştirmek adına aktif bir araç olarak gördüklerini ortaya koymuştur.

Hasanudin (2023), Bogor Şehri'ndeki Y kuşağının (milenyal) yatırım kararları üzerinde sosyal medyanın etkisini belirlemek amacıyla nicel bir araştırma yürütmüştür. Araştırmacı, sosyal medyayı aktif olarak kullanan 400 milenyal katılımcıdan amaçlı örnekleme tekniği ile anket yoluyla veri toplamış ve elde edilen verileri basit doğrusal regresyon analizi ve t-testi kullanarak değerlendirmiştir. Analiz sonuçları, sosyal medyanın milenyal kuşağın yatırım kararları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğunu, sosyal medya kullanımındaki her birimlik artışın yatırım kararlarında 1.079 puanlık bir artışa yol açtığını göstermiştir. Ayrıca çalışmada belirleme katsayısı (R^2) %53 olarak hesaplanmış; bu durum, yatırım kararlarındaki değişimin yarısından fazlasının doğrudan sosyal medya faktörü ile açıklanabildiğini ortaya koymuştur.

Khadka ve Chapagain (2023), Nepal borsası bağlamında sosyal medyanın farklı boyutlarının bireysel yatırımcıların kararları üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırmacılar, kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen 384 bireysel yatırımcıdan yapılandırılmış anketler aracılığıyla veri toplamış ve bu verileri tanımlayıcı istatistikler, Pearson korelasyonu ve standart çoklu regresyon analizi kullanarak değerlendirmiştir. Bulgular, sosyal medyanın tüm boyutlarının yatırım kararlarıyla istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişkiye sahip olduğunu göstermiştir. Özellikle sosyal medya içeriğinin, çevrimiçi topluluk davranışı ve kurumsal imaja kıyasla yatırım kararları üzerinde daha güçlü bir ilişkiye sahip olduğu tespit edilmiş olup, genel sosyal medya unsurlarının yatırım kararlarındaki değişimin %63,4'ünü açıkladığı sonucuna varılmıştır.

Sathya ve Prabhavathi (2023), sosyal medyanın bireysel yatırımcıların yatırım kararları, davranışsal önyargıları ve risk algısı üzerindeki etkisini araştırmıştır. Araştırmacılar, Twitter, Facebook ve LinkedIn platformları üzerinden ulaşılan ve yatırım bilgisi için sosyal medyayı kullanan 500 bireysel yatırımcıdan çevrimiçi anket yoluyla veri toplamış; bu verileri betimsel istatistikler, korelasyon, regresyon ve aracılık analizi teknikleriyle incelemiştir. Bulgular, sosyal medya kullanımının yatırım kararlarını istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilediğini ($\beta=0.34$), yani kullanım arttıkça yatırımcıların kararlarına olan güvenlerinin arttığını göstermiştir. Ayrıca analizler, aşırı güven önyargısının yatırım kararlarını pozitif, sürü davranışının ise negatif etkilediğini ve risk algısının sosyal medya kullanımı ile yatırım kararları arasında kısmi bir aracı rol oynadığını ortaya koymuştur.

Zhao ve Li (2024), sosyal medya kullanım kalıplarının, bilgiye maruz kalmanın ve aile finansal okuryazarlığının aile yatırım davranışları üzerindeki karmaşık etkilerini incelemiştir. Araştırmacılar, 2000-2022 yılları aralığını kapsayan ve 75 ülkeden elde edilen verileri kullanarak Robust regresyon, Genelleştirilmiş En Küçük Kareler (GLS) ve Uygulanabilir Genelleştirilmiş En Küçük Kareler (FGLS) modelleri aracılığıyla analizler gerçekleştirmiştir. Çalışmanın bulguları, sosyal medyada geçirilen iletişim süresinin aile yatırım davranışları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve negatif bir etkisi olduğunu, buna karşın yatırım hedefleri belirlemenin, sosyal medya etkisinin ve teknoloji benimsemenin yatırım davranışlarını pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Ayrıca, yüksek risk algısının yatırımları azalttığı, sosyal medyanın ailelerin finansal risk algısını ve uzun vadeli planlamalarını şekillendirdiği, ancak bilgi güvenilirliği konusunda dikkatli olunması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Ningtyas ve arkadaşları (2024), sosyal medya faktörlerinin ve dijital finansal okuryazarlığın Endonezya'daki Müslüman Z kuşağının yatırım kararları üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkilerini incelemiştir. Araştırmacılar, amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilen 175 Z kuşağı yatırımcısından çevrimiçi anket aracılığıyla veri toplamış ve bu verileri SEM-PLS (Yapısal Eşitlik Modellemesi-Kısmi En Küçük Kareler) analizi kullanarak değerlendirmiştir. Bulgular, sosyal medyadan edinilen bilgilerin dijital finansal okuryazarlığı artırdığını ve bu okuryazarlığın da yatırım kararlarını olumlu yönde etkilediğini gösterirken; çevrimiçi topluluk davranışlarının dijital finansal okuryazarlık üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığını ortaya koymuştur. Ayrıca çalışma, sosyal medya bilgisinin ve çevrimiçi topluluk davranışlarının yatırım kararları üzerinde doğrudan pozitif bir etkisi olduğunu, ancak dijital finansal okuryazarlığın yalnızca sosyal medya bilgisi ile yatırım kararları arasındaki ilişkide aracı rol oynadığını, çevrimiçi topluluk davranışları için ise böyle bir aracılık etkisinin bulunmadığını tespit etmiştir.

