

**Research Article**

**Social Media And Social Isolation: An Analysis On Relational Communication Satisfaction**

*Sosyal Medya Ve Sosyal Yalnızlaşma: İlişkisel İletişim Doyumuna Yönelik Bir Analiz*

<p style="text-align: center;"><b>Şifa ELCİL</b> Ph.D. İstanbul Medipol University School of Communication Department of Public Relations and Advertising <a href="mailto:sifaelcil@yahoo.com">sifaelcil@yahoo.com</a> <a href="https://orcid.org/0000-0002-9137-2816">https://orcid.org/0000-0002-9137-2816</a></p>
--

<b>Makale Gönderme Tarihi</b>	<b>Revizyon Tarihi</b>	<b>Kabul Tarihi</b>
30.08.2019	06.09.2019	15.09.2019

**Abstract**

*Communication technologies have brought about differences and changes in social habits, cultures, and forms of communication. The communication of the individual with his / her environment and with the world is often realized with information technologies. Moving away from traditional communication and communicating through social networks has brought about social alienation. Individuals are sliding into isolation due to changes in their communication styles and social lives.*

*Social media detaches individuals from their environment and leads to the development of social contacts without emotional elements. Social media communication does not allow the satisfaction provided by the face to face communication where emotional satisfaction is experienced. This situation brings along many problems such as asocialization, self-alienation and so on in the individual and social life. This study aims to analyze the communicative reflections of social media, one of the developing communication technologies, in social life in the context of communication satisfaction.*

**Keywords:** Social media, Social Isolation, Communication satisfaction

**Öz**

*İletişim teknolojileri; toplumsal alışkanlıklar, kültürler ve iletişim biçimleriyle ilgili farklılık ve değişimleri beraberinde getirmiştir. Bireyin çevresi ve dünya ile iletişimi, günümüzde sıklıkla bilişim teknolojileri ile gerçekleşmektedir. Geleneksel iletişimden uzaklaşarak sosyal ağlar yoluyla iletişim kurmak, sosyal yabancılaşmayı beraberinde getirmiştir. Bireyler, iletişim biçimlerinde ve sosyal yaşamlarındaki değişimler nedeniyle yalnızlığa sürüklenmektedir.*

*Sosyal medya, bireyleri bulunduğu çevreden koparmakta, duygusal unsurlar içermeyen sosyal temasların gelişmesine yol açmaktadır. Sosyal medya iletişimi duygusal tatminin yaşandığı yüz*

**Önerilen Atıf /Suggested Citation**

Elcil, Ş 2019, Social Media And Social Isolation: An Analysis On Relational Communication Satisfaction, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(3), 1432-1441

*yüze iletişimin sağladığı doyuma imkan tanımamaktadır. Bu durum bireysel ve sosyal yaşamda; asosyalleşme, kendine yabancılaşma ve benzeri birçok sorunu beraberinde getirmektedir. Çalışmanın amacı gelişen iletişim teknolojilerinden sosyal medyanın toplumsal yaşamdaki iletişimsel yansımalarını iletişimsel doyum bağlamında analiz etmektir. Çalışma kapsamında bir iletişim biçimi olarak sosyal medya ve sosyal yalnızlaşma kavramları açıklanmaktadır. Sosyal medyanın iletişimsel tatmin boyutu tartışılmaktadır.*

**Anahtar kelimeler:** Sosyal medya, Sosyal yalnızlaşma, İletişimsel doyum

## 1. Introduction

The phenomenon of communication continues to exist from the first moment of human existence, and the phenomenon of communication, which is as old as the history of humanity maintains its importance as a social process. The fact of communication that we are constantly intertwined in daily life is one of the basic life skills that shape the individual. Communication is that people understand each other and share their emotions and thoughts. In other words, it is an individual and joint activity that establishes a partnership between the source and the receiver. The functions of communication, which was defined in the fifth and fourth centuries BC for the first time by Aristotle as the skill and art of influencing and convincing the audience as desired through the speech of an orator, have differentiated and changed. (Özarallı, 1996: 69-81). In our rapidly changing and getting a more complicated world; communication, as a higher discipline, may be defined as a whole of efforts to achieve cooperation and reconciliation among people who are interdependent as part of the system.

