

Dijitalleşme ve Akademik Yayıncılık: İletişim Fakültesi Dergileri Üzerine Nicel Bir Araştırma

ÖZET

Dijitalleşme dünyayı hızla dönüştürmektedir. İletişim, bu dönüşümden en yüksek payı alan sahalardan birisidir. Bu çalışmada da iletişim sahasında, Türkiye'deki üniversitelerin bünyesinde yayımlanan akademik dergilerin dijitalleşmeden ne ölçüde etkilendiği belirlenmeye çalışılmıştır. Dijital teknolojiye gelişmelerin akademik yayımların daha kolay, hızlı, şeffaf, yaygın ve ucuz üretilebilmesine olanak sağladığı, bunun makale sayılarında artışa neden olacağı düşünülmüştür. Ayrıca iletişim sahasında yayımlanan makalelerin dijitalleşmeyle ortaya çıkan yeni medya konusuna duyarlı kalınmayacağı ve yayın içeriklerinde daha fazla yeni medyaya ilişkin konuların yer alacağı varsayılmıştır. Yine dijitalleşmenin mekân ve zaman sınırlaması olmaksızın akademisyenler ve kurumlar arası işbirliğini artırmış olduğu düşünülmüştür. Bu varsayımları test etmek amacıyla çalışmada; üniversite bünyesinde yayımlanan iletişim dergilerindeki yayımların yıllar içerisindeki seyri incelenmiştir. Öncelikle araştırmada; dijitalleşmenin akademik dergi yayıncılığına etkileri ortaya konulmuş, daha sonra iletişim fakülteleri tarafından çıkartılan tüm dergiler hakkında nicel bazı değerlendirmeler yapılmıştır. Ardından köklü 4 iletişim fakültesi tarafından yayımlanan dergilerin son on yıllık sayılarındaki toplam 1081 makale taranmıştır. Makale sayılarının yıllar içerisindeki değişimi, makalelerde işlenen konuların yıllar içerisindeki yönelimleri, makale yazarlarının işbirliği oranlarındaki değişimi gibi veriler değerlendirilmiştir. Çalışma sonucu e-dergiye geçişle paralel şekilde dergilerdeki makale sayılarının artış gösterdiği, yine bu makalelerde "yeni medya" konusunun giderek artan biçimde ele alındığı görülmüştür. Dergiler kurum dışı yazarlara daha fazla yer vermeye başlamışlardır. Ayrıca çok yazarlı makale sayısında da yıllar içerisinde artış görüldüğü, ancak bu nicel artış ve işbirliklerinin, teknolojik gelişmelerin yanında devlet tarafından yürürlüğe sokulan akademik teşvik yasası ile ilişkilendirilebileceği şeklinde değerlendirilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Akademik Dergi Yayıncılığı, e-dergi, Dijital Teknoloji, Yeni Medya

- **İbrahim Hakan Dönmez**
Doç. Dr. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
ihdonmez@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-7107-1020
- **Hasan Yurdakul**
YÖK 100/2000 Dr. Bursiyeri
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
hasanyurdakull@hotmail.com
ORCID ID: 0000-0002-5606-6469
- **Taner Taşmurat**
Dr. Öğrencisi Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
tanerdirt@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-4064-0996

Geliş Tarihi 10.02.2020

Kabul Tarihi 16.09.2020

Yayın Tarihi 19.10.2020

Digitalization and Academic Publishing: A Quantitative Research on the Journals of the Faculties of Communication

ABSTRACT

- **İbrahim Hakan Dönmez**
Assoc. Prof. Dr. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
ihdonmez@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-7107-1020
- **Hasan Yurdakul**
Ph.D Student with 100/2000
Ph.D. Scholarship Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
hasanyurdakull@hotmail.com
ORCID ID: 0000-0002-5606-6469
- **Taner Taşmurat**
Ph.D Student Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
tanerdirt@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-4064-0996

Digitalization changes the world in a fast way. Communication is one of the fields, which change. In this research, it is aimed to determine to what extent academic journals on communication published at the universities in Turkey are under the effect of digitalization. It is assumed that the developments in digital technology have ensured opportunities to produce academic publishing easier, faster, more transparent, common and cheaper; thus, this situation would cause rise in the number of articles published. It is also assumed that the published articles in communication cannot be deaf to the issues on new media shaped by digitalization and do include more issues on new media. Besides all these, digitalization is assumed to increase cooperation between academicians and institutions beyond the limits of space and time. In order to test all these assumptions, the articles published at universities in the journals on communication within the years were analysed. In this study firstly, the effects of digitalization on academic journal publishing was revealed, then quantitative evaluation on all journals published by the faculties of communication was carried out. The articles in total 1081 published by the four rooted faculties of communication in the last decade were analysed. The data on the change within the years in published article numbers, the issues variety within the years, the change in the rates of cooperation of article-writers, etc. were evaluated. It is concluded that after using e-journal the number of articles is increased and, in these articles, "new media" as an issue increasingly has been discussed. The journals have started to publish the articles of non-institution writers more often; it is also concluded that an increase within the years in the number of the articles with multi-writer has been discovered, but this quantitative increase and cooperation can be considered as a result of the law on academic encouragement brought into force by the state besides technological developments. Keywords: Academic Journal Publishing, e-Journal, Digital Technology, New Media

Keywords: Academic Journal Publishing, e-Journal, Digital Technology, New Media

GİRİŞ

İçinde bulunduğumuz çağ; teknolojik ilerlemeye bağlı olarak toplumları, kurumları, bilgi ve bilgiye ulaşmayı yeniden biçimlendirmektedir. Son yıllarda toplumun, bilimin, politikanın ve kültürün geçirdiği dönüşümün temelinde yatan şey teknoloji olmaktadır. Daha özel olarak günümüzde bilgi ve doğruluk anlayışlarının oluşumunda ve dönüşümünde yeni iletişim teknolojileri en önemli rolü oynamaktadır (Hülür & Yaşın, 2019a, s. 21). Artık bugün toplumlar enformasyonel kalkınma biçimleri üzerinden bilgiyi üretmekte ve işlemekte, yeni iletişim teknolojilerinin olanaklarıyla sembolleştirmektedirler (Castells, 2008, s. 20). Bilgi ve iletişim ortamlarındaki bu yapısal değişim; ağ oluşturmanın, bilgi paylaşımının ve yapılandırılmış içeriklerin yeni biçimlerine olanak sağlayan toplumsal ve müşterek bir ortamın doğmasına fırsat tanımıştır (Neuman, 2018, s. 261). Teknolojik gelişmelerin etkileri sadece topluma yansımamış, akademi ve bilim dünyası da bu değişimlerden yoğun bir şekilde etkilenmiştir. Günümüzde akademik çalışmalar açısından bilim dünyasında yaşanan yoğun rekabet ortamında bilginin üretilmesi ve aktarılması sürecinde önemli bir araç olan akademik yayıncılık (Seymen vd., 2009, s. 282), artık bilimsel gelişmenin en önemli göstergelerinden birisi olarak kabul edilmektedir. Akademik dergiler bilim insanlarının ortaya koyduğu çalışmalarını paylaştıkları bir ortam olmanın yanında okul işlevi de görmektedirler. Akademik dergilerin olmazsa olmazı diyebileceğimiz hakemlik kurumu, benzer alanlarda deneyimi olan akademisyenlerin yeni ortaya konan çalışmalara yöntem, metot, kaynak yeterliliği, ifade ve biçim gibi farklı açılardan bakarak, yapıcı eleştirileriyle daha iyi çıktılar elde edilmesine katkı sağlama işlevini yerine getirirler. Bilimsel gelişimin ileri olduğu ülkelerde yayıncılığın da buna paralel olarak gelişmiş olduğunu görmek şaşırtıcı değildir. Ülkemizde özellikle sosyal bilimler alanında uzun süreli ve düzenli yayımlanan, spesifik bir sahaya hitap eden ve uluslararası düzeyde çok atıf yapılan, tanınır dergi sayısının istenir düzeyde olmaması, üzerinde durulması gereken bir konudur. Yayıncılığın başarısının dille, ekonomiyle, üniversite sisteminin yapısıyla ya da başka pek çok unsurla ilişkili olduğu iddia edilebilir. Farklı çözüm önerileri de ortaya konabilir. Ancak daha gerçekçi öneriler için öncelikle Türkiye’de farklı sahalardaki akademik yayıncılığın durumunu anlamaya yönelik nitel ve nicel araştırma ve incelemeler yapmak ve elde edilen verilerle genel bir harita ortaya koymak gerekmektedir.

