Turkish Studies *Social Sciences*

Volume 14 Issue 6, 2019, p. 3479-3492

DOI: 10.29228/TurkishStudies.37395

ISSN: 2667-5617

Skopje/MACEDONIA-Ankara/TURKEY

INTERNATIONAL
BALKAN
UNIVERSITY

EXCELLENCE FOR THE FUTURE
IBU.EDU.MK

Research Article / Araştırma Makalesi

Article Info/Makale Bilgisi

✍ *Received/Geliş:* 22.09.2019

✓ *Accepted/Kabul:* 20.12.2019

✍ *Report Dates/Rapor Tarihleri:* Referee 1 (05.10.2019)-Referee 2 (09.10.2019)- Referee 3 (09.10.2019)

This article was checked by iThenticate.

İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE GÖRSEL KÜLTÜRDE YAŞAYAN İNSAN*

*Faruk TEMEL**

ÖZ

Toplumsallaşmanın önemli unsurları arasında yer alan iletişim araçları, yeni teknolojilerinin iletişim alanına sunduğu imkanlarla, sosyal ve kültürel pratiklerde değişimi tetikleyen nitelik taşımaktadır. Gelişen ve değişen teknolojik araçlar, iletişim biçimlerini de doğrudan etkileyen özellikleriyle kültürel dönüşüm süreçlerinde önemli yer tutmaktadır. Özellikle iletişim teknolojilerine bağlı olarak çeşitlilik gösteren iletişim yöntemleri, kültürün değişimine vurgu yapan tanımlamaları da beraberinde getirmektedir. Nitekim sözlü kültür, yazılı kültür, basılı kültür ve dijital kültür/görsel kültür tanımlamaları iletişim teknolojilerinin gelişimine bağlı olarak kültürün değişimini ortaya koyan tanımlamalardır. İletişim teknolojileri, iletişim biçimleri ve kültür üçgenindeki etkileşim, insanların günlük pratiklerini ve düşünce yapılarını büyük oranda belirleyen bir nitelik taşımaktadır. Bu çerçevede görsel/dijital kültürde yaşayan insanın, iletişim teknolojileriyle ilişkileri doğrultusunda düşünsel durumunu ve günlük pratiklerini anlamak üzere, internet kullanım oranı yüksek olan beşer kişiden oluşturulan iki grup belirlenmiş ve bu gruplarla odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Görsel kültürde yaşayan ve iletişim teknolojilerini yoğun biçimde kullanan insanın düşünce yapısını anlamak üzere gerçekleştirilen odak grup görüşmesi ile insanların teknolojiyle ilişkisinin sonuçlarının, görsel unsurlar karşısında sergiledikleri tutumlarının saptanarak teknolojinin pratikteki yansımalarının ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda çalışma neticesinde, görüntünün bilgi kaynakları içerisinde birincil derecede önem taşıdığı ve bugünün insanının, imaj ve temsillerden

* Bu makale İNCOS tarafından Üsküp'te düzenlenen Sempozyumda sunulan "İletişim Teknolojileri ve Görsel Kültürde Yaşayan İnsanın Düşünsel Değişimi" adlı bildirinin yeniden gözden geçirilmiş ve genişletilmiş şeklidir. Bildiri, İNCOS özet kitabında, özet şeklinde yayımlanmış ancak tam metni yayımlanmamıştır (Temel,2019:365).

* Dr. Öğr. Üyesi., Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, E-posta: faruktem@gmail.com

oluşan dizi film ve diğer dijital içeriklerle gerçeğe en yakın fakat gerçeğin ötesinde bir anlam sürecine maruz kaldığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Görsel kültür, Dijital çağ, iletişim teknolojileri, internet nesli, kültürel değişim

COMMUNICATION TECHNOLOGIES AND HUMAN LIVING IN VISUAL CULTURE

ABSTRACT

Communication tools, which are among the important elements of socialization, are the triggers of change in social and cultural practices with the opportunities offered by new technologies in the field of communication. Developing and changing technological tools have an important place in cultural transformation processes with their characteristics that directly affect communication styles. Communication methods, which vary depending on communication technologies, bring definitions that emphasize the change of culture. As a matter of fact, the definitions of oral culture, written culture, printed culture and digital culture / visual culture are the definitions that reveal the change of culture depending on the development of communication technologies. The interaction on the triangle of communication technologies, forms of communication and culture have a major role in determining the daily practices and frame of mind of people. In this context, in order to understand the intellectual situation and daily practices of people living in visual / digital culture in line with their communication technologies, two groups of five people with high internet usage were identified and focus group interviews were conducted with these groups. With the focus group meeting conducted to understand the frame of mind of people living in visual culture and using communication technologies intensively, it is aimed to reveal the reflections of technology in practice by determining the results of people's relationship with technology and their attitudes towards visual elements. As a result of this study, it has been determined that image has primary importance among information sources and today's people are subjected to a process of meaning that is closest to reality but beyond reality with series of films and other digital contents consisting of images and representations.

STRUCTURED ABSTRACT

Introduction

Changing forms of communication through technological tools play an important role in cultural change processes. The change in communication methods and the development of technological tools are defined in terms of culture as oral culture, written culture, printed culture, and digital culture / visual culture (Baldini, 2000). Visual culture, experiencing in digital age today, uses the opportunities of oral and written culture environments emerging before itself naturally as in other cultures and develops its own special practices (Çevik, 2016: 115).

In this context, when each new communication technology takes advantage of the ground and cultural practices in which the previous technology is placed, it operates the process of change and improvement, developing a new set of production, consumption, and usage practices (Binark, 2015: 10). Visual culture includes visible or invisible things in the visual culture that are designed with a communicative purpose and have the potential to influence and cultivate (Barnard, 2002: 31, 32). In this context, visual culture is the product of modern cultural processes that include all the processes transforming communication, become widespread with the techniques industrializing image production and particularly with digital image production techniques, contain the late modern cultural processes, and become interconnected with some breaks and continuities (Eken, 2019: 7). Visual culture, with its unique features and opportunities, constitutes differences in human in terms of intellectuality and life practices. It becomes difficult to find the truth in the image world forming the visual culture. Today it is very difficult to see the truth with TV series, cartoons, anime images, and even newsletters. As a matter of fact, in the visual culture where it becomes difficult to realize the reality, images represent the reality. In visual culture, while it becomes difficult to realize the reality, the reality of life and society is erased and it leads to a reality full of more exciting images (Ellul, 2012: 164).