Kuerzinger ve Stangor (2024), yapay zeka tarafından üretilen olumlu ve olumsuz tweetlerin yatırım davranışları üzerindeki etkisini, sunulan tarihsel ve temel finansal verilerle karşılaştırmalı olarak deneysel bir yaklaşımla incelemiştir. Araştırmacılar, Heinrich-Heine Üniversitesi'nde gerçekleştirilen ve kalite kontrolleri sonrası 259 katılımcıdan oluşan bir örneklem ile laboratuvar deneyi yürütmüş; katılımcıları farklı finansal ve sosyal medya senaryolarına (olumlu/olumsuz finansallar ve tweetler) maruz kalan altı gruba ayırarak elde edilen verileri ANOVA ve aracılık analizi ile değerlendirmiştir. Bulgular, sosyal medya paylaşımlarının yatırım kararları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir doğrudan etkisinin bulunmadığını, ancak tweetlerin bireylerin şirketin finansal verilerine yönelik algısını

değiştirerek dolaylı ve güçlü bir etki yarattığını göstermiştir. Ayrıca çalışma, özellikle finansal verilerin olumsuz olduğu durumlarda olumlu tweetlerin yatırımcı algısını yukarı çekerek “çıpalama (anchoring)” etkisi yarattığını ve bu yolla yatırım kararlarını şekillendirdiğini ortaya koymuştur.

Amran ve arkadaşları (2024), dijital okuryazarlık, finansal okuryazarlık ve sosyal medyanın Cakarta’daki Y (Milenyal) ve Z kuşağının kripto para yatırım kararları üzerindeki etkilerini Planlı Davranış Teorisi çerçevesinde incelemiştir. Araştırmacılar, kripto para piyasasını bilen veya aşına olan toplam 125 katılımcıdan amaçlı örnekleme yöntemiyle anket verisi toplamış ve bu verileri PLS-SEM (Kısmi En Küçük Kareler-Yapısal Eşitlik Modellemesi) tekniği ile analiz etmiştir. Bulgular, dijital okuryazarlık ve sosyal medyanın, davranışsal niyet aracılığıyla yatırım kararları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğunu gösterirken; şaşırtıcı bir şekilde finansal okuryazarlığın kripto para yatırım niyeti veya kararları üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığını ortaya koymuştur. Ayrıca analizler, Z kuşağının yatırım kararlarında dijital okuryazarlığın etkisinin daha baskın olduğunu ve bu kuşağın teknolojik değişimlere daha uyumlu olduğunu, sosyal medyanın ise her iki kuşağın kararlarını şekillendirmede önemli bir rol oynadığını belirlemiştir.