İletişim alanındaki akademik dergilerle ilgili nitel ve nicel az sayıdaki çalışma içerik, yazar performansı ve tema açılarından bazı değerlendirmeler sunsa da dijitalleşme bağlamıyla ele alınmamıştır (etin, Yaşın, & Sönmez, 2016, ss. 242-264). Oysa dijitalleşme ile birlikte akademik yayıncılığın bugünkü durumuna ilişkin betimleyici çalışmalar, geleceğe ilişkin daha net düŐünme ve öngörülerde bulunma çabasına katkı sağlayacak ilk adımlar olarak değerlendirilmeli ve bu yönde daha fazla yayın yapılmalıdır. Gelecekte sınırsız veri saklama potansiyeliyle, akademik yayınlarda derinlemesine görüşmelerin videoları, anket dokümanları vb. materyallerin ekte sunulması, kaynağa doğrudan yönlendiren atıf sistemleri vb. teknolojilere kavuşmak mümkün olabilecektir. Ancak bu öngörüler üzerinde kafa yormak, yeni gelişmelerin olumlu ve olumsuz yanlarını ortaya koyabilmek bu günkü değişimi daha iyi anlayabilmekle mümkün olacaktır. Bu alıŐma akademik yayıncılığın gelişmesine katkı sağlayacak çalışmalara zemin sağlayacak bir baŐlangıç olma potansiyeline sahiptir.

YÖNTEM

Bu çalışmada bulgular hakkında ilişkilendirme yaparken sayısal verileri kendine referans alan ve bunu yaparken de istatistik analizleri de değerlendirebilecek fırsatı yaratan, aynı zamanda örneklemedeki benzerlik ve farklılıkları da ortaya koyan nicel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Verilerin özömlenmesi noktasında nicel analiz kategorik yaklaşım çerçevesinde ele alınmış, elde edilen verilerin değerlendirilmesi noktasında, betimsel analize yer verilmiştir.

Evren, Örnekleme ve Sınırlılıklar

Bu çalışmanın evrenini iletişim sahasında yayımlanan akademik dergiler oluşturmaktadır. Genel olarak bakıldığında iletişim sahasında yayımlanan akademik dergilerin, bu alanda öğretim yapan fakülteler bünyesinde faaliyet gösterdiği görölmektedir. Bu gün toplam 66 adet iletişim fakültesi bulunmaktadır. İletişim sahasında ilk yükseköğretim kurumlarının açılması ile birlikte genel teamüle uygun olarak “yıllık” biçiminde daha çok kendi bünyelerindeki akademisyenler tarafından yapılan çalışmaların yer aldığı dergiler yayımlanmıştır. Yüksekokuldan fakülteye geçişle birlikte İstanbul, Ankara, Gazi Üniversitelerine bağlı iletişim fakültelerinde yılda birden fazla çıkan daha sık periyotlu dergiler yayımlanmaya başlamıştır. Ancak bu yayımların düzenli olmadığı görölmektedir. Akademisyen sayısının azlığı, o dönemin teknolojisi gereği yayımların zahmetli ve maliyetli

olması bu düzensizliği açıklayabilir. 1990'lı yıllardan itibaren dergilerin genellikle altı aylık periyotlar halinde yayımlanması fakülteler tarafından benimsenmiştir. İletişim fakültelerinin sayısının artması, teknolojik gelişmeyle birlikte yayıncılığın kolaylaşması ve akademik yükselmeye yayına duyulan ihtiyaç dergi sayısını özellikle son 5 yılda hızla artırmıştır. Bu çalışmada genel olarak İletişim Fakülteleri tarafından çıkartılmakta olan dergiler hakkında genel bir profil çizilecektir. Ancak son 10 yılda düzenli olarak yayın hayatına devam eden farklı şehirlerden 4 iletişim fakültesi dergisi (Akdeniz İletişim Fakültesi Dergisi, Selçuk İletişim Dergisi, Galatasaray İletişim Dergisi, HBVÜ İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi) analiz için belirlenmiştir. Zira aşağıda belirteceğimiz araştırmamızın iddialarını sınamamız için dergilerin belli bir yayın süresini tamamlamış, yayın sürecinde teknolojik gelişmelere paralel dönüşümleri yapmış olmaları gerekmektedir. Ayrıca bu çalışma yapıldığı sırada 2019 yılının son sayıları henüz yayımlanmadığı için o dergilere ait veriler istatistiklerde yer almamıştır.

Varsayımlar ve Tasarım

Bu çalışma için şu üç varsayım belirlenmiştir.

1. Teknolojik gelişmeler ve akademik üretim arasında nicel açıdan pozitif bir ilişki vardır.
2. İletişim sahasında ortaya çıkan teknolojik gelişmelerle beraber “yeni medya” konusu makale temalarında belirgin bir artış göstermiştir.
3. İletişim teknolojisindeki gelişmeler kurumlar ve akademisyenler arasındaki işbirliğini arttırmıştır.

Öncelikle çalışmada dijitalleşmenin akademik yayıncılığa etkileri hem teorik hem de deneysel verilere dayalı olarak tartışılmaktadır. Daha sonra, belirlenen dergilerdeki yayın sayıları, her sayı ve yıl için ayrı ayrı tespit edilerek yıllar içerisindeki yayın sayıları istatistiksel olarak ortaya konmuştur. Bu veriler, e-dergi'ye geçiş dikkate alınarak değerlendirilmiştir.

Ayrıca derginin yayımlandığı kurum dışından yazı yayımlarına bakılmıştır. Böylece internetin sağladığı mekânsal sınırların aşılarak ulusal düzeyde daha yaygın bir akademik kitleyle etkileşim sağlanıp sağlanmadığına bakılmıştır.

Yayımlanan makalelerin temaları başlık ve özetlere bakılarak tespit edilmiş ve varsayımda belirttiğimiz teknolojik gelişmenin içeriğe etkisi bu yolla değerlendirilmiştir.

İncelenen dergilerdeki çalışmaların birden çok yazarlı olması, bir çalışmaya düşen yazar oranının tespit edilmesi için bir veri sunarken aynı zamanda akademik işbirliklerinin ne düzeyde olduğunu anlamak için gereklidir.