Purpose and Method

This study was carried out to determine the changes of the transformation processes in the visual culture to human thought and behavioral practices. In this framework, the aim of this study is to reveal the outcomes of the relationship of human living in visual culture with technology to understand the human's structure of thought who lives in digital world and uses the communication technologies intensively. In this context, the method of the study, located within a qualitative framework, is focus group interview. It was tried to measure whether the participants, who had focus characteristics on internet usage, smart phone usage, watching TV series and movies, were affected by the contents that they encountered and their views on visual elements. During the interviews held in the form of a roundtable, voice recording was performed using a voice recorder. The first group interview lasted 45 minutes and the second group interview lasted 34 minutes. The research was conducted in the first week of May 2019. The groups consist of five people. When two of the participants in the first group are in the "digital immigrant" class at the age of 45, the other three participants are defined as "internet generation" in the literature between the ages of 17-20. The two participants who are digital immigrant (Presnky, 2001: 2) are men, and the other three participants who consist of internet generation are women. The second group consists of five participants between the ages of 17-20, while the entire group consists of three male and two female participants in the internet generation (Twenge, 2018: 22; Prenskey, 2001: 1).

Findings of the Research¹

Participants spend more than six hours a day on the Internet.

¹ The findings of research consist of information obtained from the two groups.

The reasons for the participants' use of the internet are watching television series, spending time in social networks, watching movies, and researching.

Internet is the first among the tools that the participants apply for information on any subject.

Among the elements such as sound, image and writing, the image is considered as the primary source by the participants in terms of being a means of reaching information and believing in any subject. One participant evaluated the sound element in the first place, and the written text was evaluated by all participants in the last order according to importance.

All participants prefer documentary film among the resource contents such as documentaries, books, novels, stories, reports, encyclopedias, and audio recordings that are referenced in order to obtain information on any subject.

All of the participants watch at least one or two series of films. Additionally, they watch at least a series of movie episodes a day.

The majority of the participants stated that the visual elements they watched (TV series, cinema, etc.) changed their world of ideas.

Almost all of the participants watch foreign series (*Game of Thrones*, *The Society*, *How I Met Your Mother*, *Reign* et al.). There are only two participants following the domestic series. They explained the reasons for preferring foreign series due to proximity to reality and short duration of series.

In the question posed in order to understand the distinctions between visual elements and sound and presented the choice of listening to fairy tales and watching cartoons in the conveyance of any fairy tale or story, the majority of the participants chose to watch cartoons.

When the participants were asked about the cartoons that they watched during their childhood and the tales that they listened to, only two of them gave the name of fairy tales and the rest of the participants listed the cartoons they watched.

Most of the participants do not read books. Participants who read books often read books about the series of films they watch.

One of the participants stated that the series he watched (*Game of Thrones*) was effective in socializing with other people watching the series.

When looked at the degree of influence between the news that includes real events and the events in the series (explosion, death, etc.), it is seen that the participants are more affected by the events and characters that make up the content of the series than the contents in the newsletters. Its reason was explained by some participants' emotional ties with the characters.

As a result of the focus group interview, it was found that image is of primary importance in information sources and that today's people are subjected to a meaning process that is closest to reality but beyond

reality within series, films and other digital contents consisting of images and representations.

Conclusion

A thought structure that is hungry for visual content and satisfied with visual contents while searching for information is among the characteristics of people living in visual culture. As a matter of fact, writing and words are weakened compared to visual materials. The image is in the primary position.

On the other hand, the need for written contents also determines to some extent visual content. The visual elements refer to the written document, and it is related to the popularity ratio. This shows that the power structure presenting the visual elements encompasses human being, who goes towards written contents, also in terms of information resources. At the same time, it can be said that the person who thinks that socialization is realized with visual contents circulates the messages of the authority. This shows that the hegemonic message circulated with visual, written, and audio contents in a certain extent builds the social environment and thought. This situation reveals that the structure, which is economically and ideologically nurturing and nurtured, transforms and changes people and culture. There is visual hunger in all elements. The need for visual is now related to the quality of the visual more than its own. The image is at the level of necessity for people to accept a subject or to access information. All of these relate to the economic system and political power, which are hegemonically dominant, and to the force elements, which provide for the construction or deformation of the cultural structure.

Intellectual differentiation between people living in oral culture and today's people is related to the content it encounters and technological development as well as to the element of power that disrupts or constructs culture. Whether or not there is awareness of the current situation; people are inextricably linked to visual productions. It is possible to say that human becomes inactive and internalizes the meaning represented in images.

There is a search for closeness to reality in the content of images and representations. Although the content that attracts the attention of people in the series or other forms produced today is unreal, it encompasses the person with the closest feature to reality. It explains the effective role of the authority that puts these productions and contents in the monitoring of foreign series by the research participants. As a matter of fact, the structure of political power and power tells the audience how to look while making the audience accept what is good.

The participants said that the foreign series was more realistic and felt as if they were in the event. This shows that the authority's productions are the dominant reason for preference. The best concept is evaluated on the basis of the western productions against domestic productions.

The intensive use of the Internet and the fact that it covers a large part of the day shows that the majority of life is spent by exposure to messages from communication technologies.

While the relationship with the use of the internet and visual elements (productions) is intensively realized due to reasons such as the search for closeness to reality, relaxation, and leisure time, this situation is also positioned as an indicator of the fact that the truth has been distanced from itself. As a matter of fact, this shows that communication technologies play a major role as the basic dynamic of change and circulation in intellectual and practical dimensions.

With visual culture, vulgarity and shallowness become widespread. There is a process where interpretation and deepening are reduced in the flowing visuals very fast. This situation points to a cultural environment in which visual sharing increases with technical means but the share of the valuable one decreases at the same rate. Human, who experiences a change for perception of reality, makes himself compatible with the unreal thing and breaks with the truth, breathes the air of an environment attributed value to the unreal.

Keywords: Visual culture, digital age, communication technologies, internet generation, cultural change

1. Giriş

Kültürel tanımlamaları yapmamızı sağlayan birçok etken ve bakış açısı bulunmaktadır. Dini unsurlar, dil, gelenek, ekonomi hatta siyaset kültürel yapıları açıklamak üzere kullanılan unsurlar arasındadır. Bu yaklaşımlardan birisi de teknolojik duruma göre şekillendirilen kültürel tanımlama biçimidir. Şüphesiz teknoloji başkaca faktörlerle birlikte kültürün şekillenmesinde ve insan yaşamında belirleyici etkenler arasındadır. İletişimin insanların varoluşlarını şekillendirdiğini savunan McLuhan'a göre kültür nasıl iletişim kurulduğuna bağlı olarak şekillenir ve iletişim teknolojisindeki bir buluş kültürel değişime yol açar (Altay, 2005: 22).