Rijanto ve Utami (2024), finansal teknoloji kullanımı, sosyal medya influencer’ları ve yatırım deneyiminin kripto para yatırım kararları üzerindeki etkisini, finansal okuryazarlığın düzenleyici rolüyle birlikte incelemiştir. Araştırmacılar, Endonezya’nın Jabodetabek bölgesinde yaşayan, 20-30 yaş aralığındaki 192 kripto para yatırımcısından kolayda örnekleme yöntemiyle çevrimiçi anket verisi toplamış ve bu verileri SEM-PLS kullanarak analiz etmiştir. Bulgular, finansal teknoloji kullanımının ve sosyal medya influencer’larının kripto para yatırım kararları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğunu gösterirken; yatırım deneyiminin (süre bazında) kararlar üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığını ortaya koymuştur. Ayrıca çalışma, finansal okuryazarlığın bu değişkenlerin yatırım kararları üzerindeki etkisini güçlendirmede (düzenleyici rol oynamadığını), yani yatırımcıların kararlarında teknolojik kolaylık ve sosyal etkilerin finansal bilgi birikiminden veya deneyim süresinden daha baskın olduğunu tespit etmiştir.

Shah ve arkadaşları (2024), sosyal medya kullanım sıklığı, tercih edilen platformlar ve algılanan güvenilirliğin yatırım kararları üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırmacılar, Hindistan’ın Ahmedabad şehrinde rastgele seçilen 103 katılımcıdan yapılandırılmış anket yoluyla veri toplamış ve elde edilen verileri SPSS yazılımı aracılığıyla ANOVA testleri kullanarak nicel

yöntemlerle değerlendirmiştir. Bulgular, sosyal medya kullanım sıklığının ve bilgi kaynağına duyulan güvenin yatırımcı davranışlarını istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilediğini; sosyal medyayı sık kullanan ve buradaki bilgiye güvenen yatırımcıların kararlarını bu platformlara göre şekillendirme eğiliminde olduğunu göstermiştir. Buna karşın analizler, kullanılan belirli sosyal medya platformlarının (Facebook, Twitter vb.) veya içerik türünün yatırım kararları üzerinde anlamlı bir fark yaratmadığını ortaya koyarken, genç nüfusun (18-24 yaş) yatırım bilgisi edinmek için sosyal medyaya daha fazla yöneldiğini tespit etmiştir.

Singh ve Chakraborty (2024), sosyal medyanın finansal yatırım kararları ve borsa katılımı üzerindeki rolünü inceleyen ve mevcut literatürdeki boşlukları belirleyen kapsamlı bir sistematik literatür taraması yapmıştır. Araştırmacılar, Scopus ve Web of Science veri tabanlarından taranan, 2013-2023 yılları arasında yayınlanmış ve Q1/Q2 çeyreklik dilimlerinde yer alan toplam 41 makaleyi veri seti olarak kullanmıştır. Çalışmada, literatürü şeffaf ve yapılandırılmış bir şekilde analiz etmek amacıyla SPAR-4-SLR protokolü ve TCCM (Teori, Bağlam, Özellikler ve Metodoloji) çerçevesi kullanılmıştır. Bulgular, sosyal medya kullanımı ile borsa katılımı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu doğrulamakla birlikte; mevcut araştırmaların ağırlıklı olarak Sosyal Teori ve Davranışsal Finans teorilerine dayandığını, metodolojik olarak nicel yöntemlerin (özellikle duygu analizi) baskın olduğunu ve nitel çalışmaların eksik kaldığını ortaya koymuştur.

Vasquez ve Cross (2024), sosyal medyanın çevrimiçi bir topluluk içindeki bireysel yatırımcıların kararları üzerindeki etkisini Sosyal Öğrenme Teorisi çerçevesinde incelemiştir. Araştırmacılar, çevrimiçi bir finans topluluğuna üye olan 20 bireysel yatırımcı ile Zoom üzerinden yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirmiş ve elde edilen verileri NVivo yazılımı aracılığıyla nitel durum çalışması ve tematik analiz yöntemlerini kullanarak değerlendirmiştir. Bulgular, sosyal medya kullanımı ile yatırım kararları arasında doğrulanmış bir ilişki olduğunu; yatırımcıların bu platformları potansiyel yatırım fırsatlarından haberdar olmak (farkındalık), piyasa duyarlılığını (sentiment) ölçmek ve kendi analizlerini topluluk davranışlarıyla karşılaştırmak amacıyla kullandıklarını göstermiştir.