1. AKADEMİK YAYINCILIK VE DİJİTALLEŞME

Dergi yayıncılık sistemi çok küçük değişikliklerle yaklaşık 350 yıldır devam etmektedir¹. Aslında bu süreç içerisinde dergicilikte epeyce değişiklikler olsa da bu değişikliklerin büyük bir kısmı 200-300 sene önceki dergilerden çok farklı değildir. Özellikle de elektronik ortama gelinceye kadar dergi makalelerinin yazılış biçimleri, kâğıt üzerinde olması, hakemlik süreci ve hedef kitle ile olan iletişim biçimleri vb. açıdan çok büyük farklılıklar göstermemektedir. Esas fark, internete ya da dijital ortama geçişle başlamıştır denebilir. Yani 1665'ten 1990'lara gelene kadar büyük ölçüde kâğıda basılı bir biçimde akademik yayıncılığa devam edilmiştir. 1990'lardan sonra, önceki kâğıda basılı dönem hâlâ baskın olmasına rağmen, elektronik kopyalara erişim mümkün olmaya başlamıştır. 1990'ların sonuna doğru, elektronik değerlendirme sistemi işin içine girmeye başlamış, 2000'lerde belirli bir içeriğin birden fazla mecrada yayımlanması söz konusu olmuştur. Dolayısıyla da son 20 yıldaki gelişmelere baktığımızda akademik dergi yayıncılığındaki esas değişikliklerin bu yıllarda meydana geldiği söylenebilir. Sonuç olarak internetin yaygınlaşmasıyla akademik yayıncılığın dijital ortama kayması, üretim maliyetlerinin düşük olması, bilgiye ulaşma sürelerinin kısa olması, gibi nedenlerle asıl "yapısal değişiklik" son 20 yılda çok hızlı şekilde gerçekleşmiştir.

Bu değerlendirmeler ışığında bakıldığında farklı ülkelerin kurumları tarafından ortaya konan akademik çıktılara kolayca ulaşabilme ve kişisel akademik ürünlerin istenen dergilere doğrudan ulaştırılabilmesi, bilginin gelişiminin önündeki zamansal ve uzamsal sınırları kaldırması açısından devrim olarak nitelendirilebilir. Akademik yayıncılık alanında son

¹Tarihte yayımlanan ilk dergi The Gentleman's Journal bilinmektedir. İngiltere'de yayımlanan ve "Ülkedeki beylere, haberler, tarih, felsefe, edebiyat, müzik ve çeviri konusunda mektup" alt başlığıyla çıkan bu derginin ilk sayısı Ocak 1692'de basılmıştır. Dergiciliğin ülkemiz coğrafyasına gelişi 19. yüzyılı bulmuştur (Gönenç, 2007, s. 64). Dergicilik yine İngiltere'den başlamak üzere 18. yy da sektör haline gelmeye başlamış, basım tekniklerinin ve dağıtım sisteminin gelişmesi ile de 19. yy' da daha geniş bir okur kitlesine ulaşmıştır. Matbaa ile birlikte Osmanlı Devletinde önce gazeteler ortaya çıkmış ve hemen sonrasında 1849'da ilk dergi olan Vaka-yı Tıbbiye yayımlanmıştır (Demir, 2016, s. 73). O günden itibaren farklı konu ve tema işleyen dergiler; örneğin, fikir dergileri, spor dergileri, edebiyat dergileri gibi süreli yayınlar günümüze kadar gelmiş ve teknolojik gelişmelerle farklı toplumsal alanların, meslek gruplarının yayın organları olarak gelişim göstermiştir. Modern bilim fikrinin toplumsallaşması noktasında dergi yayıncılığının etkin bir rol oynadığı ifade edilirken (Koloğlu, 1987, s. 257), toplumu şekillendirme açısından da önemli yayın araçları olarak görülmüştür.

dönemde ortaya çıkan ve giderek artan bir kullanım oranına sahip olan ‘Elektronik, hakemli, akademik’ dergiler, farklılıklar gösterse de genel olarak bir içerik yönetim sistemi üzerinden web tabanlı olarak makale gönderim, değerlendirme ve dergi yayımlama süreçlerini internet ortamında yürüten dergiler olarak tanımlanabilir. Bu dergilerin web ortamında tüm dergi süreçleri için kullandıkları platformlar kodlama dili, tasarım ve teknik yeterlilikler bakımından farklılıklar gösterse de nihai olarak benzer dört sürecin internet ortamında gerçekleştirilmesi için oluşturuldukları ifade edilebilir. İlki yazarların sisteme kayıt olarak dergi yazım kurallarına göre önceden uygun formatta hazırlanmış makale dosyalarını yüklemeleri ve başvuru yapmalarıdır. İkinci olarak editöryal ekip tarafından yapılan başvuruların görüntülenmesi, hakem değerlendirme süreçlerinin yürütülmesi, son kararın kaydedilmesi ve yayımlanması için onay verilmesidir. Üçüncüsü, tashih aşamasında yazarla iletişimin sağlanarak sayfa tasarımı yapılmış makale dosyasının yazarlarla paylaşılması, gerekli düzenlemelerin yürütülmesidir. Son olarak ise yeni dergi sayılarının çıkarılarak web sayfasında sergilenmesidir.

Bunların dışında editör – yazar, editör hakem ve yazar – hakem arasındaki iletişim süreci de yine bu çevrimiçi sistemler üzerinden yürütülebilmekte, dergi arşivi, anahtar kelimeler aracılığıyla arama aparatının kullanımı, dergi hakkında ayrıntılı bilgilerin ve derginin tarandığı dizinlerin listelenmesi gibi işlevler de yine web sayfası ve dergi sistemi üzerinden gerçekleştirilebilmektedir.²

Açık erişim, kullanıcıların yayımların tam metinlerini veya bibliyografik verilerini okumalarına, indirmelerine, kopyalamalarına, dağıtmalarına, çıktı almalarına, aramalarına veya bağlantı kurmalarına izin verilmesi anlayışıdır. Aynı zamanda açık tarama motorlarının indekslemesine ve çeşitli veritabanı yazılımlarının verileri alıp kendi sistemlerine işlemesine

²Yukarıda belirtilen amaçlara yönelik olarak kullanılan pek çok farklı içerik yönetim sistemi bulunmakla birlikte, bu sistemler kullanım hakları ve ücretli-ücretsiz kullanım seçenekleri temelinde üç farklı kategoride tanımlanabilir.

- Ücretsiz – Açık Kaynak Kodlu Dergi İçerik Yönetim Sistemleri: Açık kaynak kodlu olarak gönüllülük esasına dayalı biçimde çeşitli yazılım grupları tarafından geliştirilen ve ücretsiz olarak edinilerek kullanılan sistemlerdir. Kullanımı veya dağıtımı herhangi bir ücrete tabi değildir. Genel Kamu Lisansı (General Public License) ile serbestçe kullanılabilir ve dağıtımı yapılabilir sistemlerdir. Gönüllü yazılımcılar tarafından sıklıkla ihtiyaçlar doğrultusunda güncellenerek yeni versiyonları yine açık kaynak kodlu olarak kullanıma sunulur. En büyük örneği Açık Dergi Sistemi’dir (Open JournalSystems). Kullanıcılar gerek tasarım unsurları gerekse temel kodlarında kullanım ihtiyaçları doğrultusunda istedikleri gibi değişiklikler yapabilir.
- Kamu Kurum-Kuruluşları Tarafından Üretilen ve Kullanıma Sunulan Dergi İçerik Yönetim Sistemleri: Üniversiteler veya yükseköğretim kurumları gibi kurum-kuruluşların ürettiği ve kullanıma sunduğu içerik yönetim sistemleridir. Kaynak kodları açık olmayıp basit biçimde oluşturulan iskelet sistemin pek çok farklı dergi tarafından kullanılması amacıyla üretilir ve kullanıma sunulurlar. Örnek: DergiPark.
- Ücretli Yazılımlar: Açık kaynak kodlu veya kamu kurum ve kuruluşları tarafından kullanıma sunulan sistemlerin aksine, kullanımları ücrete tabidir. Kâr amacı güden işletmeler tarafından üretilir ve dağıtırlar.

olanak tanıyan bir anlayıştır. Daha özet bir ifade ile “açık erişim yayımların teknik, coğrafik, finansal, yasal, kurumsal ve zamansal engellerin olmadığı bir ortam üzerinde erişilebilir kılınmasıdır” (Odabaş & Odabaş, 2012, s. 357).