"Biz aletlerimize şekil veririz, daha sonra aletlerimiz bize şekil verir"(Churcill, 1943). Winston Churchill'in parlamanto konuşmasında yer alan bu ifade kadar keskin biçimde olmasa da teknik ürünlerin kültürel yaşama etki eden unsurlar arasında yer aldığı muhakkaktır. Bu açıdan teknolojiye bağlı olarak değişen ve gelişen iletişim unsurları kültürel yaşamı adlandırırken de temel alınmaktadır. Nitekim iletişim biçimleri arasında yer alan söz, yazı, resim gibi iletişimi biçimsel olarak etkileyen teknik araçların varlığı ve yokluğu doğrultusunda kültürel tanımlamalar yapılmaktadır. Yazı öncesi dönem sözlü kültür şeklinde isimlendirilirken, yazının bulunmasıyla beraber de uzun bir süre sözlü kültür yazılı kültüre eşlik etmiştir. Yazı ile birlikte yazılı kültür ve basım tekniklerinin gelişmesi neticesinde basılı kültür tanımlamaları yapılmaktadır. Bugün yaşadığımız dönem ise iletişim teknolojilerinin gelişmesine bağlı olarak dijital kültür /görsel kültür şeklinde tanımlanmaktadır (Baldini, 2000: 6). Her yeni iletişim teknolojisi bir önceki teknolojinin içine yerleştiği zeminden ve kültürel pratiklerden yararlanırken, yeni bir takım üretim, tüketim ve kullanım pratikleri de geliştirerek değişim ve gelişim sürecini işletmektedir (Binark,2015:10). Kültürel süreçlerin sağladığı kendine has özellikler ve sağladığı imkanlar çeşitli kültürlerde yaşayan insanda da düşünsel anlamda ve yaşam pratikleri bakımından farklılıklar oluşturmaktadır. Yazılı kültürde ve sözlü kültürde yaşayan insan arasında düşünsel açıdan önemli farklılıklar söz konusudur. Bu konuda araştırmalar yapan Ong (1999:20) sözümekâna bağlayan yazının dilin gücünü pekiştirdiği gibi düşüncenin de yapısını değiştirdiğinden söz etmektedir. Sözlü kültür bir ölçüde analitiktir; düşünme eylemi malzemesini oluşturan birimleri birbirinden ayırır. Fakat olayların veya önerilen gerçeklerin soyut, dizimsel, sınıflandırıcı ve açıklayıcı bir çözümlemesinin okuma yazma bilmeden gerçekleşmesi zor görünmektedir. Bu bağlamda yazıdan habersiz, birincil sözlü kültürde yaşayan insanlar pek çok şey öğrenebilirler, nitekim çoğu oldukça

bilgiç ve bilge olmasına karşın, yazının üzerinde düşünme ve inceleme yapmaları söz konusu değildir (Ong,1999:21). Sözlü kültürde ses ve dolayısıyla kulak önem taşımaktadır. İnsan edindiği bilgileri sürekli tekrar ederek birikimini muhafaza eder. Hafıza, bellek önem taşımaktadır. Biraradalık ve mekansallık iletişimin gerçekleşmesi için esastır. Şiirsellik söz konusudur. Yazılı kültürde ise göz önem taşımaktadır. Bellek kısmen önemsizleşir (Baldini,2000:11-20).

Yazıyla birlikte insanın düşünme biçiminde de değişimler yaşanmıştır. Yazıya bağlı olarak şekillenen kültürel ve siyasal değişim, benlik açısından da farklılıklar getirmiştir. Nitekim resmileşme söz konusuyken diğer yandan bilginin kalıcılığı ve birikim edinme kolaylaşmıştır. Mantık ve felsefe gelişmiştir. Üzerinde düşünme, inceleme olanağı kazanılmıştır (Baldini,2000:31-40). Yazının bulunması ve matbaayla birlikte basılı kültür diye adlandırdığımız sürece bakıldığında insanlık tarihinin başından 1400 yılına kadar teknik araç olarak öne çıkan matbaadan sonra elektriğin bulunması ve telgraf gibi iletişim araçlarının bulunmasına kadar sadece 400 yıl geçmiştir. Bu durum bir iletişim aracının (yazı ve okuma) insan üzerindeki etkisini kanıtlar niteliktedir (Poe,2014; Baldini,2000).

Yazı ve matbaa yavaşça yayılırken görsel-işitsel medyaların çıkışı ve yaygınlaşması 20-30 yıl kadar sürmüştür. Görsel-işitsel ve yazınsal nitelikteki içerikleri bünyesinde barındıran internet,görsel-işitsel medyalardan da daha hızlı yayılmıştır. İnternetin bir keşif alanı sunması ve bağlantıdan bağlantıya geçişlerle yeni bilgilere imkân sağlayan özellikleri, internetin insanın doğasına da uygun bir zemin oluşturduğunu göstermektedir. Nitekim internet enformasyon kapitalizminin de yüklediği çekici nesnelerle birlikte gözetimci güç yapısının ağına takılma ve insanın kendisine zarar getirmesi ihtimaline karşın, insan internetin sağladıklarını yapmaya meyillidir (Poe,2014:352,356). İnternet bütün bu özellikleriyle ve etkisiyle insanı görsel kültürün merkezine çeken medyalar arasında önemli yer tutmaktadır.

Görsel kültür, diğer kültürlerde olduğu gibi doğal olarak, hem kendisinden önce ortaya çıkmış olan sözlü ve yazılı kültür ortamlarının imkanlarını kullanır hem de kendine özgü pratiklerini geliştirmektedir (Çevik, 2016: 115). Bu çerçevede görsel kültür, iletişimi dönüştüren bütün süreçleri içine almakla birlikte, imge üretimini sanayileştiren teknikler ve özellikle de dijital imge üretim teknikleriyle birlikte yaygınlaşan geç modern kültürel süreçleri kapsayan, birtakım kırılmalar ve sürekliliklerle birbirine eklemlenen modern kültürel süreçlerin ürünüdür (Eken, 2019: 7). Görsel kültür, içinde görsel olan, görülebilen ya da görünmeyen, iletişimsel bir amacı olan, tasarlanmış, etkileme ve kültürlenme potansiyeli taşıyan şeyleri kapsamaktadır (Barnard,2002:31,32).