Kumalasari ve arkadaşları (2025), dijital çağda Z kuşağının çevrimiçi yatırım kararları üzerinde kontrol odağı, sosyal medya ve finansal okuryazarlığın etkilerini, finansal okuryazarlığın aracı rolüyle birlikte incelemiştir. Araştırmacılar, Politeknik Negeri Semarang'da öğrenim gören 100 öğrenciden amaçlı örnekleme yöntemiyle anket verisi toplamış ve elde edilen verileri SmartPLS 3 yazılımı aracılığıyla PLS-SEM tekniği

kullanarak analiz etmiştir. Bulgular, kontrol odağı, sosyal medya ve finansal okuryazarlığın yatırım kararları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir doğrudan etkiye sahip olduğunu gösterirken; finansal okuryazarlığın hem kontrol odağı hem de sosyal medya kullanımı ile yatırım kararları arasındaki ilişkide anlamlı bir aracı değişken olarak rol oynadığını ortaya koymuştur. Ayrıca çalışma, oluşturulan modelin yatırım kararlarındaki varyasyonun %48,7'sini açıkladığını belirlemiştir.

Mathews ve arkadaşları (2025), sosyal medyanın finansal karar alma süreçleri üzerindeki etkisini yaş grupları (genç ve orta yaşlı yetişkinler) bağlamında karşılaştırmalı olarak incelemiştir. Araştırmacılar, Hindistan'da yaşayan, 22-34 yaş aralığındaki genç yetişkinler ve 45-64 yaş aralığındaki orta yaşlı yetişkinlerden oluşan toplam 98 katılımcıdan web tabanlı anket yoluyla veri toplamış ve elde edilen verileri Mann-Whitney U, Kruskal-Wallis ve Wilcoxon Signed-Rank testleri ile analiz etmiştir. Bulgular, genç yetişkinlerin finansal kararlarında sosyal medyadan istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha fazla etkilendiğini, "Fırsatı Kaçırma Korkusu" (FOMO) ile hareket ettiğini ve bu platformları daha güvenilir bulduğunu gösterirken; orta yaş grubunun sosyal medyaya karşı daha temkinli yaklaştığını ve geleneksel bilgi kaynaklarını tercih ettiğini ortaya koymuştur. Ayrıca analizler, yüksek kullanım oranlarına rağmen katılımcıların sosyal medyadaki yanlış bilgi ve dolandırıcılık risklerinin farkında olduklarını belirlemiştir.

Joshi ve Rawat (2025), sosyal medya bilgilerinin ve çevrimiçi topluluk gruplarının bireysel yatırımcıların kararları üzerindeki etkisini, sermaye piyasası okuryazarlığının aracı rolüyle birlikte Nepal sermaye piyasası bağlamında incelemiştir. Araştırmacılar, amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilen ve yatırım süreçlerinde sosyal medyayı kullanan 384 bireysel yatırımcıdan anket yoluyla veri toplamış ve bu verileri betimsel istatistikler ile regresyon analizi kullanarak değerlendirmiştir. Çalışmanın bulguları, sosyal medyadaki bilgilerin ve çevrimiçi topluluk gruplarının yatırım kararları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğunu, Facebook'un ise yatırımcılar arasında en baskın platform olduğunu göstermiştir. Ayrıca analizler, sermaye piyasası okuryazarlığının sosyal medya kullanımı ile yatırım kararları arasındaki ilişkide kısmi aracı rolü oynadığını; modele dahil edildiğinde varyansın açıklanma oranını %31'den %40,9'a çıkardığını ve finansal bilgi düzeyi yüksek yatırımcıların dijital platformlardaki bilgileri daha etkili değerlendirerek daha rasyonel kararlar aldığını ortaya koymuştur.

Choudhary ve Yamuna (2025), sosyal medya influencer'larının yatırımcıların risk algısı ve yatırım kararlarına yönelik tutumları üzerindeki etkisini Kaynak Güvenilirliği Teorisi bağlamında incelemiştir. Araştırmacılar,

Hindistan'ın Chennai bölgesindeki 142 borsa yatırımcısından kolayda ve kartopu örnekleme yöntemleriyle çevrimiçi anket verisi toplamış ve elde edilen verileri çoklu regresyon analizi ile PROCESS makrosu kullanılarak yapılan aracılık analiziyle değerlendirmiştir. Bulgular, influencer içeriğine maruz kalmanın takipçi etkileşimini, etkileşimin influencer güvenilirliğini ve güvenilirliğin de takipçi güvenini istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilediğini gösterirken; takipçi güveninin yatırımcı tutumlarını doğrudan iyileştirdiğini ortaya koymuştur. Ayrıca çalışma, algılanan riskin takipçi güveni ile yatırım kararları arasındaki ilişkide kısmi aracı rolü oynadığını, yani influencer'lara duyulan güvenin yatırımcıların risk algısını değiştirerek dolaylı yoldan da kararları şekillendirdiğini tespit etmiştir.