Teknik olarak kısaca tanımlamaya çalıştığımız açık erişimli e-dergiye olanak veren bu devrimsel değişikliklerin en belirgin sonuçlarından birisi dergi sayılarındaki artış olmuştur. Bugün sadece DergiPark'ta barındırılan dergi sayısı 2000'den fazladır. Sağlık, fen ve mühendislik bilimleri gibi teknolojinin etkisinin doğrudan olduğu alanlarda açık/dergi yayıncılığı sosyal bilimlere oranla çok önde olsa da, bu bilimsel üretim verimliliğinden sosyal bilimler alanı da payını almaktadır. Türkiye 2010-2015 döneminde toplam bilimsel yayın sayısının %12.27'sini Sosyal Bilimler alanında gerçekleştirmiş ve 25.950 yayın üretmiştir³.

1.1. Dijitalleşmenin İletişim Alanındaki Akademik Dergilerin İçeriğine Etkisi

Teknolojik gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan dijitalleşme, gerek toplumsal değişimlerin gerekse de iletişimsel araç ve mecraların dönüşmesinin en önemli aktörü olarak görülür. Postman'a göre (2016, s. 22) “teknolojik araçların ekolojisi, var olan yapıya ne bir şey ekler, ne de çıkarır; her şeyi değiştirir”. Teknolojinin var olanı dönüştürme gücü, toplumun ve bilginin örgütlenme biçimini de değiştirmekte (Feenberg, 2010, s. 33); günümüz çağında toplum, bilgi ve teknoloji toplumu olarak yeniden ifade edilmektedir. Ayrıca teknolojik gelişmeler toplumun kurumsal alanlarına da sızarak kurumları dönüştürmekte ve bu dönüşüme koşturarak kurumsal içerikler yeniden biçimlenmektedir (Habermas, 2010, s. 37). Teknolojik ilerlemeyle beraber dönüşen yapılardan etkilenen alanların başında ise iletişim ve iletişimsel içerikler için; “elektronik medya çağında, bizler “Marconi Galaksisi”ne giriş yapmak için “Gutenberg Galaksisi”ni terk ediyoruz” (Lafrance, 2016, s. 48) şeklindeki bir ifadeyi kullanmak mümkündür. İletişimsel araçların içinde yaşadığımız toplumsal yapının değişmesindeki önemli etkisi, teknolojik gelişmelerin iletişim araçlarını dönüştürmesiyle gerçekleştirdiği görülürken, toplumsal değişimden kasıt, toplumun yapısal değişikliğinin yanında dünyayı anlamlandırma biçimlerinin, tüketim alışkanlıklarının, kurumsal ve kişilerarası iletişimin de dönüşmesi olmaktadır. Bu değişim ve dönüşüme paralel olarak, akademik çalışmaların içerikleri de

³Bkz. Bilim Dallarında Dünya, Ülkeler ve Gruplara Ait Veriler: Sosyal Bilimler (2010-2015) <https://cabim.ulakbim.gov.tr/wp-content/uploads/sites/4/2017/05/sosyal-bilimler.pdf>

kendini güncellemiş, özellikle teknolojik gelişmelerin bilimsel alana sağladığı katkılar ile yeni toplumsal durumların ifade edilmesi üzerine çalışmaların evrildiği görülmüştür.

Teknolojik gelişmelerle dijitalleşen toplumsal yapılar, araştırmacıların bilimsel çalışmalarının içeriklerini sosyal medyaya ve dijital platformlara taşımış, özellikle reklam, pazarlama, gazetecilik, dizi, tüketim ve toplumsal hareketler gibi konular üzerine yapılan çalışmalar yeni medya ile ilişkilendirilmiştir. Nitekim günümüzde özellikle tüketim ve pazarlama konulu çalışmalarda dijitalleşmenin etkisini görmekteyiz. Bu bağlamda dijital platformların şirketlere ürünlerin pazarlanması konusunda pek çok yeni olanakları sunduğu ifade edilirken, genellikle çalışmalarda geleneksel medya ve yeni medya, teknolojik belirleyiciliğin ışığında ele alınarak değerlendirilmelerin yeni medya lehine sonuçlandığı söylenmektedir (Dönmez & Yurdakul, 2019, s. 236). Ayrıca dijitalleşme ile beraber dönüşen toplumsal hareketler, hem bilimsel bir yaklaşım olarak yani eylemcilerin interneti iletişim aracı olarak kullanmasını açıklamaya yönelik “Tekno-eylemcilik” (Milberry, 2010, s. 48) yaklaşımını geliştirirken hem de yeni iletişim ortamlarının özellikle de Twitter’ın toplumsal hareketlere yeni bir boyut kattığı ileri sürülmektedir (Kayıhan, 2019b, s. 141). Ayrıca yeni iletişim teknolojileri, bireylere sosyal medya ortamlarında siyasal görüşlerini kamusal olarak ifade etme imkânı sağlamaktadır, bu da yeni toplumsal hareketleri olduğu gibi siyasetin yapısını da değiştirmektedir (Hülür & Yaşın, 2019b, s. 9). Toplumsal hareketlerin “yeni” sıfatıyla, ya da tüketimin, yeni tüketim biçimleri şeklindeki bir ifade, dijitalleşmenin dönüştürücü etkisini vurgulamamız adına önemli olurken; “yeni” ifade biçimlerinin dijitalleşme ile ilişkisi, bilimsel çalışmaların içeriklerinin şekillenmesine yol açmıştır. Yine bu konu hakkındaki örnekleri çoğaltığımızda risk ve öğrenme gibi konularında dijitalleşme ve iletişim bağlamı çalışmalarda yer aldığı görülür. Risk açısından baktığımızda; Kayıhan’a göre (2019a, ss. 168-178) dijital medya riskleri doğrulamaya ihtiyaç duymadan yaygınlaştırmaktadır, böylece risk toplumu dijital çağda daha da güçlü bir hale gelmektedir. Diğer yandan iletişimdeki teknolojiye bağlı devrimlerin toplumun kültürel dokusuna aktörler/kullanıcılar aracılığıyla eğitim boyutuna etki etmektedir (Şahin & Yurdakul, 2017, s. 42). Dijitalleşme ve akademik çalışmaların içeriğinin dönüşmesi arasındaki ilişkinin en yoğun olduğu alanlardan birinin iletişim olduğunu söylemek olasıdır.

İletişim sahasındaki akademik çalışmaların içeriklerinin dönüşmesinde ve değişmesinde dijitalleşmenin doğrudan etkisine örnek olarak sunduğunuz konularda olduğu gibi diğer

konularında içeriklerinin iletişimsel açıdan değerlendirilmesinde yeni medyanın yoğunluğundan söz etmek olasıdır.

