

Yeni Medya ve İletişim: Yeni Yaklaşımlar

New Media and Communication: New Approaches

Yasemin Çakar 

Kitap İncelemesi Research Book Review



Kaynak ve hedef arasında mesajın iletilme sürecini kapsayan iletişim kavramı, bireysel ve toplumsal hayatın sürdürülebilirliği noktasında yaşamın en temel gereksinimleri arasında yer almaktadır. İnsanın var olduğu günden bugüne, dönemin teknolojisiyle şekillenen ve dönüşen iletişim kavramı, dijitalleşme ile birlikte köklü değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Yeni medya da dijitalleşmenin iletişim üzerindeki etkilerinden doğan bir alandır. Günümüzde iletişim, yalnızca bilgi aktarmasüreci değil aynı zamanda “toplumsal dönüşümün, kültürel etkileşimin ve küresel iş birliğinin itici gücü” (Yengin, 2025: xv) rolündedir. Bu bağlamda multidisipliner bir konu haline gelen iletişim kavramı her geçen gün yeni yaklaşımlarla

gelişmektedir. Yeni medya ve iletişim ekseninde yeni yaklaşımlara odaklanan ve Prof. Dr. Deniz Yengin editörlüğünde hazırlanan ‘Yeni Medya ve İletişim: Yeni Yaklaşımlar’ isimli eser, iletişim alanı kapsamında; yapay zeka, siyasal iletişim, çevirmiş tüketim, halkla ilişkiler, sosyal sorumluluk, haber türleri, dikey video içerikleri, sosyal medya, dijital diplomasi, dijital vatandaşlık, dijital oyun gibi pek çok araştırma ve inceleme makalesini bünyesinde barındırmaktadır.

20 araştırmacının 16 farklı bölümle katkı sunduğu ‘Yeni Medya ve İletişim: Yeni Yaklaşımlar’ adlı kitap, iletişim ve yeni medya çalışmalarına odaklanarak hazırlanmıştır. Özellikle geleceği şekillendiren yapayzeka teknolojisi ne yönelik güncel çalışmaların ve alanında niş konuların multidisipliner şekilde ele alınmış olması, alanyazında önemli bir eksiği giderecek niteliği beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda eserin, alana ilişkin derinlik ve çok boyutluluk kazandırdığı düşünülmektedir.

“İletişimciler ve Sosyal Bilimciler İçin Yapay Zeka Çalışmaları Üzerine Bir Literatür Çalışması” isimli çalışmada Erkan Saka geleceği şekillendiren yapay zeka teknolojisini iletişim ve sosyal bilimler çatısı altında irdelemiştir. Bununla birlikte, yapay zekâ ekseninde hem iletişim hem de sosyal bilimler altında bilimsel çalışmalara derinlemesine yaklaşılmıştır. Yöntem olarak literatür taramasının benimsendiği çalışmada, sosyal bilimlerde yapay zeka teknolojisinin nasıl ele alındığı aktarılırken iletişim alanında var olan boşluklara dikkat çekilmiştir.

Feyza Dalaylı tarafından kaleme alınan “The Impact of Individual Digital Identities on Creating a Global Collective Identity” başlıklı çalışmada dijitalleşmenin bireylerin kimlik

inşasını ve toplumsal rollerini nasıl dönüştürdüğü irdelenmektedir. Özellikle yeni medya ortamında var olan dijital kimlik kavramına odaklanarak hazırlanan çalışmada, bireyin sosyal medya gibi dijital platformlar aracılığıyla kendilerini ifade etme biçimleri ve bu sürecin toplumsal yaşama etkileri tartışılmaktadır. Çalışma kapsamında, dijital kimliğin hem özgürleştirici hem de tehlike barındıran bir yapıya sahip olduğu ortaya konulmuştur.