The study describes the concepts of social media and social loneliness as a form of communication. The communicative satisfaction dimension of social media is debated. Communication is a complicated concept. Within the social structure, it is becoming more complicated due to its structure. The rules, values, social needs and expectations, the quality of interpersonal relations and similar factors created by human beings contribute to the formation of reality by affecting the perception and evaluation forms at the individual and social level. As a higher discipline, the concept of communication is a compass that guides both personal, institutional and social aspects. Society, institutions, and communication contribute to social reality by interacting with each other as interrelated concepts (Mumby and Stohl, 1996; Ellis and Maoz, 2003). The rapid changes in communication technologies enable the rapid sharing of information among people while providing a socializing environment for the users. Social networks, in particular, have become an indispensable part of life, reducing the need for face-to-face communication. Individuals realize many of their needs in social life through online environments. However, this situation has brought some problems such as individual isolation and asocialization. Today, when naturalness is replaced with artificiality and the real with the virtual, individuals become isolated and away from real communication. Individuals experience less communication satisfaction.

## 2. Social Media as the Changing Form of Communication

Developments in communication technologies have brought about many differences and changes related to social experiences, cultures and communication styles. Sociologists say that the changes brought about by modern life are more effective than others. (Giddens, 2012: 12). Especially with the spread of internet usage as from the 1990s, a communication revolution has been realized in terms of access to and transmission of information throughout the social sphere (Neumann and Hogan, 2005: 472). The use of this technology continues to increase all over the world. The Internet has gained special importance among the mass media in terms of speed and access. According to a survey conducted in 2004, compared to other means of communication, the time to reach 50 million users is 38 years for radio, 13 years for television, 5 years for internet (Brian, 1998: 182; Turgut, 2010). The development of new communication media has brought a new

dimension to the forms of communication and the concept of socialization. Social media is a common term used for online tools and websites that enable information and thought exchange, and interaction. It is a group of internet-based applications that allow the creation and exchange of user content (Sayımer, 2008: 123; Kaplan and Haenlein, 2010: 60-61). Having the opportunity for quick access to information on social media, being updated continuously, enabling for multi-use and being open to virtual communication make it desirable to prefer. Blogs, microblogs, forums, social networks, podcasts, wikis or dictionaries, games, virtual worlds, and similar formations may be mentioned under this title. Social media, which differs from traditional media, carries some elements related to interpersonal communication within its structure while providing a structure that allows mainly mass communication. It enables text, audio, video and picture sharing, and has transformed individuals to not only readers or viewers but also participants who directly spread information. People spread their thoughts, ideas, and experiences by using social media tools (Scott, 2010: 38; Solis and Breakenridge, 2009; Landsbergen, 2010: 135). Social media has become a habit that meets the needs of people from all cultures and all segments of society. This also leads to individual isolation with its short, medium and long term consequences.

### **3. Vital Importance of Communication and the Concept of Relational Satisfaction**

With the effect of developing technologies, today, individuals are constantly experiencing a change. In this environment, it has become more important for people to communicate, understand each other correctly and get along. People who live in society feel the need to exchange information and express their feelings and thoughts in order to exist. Healthy ties between people may only be achieved through proper communication (Can et. al., 2006:12). Communication is generally the exchange of messages, information, and emotions. Starting from the person's communication with himself/herself, communication occurs in different dimensions as interpersonal, intergroups, intercultural, institutional and social. Communication is the mutual spread of meaningful messages among people (Odabaşı, 2000: 67; Tek, 1999: 711). Effective communication plays an important role in solving all kinds of problems, preventing the situations arising from misunderstandings, reducing uncertainties and building trust (Morgan and Hunt, 1994: 22). Even the simplest form of communication has the purpose of persuasion and satisfaction. Therefore, face to face communication is still considered as the most effective and meaningful communication.