Günümüzde iletişim bağlamında yapılan çalışmalar bir şekilde yeni medya, sosyal medya ve dijitalleşme konularına değinmektedir. Özellikle dijitalleşmenin toplum üzerindeki etkisi, iletişim araçlarının kullanıcı boyutları, gazeteciliğin geleceği gibi tartışmalar, iletişim sahasında ve iletişim bağlamı çalışmalarda gündemi oluşturmaktadır. Farklı bir açıdan bilgi ve bilgiye ulaşma gibi temel tartışmalar ise enformasyon toplumu ve enformasyonun dijitalleşmeye bağlı olarak dönüşümü üzerinden işlenmektedir. Birçok iletişim kuramı kendini dijitalleşmeyle beraber güncellemiştir. Örneğin günden belirleme çalışmaları dijitalleşme ile beraber farklı sosyal medya mecraları üzerinden analiz edilmektedir. Bunun yanı sıra eşik bekçiliği çalışmaları yine söz konusu edilen dijital ortamlar için yeniden ifade edilerek ikincil eşik bekçiliği olarak literatürde yerini almıştır. Hem sosyolojik hem de iletişim boyutu olan kamusal alan kavramı yine dijital platformlarla ele alınmış yeni bir kamusal alan olarak Twitter/Facebook gibi çalışmaların artışı söz konusu olurken, siyasal iletişimin, risk toplumunun ve öğrenmenin bir boyutu da sosyal medya olmuştur. Yapılan araştırmalarda örneklemin belirlenmesi ve yöntemin uygulanması noktasında da büyük değişimlerden söz etmek mümkündür. Örneğin geleneksel iletişim araçlarının analizi artık günümüzde yerini dijital ortamlara bırakmış, anket gibi yöntemler artık çevrimiçi olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Günümüzdeki ve en azından yakın gelecekteki akademik çalışmaların içerik açısından nereye doğru evrildiğinin de ipuçlarını görebilmek ve bir çıkarımda bulunabilmek açısından dergi içeriklerindeki dönüşümün tespiti önemlidir.

2. E-DERGİCİLİĞE GEÇİŞİN AKADEMİK YAYINCILIK AŞAMALARINDAKİ ETKİLERİ

Bilişim ve iletişim teknolojileri sadece toplumsal dünyayı etkilememiş, aynı etkiyi bilim dünyasında da göstermiştir. Özellikle bilimsel içeriklerin dönüşümünden öte bu teknolojilerin sağladığı olanaklar akademik dergi yayıncılığına teknik açıdan farklı bir boyut katmıştır. Dergilerin editöryal süreçleri, çalışmaların kurgu şekli, bilimsel mantığın işleyişi ve hız/zaman açısından ön plana çıkan e-dergicilik aynı zamanda bilgiyi evrensel bir düzeye taşıma noktasında da önemli etkilere sahiptir. İnternetin sunduğu olanakların bilimsel yayıncılığı ve

araştırma paradigmasını değiştirmesi, yayıncılar için internetin yalnızca geleneksel baskı ortamına bir alternatif olmadığını gösterirken; internet ortamının aranabilir veritabanları ve büyük veri kümeleri gibi daha geniş bir içerik yelpazesi sağlamasına fırsat vermesi açısından bir değerlendirme yapılmaktadır (Wren, 2005, s. 1).

Dağıtım sorumluluğundan editörlüğe kadar akademik yayıncılığın her safhasındaki bir nesile sığacak 20-30 yıllık dijitalleşme sürecini deneyimlemek oldukça ilginç dönüşümlere bizzat tanıklık etmek anlamına gelmektedir. Pikaj, montajın yapıldığı baskı dönemlerine gitmeksizin (aslında iletişim tarihi bağlamında bakıldığında o da çok uzun bir tarih değildir) bilgisayar destekli yayıncılık dönemiyle e-dergi yayıncılığı arasındaki farka ayrıntılı olarak bakmak bile değişimin ve bugünkü bilimsel yayıncılık anlamında görece bolluk dönemini anlamaya katkı sağlayacaktır⁴.

Girişte de belirtildiği üzere üniversitelere bağlı fakülte ve enstitüler akademik ürünleri açığa çıkartmak amacıyla süreli yayın üretmeyi işlerinin bir parçası olarak görmektedir. Ticari olmayan üniversite bünyesindeki bu akademik yayıncılığı 4 aşamada değerlendirmek mümkündür. İçeriğin toplanması, değerlendirme ve içeriğin oluşturulması, basım ve dağıtım aşamalarına dönüşümün etkisini açıklayabilmek amacıyla kısaca değinilecektir.

İçeriğin toplanması: İlgili alanda çalışan akademisyenler tarafından dergi adresine posta yoluyla üç nüsha olarak makale gönderilmekteydi. Bu işlem ıslak imzalı olarak birtakım suiistimalleri önlemek ve yayının kuruma ulaştırıldığını belgelemek açısından gerektiği gibi hakemlere gidecek nüshaların tekrar çoğaltılmasının getirdiği iş ve maliyet yükünü paylaşmak açısından gerekli görülmekteydi. Gelen yazılara ait bilgiler genel olarak bir defterde kayıt altına alınmaktaydı. Aynı zamanda mail adresine Word dosyası ile de metnin son hali gönderilmekteydi. Bu işlem de bilgilerin yeniden girilmesi zahmetini ortadan kaldırıyordu. Daha sonraki aşamalarda 2000'li yılların başlarından itibaren bilgisayardaki verilerin korunacağı güveniyle sadece mail yoluyla gönderilmesi yaygınlaştı. Ancak hakemlerin bütünüyle sisteme katılarak mail üzerinden gelen formları doldurup dönüş yapmaları biraz daha zaman aldı. Bu aşama internetin yaygınlaşıp gelişmesi ve dergilerin e-dergi olarak yayımlanmaya başlamasıyla tamamen dönüşmüş durumdadır. Artık akademisyenler anahtar sözcüklerle bilgisayarda yaptıkları kısa bir taramayla kendi alanlarıyla ilgili yayımlanan

⁴Makale yazarlarından birisi yazı işlerinden, editörlüğe kadar aktif olarak akademik yayıncılığın içerisinde yer almış ve bu dönüşümün etkilerini deneyimleri çerçevesinde bu çalışma içerisinde ifade etmiştir.

dergileri görüp sayfalarına girebilmektedirler. Ana sayfa üzerindeki talimatlar doğrultusunda üye olarak ellerindeki tamamlanmış makaleyi sisteme yüklemek dışında herhangi bir iş yükümlülükleri kalmamaktadır.