Garg ve arkadaşları (2025), sosyal medya duyarlılıklarının, güven faktörü ve yatırım tercihleri bağlamında yatırımcıların sosyal medya tutumları üzerindeki etkisini "Düzenlenmiş Aracılık" modeliyle incelemiştir. Araştırmacılar, Hindistan borsasında işlem yapan 279 bireysel yatırımcıdan anket yoluyla veri toplamış ve bu verileri Smart-PLS yazılımı aracılığıyla PLS-SEM tekniği kullanarak analiz etmiştir. Bulgular, sosyal medya duyarlılıklarının hem yatırımcı güvenini hem de sosyal medya tutumunu istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilediğini, güvenin sosyal medya duyarlılıkları ile tutum arasındaki ilişkide aracı rol oynadığını göstermiştir. Buna karşın çalışma, yatırım tercihinin sosyal medya duyarlılıkları ile güven arasındaki ilişkide anlamlı bir düzenleyici etkisinin bulunmadığını, ancak güvenin yatırımcıların risk alma ve riskli menkul kıymetlere yönelme isteklerini şekillendirdiğini ortaya koymuştur.

Awad ve arkadaşları (2025), sosyal medyanın Mısır borsasındaki bireysel yatırımcıların işlem sıklığı, sürü psikolojisi ve aşırı güven üzerindeki etkilerini incelemiştir. Araştırmacılar, Mısır borsasıyla ilgili iki popüler Facebook sayfası üzerinden ulaşılan 300 aktif yatırımcıdan yapılandırılmış anket yoluyla veri toplamış ve elde edilen verileri SPSS yazılımı aracılığıyla korelasyon ve regresyon analizi kullanarak değerlendirmiştir. Bulgular, sosyal medya kullanımının işlem sıklığını istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilediğini, yatırımcıların hızlı bilgi akışına dayalı olarak daha tepkisel kararlar verdiğini göstermiştir. Ayrıca çalışma, sosyal medya etkileşiminin sürü davranışını tetiklediğini, yani yatırımcıların çevrimiçi topluluklardaki trendleri ve başkalarının kararlarını takip etme eğiliminde olduğunu; sosyal medyaya maruz kalmanın ise aşırı güveni artırarak yatırımcıları daha yüksek risk almaya yönelttiğini tespit etmiştir.

6. Sonuç

Yeni medya ve iletişim araçlarının finansal piyasalar üzerindeki etkisi, teknolojik determinizmin ötesine geçerek sosyolojik ve ekonomik bir paradigma değişimine işaret etmektedir. Bu çalışmada gerçekleştirilen literatür incelemesi, dijital platformların yatırımcı davranışlarını etkilediğini, bilgiye erişimi demokratikleştirirken aynı zamanda yeni davranışsal riskler doğurduğunu ortaya koymaktadır. Çalışmanın teorik çerçevesi ve incelenen ampirik araştırmalar ışığında ulaşılan sonuçlar aşağıdaki şekilde özetlenebilir.

Bilgi Akışının Hızı ve Karar Süreçleri: Yeni medya, finansal bilgi asimetrisini azaltarak bireysel yatırımcıların piyasaya katılımını artırmıştır. Ancak, bilginin teyit edilmeden hızla yayılması ve algoritmik içerik akışları, yatırımcıları rasyonel analizden uzaklaştırarak anlık, duygusal ve tepkisel kararlar almaya itmektedir.

Davranışsal Yanlılıkların Tetiklenmesi: İncelemeler, sosyal medya kullanımının “sürü davranışı (herding)”, “aşırı güven (overconfidence)” ve “doğrulama yanlılığı (confirmation bias)” gibi davranışsal anomalileri beslediğini göstermektedir. Yatırımcılar, çevrimiçi topluluklardaki trendleri takip etme eğilimi göstererek, temel finansal verilerden ziyade sosyal medyadaki kolektif duygu durumuna (sentiment) göre hareket etmektedirler.