The concept of communication satisfaction was first introduced in the literature by Level in 1959. Communication satisfaction is defined as the degree of satisfaction of individuals' perceptions about the total communication environment (Redding, 1972: 25-30). Therefore, communication satisfaction has a multi-dimensional structure such as approval and appreciation, and it may be described as satisfaction and pleasure that these different dimensions provide to the individual (Downs and Hazen, 1972: 72; Crino and White, 1981: 831-832). Individual satisfaction is a feeling of satisfaction when people's expectations and needs are met or more is achieved. Inner peace is experienced after adaptation to the demands of the mind. Satisfaction occurs as an emotional reaction to the desired result after an internal emotion assessment (Schneider 1975: 461). Satisfaction alone may not gain meaning as a concept relating to inner peace and satisfaction, but communication satisfaction explicitly provides individual and social gains in many dimensions (Pincus, 1986: 412-413; Hecht, 1978). Many studies carried out on communication satisfaction are related to individual satisfaction. From this point of view, communication and communication satisfaction of individuals, which is a concept that is at the center of life in all kinds of actions, are decisive in life and affect many variables.

Maslow cascaded what a person would need in his hierarchy of needs pyramid. Accordingly, from the bottom of the hierarchy upwards, the needs are: physiological (breathing, food, sexuality, sleep, balance and excretion), safety (the security of body, employment, resources, morality, health, property), belonging (love, kindness, friendship, family), self-esteem (self-respect, trust,

achievement, being respected by others, respect for others) and self-actualization (virtue, creativity, spontaneity, ability to solve problems, lack of prejudice, acceptance of facts) (Maslow, 1943: 370-396). As we see in Maslow's hierarchy of needs, human needs and uses communication to reach from the bottom to the top, in other words, from the physiological needs to self-actualization (Keçeci, 2009). In other words, the total human capital a person possesses is an important part of social capital. Here, the relationship and reciprocity between individuals come to the fore (Becker, 1964: 27; Bourdieu, 1984: 40). The person who tries to produce himself in the journey of existence establishes social, economic and political relations with other people. Communication is the production of thought, consciousness, and linguistic activities. So it is a result of production activities (Yaylagül, 2018). Especially in the 80s, communication is the most basic dynamic of the transformation that started in the world for many different reasons. All practices in social life took on new forms and the concept of individual communication satisfaction came to the forefront. In the communication process, which is a necessary existence for the person to search for and find himself/herself at the speed of daily life, human being determines the boundaries between himself /herself and others, realizes and recreates himself/herself (Güllüoğlu, 2012). At the core of communication, there is a desire for the human to learn about other people, environment, social values, attitudes and behaviors, and to feel safe and strong (Özkalp and Kirel, 2018). Communication is at the center of the production process necessary for the human to bring himself/herself into being and to maintain his/her life. Therefore, the most important variable that leads to individual happiness and satisfaction is communication satisfaction. This satisfaction and gladness begin primarily in humans.

#### **4. Social Media and Social Isolation as a Factor Reducing Communication Satisfaction**

Even though the media emerges with the functions such as solving individual and social problems, educating and informing the society, providing cultural development, establishing healthy communication, establishing social peace and providing a more humanistic order, today it causes many individual and social problems. Social media, which has been used frequently in recent years, continues to exist as a form of communication devoid of emotion. However, as a concept neglected by the theorists of the past, the concept of emotion contains human-specific qualities in social life and overcomes the concept of rationality. The social constructivist perspective removes emotions from being just biological defense mechanisms and accepts them as facts containing social and explanatory features (Domagalski, 1999: 5). In both social and professional life, emotions and some concepts related to emotions have become topics that are carefully considered. The increase in emotion-intensive professions is evidence of this, and the transmission of emotions improves job performance (Eddie, 2005: 13; Ashforth and Humphrey, 1993: 110). In the reality of social life, individuals convey their feelings through gestures and facial expressions (Ekman and Friesen, 1975: 135). For example, employees are required to manage their emotions successfully and to make emotion transfer in a way that enables the desired emotion to reach the other side. Emotional labor is the regulation of emotions and occurs through active communication. Face-to-face and live communication where emotions are most easily conveyed create a warm and friendly effect. Social media communication detaches individuals from their environment and leads to the development of social contacts without emotional elements. Although virtual communication forms enable communication with a large number of people, it prevents individuals from socializing in a real and healthy way. It does not allow the satisfaction provided by the face to face communication where emotional satisfaction is experienced. This situation brings along many problems such as asocialization, self-alienation and so on in the individual and social life. The concept of alienation was first introduced by Jean Jacques Rousseau. According to Rousseau, systems that are contrary to the freedom and nature of individuals cause alienation (<http://www.befjournal.com.tr/index.php/dergi/article/viewFile/260/226>). Representatives of the Frankfurt school also examined the negative effects caused by new media technologies on society.