Değerlendirme ve içeriği oluşturma: İkinci aşamada gelen yazılar bir klasörde hangi sayı için geldiği belirtilerek toplanıyor ve ilgili hakemler yazıya uygunluğa göre editör, editör yardımcıları ve daha çok da sekreteryaya işini yürüten asistanlar tarafından hakemlere yönlendiriliyordu. Ancak hakemle ayrıca haberleşmek ve yazı gönderildiğine ilişkin bilgilendirme yapmak gerekmekteydi. Genelde tüm akademik dergiler ortak kurallar çerçevesinde iki hakeme danışmaktadır. İkisi de olumlu ya da olumsuz görüş bildirdiğinde gerekli ret ya da kabul işlemi yapılmakta hakemlerin fikir ayrılığına düştükleri durumda üçüncü bir hakem devreye sokulmaktadır. Bu sistem dergi yetkililerinin kontrolünde yürüdüğü için akademik camia içerisinde denetleme ve kontrol mekanizmaları oldukça sınırlıydı. E-dergi bir sistem üzerinden yürüdüğü için ayrı bir kontrol ve yürütme elemanına ihtiyaç bırakmamaktadır. Akademik dergilerin çift körlenmiş hakemlik sistemine olanak sağlayan dergi sistemi sayesinde editör gerekli kontrolleri yaparak arşivde kayıtlı olan yazının içeriğine uygun alanda çalışma yaparak hakeme birkaç tuşla yönlendirmektedir. Hakemler gelen mail uyarıları ile kabul etmeleri halinde yazarı tanımadan yazıyı değerlendirip, gerektiğinde düzeltme önerileri ya da ret gerekçeleri ile aynı kolaylıkta sistem üzerinden dönüş yapmaktadırlar. Hakemlik süreci için yazı ve hakemin karşılaşmaları ve yazının değerlendirmesi tek bir personelin çok kısa bir zamanını ayırmasıyla çözümlenmektedir. Hakem değerlendirmelerinin uzun sürmesi ya da istenen düzeltmelerin zaman alması dışında zaman bu süreçte oldukça sınırlanmıştır⁵. Ayrıca her işlemin bilgisayardaki izi kalıcı olduğundan şeffaflık ve denetlenebilirlik mümkün olmaktadır.

Basım: Aslında günümüzdeki masaüstü yayıncılık teknolojisi, bir tasarımın baskıya hazır hale getirilme sürecini eskiye oranla oldukça kısaltmış ve kolaylaştırmıştır. Daha önce pikaj ve montaj evrelerini tamamen devreden çıkartarak doğrudan baskıya hazır sayfa tasarımları hazırlamaya olanak vermektedir. Grafik tasarım bürosundaki en önemli araç yine

⁵ Bu aşamadaki sıkıntılardan birisi de daha çok yaşlı ama danışma açısından uygun hakemlerin dijital okuryazarlığa ayak uyduramamasından kaynaklanan aksaklıklardı ki bugün de dijital yayıncılıkta sisteme üye olma ve girerek işlem yapma konusunda halen sorunlar yaşadığımızı görebilmekteyiz. Bu hızlı teknolojik değişimin geçiş sürecinden kaynaklanan bir sorundur ve belli bir süre sonra yeni jenerasyonlarla birlikte bilgisayar okuryazarlığı probleminin ortadan kalkacağı öngörülmektedir.

bilgisayardır. Önce dergi formatına uygun tasarım yapılmaktadır. Ardından film çıkıőları hazırlanır. Filmden sonra prova alınır, analog provalar denilen denemenin yanında dijital provalarda bulunmaktadır. Bu süreçte oluşturulan metinler ve dijital veriler baskıya hazırlanmış olur. Film çıkıőları alüminyum plakların üzerine aktarılır. Daha sonra baskı makinelerinde basılarak, ayrıca basılmış olan dergi kapağı içerisinde ciltlenmektedir. Baskı maliyetli bir iőtir. Makalelerde zorunlu olarak renkli grafik ve fotoğrafın kullanılması maliyeti daha da artırmaktadır. Pek çok dergi bu nedenlerle kelime ya da sayfa sınırlaması getirmiőlerdir. Ayrıca dergi içerik olarak tamamlanmasına rağmen baskı süreci de belirli bir zaman hesabını gerektirmektedir. Üniversite birimlerinin bütçesinde önemli bir maliyet doğuran bu durum pek çok kurumun kendi matbaa birimini kurmasına sebep olmuştur. E-dergicilikle tüm bu baskı süreci birkaç tıklamaya/Mouse inmiőtir. Derginin formatına uygun sayfa tasarımı (ki günümüzde artık pek çok asistan ya da personelin yapabileceği bir iőtir) yaptıktan sonra dergi eriőtine açık hale getirilmekte ve yayın işlemi tamamlanmaktadır.

Dağıtım: Derginin basılması ve belli bir mekânda depolanmasının ardından üniversite yönetimlerine paydaő fakültelere, enstitülere, kütüphanelere, yazarlara ve abonelere posta yoluyla ya da görevli bir eleman yardımıyla gönderilmektedir. Genelde belli bir abone bedeli belirtilmesine rağmen çok sınırlı bir hedef kitleye hitap etmesi nedeniyle araőtırmacılar dışında pek talep olmamaktadır. Tüm bu aşamalar oldukça fazla personel, zaman ve maddi harcamayı gerektirmektedir. Elektronik dergiciliğin okuyuculara en önemli avantajı belki de bu aşamadır. Örneğin arama motorları sayesinde çok sayıda okuyucu ulaőmak istedikleri dergi içeriğine kolayca ulaőabilmektedir. Okuyucular internet aracılığı ile söz konusu e-derginin eski sayı ve arşivlerine de ulaőabilmektedir. Ayrıca elektronik dergi içeriklerinin ihtiyaç olan her yerden ve her zaman ulaőılabilir olma özelliği vardır. E-Dergi bir portal üzerinden ya da üniversitenin oluşturduğu sistem üzerinden yapılabilmektedir. DergiPark Türkiye’de yayımlanan pek çok e-dergiyi bünyesinde barındıran ve yayın sürecinin yürütüldüğu sistemi sağlayan bir kuruluş olarak ortaya çıkmıştır. Ancak hala kendi sistemi üzerinden dergiyi yayımlayan akademik dergiler bulunmaktadır.

Sonuç olarak dijital yayıncılık üç ve dördüncü aşamayı (basım ve dağıtım) tamamen kaldırmıőt, bir ve ikinci aşamayı ise çok küçük bir aracı personel hizmetiyle kat kat kolaylaőtırmıőt ve hızlandırmıőtır. Böylece tüm enerji akademik içeriğin oluşturulmasına yoğunlaőabilmiőtir. Maddi anlamdaki kolaylaőtma ve personel ihtiyacının azalması tüm

kurumların akademik dergi yayımlama motivasyonunu artırıcı rol oynamıştır. Akademik anlamda daha güvenilir bir işleyiş söz konusudur. Çift taraflı körlenmiş bir yayıncılıkta uygulamalarda sorunlar görülse de ideal olarak çok daha nitelikli ürünler ortaya koymanın yolunu açmıştır. Ayrıca sistemsel sürecin dijitalleşmesi bu konuda kontrol, itiraz mekanizmasını daha da güçlendirmiştir. Bugün artık atıf dizinlerinde yer almak dergi niteliğinin belirleyici bir unsur haline gelmiştir. Bu nedenle editoryal açıdan öz kontrol mekanizması güçlenmiştir. Ulusal ya da uluslararası atıf dizinlerini sağlayan kurumlar tarafından denetlenmesi ve belli kriterler ortaya konması söz konusudur. Örneğin; makalenin geliş ve yayına kabul tarihlerinin dergilerde belirtilme zorunluluğu şeffaf bir işleyiş sağlamış, düzenli yayımlanma şartı e-dergilerin de yukarıda bahsedilen avantajları sayesinde daha kolay ulaşılır bir hedef olmuştur. Önceki yıllarda hakemlik sürecinin ne kadar sürdüğüne ilişkin böyle sayısal bir veriye net olarak ulaşma şansı yoktu. Bu nedenle bir kıyaslama yapmak zor olsa da en azından şu an için böyle bir istatistiki bilgi elde etmek kolaylaşmıştır. Bu çalışma sırasında incelenen dört derginin 2019 yılında yayımlanan son sayılarındaki yayımlanma sürelerinin makale başlarında yer aldığını görülmektedir. Çalışmada söz konusu bilgiler taranmış, incelemeye tabi olan dergilerin bir makaleyi değerlendirip yayına kabul etme sürecinin ortalaması hesaplanmıştır. Buna göre elde edilen sonuç ise şu yönde olmuştur; bir yazarın Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi'ne çalışmasını gönderip yazısının yayına kabul edilmesi süreci ortalama 3 ay 4 gün iken, bu süre Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi'nde 3 ay 15 gün, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi'nde 5 ay 13 gün ve Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi'nde ise 7 ay 6 gündür. Bu dergilerin son sayılarına bakıldığında bir çalışmanın ortalama yayın süresi 4 ay 28 gündür. Bu süre akademi içerisinde bulunan ve makale yayımlatma sürecine önceden tanık olmuş akademisyenler açısından oldukça makul kabul edilebilecek zaman aralığıdır. Bu süre bir dergi periyodu içerisinde kaldığı için zamanında başvuru yapıldığında süre açısından mağduriyet oldukça azalmış görünmektedir.

