iletişim

GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM DERGİSİ
GALATASARAY UNIVERSITY JOURNAL OF COMMUNICATION
UNIVERSITE GALATASARAY REVUE DE COMMUNICATION

ARALIK
DECEMBER 2025
DÉCEMBRE

43

Sunuş
Editör Ekibi

Araştırma Makaleleri
Türkiye'de Gazetecilikte Prekaryalaşma: Yaş, Cinsiyet Ve Güvencesizlik Dinamikleri
İncilay CANGÖZ, Temmuz Gönç ŞAVRAN

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun 2024-2025 Arasında Verdiği Cezaların Basın/İletişim Özgürlüğü Çerçevesinde Değerlendirilmesi
Vahdet Mesut AYAN

Türkiye'de Farklı Medya Kuruluşlarında Gazetecilerin Yapay Zekâ ile İlişkisi: Kutuplaşmış ve Eşitsiz Bir Medya Sisteminde Teknolojik Dönüşüm
Can ERTUNA

Decoding Audience Needs: A Critical Analysis of Turkish Digital Journalism through the User Needs Model
Sarphan UZUNOĞLU

Sosyal Medyada Politik Aktör Olarak Yapay Zekâ: Aktör-Ağ Teorisi Bağlamında Grok Yapay Zekâ Asistanı
Neslihan BULUR DEMİREL

Aldatıcı Tasarım Kalıplarının Tipolojisi Üzerine Bir İnceleme: Şikayetvar Platformunda Farklı Markalara İlişkin Kullanıcı Şikayetlerinin Betimsel Analizi
Bilge ŞENYÜZ

Oyun ve Anlam: Oyuncu Beklenti ve Deneyimlerinin Analizi
Çakır AKER

Femvertising as a Brand Activism Tool: An Analysis of the Film Barbie
Nuray YILMAZ SERT, Tuba ÇEVİK ERGİN, Ebru YILMAZ, Semih KOPUZ

İleti-ş-im 43 • aralık / december / décembre 2025

Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Bilimsel Hakemli Dergidir.

Bu esere ilişkin olarak Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndan doğan haklar saklıdır. Burada yer alan makalelerde ileri sürülen görüşler yazarlarına aittir. Yayın Kurulu, makalelerde ileri sürülen görüşlerden dolayı herhangi bir sorumluluk üstlenmemektedir.

İleti-ş-im, Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından, yılda iki kez Haziran ve Aralık aylarında yayınlanan, hakemli ve açık erişimli bir akademik dergidir. İleti-ş-im, ULAKBİM TR Dizin - Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı, ve EBSCO Communication & Mass Media Complete (CMMC) tarafından taranmaktadır.

İleti-ş-im is a peer-reviewed open access journal published biannually every June and December by Galatasaray University Faculty of Communication. İleti-ş-im is indexed by ULAKBİM Social and Human Sciences Database, and EBSCO Communication & Mass Media Complete (CMMC).

İleti-ş-im est une revue scientifique en libre accès à comité de lecture, publiée semestriellement en juin et en décembre par la Faculté de Communication de l'Université Galatasaray. İleti-ş-im est indexé par ULAKBIM Base de données des sciences socialeset humaines, et EBSCO Communication & Mass Media Complete (CMMC).

Baş Editör / Editor-in-Chief / Directrice de la publication
Ceren Sözeri Özdal

Editör Yardımcıları / Assistant Editors / Assistants Éditoriaux
Ayşe Toy Par
Betül Aydoğan
Yaşar Şekerci
Uğurhan Topçuoğlu
Onurcan Güden
Duru Su Kadıoğlu
İlker Kafalı

Yayın Kurulu / Editorial Board / Comité de rédaction
Kerem RIZVANOĞLU / Galatasaray Üniversitesi
Cerern SÖZERİ ÖZDAL/ Galatasaray Üniversitesi
Ayşe TOY PAR / Galatasaray Üniversitesi
Elgiz YILMAZ ALTUNTAŞ / Galatasaray Üniversitesi
Fülürya YUSUFOĞLU / Galatasaray Üniversitesi
Tolga ÇEVİKEL / Galatasaray Üniversitesi
Ece VİTRİNEL / Galatasaray Üniversitesi
Özgür İlke ŞANLIER YÜKSEL / Çukurova Üniversitesi
Luca BARRA / University of Bologna
Loïc BALLARİNİ / Université de Lorraine