Gabriela Oana Olaru tarafından kaleme alınan “Yapay Zekâ Aracılığıyla Dönüşen Siyasal İletişim Uygulamalarına Dair Bir Çerçeve” başlıklı çalışmada, yapay zekâ teknolojilerinin siyasal iletişim üzerindeki dönüştürücü etkisine odaklanılmıştır. Özellikle yapay zeka teknolojisinin seçim kampanyalarında ve kamuoyunun şekillendirilmesinde nasıl kullanıldığı üzerinde durulmuştur. Bununla beraber çalışmada günümüzün önemli sorunları arasında yer alan dezenformasyon, deepfake içerikler ve sosyal botlar gibi kavramlar, etik riskler bağlamında değerlendirilmiştir.

“Covid-19 Salgını Sonrası Çevrimiçi Tüketim Pratikleri: Yalnızlık ve Tüketici Davranışları Üzerine Bir İnceleme” başlıklı bölümle esere katkı sunan Gazel Han ve Cem Sefa Sütçü, Covid-19 pandemisi sonrası dönemde yalnızlık duygusunun çevrimiçi tüketim alışkanlıkları konusuna odaklanmıştır. Çalışmada, tüketici davranışlarını etkileyen psikolojik bir unsur olarak yalnızlık kavramını ele alınmaktadır. Yalnızlık duygusunun alışveriş pratiklerine nasıl yansıdığına odaklanan araştırmada Z kuşağına mensup 103 öğrenci ile görüşmeler sağlanmıştır. Elde edilen bulgular, çevrimiçi tüketim davranışlarının bireysel psikolojik faktörlerden etkilendiğini ve pandemi sonrası dönemde yalnızlıkla çevrimiçi alışveriş arasındaki ilişkinin bireysel farklılıklara bağlı olduğunu ortaya koymaktadır.

Gözde Önier’in hazırladığı “Halkla İlişkiler Ekseninde Sosyal Sorumluluk Alanının Yeni Medyadaki Yansımaları: Marmara Bölgesi Örneği” başlıklı bölümde, halkla ilişkiler uygulamalarından

biri olan sosyal sorumluluk faaliyetlerinin yeni medya ve dijitalleşme bağlamında belediyeler tarafından nasıl yürütüldüğünü incelenmektedir. Araştırma kapsamında, Marmara Bölgesi’nde bulunan 11 il belediyesinin kurumsal Instagram hesapları üzerinden yürütülen sosyal sorumluluk projelerinin içerik ve etkileşim düzeyi analiz edilerek karşılaştırmalı olarak sunulmuştur.

İrem Yenicerler’in kaleme aldığı “Yalan Haber Kavramının Haber Türleri Üzerinden İncelenmesi: Doğrulama Platformlarının Etkinliği Üzerine Bir Araştırma” başlıklı bölümde, yalan haber kavramı farklı haber türleri üzerinden incelenerek, doğrulama platformlarının etkinliği analiz edilmektedir. Araştırmacının temel amacı yalan haberlerin farklı haber türleri içinde nasıl yer aldığını ve bu haberlerin yayılımını engellemek amacıyla faaliyet gösteren doğrulama platformlarının etkinliğini değerlendirmektir. Çalışmada, Teyit.org ve Doğruluk Payı gibi doğrulama kuruluşlarının incelediği haberler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiş ve okuyucuya sunulmuştur.

“Yapay Zekâ ve Mitolojide Kehanetler: Teknolojik Öngörü Sistemlerinden ChatGPT’nin Nostradamus’un Kehanetleriyle Karşılaştırılması” başlıklı çalışmada Mislina Sözer, yapay zekâ sistemlerinin geleceğe yönelik kehanet üretme biçimleri ile tarihsel kahin Nostradamus’un kehanetleri arasındaki ilişkiyi irdelemektedir. Araştırmada, yapay zeka uygulamalarından ChatGPT’nin ürettiği kehanetlerin daha anlaşılır, dil açısından sade olduğu tespit edilmiş, Nostradamus’un kehanetlerinin ise daha karmaşık ve çok anlamlı olduğu ortaya konmuştur.