Kuşaklar Arası Farklılaşma: Literatürdeki bulgular, özellikle Z kuşağı ve Y kuşağı yatırımcılarının sosyal medyadan daha fazla etkilendiğini ortaya koymaktadır. Genç yatırımcılar, finansal bilgi kaynağı olarak geleneksel araçlar yerine sosyal medya influencer'larını (finfluencer) ve dijital toplulukları tercih etmekte; bu durum “Fırsatı Kaçırma Korkusu (FOMO)” ile birleşerek riskli varlıklara (kripto paralar vb.) yönelmelerine neden olmaktadır.

Güven ve Risk Algısı: Sosyal medya fenomenlerine ve çevrimiçi topluluklara duyulan güven, yatırımcıların risk algısını değiştiren önemli bir faktördür. Araştırmalar, influencer güvenilirliğinin takipçi güvenini artırarak yatırım kararlarını doğrudan etkilediğini, ancak bu durumun bazen yanıltıcı yönlendirmelere ve finansal kayıplara zemin hazırlayabildiğini göstermektedir.

Finansal Okuryazarlığın Rolü: Dijital platformların etkisi altında, finansal okuryazarlık düzeyi kritik bir tampon mekanizması işlevi görmektedir. Finansal okuryazarlığı yüksek olan yatırımcılar, sosyal medyadaki bilgileri daha eleştirel bir süzgeçten geçirirken; düşük olanlar manipülasyona ve spekülasyon hareketlere daha açık hale gelmektedir.

Özetle, yeni medya iletişim araçları, finansal piyasaların habitusunu değiştirmiş ve yatırımcıyı izole bir karar vericiden, ağlarla örülü bir

etkileşim alanının parçası haline getirmiştir. Finansal piyasaların geleceğinde, algoritmaların, veri madenciliğinin ve sosyal ağ dinamiklerinin etkisinin artarak devam edeceği öngörülmektedir. Bu bağlamda, yatırımcıların dijital okuryazarlık ve finansal okuryazarlık seviyelerinin artırılması, sosyal medya kaynaklı manipülasyonların ve irrasyonel piyasa dalgalanmalarının önlenmesi adına elzem görünmektedir. İleride yapılacak çalışmalarda, yapay zeka destekli yatırım tavsiyelerinin ve “Deepfake” teknolojilerinin yatırımcı psikolojisi üzerindeki olası etkilerinin incelenmesi literatür açısından faydalı olacaktır.

Kaynakça

- Ahmadi, A. L., & Balci, Ş. (2021). Afganistan'da sosyal medya ve geleneksel medya karşılaştırması. In *International CEO (Communication, Economics, Organization) Social Sciences Congress Proceedings E-Book, Ukrayna* (Vol. 3, No. 0, pp. 433-443).
- Amran, K. M., Adrianto, F., & Hamidi, M. (2024). Exploring Digital Literacy, Financial Literacy, and Social Media's Impact on Cryptocurrency Investment Decisions. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 8(1), 16-34.
- Aslantaş, M. (2023). Geleneksel medyadan sosyal medyaya afet iletişimi, toplum ve afet ilişkisi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32(2), 776-789.
- Atoom, S. A., Alafi, K. K., & Al-Fedawi, M. M. (2021). The effect of social media on making investment decisions for investors in Amman Financial Market. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 15(6), 934-960.
- Awad, A., Aziz, A. F., & Shma, T. R. (2025). Investment behavior in the Egyptian stock market: The impact of social media on investor decision-making. *Investment Management & Financial Innovations*, 22(1), 203.
- Baker, H. Kent., & Nofsinger, J. R. . (2010). *Behavioral Finance : Investors, Corporations, and Markets*. John Wiley & Sons, Inc.
- Baker, H. Kent., & Ricciardi, Victor. (2014). *Investor Behavior : The Psychology of Financial Planning and Investing*. John Wiley & Sons, Inc.
- Baym, N. K. (2015). *Personal Connections in the Digital Age* (2. Basım). Polity Press.
- Bourdieu, P. (2019). *Televizyon Üzerine* (A. Bakım, Çev.). Sel Yayıncılık.
- Burton, E. T. ., & Shah, S. N. . (2013). *Behavioral Finance : Understanding the Social, Cognitive, and Economic Debates*. John Wiley & Sons, Inc.
- Castells, M. (2013). *Ağ Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür* (3. Basım). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Choudhary, G. S., & Yamuna, G. (2025). The Social Media Factor: Assessing Influencer Impact on Investment Risk Perception and Decision-Making. *Review of Finance & Banking*, 17(1).
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Polity Press.
- Çakmur Yıldız, D., & Sarılı, S. (2020). *Uygulamalı Davranışsal Finans - Sermaye Piyasalarında Pandemi Etkisi* (1. Baskı). Türkmen Kitabevi.
- Çebi, S., & Kavukcu, M. (2024). From David Harvey's perspective: Examination of art, city and capitalism. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 14(1), 214-232. <https://doi.org/10.20488/sanattasarim.1506006>