İnsanın ve kültürün değişimine zemin hazırlayan diğer süreçlere benzer şekilde, görsel kültür de insanı düşünsel anlamda ve pratikleri bakımından etkileyen özellikler barındırmaktadır. İnsan görsel kültürle birlikte iştme, duymaya ve hissetmeye dayalı yaşamından görmeye, bakmaya ve seyretmeye dayalı bir yaşantıya geçmiştir (Çakır,2014:29). Bir anlamda pasif duruma geçmiş ve düşünceden uzaklaşmıştır. Teknolojiye bağlı olarak değişim gösteren yazılı kültür ve görsel kültür geçişlerinde televizyon üzerinden bir değerlendirme yapan Sartori (2004:34-35), görüntülerin kavramları sildiğini ve böylece insanın soyutlama yeteneğinin, tüm anlama ediminin azaldığını ifade ederken, basit ve sade şekilde derinlikli olmayan bir görme edimi yaşayan insanın fikir üretiminin azaldığını öne sürmektedir. Görmeye ve görselliğe dayalı kültür yayıldıkça okuma-yazma oranı düşmekte ve insanlar izler kitlelere dönüşmektedir. Toplumlar, olayları sadece görüntüler aracılığı ile görerek algılar ve bu neredeyse hiçbir şey anlamamaya eşdeğerdedir. Bir görüntü bazen çok şey ifade edebilir ancak milyonlarca görüntünün tek bir kavram bile üretmeyeceği ortadadır. Görmek tanımak değil, ancak tanımaya yardımcı olabilir. Görmenin tanımaya yardımcı olması da kavramlar aracılığıyla gerçekleşmektedir (Çakır, 2014: 33; Sartori, 2004: 154). Nitekim Sartori'ye göre (2004:38) görmek anlamayı fakirleştirmekte ve görüntü hemen hiçbir anlaşılabilirlik üretmediği gibi görüntü açıklanmaya muhtaçtır ve kurgusal olarak

yetersizdir. Bu açıdan görsel kültürde bağlam önemlidir. Görsel bir nesneyi kuşatan koşullar, süreçler, çevresindeki atmosferi ilintiler, ilişkiler zaman zaman nesnenin kendisi kadar önemli olabilmektedir. Göz ya da görme edimi, bir şeyin algılanmasında bağlamı arar, bağlamı bulduğu zaman anlama kavuşmuş olur. Bir nesneyi uzam içinde görmek, onu bağlam içinde görmek demektir. Bağlam bir nesnenin soluk alıp verdiği, varlığını sürdürdüğü ortamdır, onu kuşatan her şeydir (Çakır,2014:23-24). Bu nedenle bir görüntü bin kelimeye değer sözü anlamsızlaşmaktadır. Görüntü bağlamı kuran kelimelerle anlam kazanır (Ong,1999:19). Bağlam, hâkim düşünce yapısı ve otorite ile son derece ilişkilidir. Yazı ile sözün, insan üzerindeki etkisinden daha fazlası şüphesiz elektronik kültür ya da görsel kültür diye tanımladığımız süreçte gerçekleşirken bağlamı oluşturan iktidarın karakteri görüntülere ve görsele dolayısıyla insana çok daha fazla sinmiştir. Bu anlamda yazıyı ve sözü içerisinde barındırmakla beraber görsel unsurların ön planda olduğu dönem, insanı pasifleştiren bir süreci de beraberinde getirmiştir. Otoritenin çok daha fazla etkin olduğu bu dönem, insanın düşünce dünyasını çerçevelemiştir. Şüphesiz bu durumun gerçekleşmesinde iletişim teknolojilerinin gelişiminin payı önemli ölçüdedir (Çakır,2014:22). Bu manada görsel kültür kendine has özellikler taşımaktadır. Ong'a (1999:90) göre görüntü ayırır, ses birleştirir. Bir şeyi görmek, seyretmek için o nesneden uzaklaşmak gerekir, duymak içinse yaklaşmak. Ses insanın içine akar (Ong,1990: 90). Gerçekte bu durum modern dünyanın bireyselleştiren ayırıştırıcı özelliğine de atıfta bulunmaktadır.

Görsel kültürde oluşturulan imaj dünyasında gerçeği bulmak zorlaşır. Bugün dizi filmlerle, çizgi filmlerle, anime edilmiş görüntülerle ve hatta haber bültenlerinde gerçeği görmek son derece zordur. Nitekim gerçeğin farkına varmanın zorlaştığı görsel kültürde görüntüler gerçeğe vekalet eder. Görsel kültürde, gerçeğin farkına varılması zorlaşırken, hayatın ve toplumun gerçekliği silinir ve insanı çok daha heyecan verici imajlarla dolu bir gerçekliğe sürükler (Ellul,2012:164). Diğer yandan görsel kültürde yaşayan insanın yazıya ve sese olan inancı zayıftır. Fotoğraf kanıt oluşturur. Kuşkuyla yaklaşılacak şey, fotoğrafı gösterildiğinde kanıtlanmış sayılır (Sontag,1999:22). Bugünün insanı herhangi bir bilgiye ulaştığında onun gerçekliğine inanması için görüntüyü arar. Nitekim ses ve yazı onun için yetersizdir.

11 Eylül saldırılarında üst katlardan alt katlara koşuşturan insanlar olayı "film gibi, gerçek üstü, gerçek dışı" gibi kavramlarla anlatmışlardır. Bu durum insanın gerçeği algılama ve tanımlama biçimindeki değişimi gösterirken diğer yandan kitle iletişim araçlarıyla üretilen gerçekliğin, gerçek olanı kuşattığını gösteren önemli bir örnektir (akt. Çakır,2014:66).

Görsel kültürün, insana ve kültüre dair değişim dinamiklerini besleyen, iletişim teknolojileri arasında yer alan önemli araçlardan birisi bilgisayar ve internet teknolojisidir. Nitekim internet, farklı bir bilinç getirirken, algılama, düşünme, öğrenme ve farkındalık biçimini değiştiren bir etki taşımaktadır (Arıcak, 2015:15). İnternet bu özellikleriyle birlikte yeni bir nesil tanımlanmasını da beraberinde getirmiştir. Nitekim internetin yaygınlaştığı dönem itibarıyla 1995 ve sonrasında doğan, internetle büyüyen ve internet öncesini hatırlamayan nesil, İ-nesli ve dijital çağda doğmaları sebebiyle dijital yerli (Z kuşağı) şeklinde tabir edilmektedir (Twenge,2018:22; Prensky, 2001:1; Yıldırım,2018:26 ; Bakırtaş vd., 2016: 3). İnternet öncesi teknolojiyi yaşamış ve internet çağına sonradan ayak uydurmuş bir nevi bu çağın yerlisi olmayan, dijital dili henüz öğrenen nesil ise dijital göçmen (Y Kuşağı) olarak adlandırılmaktadır(Prensky,2001:2; Yıldırım, 2018: 26; Bakırtaş vd., 2016: 3). Dijital çağ, görsel kültür, internet çağı gibi isimlerle adlandırılan bu dönemde yaşayan insanı anlamak ve görsel unsurlarla ilişkisini çözümlemek üzere odak grup görüşmesi yapılarak gerçekleştirilen bu çalışma, görsel kültürde yaşayan insanı anlamayı ve insanın görsel unsurlarla ilişkisini tespit etmeye çalışmaktadır.