Nur Emine Koç ve Ayşegül Akaydın tarafından kaleme alınan “Is the Content Really a King?: ‘Information Laundromat’ Analysis” başlıklı bölümde, dijital medya ortamında bilgi akışını, sahte haber yayılımını ve dezenformasyon ağlarını analiz etmek için kullanılan güçlü bir araç olan ‘Information Laundromat’ yöntemi ele alınmıştır. Çalışmada odaklanılan ‘Information Laundromat’ yöntemi sayesinde gazeteciler, akademisyenler ve medya araştırmacılarının dijital çağda daha

güvenilir bilgi üretimine katkıda bulunabileceği vurgusu yapılmaktadır.

“Yeni Medya Çağında Algoritmik Kültür: Yapay Zekânın Dijital İletişimdeki Rolü” başlıklı çalışmada Muhammet Emre Fidan, yeni medya çağında yapay zekâ destekli algoritmaların dijital iletişim üzerindeki etkilerini incelemektedir. Araştırma kapsamında bireylerin medya ortamında sadece içerik tüketicisi olmadıkları, aynı zamanda algoritmaların şekillendirdiği kişiselleştirilmiş deneyimlerin birer nesnesi hâline geldikleri konusu üzerinde durulmaktadır.

Okan Ormanlı'nın kaleme aldığı, “Dikey Video İçerikleri ve Kültürel Dekadans” başlıklı bölümü, sinema televizyonun inşa ettiği geleneksel görsel kültürden hareketle, günümüzde yaygınlaşan kısa ve dikey video içeriklerinin kültürel yapıyı nasıl etkilediği konusu üzerine odaklanmıştır. Çalışmada mobil cihazların dikey ekran formatı ile birlikte kısa ve dikey video içeriklerinin yaygınlaştığı vurgulanmış; bu durumun klasik, nitelikli ve kaliteli içerik yerine basitleştirilmiş ve yüzeysel içeriklerin tüketilmeye başlandığı vurgulanmıştır.

Rabia Ören'in kaleme aldığı “TikTok Platformunu Konu Alan Lisansüstü Tezler Üzerine Bir İnceleme” başlıklı çalışmada, 2019-2024 yılları arasında TikTok hakkında yazılmış lisansüstü tezleri incelenmiştir. Bibliyometrik yöntemin kullanıldığı araştırmada TikTok platformuna yönelik ilgi, araştırma alanları ve eğilimleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın bulguları incelendiğinde, araştırmaya konu olan tezlerde en fazla pazarlama, mahremiyet, influencerlık ve benlik sunumu gibi konuların ele alındığı örneklem olarak çoğunlukla Z kuşağının tercih edildiği tespit edilmiştir.

Selver Dikkol Akçay tarafından kaleme alınan “Yeni Medya Sanatında Post/Transhümanist Kesişimler” başlıklı bölüm, posthümanist ve transhümanist yaklaşımların yeni medya sanatına yansımaları ele almaktadır. Sanat ve teknolojinin kesiştiği noktada, insan sonrası imgelerin medya sanatı üzerindeki etkileri değerlendirilmektedir. Araştırmanın temelinde beden ile teknolojinin sanatsal

temsillerde nasıl kesiştiği sorusu bulunmaktadır. Bununla birlikte çalışmada teknoloji rolünün, sanat eserlerinde nasıl somutlaştığı tartışılmaktadır.

Sevinç Göktepe ve Lale Cansu Tutar Civelek tarafından kaleme alınan “Dijital Diploması Aracı Olarak Sanal Kültürel Turlar” başlıklı çalışma, dijital diploması bağlamında sanal kültürel turların rolünü incelemektedir. Araştırmada sanal kültürel turların, diploması ile dijitalleşme süreçleri arasındaki etkileşimi nasıl şekillendirdiğini ortaya konmaktadır. Çalışma kapsamında sanal kültürel turların hem kültürel mirasın korunmasına hem de ülkelerin uluslararası tanıtım stratejilerine önemli katkılar sunduğu vurgulanmaktadır. Özellikle yapay zeka büyük veri ve blok zinciri gibi yeni teknolojilerin entegrasyonu ile birlikte sanal kültürel turların gelecekte daha etkileşimli, kişiselleştirilmiş ve erişilebilir hale gelmesi öngörülmektedir.