Yayın Danışma Kurulu /Advisory Board / Comité Scientifique
Ümit ATABEK, Yaşar Üniversitesi
Oya Şakı AYDIN, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Suavi AYDIN, Hacettepe Üniversitesi
Abdel BENCHENNA, Université Paris 13
Mutlu BİNARK, Hacettepe Üniversitesi
Kadri BOUALEM, Université du Québec a Montréal
Michel BOURSE, Galatasaray Üniversitesi
Patrick BRUNETEAUX, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
Seçil BÜKER, Gazi Üniversitesi
Mete ÇAMDERELİ, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Özden CANKAYA, Galatasaray Üniversitesi
Dilruba ÇATALBAŞ ÜRPER, Galatasaray Üniversitesi
Özlem DANACI YÜCE, Galatasaray Üniversitesi
Pierre DUMONT, Université Paul Valéry
Çiler DURSUN, Ankara Üniversitesi
Gino GRAMACCIA, Université Bordeaux Montaigne
Martine JOLY, Université Paris-Sorbonne
Raşit KAYA, Ortadoğu Teknik Üniversitesi
Şükran KUYUCAK ESEN, Marmara Üniversitesi
Thierry LANCIEN, Université Bordeaux Montaigne
Yves LAVOINNE, Université Robert Schuman
Gül Rengin KÜÇÜKERDOĞAN, Hasan Kalyoncu Üniversitesi
Tristian MATTELART, Université Paris 8
Dominique MARCHETTI, Centre Jacques Berque
Oğuzhan ÖZCAN, Koç Üniversitesi
Ruken ÖZTÜRK / Ankara Üniversitesi
Nil ÖZÇAĞLAR TOULOUSE / Université Lille Nord de France
Tarik SABRY, University of Westminster
Jean-François TETU, Université de Lyon 2
Nilüfer TİMİSİ, İstanbul Üniversitesi
Nurçay TÜRKOĞLU, Arel Üniversitesi
Billur ULGER, Yeditepe Üniversitesi
Ayşegül YARAMAN, Marmara Üniversitesi
Helene-Marie-MONTAGNAC,Université Bordeaux Montaigne

Dil Editörleri

Gökmen Gezer
Olcay Kunal

Sayfa Tasarımı-Uygulama / Page Design-Application / Mise-en Page
Sera Bütün
Özgürol Öztürk

Kapak Tasarım / Cover Design / Design de la Couverture
Kerem Rızvanoğlu

İleti-ş-im
Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi
Çırağan Caddesi, No: 36 34349
Ortaköy/İstanbul

http://iletisimdergisi.gsu.edu.tr
Tel: +90 212 227 44 80
Faks: +90 212 227 51 48

ISSN 1305-2411
E-ISSN 2548-124X

Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi adına sahibi / Owner, in the name of Faculty of Communication / Propriétaire au nom de la Faculté de Communication
Kerem Rızvanoğlu, Dekan / Dean / Doyenne

CC BY NC ND

İÇİNDEKİLER

4 **Sunuş**
Editör Ekibi

Araştırma Makaleleri

7 ***Türkiye'de Gazetecilikte Prekaryalaşma: Yaş, Cinsiyet Ve Güvencesizlik Dinamikleri***
İncilay CANGÖZ, Temmuz Gönç ŞAVRAN

35 ***Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun 2024-2025 Arasında Verdiği Cezaların Basın/İletişim Özgürlüğü Çerçevesinde Değerlendirilmesi***
Vahdet Mesut AYAN

63 ***Türkiye'de Farklı Medya Kuruluşlarında Gazetecilerin Yapay Zekâ ile İlişkisi: Kutuplaşmış ve Eşitsiz Bir Medya Sisteminde Teknolojik Dönüşüm***
Can ERTUNA

88 ***Decoding Audience Needs: A Critical Analysis of Turkish Digital Journalism through the User Needs Model***
Sarphan UZUNOĞLU

112 ***Sosyal Medyada Politik Aktör Olarak Yapay Zekâ: Aktör-Ağ Teorisi Bağlamında Grok Yapay Zekâ Asistanı***
Neslihan BULUR DEMİREL