Tüm bu aşamalar değerlendirildiğinde; elektronik dergilerin akademik yayıncılıkta personel ihtiyacını azalttığını, yayın sürecini kısaltıp maliyeti düşürdüğünü, yayın sürecinin daha şeffaf ve denetlenebilir olmasını sağladığını, bilimsel çıktıların tüm paydaşlara ulaşımını kolaylaştırıp, araştırma için zamansal ve mekânsal sınırları ortadan kaldırdığını ve son olarak

arşiv, depolama, çalışma ortamlarının gerektirdiği fiziki mekâna ihtiyaç bırakmadığını söylemek mümkündür.

3. İLETİŞİM ALANINDAKİ AKADEMİK DERGİLERİN ANALİZİ

Bu bölümde genel olarak Türkiye’de üniversiteler tarafından yayımlanan akademik dergiler hakkında bazı veriler ışığında değerlendirmeler yapıldıktan sonra farklı illerde bulunan ve on yıldan fazla süredir yayımlanan içerisinde belirlemiş olduğumuz dört derginin analizi yapılacaktır. Analizler makale sayılarındaki dönüşüm, yazarlar arası işbirliği ve kurumlar arası ilişkiler üzerinden yapılacaktır.

3.1. Türkiye Geneline İletişim Sahasında Üniversite Bünyesinde Yayımlanan Akademik Dergilerin Genel Durumu

Bugün itibarıyla 66 iletişim fakültesi bulunmakta ve bu iletişim fakültelerinin 30 tanesi tarafından alana ilişkin akademik dergi çıkartılmaktadır. Bu dergilerin tamamı açık erişimli dergilerdir. Hepsi de internet üzerinden üyelik sistemi ile makale toplayıp değerlendirmekte ve yayımlanmaktadır. Ancak bazıları aynı zamanda basılı olarak yayımlanmaktadır. Bunlardan sadece 1/3 lük kısmı 10 yıl öncesinde de yayımlanmaktaydı. Aşağıdaki tabloda da görüleceği üzere bu kıdemli dergiler e-dergi sürecine basılı dergi döneminden geçiş tecrübesini bizzat yaşamışlar, ancak son beş yıl içerisinde yayımlanan dergiler doğrudan e-dergi olarak yayın hayatına başlamışlardır. Tabloda da görüldüğü üzere dergilerin büyük kısmı son on yılda yayımlanmaya başlamıştır. Muhtemelen yıllık adıyla senede bir dergi yayıncılığı bu fakültelerin bazılarında mevcuttu ama periyodik dergi yayıncılığının e-dergiciliğin yaygınlaştığı dönem içerisinde oluşunu bize göstermektedir.

Elbette iletişim fakültelerinin sayısı da bu değerlendirmede dikkate alınması gereken bir husustur. 2007 yılında Türkiye’de 30 adet iletişim fakültesi varken son yirmi yılda iki katına yaklaşmıştır⁶. 2016 ÖSYM tercih kılavuzunda yer alan bilgilere göre aktif olarak eğitim-öğretim faaliyeti olan 66 adet İletişim Fakültesi mevcuttur⁷. İletişim fakültelerince yayımlanan dergi sayılarının gösterdiği artış üç kat iken fakülte sayısının iki katına çıkmış olması akademik

⁶ İkinci bölüm olarak radyo ve televizyon (daha sonra sinema da eklenmiş) bölümlerini, üçüncü bölüm olarak halkla ilişkiler ve tanıtım bölümlerini açmışlardır. Son yıllarda ise “Yeni Medya bölümü açılmaya başlanmıştır. İçinde yaşadığımız dönemde iletişim fakültelerinin verdiği eğitimde bölüm ve program bazında bir homojenlik bulunmamaktadır. İletişim eğitimi sadece lisans seviyesinde kalmamış 1980 sorasın da YÖK’ün kurulmasına paralel olarak lisansüstü seviyede de (yüksek lisans ve doktora) eğitim verilen bir alan olmuştur” (Güz, Yanık, & Yeğen, 2017, s. 1554).

⁷Bkz. <https://dokuman.osym.gov.tr/pdfdokuman/2016/LYS/TERCIH/OSYSKONTKILAVUZU01082016.pdf>

dergicilik faaliyetinde somut bir artışın olduğunu göstermektedir. Ancak beş yılı doldurmayan dergilerin ulusal ya da uluslararası endekslerde taranamıyor oluşu nedeniyle diğer dergilere (alan endeks, TR Dizin, Ulakbim gibi) göre daha az talep görmektedir. Genel değerlendirmemizde akademik üretimin artışı destekler bir istatistik görülmektedir.

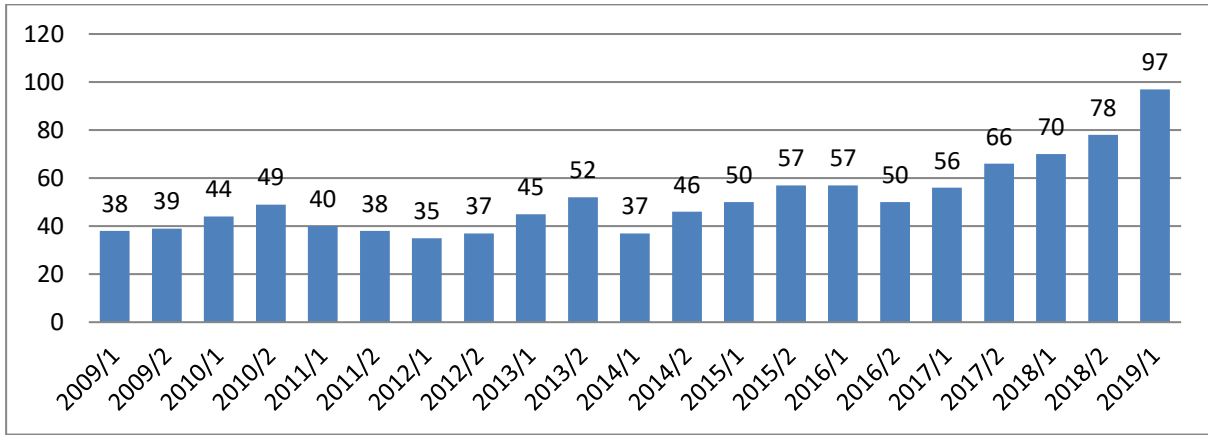
Süre	10 Yıl ve Üzeri	5 -10 Yıl	5 Yıl ve Altı	TOPLAM	
Dergi Adı	Devlet Üniversitesi	<ul style="list-style-type: none"> Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi – eKURGU (1979). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi - İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi (1983) Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Akdeniz İletişim, 2003. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi, 2005. Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi “akademia”, 2009 İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Connectist: IstanbulUniversityJournal of CommunicationSciences, 1992. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi,Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi, 1992 Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Selçuk İletişim, 1999 Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi. İleti-şim, 2004 	<ul style="list-style-type: none"> Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, İlef Dergisi – 2014 Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Atatürk İletişim Dergisi - 2013 Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, GİFDER, 2011 Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi – Moment, 2014 Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 2011 	<ul style="list-style-type: none"> Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi – AKAR (Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi), 2016 Adnan Menderes Üniversitesi İletişim Fakültesi – Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi (2018) Aksaray Üniversitesi İletişim Fakültesi, Aksaray İletişim Dergisi (2019 1-2) Cumhuriyet Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, ECİDER. 2018 Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi. 2017 Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, İletişim & Toplum Dergisi, 2015 İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, İNİF E-DERGİ, 2016 Ondokuz Mayıs Üniversitesi İletişim Fakültesi, Middle Black SeaJournal of CommunicationStudies, 2016 Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi hakemli dergisi, İFADE Dergi, 2018 	22
	Özel Üniversite	<ul style="list-style-type: none"> İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi, İletişim Çalışmaları Dergisi, E-Dergi, 2012 İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi, Intermedia Uluslararası Hakemli İletişim Bilimleri E-Dergisi, 2014 Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, M.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, 2014. Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi, Global Media Journal E dergi, 2010 	<ul style="list-style-type: none"> İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi, İletişim Çalışmaları Dergisi, 2015 Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, Etkileşim,2018 Yakın Doğu Üniversitesi İletişim Fakültesi - Uluslararası Sanat Kültür ve İletişim Dergisi, 2018 	8	
Toplam	9	9	12	30	