- Daxhammer, R. J., Facsar, M., & Papp, Z. A. (2023). *Behavioral Finance*. UVK Verlag. <https://doi.org/10.24053/9783739881195>
- Faris, A. A., Khudhair Jwan, H., Hatam, K., & Al-Bidairi, A. (2024). From traditional finance to neurofinance: Literature review. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences*, 12(1), 191-204. <https://doi.org/10.21533/PEN.V12.I1.30>
- Fuchs, C. (2014). *Digital Labour and Karl Marx*. Routledge.
- Garg, D., Tiwari, P., & Jain, V. K. (2025). Do social media sentiments affect investment decisions? A moderated mediation analysis of the relationship between social media sentiments, trust, and investment decisions. *Global Business and Economics Review*, 32(1), 67-87.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*. Yale University Press.
- Guillory, J. (2010). Genesis of the Media Concept. *Critical Inquiry*, 36(2), 321-362.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. The MIT Press.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. SAGE Publications.
- Hasanudin, H. (2023). The role of social media in influencing investment decisions in the millennial generation. *Jurnal Multidisiplin Sahombu*, 3(01), 124-130.
- Hasselgren, B., Chrysoulas, C., Pitropakis, N., & Buchanan, W. J. (2022). Using social media & sentiment analysis to make investment decisions. *Future Internet*, 15(1), 5.
- Jansson, A. (2015). Using Bourdieu in critical mediatization research: Communicational doxa and osmotic pressures in the field of UN organizations. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 31(58), 13-29. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v31i58.19125>
- Joshi, P. R., & Rawat, B. R. (2025). Social Media Influence on Investment Decisions: Insights from Nepal's Capital Market. *KMC Journal*, 7(1), 218-233.
- Khadka, S., & Chapagain, B. R. (2023). Relationship between Social Media and Investment Decisions in the Nepali Stock Market. *The Spectrum*, 1(1), 96-114.
- Khatik, S. K., Joshi, R., & Adwani, V. K. (2021). Inferring the role of social media on gen Z's investments decisions. *Journal of Content, Community & Communication*, 14(7), 309-317.
- Kıyılar, Murat., & Akkaya, Murat. (2020). *Davranışsal Finans* (2. Basım). Literatür Yayıncılık.

- Kuerzinger, L., & Stangor, P. (2024). The Relevance and Influence of Social Media Posts on Investment Decisions - an Experimental Approach Based on Tweets. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.4739088>
- Kumalasari, L. C., Wijayanto, E., & Hamida, N. (2025). The Influence of Locus of Control, Social Media, Financial Literacy on Gen-Z Online Investment Decisions. *Journal of Applied Management and Business*, 6(1), 9-21.
- Maigret, E. (2021). *Medya ve İletişim Sosyolojisi* (H. Yücel, Çev.). İletişim Yayınları.
- Markowitz, H. (1952). Portfolio Selection. *The Journal of Finance*, 7(1), 77-91. <https://doi.org/10.2307/2975974>.
- Mathews, S., Shetty, A., Shetty, A., & Pande, S. (2025). Navigating finances in the social media era: age-based perspectives on investment decisions. *Advancement in Management and Technology (AMT)*, 6(1), 1-11.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- McLuhan, M. (2003). *Medyayı Anlamak: İnsanın Uzantıları* (B. O. Düzgören, Çev.). Kapital Medya.
- Mitchell, L., & Hughes, A. W. (2025). *Interconnected World, Lost Connections: Critical Reflections on Technology, Communication, and Society*. Routledge.
- Modigliani, F. ve Miller, M. H. (1958). The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investment. *The American Economic Review*, 48(3), 261-297. <http://www.jstor.org/stable/1809766>.
- Montier, J. (2002). *Behavioural Finance : Insights into Irrational Minds and Markets*. John Wiley & Sons, Inc.
- Ningtyas, M. N., Fikriah, N. L., & Pradana, A. W. S. (2024). Muslim gen Z investment decision: An analysis using social media factors. *Journal of Islamic Economic and Business Research*, 4(1), 109-125.
- Napoli, P. M. (2021). The latform beat: Algorithmic watchdogs in the disinformation age. *European Journal of Communication*, 36(4), 376-390. <https://doi.org/10.1177/02673231211028359>
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism*. NYU Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1pwt9w5>
- Pasquale, F. (2015). *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*. Harvard University Press.
- Pompian, M. M. (2006). *Behavioral Finance and Wealth Management: How to Build Optimal Portfolios that Account for Investor Biases*. John Wiley & Sons, Inc.