137 ***Aldatıcı Tasarım Kalıplarının Tipolojisi Üzerine Bir İnceleme: Şikayetvar Platformunda Farklı Markalara İlişkin Kullanıcı Şikayetlerinin Betimsel Analizi***
Bilge ŞENYÜZ

167 ***Oyun ve Anlam: Oyuncu Beklenti ve Deneyimlerinin Analizi***
Çakır AKER

191 ***Femvertising as a Brand Activism Tool: An Analysis of the Film Barbie***
Nuray YILMAZ SERT, Tuba ÇEVİK ERGİN, Ebru YILMAZ, Semih KOPUZ

Sunuş

Editör Ekibi

İleti-ş-im dergimizin 43. sayısını ve yılı yine özgün ve ilgi çekici makalelerle kapatıyoruz. Bu sayımızda ağırlıklı olarak gazeteciliğin koşullarını, dijital dönüşümünü konu edinen araştırmalar var. Onlarla başlıyoruz. İlk olarak "Türkiye'de Gazetecilikte Prekaryalaşma: Yaş, Cinsiyet ve Güvencesizlik Dinamikleri" başlıklı makalelerinde İncilay Cangöz ve Temmuz Gönç Şavran, Türkiye'de gazetecilerin demografik özellikleri, eğitim düzeyi, mesleki deneyimleri doğrultusunda mesleki kaygılarını inceliyorlar. 374 gazeteciyle görüşülerek yapılan ve The Worlds of Journalism Study (WJS) sonuçlarından biri olan araştırma, gazetecilik mesleğinin yapısal olarak güvencesiz, stresli ve giderek prekaryalaşan bir alan haline geldiğini gösteriyor. Ayrıca genç ve kadın gazetecilerin daha kırılgan konumda bulunduğuna dikkat çekiyor.

Cangöz ve Şavran araştırmalarında gazetecilerin prekaryalaşma sürecinde siyasi koşulların da etkili olduğunu ifade ediyorlar. İkinci makalede Vahdet Mesut Ayan bu baskının önemli veçhelerinden biri olan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) medya kuruluşlarına uyguladığı yaptırımları inceliyor. "Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun 2024-2025 Arasında Verdiği Cezaların Basın/İletişim Özgürlüğü Çerçevesinde Değerlendirilmesi" başlığını taşıyan araştırmada televizyon kanallarına verilen cezalar analiz edilirken, RTÜK'ün tarafsız olmadığı, çoğunlukla iktidara mesafeli kanallara yaptırım uyguladığı, basın özgürlüğünü kısıtlayıcı bir rol oynadığı bilimsel bir çerçeveden ortaya konuyor.

Gazetecilik mesleği bir yandan ekonomik ve siyasi baskılarla mücadele ederken diğer yandan teknoloji sayesinde dönüşüyor. Yapay zekânın işlerini ellerinden almasından en fazla endişelenen meslek gruplarından biri gazeteciler. Can Ertuna "Türkiye'de Farklı Medya Kuruluşlarında Gazetecilerin Yapay Zekâ ile İlişkisi: Kutuplaşmış ve Eşitsiz Bir Medya Sisteminde Teknolojik Dönüşüm" başlıklı makalesinde haber merkezlerinde yapay zekâ araçlarının hangilerinin nasıl kullanıldığına odaklanıyor. Nicel ve nitel yöntemlerin bir arada kullanıldığı araştırmada yapay zekâ araçlarının gazeteciler tarafından yoğun olarak kullanıldığı saptanmış ancak kötü haber şu, haber merkezlerinde bu kullanımın etik denetimine ilişkin bir politika mevcut değil. Yapay zekâ araçlarının, gazetecilikte hız, verimlilik ve çeşitlilik sağlama potansiyeli taşısalar da bu kazanımların dağıtımında eşitsizlik potansiyeli barındırdıkları göz önünde bulundurularak tartışmalarda yerel bağlamların da göz önüne alınması öneriliyor.