Accordingly, in modern societies, as the ethical values disappear in the interindividual relations, alienation to human things emerges (106-109). Experiences in interpersonal interaction represent the basic elements of psychopathology. Here, the importance of interaction and experience in personality formation is emphasized (Sullivan, 1953: 110-111; Horowitz et. al., 2003). Besides, relational intimacy corresponds to the concepts of self-esteem and trust in individuals (Leary, 1957). Fake identities created on social media, the need for approval, conversations, games played for hours, being monitored, surveillance, exhibition, and similar phenomena carry daily life to a virtual environment (Toprak et. al., 2009). Human is at the core of communication, and almost all definitions emphasize the human factor. Individuals feel the need to communicate with themselves and then with the outside world from the moment they realize their existence. The quality of our internal communication also affects the quality of our communication with the outside world. Therefore, quality communication is the most fundamental requirement of human. While dominating people's minds, social media causes isolation and communication satisfaction decreases.

## 5. Conclusion

New communication technologies disrupt the relationship between time and space. Virtual communication environments provide many conveniences to our lives and increase their quality, while on the other hand, it causes serious problems. In addition to social media addiction, individuals are alienated from their cultural values and identities. Individuals who start to spend more time in virtual environments become lonely and become unhappy because they do not experience real communication satisfaction. In other words, social media, which is seen as a means of socialization, is evolving towards asocialization. The changes brought about by social media in our daily lives directly affect our inner world and social relations. Although we are in the age of communication, non-communication is accepted as an important problem today.

Social relations and social contact are important for personal and social welfare. Social contact is one of the most fundamental needs of individuals and it is necessary for the integration and communication of individuals in society. Social media leads increasingly more people to become isolated, lonely, asocial and to become unhappy by moving away from communication satisfaction. Social isolation is related that individuals have problems in real communication with other individuals due to the lack of sense of social belonging, and at the point to fulfill the responsibilities of the relationship. The lack of communicative ties brings individual unhappiness and dissatisfaction with it. Social media makes it easier for people to establish a connection but allows them to socialize to some extent.

All practices in social life have brought the concept of individual communication satisfaction into the forefront. In the communication process, which is a necessary existence for the person to search for and find himself/herself at the speed of daily life, human being determines the boundaries between himself /herself and others, realizes and recreates himself/herself. Communication is at the center of the production process necessary for the human to bring himself/herself into being and to maintain his/her life. Therefore, the most important variable that leads to individual happiness and satisfaction is communication satisfaction. This satisfaction and gladness begin primarily in human. Quality communication and personal experiences are the most fundamental need of human beings. While dominating people's minds, social media causes isolation and decreases communication satisfaction.

## References

- Ashforth B. E., Humphrey R. H. (1993). Emotional Labor in Service Roles: The Influence of Identity. *Academy of Management Review*, 18 (1), 88 - 115.
- Becker, G. (1964). *Human Capital*. Chicago: University of Chicago Press.

- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgment of taste*. London: Routledge.
- Domagalski, T A. (1999). Emotions in Organizations: Main Currents. *Human Relations*, 52 (6), 1-13.
- Downs, C.W., Hazen , M.D. (1977). A Factor Analytic Study of Communication Satisfaction. *Journal of Business Communication*, 14 (3), 63-73.
- Eddie, D. (2005). Emotions: From ‘Ugly Duckling’ via ‘Invisible Assert’ toward an Ontological Reframing, Ashkanasy N. M., Hörstel, C. E. J. and Zerbe, W. J. (eds), *Emotions in Organizational Behavior*, LEA, New Jersey.
- Ekman, P., Friesen, W V. (1975). *Unmasking The Face*, Englewood Cliffs. Prentice Hall, New Jersey.
- Ergil, D. (2019). Yabancılaşma Kuramına İlk Katkılar. <http://www.politics.ankara.edu.tr/dergi/pdf/33/3/8.pdf> (1Ağustos 2019).
- Güllüoğlu Ö. (2021). *Örgütsel İletişim, İletişim Doyumu ve Kurumsal Bağlılık*. Eğitim Akademi Yayınları, Konya.
- Horowitz, L.M., Alden, L.E., Wiggins, J.S., Pincus, A.L. (2003). *Inventory of Interpersonal Problems Manual*. The Psychological Corporation, Texas.
- Hecht ,M. L. (1978). Measures of Communication Satisfaction. *Human Communication Research*, 4 (4), 350-368.
- Kaplan A., Haenlein M. M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*.
- Keçeci, A., Taşocak G. (2009). Öğretim elemanlarının iletişim becerileri: Bir Yüksekokul Örneği. <http://acikerisim.deu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/12345/4533/1.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (26 Temmuz 2019).
- Leary, T. F. (1957). *Interpersonal Diagnosis of Personality: A functional theory and methodology for personality evaluation*. First Ed., Ronald Press, New York.
- Maslow, A. H. (1943). *A Theory of Human Motivation*. Psychological Review.
- Odabaşı, Y. (2000). *Satış ve Pazarlamada Müşteri ilişkileri Yönetimi*. Sistem Yayıncılık Pazarlama Dizisi No: 236, Sistem Yayıncılık ve Mat. San. A.Ş., İstanbul.
- Özarallı N. (1996). Etkin Örgütsel İletişim Olarak Etkin Kaynak Alışverişi. *Endüstri ve Örgüt Psikolojisi*, Ed. Tevrüz, S. (Ed.), Türk Psikologlar Derneği Yayınları, Ankara.
- Özkalp E., Kirel Ç. (2018). *Örgütsel Davranış*. Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa.
- Pincus, J D. (1986), *Communication Satisfaction, Job Satisfaction, and Job Performance*, *Human Communication Research*, 12 (3), 395-419.
- Redding, W. C. (1972). *Communication within the Organization: An Interpretive Review of Theory and Research*. Industrial Communication Council, New York.
- Sayımer, İ. (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*. Beta Yayınları, İstanbul.
- Solis, B. ve Breakenridge, D. (2009). *Putting the Public Back in Public Relations*. Pearson Education, New Jersey.
- Scott, D. M. (2010). *The New Rules of Marketing and PR*. John Wiley and Sons, New Jersey.
- Sullivan, H. S. (1953). *The Interpersonal Theory of Psychiatry*. Norton, New York.
- Schneider, B. (1975). *Organizational Climates: An Essay*. *Personnel Psychology*, 28, 447- 479.

Tek, Ő. B. (1999). Pazarlama İlkeleri. 8. Baskı, Beta Yayım Dağıtım A.Ő., İstanbul.  
Yaylagül, L. (2018). Kitle İletişim Kuramları. 9. Baskı, Dipnot Yayınları, İstanbul.  
<http://www.befjournal.com.tr/index.php/dergi/article/viewFile/260/226>.

**Araştırma Makalesi**

**Social Media And Social Isolation: An Analysis On Relational Communication Satisfaction**

*Sosyal Medya Ve Sosyal Yalnızlaşma: İlişkisel İletişim Doyumuna Yönelik Bir Analiz*

**Şifa ELCİL**

*Ph.D. İstanbul Medipol University*

*School of Communication*

*Department of Public Relations and Advertising*

[sifaelcil@yahoo.com](mailto:sifaelcil@yahoo.com)

<https://orcid.org/0000-0002-9137-2816>

**Genişletilmiş Özet**

İletişim teknolojileri; toplumsal alışkanlıklar, kültürler ve iletişim biçimleriyle ilgili farklılık ve değişimleri beraberinde getirmiştir. Bireyin çevresi ve dünya ile iletişimi, günümüzde sıklıkla bilişim teknolojileri ile gerçekleşmektedir. Geleneksel iletişimden uzaklaşarak sosyal ağlar yoluyla iletişim kurmak, sosyal yabancılaşmayı beraberinde getirmiştir. Bireyler, iletişim biçimlerinde ve sosyal yaşamlarındaki değişimler nedeniyle yalnızlığa sürüklenmektedir. Sosyal medya, bireyleri bulunduğu çevreden koparmakta, duygusal unsurlar içermeyen sosyal temasların gelişmesine yol açmaktadır. Sosyal medya iletişimi duygusal tatminin yaşandığı yüz yüze iletişimin sağladığı doyuma imkan tanımamaktadır. Bu durum bireysel ve sosyal yaşamda; asosyalleşme, kendine yabancılaşma ve benzeri birçok sorunu beraberinde getirmektedir. Çalışmanın amacı gelişen iletişim teknolojilerinden sosyal medyanın toplumsal yaşamdaki iletişimsel yansımalarını iletişimsel doyum bağlamında analiz etmektir. Çalışma kapsamında bir iletişim biçimi olarak sosyal medya ve sosyal yalnızlaşma kavramları açıklanmaktadır. Sosyal medyanın iletişimsel tatmin boyutu tartışılmaktadır.