- Pompian, M. M. (2012). *Behavioral Finance and Investor Types: Managing Behavior to Make Better Investment Decisions*. John Wiley & Sons, Inc.
- Ricciardi, V., & Simon, H. K. (2000). What is Behavioral Finance? *Business, Education and Technology Journal*, 2(2), 1-9.
- Rijanto, B. P., & Utami, N. (2024). Financial technology, social media influencers, and experience of cryptocurrency investment decisions: Financial literacy's role. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 23(2), 201-216.
- Sathya, N., & Prabhavathi, C. (2024). The influence of social media on investment decision-making: examining behavioral biases, risk perception, and mediation effects. *International Journal of System Assurance Engineering and Management*, 15(3), 957-963.
- Saito, A. T., Savoia, J. R. F., ve Famá, R. (2013). Financial theory evolution. *International Journal of Education and Research*, 1(4), 1-18.
- Schindler, M. (2007). *Rumors in Financial Markets : Insights Into Behavioral Finance*. John Wiley & Sons, Inc.
- Shah, M., Patel, R., Sharma, A., Chauhan, R., Maseleno, A., & Isnanto, R. R. (2024). The Impact of Social Media on Investment Decision-Making: An Analytical Study. *Greenation International Journal of Economics and Accounting*, 2(4), 294–308. <https://doi.org/10.38035/gijea.v2i4.294>
- Shin, D., Perlmutter, D. D., Lim, J. S., & Jitkajornwanich, K. (2025). Fact-checking as epistemic infrastructure: From journalistic gatekeeping to platform governance. *Emerging Media*, 3(2), 183–202. <https://doi.org/10.1177/27523543251344972>
- Singh, S., & Chakraborty, A. (2024). Role of social media in investment decision-making: A comprehensive review and future roadmap. *Paradigm*, 28(1), 45-64.
- Srnicsek, N. (2017). The challenges of platform capitalism: Understanding the logic of a new business model. *Juncture*, 23(4), 254–257.
- Stalder, F. (2018). *The Digital Condition*. Polity Press.
- Statman, M. (1999). Behavioral Finance: Past Battles and Future Engagements. *Financial Analysts Journal*, 55(6), 18-27. <https://doi.org/10.2469/faj.v55.n6.2311>
- Subramanian, Y. . R., & Prerana.M. (2021). Social-Media Influence on the Investment Decisions Among the Young Adults in India. *Advancement in Management and Technology (AMT)* , 2(1), 17-26. <https://doi.org/10.46977/apjmt.2021v02i01.003>
- Swartz, D. L. (2013). *Symbolic Power, Politics, and Intellectuals: The Political Sociology of Pierre Bourdieu*. University of Chicago Press.
- Szyszka, A. (2013). *Behavioral Finance and Capital Markets*. Palgrave Macmillan US. <https://doi.org/10.1057/9781137366290>

- Tandon, S., & Jain, R. (2021). Impact of social media on investment decisions among young adults. *International Journal of Innovative Research in Technology*, 9(1), 828-832.
- Van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.
- Vasquez, H., & Cross, D. (2024). The Effects of Social Media on Investment Decisions within an Online Community. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.4765619>
- Williams, R. (2014). *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. Fourth Estate.
- Zhao, Z., & Li, X. (2024). Social media and family investment behavior. *Finance Research Letters*, 61, 104945.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. PublicAffairs.
- Zuboff, S. (2021). *Gözetleme Kapitalizmi Çağı: Gücün Yeni Sınırında İnsan Geleceği İçin Savaş*. İstanbul: Okuyan Us Yayınevi.

İletişim Çalışmaları

Editör:

Doç. Dr. Tuba Kalçık Üstündağ