Sarphan Uzunoğlu'nun "Decoding Audience Needs: A Critical Analysis of Turkish Digital Journalism through the User Needs Model" başlıklı makalesi gazetecilik literatürünün son yıllarda ihmal ettiği bir alana, izleyiciye ve onun ihtiyaçlarına dikkatimizi çeviriyor. Makale halihazırda kullanılan "Kullanıcı İhtiyaçları Modeli"nin (UNM) izleyiciyi bireyci ve apolitik bir çerçevede ele aldığı, toplumsal ilişkileri (sınıf, cinsiyet, ırk) göz ardı ettiği tespitini yaparken; 200 haber metni üzerinden yapılan inceleme Türkiye'de izleyici ihtiyaçlarının kurumsal mantık, piyasa gereklilikleri ve siyasal kısıtlar doğrultusunda aktif biçimde inşa edildiğini, ideolojik süzgeçten geçirildiğini ve yeniden işlevselleştirildiğini ortaya koyuyor.

Neslihan Bulur Demirel'in araştırması izleyici ya da kullanıcı olarak tanımlanan topluluğun sosyal medyada yapay zekâ araçlarının kullanımını konu alıyor. "Sosyal Medyada Politik Aktör Olarak Yapay Zekâ: Aktör-Ağ Teorisi Bağlamında Grok Yapay Zekâ Asistanı" başlıklı makale, yapay zekâ asistanlarının politikleşme sürecini Grok örneği üzerinden analiz ediyor. Netnografik analizin benimsendiği araştırmada, Twitter (X) platformunda kullanıcıların Grok ile kurdukları etkileşimler ve gelişen söylemler gözlemlenerek dijital platformlarda demokratik katılımın ve kamusal alanın dönüşüm dinamiklerine dair eleştirel bir bakış sunuluyor.

Kullanıcı odaklı bir başka araştırmanın yazarı Bilge Şenyüz. "Aldatıcı Tasarım Kalıplarının Tipolojisi Üzerine Bir İnceleme: Şikayetvar Platformunda Farklı Markalara İlişkin Kullanıcı Şikayetlerinin Betimsel Analizi" başlıklı makalede yazar, çevrim içi platformlarda kullanıcıların karar alma süreçlerini manipüle eden ve etik dışı kabul edilen aldatıcı tasarım kalıplarının tipolojisini ve bu kalıpların Türkiye'deki dijital ekosistemde nasıl deneyimlendiğini inceliyor. Bilinen 17 aldatıcı tasarım kalıbının 14'ünün ilgili platformdaki şikayetler arasında yer aldığını tespit eden Şenyüz, mevcut düzenlemelerin sorunları çözmede yetersiz kaldığına da vurgu yapıyor.

Kullanıcılar içinde daha spesifik bir alan olan oyuncu deneyimlerine odaklanan "Oyun ve Anlam: Oyuncu Beklenti ve Deneyimlerinin Analizi" başlıklı makalede Çakır Aker, oyun deneyiminin salt hedonik yönünün ötesindeki eudaimonik etkilerini ortaya koymayı ve bu iki deneyim türü arasındaki ilişkiyi keşfetmeyi amaçlıyor. 99 deneyimli

oyuncunun deneyimlerinin analiz edildiği araştırma sonucunda, oyuncuların başlangıçta haz beklentisiyle oyuna girseler bile, anlam arayışının da önemli bir motivasyon kaynağı olduğu, akılda kalıcılığı ve takdir/kıymet algısını kuvvetlendirdiği ortaya konarak literatürdeki yaklaşımların yeniden değerlendirilmesi öneriliyor.

Son dönemde akademik ilgiye epeyce mazhar olan femvertising kavramı son makalemizde sinema ve reklamcılık alanını birleştiren bir yerden Barbie filmi üzerinden ele alınıyor. Nuray Yılmaz Sert'in "Femvertising as a Brand Activism Tool: An Analysis of the Film Barbie" adlı makalesi, reklamcılıkta feminist stratejilerin yalnızca değişim yaratma potansiyelini değil; "fempower-washing", "purple washing" gibi kavramlarla bu stratejilerin samimiyeti ve ticari kaygılarla kesişimine dair eleştirileri kapsayan bir tartışma yürütüyor.

2025'in son günlerinde sosyal bilimler, siyaset bilimi alanlarına büyük katkılar yapmış çok değerli iki hocamızı Prof. Dr. Taha Parla ve Prof. Dr. Nermin Abadan Unat'ı kaybettik. Eserleri bize ilham vermeye devam edecek. 2026'nın dünyada ve Türkiye'de akademiye daha fazla kaynak, adalet ve özgürlük getirmesini arzu ediyoruz. Hepinize sağlıklı ve mutlu bir yıl diliyoruz.