İletişim kavramı bir üst disiplin olarak gerek kişisel gerek kurumsal ve gerek toplumsal açıdan yol gösteren bir pusuladır. Toplum, kurumlar ve iletişim birbirleriyle bağlantılı kavramlar olarak (Mumby ve Stohl, 1996; Ellis ve Maoz, 2003) birbirleriyle etkileşerek toplumsal gerçekliğe katkı sunarlar. İletişim teknolojilerindeki hızlı değişimler insanlar arasında bilginin hızla paylaşılmasını sağlarken kullanıcılara aynı zamanda bir sosyalleşme ortamı sunmaktadır. Özellikle sosyal paylaşım ağları hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelerek yüz yüze iletişime duyulan ihtiyacı azaltmıştır. Bireyler toplumsal yaşamda birçok ihtiyacını online ortamlar aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Fakat bu durum bireysel yalnızlaşma ve asosyalleşme gibi bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Doğallığın yerini yapaylığa, gerçek olanın yerini sanal olana bıraktığı günümüzde bireyler yalnızlaşmış ve gerçek iletişimden uzaklaşmıştır. Bireyler iletişimsel tatmin duygusunu daha az yaşamaktadırlar. 1990'lı yıllardan itibaren internet kullanımının yaygınlaşmasıyla toplumsal alanının tümünde bilgiye erişim ve bilginin ulaştırılması açısından bir iletişim devrimi gerçekleşmiştir (Neumann ve Hogan, 2005: 472) Bu teknolojinin kullanımı tüm dünyada artmaya devam etmektedir. Geleneksel medyadan farklı nitelik gösteren sosyal



medya, kişilerarası iletişimle ilgili bazı öğeleri bünyesinde taşıırken ağırlıklı olarak kitle iletişime olanak veren bir yapı sunmaktadır. (Scott, 2010: 38; Solis ve Breakenridge, 2009; Landsbergen, 2010: 135). Her kültürden ve toplumun her kesiminden insanların bir yönüyle ihtiyaçlarını gideren sosyal medya bir alışkanlık haline gelmiştir. Bu durum aynı zamanda kısa, orta ve uzun vadede ortaya çıkan sonuçlarıyla bireysel yalnızlaşmaya yol açmaktadır.

İletişim genel olarak mesaj, bilgi ve duygu alışverişidir. İletişim kişinin kendisiyle olan iletişiminden başlayarak; kişilerarası, gruplar arası, kültürler arası, kurumsal ve toplumsal olarak farklı boyutlarda gerçekleşir. İletişim insanlar arasında anlamlı mesajların karşılıklı olarak yayılmasıdır (Odabaşı, 2000: 67; Tek, 1999: 711). Etkili iletişim her tür problemin çözümünde, yanlış anlaşılmaların doğuracağı durumları önlemede, belirsizlikleri azaltmada ve güven unsurunun inşasında önemli rol oynar (Morgan ve Hunt, 1994: 22). Yüz yüze iletişim günümüzde hala en etkili ve anlamlı iletişim olarak kabul edilmektedir. İletişimsel doyum kavramı ise literatürde ilk olarak Level tarafından 1959 yılında kullanılmıştır. İletişim doyumunu bireylerin toplam iletişim çevreleriyle ilgili algılamalarının doyum derecesi olarak ifade edilmektedir (Redding, 1972: 25-30). Dolayısıyla iletişimsel doyum; onaylanma, takdir görme gibi çok boyutlu bir yapıya sahiptir ve bu farklı boyutların bireye sağladığı tatmin ve doyum olarak ifade edilebilir (Downs ve Hazen, 1972: 72; Crino ve White, 1981: 831-832). Bireysel doyum, kişilerin beklenti ve ihtiyaçları karşılandığında ya da daha fazlası elde edildiğinde ortaya çıkan memnuniyet duygusudur. Zihnin taleplerine uyum sonrası bir iç huzur yaşanır. İçsel bir duygu değerlendirmesi sonrasında arzulan bir sonuca verilen duygusal tepkime olarak doyum gerçekleşir (Schneider 1975: 461). Doyum içsel huzur ve tatminle ilgili bir kavram olarak tek başına anlam kazanmayabilir fakat iletişimsel doyum açık bir şekilde çok boyutlu olarak bireysel ve toplumsal kazanımlar sağlamaktadır (Pincus, 1986: 412-413; Hecht, 1978). İletişimsel doyumla ilgili yapılan birçok araştırma bireysel tatminle ilişkilidir. Burdan hareketle her tür eylemde yaşamın odağında yer alan bir kavram olan iletişim ve bireylerin iletişimsel doyumunu yaşamda belirleyicidir ve birçok değişkeni etkilemektedir. İnsanı bireysel mutluluk ve doyuma ulaştıran en önemli değişken iletişim doyumudur.