2. Görsel kültür ve insan ilişkisine yönelik bir araştırma

Görsel kültürde yaşayan insanın düşünce dünyasını anlamak üzere yapılan çalışma odak grup görüşmesi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. 5'er kişiden oluşan iki gruptaki

katılımcılara yönelik gerçekleştirilen araştırma 2019 yılı Mayıs ayının ilk haftasında yapılmıştır. Gruplar, katılımcıların bilgisayar, internet, dizi filmler ve iletişim teknolojileriyle ilişkilerinin belirlenmesi aşamasında yapılan ön görüşme doğrultusunda oluşturulmuştur. Bu anlamda birinci grubu oluşturan katılımcılardan ikisi 45 yaşlarında ve dijital göçmen sınıfında yer alırken diğer üç katılımcı ise 17-20 yaş aralığında, literatürde internet nesli şeklinde tanımlanmaktadır. Dijital göçmen olan iki katılımcı erkek ve internet neslini oluşturan diğer üç katılımcı kadındır. İkinci grup ise 17-20 yaş aralığında beş katılımcıdan oluşurken, grubun tamamını internet nesli sınıfındaki katılımcılar oluşturmaktadır. Grupta yer alan katılımcıların ikisi kadın diğer üçü erkek katılımcıdır. Her iki grupta yer alan katılımcıların ortak özelliği sıklıkla sinema filmi ve dizi film seyretmeleri, internette yoğun şekilde vakit geçirmeleri ve akıllı telefon kullanıyor olmalarıdır.

2.1. Amaç ve Yöntem

Dijital çağda yaşayan ve iletişim teknolojilerini yoğun biçimde kullanan insanın düşünsel durumunu anlamak üzere yapılan çalışmada görsel kültürde yaşayan insanın, teknolojiyle ilişkisinin çıktılarının ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda nitel bir çerçevede konumlanan çalışmanın yöntemi de odak grup görüşmesidir. 1930'lu yıllarda uygulanmaya başlanan, temel çıkış noktası sosyal psikoloji ve iletişim teorileri olan odak grup görüşmesi nitel bir veri toplama tekniğidir. Odak grup görüşmesinde, 4 ila 10 kişi arasında değişen katılımcı grubuna yapılandırılmış ya da yarı yapılandırılmış sorular sorularak katılımcıların sahip oldukları bilgi, deneyim, duygu, algı, düşünce ve tutumlar doğrultusunda katılımcıların görüşlerinin ve bakış açılarının betimlenmesi amaçlanmaktadır (Çokluk ve ark. ,2011: 97, 98, 102). Bu çerçevede odak gruplar belli bir aralıktaki konular hakkında fikir ve duygulara ilişkin perspektif sağlayacağı gibi yaklaşımlar arasındaki farklılıkları aydınlatmaya da imkan tanımaktadır (Rabiee,2004:656).

Bu çalışmada, yarı yapılandırılmış sorulardan oluşturan odak grup görüşmesinde İnternet kullanımı, akıllı telefon kullanımı, dizi film izlemeleri ve sinema filmi izlemeleri noktasında odak özellikleri bulunan katılımcıların; gerçekleştirdikleri eylemleri neden yaptıkları, önemsedikleri meselelerdeki ayrımlar, karşılaştıkları içeriklerden etkilenip etkilenmedikleri ve görsel unsurlara bakışları ölçülmeye çalışılmıştır. Yuvarlak masa toplantısı şeklinde gerçekleştirilen görüşmelerde ses kayıt cihazı kullanılarak ses kaydı alınmıştır. Birinci grupta yapılan görüşme 45 dakika, ikinci grupta yapılan görüşme ise 34 dakika sürmüştür. Çalışmada katılımcılar, (Katılımcı ve numarasını ifade eden) K1-K2-K3-K4-K5 şeklinde tanımlanmaktadır. Birinci grupta yer alan iki dijital göçmen K-1 ve K-2 şeklinde tanımlanmaktadır.

2.2. Araştırma Bulguları

2.2.1. Birinci Grup

Odak grup görüşmesinin gerçekleştirildiği birinci grubu; K-1: 45 yaşında, dijital göçmen, erkek, K-2: 45 yaşında dijital göçmen, erkek, K-3: 18 yaşında, i-nesli, kadın, K-4: 18 yaşında, i-nesli kadın, K-5: 17 yaşında, i nesli kadın, özelliklerine sahip katılımcılar oluşturmaktadır.

Katılımcılar internette geçirdikleri vakti, (K-1) 8 saat, (K-2) 6 saat ve diğerleri de ortalama 10 saat şeklinde ifade ederken, katılımcılardan biri (K-3) "uykunun dışındaki yani 8 saatin dışındaki zaman diliminin tamamı internette geçiyor" şeklinde internet kullanımına ilişkin geçirdiği zamanı ifade etmiştir. Katılımcıların internet kullanım sebepleri, dizi izlemek, sosyal ağları kullanmak, film seyretmek, araştırmak yapmak gibi amaçlardan oluşmaktadır. Katılımcıların herhangi bir konuyla ilgili bilgi edinmek için başvurdukları araç internet olmaktadır. Televizyon izleme konusunda ise K-2 akşamları bazen TV izlediğini belirtirken, diğer katılımcılar TV izlemediğini ifade etmişlerdir.

Ses, görüntü ve yazı gibi unsurlar doğrultusunda, hangi verinin katılımcılar için tatmin edici olduğu sorulduğunda, katılımcılardan ikisi yazılı belge (K-1, K-4) ve diğer üç katılımcı ise görsel unsurların tatmin edici olduğunu ifade etmiştir. Katılımcılardan biri bu durumu (K-1) "Daha

önce yazılı belgeyi önemserdim ancak artık görsel benim için daha önemli" şeklinde ifade etmiştir. Aynı bağlamda "Herhangi bir bilginin gerçekliğine inanmak için hangi veri sizin için önem taşımaktadır" diye sorulduğunda, üç katılımcı görüntüyü öncelerken, iki katılımcı ses unsurunu önemli bulmuştur. Yazılı metin ise önem sırasına göre bütün katılımcılar tarafından son sırada değerlendirilmiştir.

Katılımcıların çoğunluğu, yazılı ya da sesli şekilde bilgi sahibi oldukları herhangi bir konuda Youtube ya da benzer ağlardan araştırma yaparak görsel malzemeye ulaşma ihtiyacı duyduklarını ifade etmişlerdir. Yalnızca katılımcılardan biri (K-3) ise sesli malzemenin kendisi için yeterli olduğunu ifade etmiştir.