Yarkın Çelik ve A. Çağlar Karabıyık'ın hazırladığı “Dijital Vatandaşlık ve E-Devlet: Türkiye ve AB Bağlamında Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme” başlıklı bölümde, Türkiye'nin dijital vatandaşlık, dijital okuryazarlık ve e-Devlet hizmetleri açısından Avrupa Birliği ile karşılaştırmalı değerlendirmesi ele alınmıştır. Çalışma, Türkiye'nin dijital teknolojilere erişim ve kullanımda dünya standartlarında bir yerde olduğunu, ancak bilgisayar, mobil cihaz ve internet kullanımında AB ortalamasının biraz gerisinde kaldığını ortaya koymaktadır.

“Yeni İletişim Ortamları: Merkeziyetsiz Medya” başlıklı bölümde Özgür Erkut Şahin, geleneksel medya yapılarının ötesinde şekillenen merkeziyetsiz medya platformlarını değerlendirmektedir. Blokzincir tabanlı sistemlerin sunduğu yeni iletişim olanakları örneklerle açıklanmıştır. Merkezi olmayan haber platformlarının gazetecilikte şeffaflık, hesap verebilirlik ve güvenilirlik oluşturmadaki rolü ile ilişkili olarak hazırlanan araştırmada teknoloji ve gazetecilik etkileşimi yorumlanmaktadır.

Sude Eğri'nin kaleme aldığı “Yapay Zeka ve Dijital Oyunlar: Kişisel Verilerin Erişilebilirliği Üzerine

‘Kinitopet’ Oyununun İncelenmesi” başlıklı çalışmada, yapay zekanın dijital oyunlarda kişisel verilere erişim ve kullanımı üzerindeki etkisi Kinitopet oyunu üzerinden incelenmiştir. Çalışma, yapay zeka destekli dijital oyunların kişisel veriler üzerindeki etkisini, mahremiyet ve etik boyutlarıyla değerlendirerek, dijital oyunlarda veri güvenliği ve kullanıcı bilinçlendirmesinin önemine dikkat çekmektedir.

AI.Labs Publishing tarafından açık erişimli olarak yayımlanan *Yeni Medya ve İletişim: Yeni Yaklaşımlar* adlı eser, iletişim ve yeni medya alanında disiplinler arası bir perspektif sunmaktadır. Güncel ve özgün konulara odaklanması sayesinde, akademik literatürdeki önemli boşlukları dolduran bu çalışma, yeni medya araştırmalarına hem derinlik hem de genişlik kazandıran değerli bir kaynak niteliğindedir. Eserde yer alan çalışmalar yalnızca bugünün tartışma konularını değil geleceğin sorunlarına da değinerek öngörü sunmaktadır. Dijitalleşen dünyada geleceğe dair sorunların tespit edilerek önerilerin geliştirildiği eser, akademik literatürdeki önemli bir alanı doldurmaktadır. Geleceği inşa edecek teknolojilerin başında gelen yapay zeka, yeni medya alanının da dönüşümünü zorunlu kılmaktadır. Dolayısıyla, eser bir bütün olarak değerlendirildiğinde yapay zeka, medya ve iletişim alanların da oluşabilecek yeni araştırma alanlarına ışık tutmaktadır. Ciderek artan yapay

zeka entegrasyonunu da kapsayıcı bir şekilde oluşturulan eser, hem iletişim disiplinine hem de medya alanında oluşacak yeni dijital becerileri de bünyesinde barındırmaktadır. Bu bağlamda, eser yalnızca bilimsel çerçevede değil medya paydaşları için de geleceğe ışık tutan bir referans niteliğindedir.

Kaynaklar

Yengin, D. (Ed.). (2025). *Yeni Medya ve İletişim: Yeni Yaklaşımlar*, İstanbul: AI.Labs Publishing.

Yazar Bilgileri

Author details

Arş. Gör., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, eda.yaseminncakr@gmail.com.

Kaynak Göstermek İçin

To Cite This Article

Çakar, Y. (2025). *Yeni Medya ve İletişim: Yeni Yaklaşımlar* başlıklı kitap incelemesi (Yengin, D. Ed.)). *Yeni Medya*, (18), 531-534.