Yeni iletişim teknolojileri zaman ve mekan arasındaki ilişkiyi bozmaktadır. Sanal iletişim ortamları yaşamımıza birçok kolaylık sunup niteliğini arttırırken öte yandan ciddi sorunlara yol açmaktadır. Sosyal medya bağımlılığının yanı sıra bireyler kültürel değerlerine ve kimliklerine yabancılaşmaktadır. Sanal ortamlarda zamanla daha fazla vakit geçirmeye başlayan birey yalnızlaşmakta ve gerçek bir iletişim doyumunu yaşamadığı için mutsuz olmaktadır. Diğer bir deyişle sosyalleşme aracı olarak görülen sosyal medya asosyalleşmeye doğru evrilmektedir. Sosyal medyanın günlük yaşamımızda meydana getirdiği değişimler bireysel dünyamızı ve sosyal ilişkilerimizi doğrudan etkilemektedir. İletişim çağında olmamıza rağmen iletişimsizlik günümüzde önemli bir sorun olarak kabul edilmektedir. Sosyal ilişkiler ve sosyal temas kişisel ve toplumsal refah açısından önemlidir. Sosyal temas bireylerin en temel ihtiyaçlarından ve toplumdaki bireylerin entegrasyonu ve iletişimi açısından gereklidir. Sosyal medya giderek daha fazla insanın izole olmasına, yalnızlaşmasına, asosyalleşmesine ve iletişim doyumundan uzaklaşarak mutsuzlaşmasına yol açmaktadır. Sosyal yalnızlaşma bireylerin sosyal aidiyet duygusundan yoksun olarak diğer bireylerle gerçek anlamda iletişim kurma ve ilişkiye dair sorumlulukları yerine getirme noktasında sorun yaşamalarıyla ilgilidir. İletişimsel bağların eksikliği bireysel mutsuzluk ve doyumсуuzluğu beraberinde getirmektedir. Sosyal medya insanların bağlantı kurmalarını kolaylaştırmakta fakat bir yere kadar sosyalleşme imkanı sağlamaktadır.

Toplumsal yaşamdaki tüm pratikler bireysel iletişim doyumunu kavramını ön plana çıkarmıştır. Günlük yaşam hızında insanın kendini araması ve bulması için gerekli bir varoluş olan iletişim sürecinde insan kendi ve başkaları arasındaki sınırları belirler, kendini gerçekleştirir ve yeniden yaratır. İnsanın kendini öldürmesi ve yaşamını sürdürmesi için gerekli üretim sürecinin odağında

iletişim yer alır. Dolayısıyla insanı bireysel mutluluk ve doyuma ulaştıran en önemli değişken iletişim doyumudur. Bu doyum ve memnuniyet öncelikle insanda baŐlar. Kaliteli iletişim ve kişisel deneyimler insanın en temel gereksinimidir. Sosyal medya insanların zihinlerine hükmederken yalnızlaşmaya yol açmakta ve iletişimsel doyumunu azaltmaktadır.