Herhangi bir konuda bilgi edinmek için başvurulmuş kaynaklar arasında gösterilen; belgesel, kitap, roman, hikâye, rapor, ansiklopedi, ses kaydı gibi içerikler arasından, katılımcıların tamamı belgesel filmi tercih etmiştir.

Katılımcılara dizi film izleyip izlemedikleri sorulduğunda, gruptakilerin tamamının en az bir ya da iki dizi filmi takip ettiği öğrenilmiştir. Katılımcılar aynı zamanda günde en az bir dizi bölümü izlediklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların tamamı yabancı dizileri (Game of Thrones, TheSociety, How I met YourMother, Reign vd.) izlemektedir. Katılımcılardan biri ise (K-2) yerli dizi takip etmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun yerli dizi izlemediği anlaşıncaya kadar yerli dizi izlemedikleri sorusu katılımcılara yöneltilmiştir. Katılımcılar yerli dizi izlememe sebeplerini şu şekilde açıklamıştır:

K-1: Dizilerin kısa sürmesi, arkası yarın şeklinde olmaması ve görsel niteliklerinin daha iyi olması gibi özelliklerinin yanı sıra görsel ve efekt yönünden zengin olduğu için yabancı dizileri izlediğini ve yabancı dizilerin gerçeği daha iyi yansıttıklarını düşündüğünü ifade etti.

Yerli dizilerde sevgi, dostluk, düşmanlık çok abartılı işleniyor. Yerli dizide olayın dışındasın ama yabancı dizilerde olayın içindesin.

K-4: Yerli dizi izlemiyorum. Çok uzun ve gerçekçilikten uzak. Ben de yabancı dizileri izliyorum. Rus dizileri izliyorum.

K-3: Üç tane İngiliz dizisi, bir tane İspanyol dizisi takip ediyorum. İspanyol dizisini ekrana bakarak, İngilizce dizileri ise evde iş yaparken izliyorum. Ders çalışırken bir yandan dizi oynuyor. Ses rahatlatıyor.

Kurgu ve gerçek ayrımlarını tespit etmek, izledikleri görüntülerden ne yönde etkilendiklerini anlamak üzere katılımcılara izlediğiniz dizilerde ve haber bültenlerinde rastladığınız patlama, ölüm gibi vahşet görüntüleri sizde hangi düşünceleri uyandırıyor? şeklinde bir soru yöneltildi:

K-1 ve K-4, Patlama ve vahşet gibi görüntülerin normalleştiğini ifade ettiler.

K-5: Tanımadığım bir insana karşı bir şey hissetmediğim için patlamada yaralanması açıkçası bana acı vermiyor. Dizideki karakteri tanıyorum, araştırıyorum, hakkında bilgi sahibi oluyorum. O beni daha çok üzer.

K-3: Aksiyon filmlerinde patlamalar beni rahatlatıyor. Keyif alıyorum.

K-1: Benim için bir kurgu.

K-2: Yeni Zelanda cami saldırısı olayını duyduğumda görüntüleri çıktı. Sosyal medyada gördüm ve bilgisayar oyunu zannettim, izlemedim. Ama akşamında tekrar izlediğimde şu duyguyu hissettim. Bilgisayar oyunlarında Call Of Duty gibi oyunlarda da insanları katlediyorsunuz ve insanlar duyarsızlaşıyor. En son Söz dizisinde bir çocuk teröristler tarafından öldürüldü. Gerçekten ben kendi adıma üzüldüm. Aynı olayı haberde görüyorsun o hissiyatı almıyorsun.

Katılımcılardan ikisi dizide izlediği karakterlerle ilgili araştırma yapmakta ve diziyi ilgili çıkan kitapları okumaktadır: K-5: Reign dizisini izliyorum. Diziyi izledikten sonra o kadının hayatıyla ilgili kitabı okumaya başladım. O kültüre dair bir yakınlık hissetmesem de sempati duydum.

K-3: Herhangi bir olayla ilgili kitap okuduysam onu kendi iç dünyamla birleştirip zihnimde hayal ederek okuyorum. Ve o kitabın dizisini yaptıkları zaman ben o diziyi izlemiyorum. Ben hayal kırıklığına uğrayabiliyorum. Aynı şekilde diziyi izliyorsam kitabı okumuyorum. Çünkü bu sefer kitabı okuduğumda tatmin olmuyorum.

Görsel unsurlar ve ses arasındaki ayrımları anlamak üzere, katılımcıların bir olay ya da hikayeye ilgili çizgi film izlemek mi yoksa masal dinlemek mi şeklinde hangisini tercih edecekleri sorulduğunda; katılımcılardan üçü -biri dijital göçmen olmak üzere- çizgi film izlemeyi seçerken, diğer iki katılımcı (K-3) ve dijital göçmen (K-1) masal dinlemeyi seçmiştir. Katılımcılara izledikleri çizgi filmler ve dinledikleri masallar sorulduğunda şu şekilde cevaplandırmışlardır:

K-5: Babaannemin anlattığı bir masal vardı ancak ismi aklıma gelmiyor.

K-1: Kendi kültürümüze ait çeşitli masallar ve hikayeler var. Dede Korkut masalları, Kafkas masalları gibi.

Diğer katılımcıların hiçbiri herhangi bir masal ismi vermedi.

İzledikleri çizgi filmlerin dinledikleri masallara göre daha fazla olduğunu ifade eden katılımcıların çoğunluğu, Bugs Bunny, DufyDuck, Şeker Kız Candy, Voltran, Redkit gibi çizgi film isimleri vermişlerdir.

İzledikleri görsel unsurların fikir dünyalarını etkileyip etkilemediği konusunda ise katılımcıların ikisi (K-4 ve K-5) fikrini değiştirdiğini söyledi.

2.2.2. İkinci Grup

İkinci grubu, K-1: 17 yaşında, erkek, i nesli, K-2: 18 yaşında, erkek, i nesli, K-3: 18 yaşında, kadın, i nesli, K-4: 19 yaşında, erkek, i nesli, K-5: 19 yaşında, kadın, i nesli özelliklerine sahip beş kişiden oluşan katılımcılar oluşturmaktadır. Üç erkek, iki kadın katılımcıdan oluşan ikinci grubun tamamı i-nesli diye tabir edilen grupta yer alırken yaşları 17-20 aralığındadır. Katılımcıların odak özelliği sıklıkla sinema filmi/dizi film seyretmeleri, internette yoğun biçimde vakit geçirmeleri ve akıllı telefon kullanıyor olmalarıdır.

Katılımcıların tamamı gazete okumamakta ve TV izlememektedir. İnternet, iki katılımcı tarafından günde 4-5 saat ve diğer katılımcılar tarafından 12-13 saat civarında kullanılmaktadır. Katılımcılar interneti oyun oynamak, dizi film seyretmek ve sosyal medyada vakit geçirmek için yoğun biçimde kullanılmaktadır.

Her gün en az bir dizi izlediklerini ifade eden katılımcılar yılda yaklaşık 50-100 arasında sinema filmi izlediklerini ifade etti. Katılımcılar, Game of Thrones, TheHundred, How i Met YourMother, Vikings gibi dizileri izlemektedirler.

Herhangi bir konuda bilgi edinmek için başvuru kaynakları arasında katılımcılar tarafından belgesel film seçildi. Katılımcılar biri (K-3) düşüncesini "belgesel, metinden daha inandırıcı geliyor" şeklinde ifade etti.

Katılımcılara izledikleri film ve dizilerin düşünce dünyalarını şekillendirip şekillendirmediği sorulduğunda, katılımcıların çoğunluğu fikir dünyalarının etkilendiği şeklinde cevap verdi: K-1: Karakterler fikirlerimizin şekillenmesinde etkili oluyor (diğerleri de katılıyor). Düşüncelerimizi de genişletiyor. K-3: Sınırlandırıyor. Amerikan filmlerinin çoğu Hz. İsa üzerine kurulu, bu durumun farkındayım ancak izliyorum.

Dizilerin sosyal yaşantılarında değişikliğe neden olduğunu aktaran katılımcılardan K-1: Arkadaşlarım karakteristik olarak değiştiğini düşünüyor. Daha entel diyorlar. Muhabbet konusu oluşuyor arkadaşlarımız arasında. şeklinde yorumlarken, K-4 : Arkadaşları arasında dizi içeriklerinin konuşulduğunu söyledi.

Katılımcılar okudukları kitap ve internette yaptıkları araştırmaların izledikleri diziyle ilişkili olduğunu belirttiler: K-1: Diziyi izledikten sonra kitabını okudum. Dizilerde gördüğümüzü araştırıyoruz. Diziyle ilişkili kitap okuyorum. Youtube'dan tarihi anlatıları izliyorum K-2: Viking dizisini izlerken başrol ölünce neden başrol öldü diye araştırdım.

Katılımcıların hiçbiri yerli dizi izlememektedir. Neden yerli dizi izlemedikleri sorulduğunda, K-4, Yerli diziler çok uzun. İki buçuk saat, K-5: Gereksiz uzun olduğunu düşünüyorum şeklinde cevaplandırdı ve diğer katılımcılar da bu fikirleri onayladı.

Kurgu ve gerçek ayrımlarını tespit etmek, izledikleri görüntülerden ne yönde etkilendiklerini anlamak üzere katılımcılara İzlediğiniz dizilerde ve haber bültenlerinde rastladığınız patlama, ölüm gibi vahşet görüntüleri sizde hangi düşünceleri uyandırıyor? şeklinde bir soru yöneltildiğinde;

K-1: Çok sevdiğim bir karakter öldü Game of Thrones'ta. Bir oyuncu idam edildi. Ben üzüldüm şahsen. Ama mesela ülkenin halkını öldürdüler hiç üzülmедim. Çocuk ve kadınları öldürdüler hiç üzülmедim. Çünkü dizide onu empoze ediyorlar. Gerçekte idam sahnesiyle bu olay arasında bağ kurunca, ben o karakteri 8 yıldır izliyorum. Bayağı beraber büyüdük. *(Dizi karakterinin ölümünü anlatırken gözleri doluyor)*

K-5: Şiddet içeren görüntüleri haberde gördüğümde bakmak istemiyorum. Filmde gerçek olmadığını bildiğim için rahatlıkla izliyorum.

K-4: Gerçek ve kurguyu ayırıyorum

K-3: Hikayesini bildiğimiz için dizi ya da filmdekine daha çok üzülmüyorum.

K-2: Gerçek ve kurguyu ayırıyorum. Diziler daha heyecan verici.

Birşeyin gerçekliğine inanmaları konusunda hangisinin tatmin edici olduğu sorusuna katılımcıların tamamı "görüntü" şeklinde cevap verdi.

Katılımcılara hatırladıkları masal ve çizgi filmler sorulduğunda dinledikleri masallar konusunda yalnızca K-3 Heidi masalını dinlediğini ifade ederken diğerleri hiçbir masal ismi vermemiştir. İzledikleri çizgi filmleri ise tüm katılımcılar Tsubasa, Benten, Bredcehck, Şirinler, Beyblade şeklinde sıralamıştır. Katılımcıların çoğunluğu da çizgi filmin masala göre daha etkileyici olduğunu ifade etmişlerdir.

Katılımcılardan biri (K-3), kitap okuduğunu ifade ederken okuduğu kitabın da izlediği diziyle ilişkili olduğu anlaşılmıştır.

3. Sonuç

Bilgiyi ararken görsele aç ve görsel içeriklerle tatmin olan bir düşünce yapısı görsel kültürde yaşayan insanın özellikleri arasındadır. Nitekim yazı ve söz, görsel malzemeye oranla zayıflamış niteliktedir. Görüntü birincil konumdur. Diğer yandan yazılı içeriklere olan ihtiyacı da büyük ölçüde görsel içerikler belirlemektedir. Görsel unsurlar, yazılı belgeye referans olmakta ve popülerlik oranıyla ilişkili bir yönlendirme sürecini işletmektedir. Bu durum görsel unsurları sunan güç yapısının yazılı içeriklere yönelen insanı bilgi kaynakları açısından da kuşattığını göstermektedir. Aynı zamanda görsel içeriklerle sosyalleşmenin gerçekleştiğini düşünen insanın otoritenin mesajlarını dolaşıma soktuğu da söylenebilir. Bu bir ölçüde görsel, yazılı ve sesli içeriklerle dolaşıma sokulan hegomonik mesajın sosyal çevreyi ve düşünceyi inşa ettiğini

göstermektedir. Bu durum hem ekonomik hem ideolojik olarak besleyen ve beslenen yapının; insanı, kültürü dönüştürdüğünü ve değiştirdiğini ortaya koymaktadır. Bütün unsurlarda görsel açlık söz konusudur. Artık görsele olan ihtiyaç bilginin kendi niteliğinden daha fazla görsel olanın niteliği ile ilgilidir. Görüntü insanın bir konuyu kabullenmesi ya da bilgiye ulaşması için adeta gereklilik düzeyindedir. Bütün bunların hegemonik olarak baskın bir yapı sergileyen ekonomik sistem, siyasal güç ve kültürel yapının inşası ya da deformasyonunu sağlayan güç unsuruyla ilişkisi olduğu görülmektedir.

Sözlü kültürde yaşayan insanla bugünün insanı arasında düşünsel anlamdaki farklılaşma, muhatap olduğu içerikler ve teknolojik gelişimle ilgili olduğu gibi kültürü bozan ya da inşa eden iktidar unsuruyla da ilişkilidir. Mevcut duruma ilişkin bir farkındalık olsun ya da olmasın insanların adeta vazgeçilmez biçimde görsel üretimlerle ilişkisi bulunmaktadır. İnsanın pasifleştiği ve görüntülerde temsil edilen anlamı içselleştirdiğini söylemek mümkündür.

İmajlardan ve temsillerden oluşan içeriklerde gerçeğe yakınlık arayışı vardır. Bugün üretilen dizi ya da başkaca formlarda insanın ilgisini çeken içerikler gerçek dışı olmasına karşın gerçeğe en yakın özelliğiyle insanı kuşatmaktadır. Yabancı dizilerin araştırmaya katılanlar tarafından da çok izlenmesi otoritenin etkin rolünü açıklamaktadır. Nitekim iktidar yapısı ve güç, iyi olanı sunduğunu izleyiciye kabul ettirirken, nasıl bakması gerektiğini de anlatmaktadır. Katılımcılar, yabancı dizilerin daha gerçekçi olduğunu sanki olayın içindeymiş gibi hissettirdiğini anlattı. Bu durum otoritenin ürettiklerinin baskın biçimde tercih sebebi de olduğunu göstermektedir. En iyi kavramı, batılı üretimler esas alınarak değerlendirilmektedir.

İnternet kullanımının yoğun olması ve günün büyük bir bölümünü kapsamaması yaşamın çoğunluğunun iletişim teknolojilerinden gelen mesajlara maruz kalarak geçtiğini göstermektedir. Gerçeğe yakınlık arayışı, rahatlama ve boş vakit geçirme gibi sebeplerle internet kullanımı ve görsel unsurlarla (üretimlerle) ilişki yoğun biçimde gerçekleşirken, bu durum aynı zamanda gerçeğin kendisinden uzaklaşıldığının göstergesi olarak konumlanmaktadır. Nitekim bu durum, düşünsel ve pratik boyutta değişimin ve dolaşımın gerçekleşmesinin temel dinamiği olarak iletişim teknolojilerinin başat rol oynadığını göstermektedir.

Görsel kültürle birlikte bayağılık ve sığlık yaygınlaşmaktadır. Çok hızlı akan görsellikte yorumlamanın ve derinleşmenin azaldığı bir süreç yaşanmaktadır. Bu durum teknik imkanlarla görsel paylaşımının çok arttığı ancak değerli olanın paylaşımının aynı oranda azaldığı bir kültürel ortama işaret etmektedir. Gerçeğin algısında değişim yaşayan, kendisini gerçek olmayanla bağdaş kılan ve hakikatten kopuş yaşayan insan, gerçek olmayana değer atfedilen bir ortamın havasını solumaktadır.

KAYNAKÇA

- Altay, D. (2005) McLuhan, Kadife Karanlık (Haz.Nurdoğan Rigel, Gül Batuş vd.) Su yayınevi, İstanbul
- Arıcak, T. (2015) Siber Alemin Avatar Çocukları, Remzi Kitabevi, İstanbul
- Bakırtaş H., Divanoğlu U. S., Akkaş C. (2016) Y Kuşağı Farkı Ne ? Neyi, Niçin, Nasıl Alır ya da Aldırır? Ekin Yayınevi, Bursa
- Baldini, M. (2000), İletişim Tarihi, Avcıol Basım Yayın, (Çev. Gül Batuş) İstanbul
- Barnard, M. (2002) Sanat Tasarım ve Görsel Kültür, (Çev. Güliz Korkmaz), Ütopya Yayınevi, Ankara
- Binark, M. (2015). “Yeni Medya Özel Sayısı Hakkında: Neden?”. Folklor/Edebiyat, XXI, 83: 9-18.

- Churchill, W. (1943). House Of Commons Rebuilding, HC Deb 28 October 1943 vol 393 cc403-73, <https://api.parliament.uk/historic-hansard/commons/1943/oct/28/house-of-commons-rebuilding> (erişim tarihi:20.09.2019)
- Çakır, M. (2014) Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü, Ütopya Yayınevi, Ankara
- Çevik, M. (2016) “Sözlü, Yazılı ve Elektronik Kültür Ortamlarında Bilmecedan Bulmaca ve Bilgi Yarışmasına Dönüşüm” Folklor/Edebiyat. Cilt: 22, Sayı: 86,
- Çokluk, Ö., Yılmaz, K., & Oğuz, E. (2011). Nitel bir görüşme yöntemi: Odak grup görüşmesi. Kuramsal Eğitimbilim, 4(1), 95–107.
- Eken, M. (2019) Modern Görsel Kültürde Online Din: M Nesli’nin Online İnanç Pratikleri Üzerine Bir İnceleme, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Kayseri
- Ellul, J. (2012) Sözün Düşüşü, (Çev. Hüsamettin Aslan) Paradigma Yayıncılık, İstanbul
- Ong, J. W. (1999) Sözlü ve Yazılı Kültür Sözün Teknolojileşmesi, (Çev. Sema Postacıoğlu Banon) Metis Yayınları, İstanbul
- Poe T. M. (2014) İletişim Tarihi, (Çev. Umut Yener Kaya) Isık Yayınları, İstanbul
- Prensky M. (2001) Digital Natives Digital Immigrants, From On the Horizon, Vol. 9 No. 5, October MCB University Press
- Rabiee, F. (2004) Focus group interview and data analysis. Proceedings of the Nutrition Society 63, 655–660
- Sartori G. (2004) Görmenin İktidarı, (Çev. Gül Batuş ve Bahar Ulukan) Karakutu Yayınları, İstanbul
- Sontag S. (1999) Fotoğraf Üzerine, (Çev. Reha Akçakaya) Altıkkırkbeş Yayın, İstanbul
- Temel F. (2019) İletişim Teknolojileri ve Görsel Kültürde Yaşayan İnsanın Düşünsel Değişimi, (s.365) İNCOSOS, 5. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, Özet Bildiri Kitabı, 27-30 Haziran, Uluslararası Balkan Üniversitesi, Sageya Yayıncılık, Ankara
- Twenge M. J. (2018) i-Nesli, (Çev. Okhan Gündüz) Kaknüs Yayınları, İstanbul
- Yıldırım Y. (2018) Dijital Kültürde Çocuk Yetiştirmek, Nisan Yayınları, Eskişehir