Tablo 1. Türkiye’deki Üniversitelerin İletişim Fakültesi Dergileri

3.2. Belirlenen 4 Derginin Yıllara Göre Makale Sayılarının Değişimi

Bu çalışmada on yıldır yayın hayatını sürdüren farklı illerdeki üniversitelerin iletişim fakülteleri tarafından yayımlanan dört dergi belirlendi. Belirlemiş olduğumuz dört derginin 2009 yılından 2019 yılına kadar çıkan (genelde periyodik olarak yılda iki (2) kez ancak bazı yıllarda ekstra özel sayılara rastlamıştır) dergilerdeki makale sayılarına tek tek bakılmış, sonra dört dergi toplanarak bir grafik oluşturulmuştur. Şekil 1'deki grafikte görüldüğü gibi dergilerdeki makale sayılarında net bir artış olmuştur.

HBVÜ İletişim Kuram ve Araştırma Dergisinde yayımlanan makale sayısı toplam 320, Selçuk Üniversitesi, Selçuk İletişim Dergisinde yayımlanan toplam makale sayısı 341, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesinde yayımlanan toplam makale sayısı 257, Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisinde yayımlanan toplam makale sayısı 163 tür. İncelenen 4 derginin 2009 yılında yayımladığı toplam makale sayısı 38 iken, günümüze yaklaştığı 10 senelik süre içerisinde dalgalı bir şekilde arttığı ve 2018'de 97 makalenin yayımlandığı görülmektedir. Makale sayılarındaki artış her birinde farklı tarihlere denk gelmektedir. Bu da dergilerin farklı tarihlerde e- dergiye geçmiş olmasıyla açıklanabilir. Bu grafiklere bakıldığında 2015 yılındaki teşvik yasasıyla yazı sayısındaki artışı ilişkilendirmek mümkün olsa da asıl etkiyi e-dergiye geçişin yarattığını söylemek daha gerçekçi gözükmektedir.



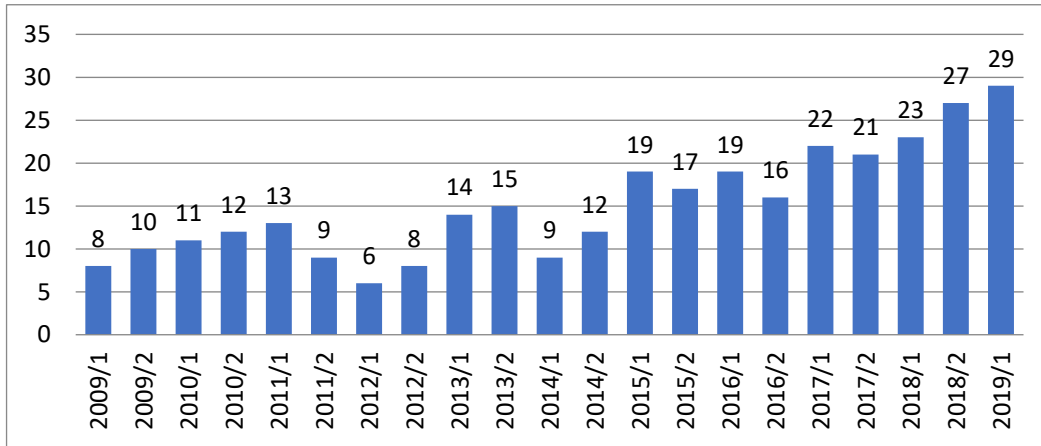
Şekil 1. İncelenen dergilerin toplam yazılarının yıllara göre sayısal dağılımı.

YIL/ÇİLT	SAYI	TABLO İSMİ						TOPLAM MAKALE SAYISI
		R.T.S.	H.İ.	R.P.	GZT.	Y.M.	Dğr.	
2009	1	11	3	3	8	4	9	38
	2	7	2	4	13	5	8	39
2010	1	7	4	3	11	4	15	44
	2	7	11	6	8	5	12	49
2011	1	8	7	3	6	1	15	40
	2	5	5	5	8	3	12	38
2012	1	8	2	2	8	4	11	35
	2	7	5	3	8	6	9	38
2013	1	9	8	4	8	7	9	45
	2	8	3	1	12	11	17	52
2014	1	7	5	3	5	8	9	37
	2	11	2	4	6	10	13	46
2015	1	11	10	3	9	10	7	50
	2	12	6	4	11	9	15	57
2016	1	11	4	9	12	13	8	57
	2	9	7	3	10	10	11	50
2017	1	11	10	3	10	14	8	56
	2	20	11	4	9	14	8	66
2018	1	12	14	3	11	23	7	70
	2	14	10	9	7	25	13	78
2019	1	25	8	11	14	31	8	97
	2	-	-	-	-	-	-	-
TOPLAM		218	134	88	194	225	222	1081

Tablo 2. İncelenen 4 dergideki yayımlanan makalelerin yıllara göre sayısal dağılımı ve gruplandırması.

Belirlediğimiz 4 derginin e-dergi öncesi makale sayılarının e-dergiye geçişten sonra artıp artmadığına baktığımızda aşağıdaki grafiklerde belirtildiği gibi bir değişim görülmektedir. Son on yılın yayın periyoduna bakmış olduğumuz dergilerden HBVÜ İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi⁸ 2012’de, Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi 2014 yılında, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2018 yılında, Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi ise 2016 yılında açık erişimli e-dergiye geçmiş ve sistem üzerinde eski sayılardan oluşan arşivini paylaşarak okuyuculara sunmuştur.

Tek tek e-dergiye geçiş sırasına göre değerlendirdiğimizde HBVÜ İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisinin 2012 yılından sonraki yıllarda daha çok makale ile yayımlandığını görmek mümkündür. Şekil 2’de görüldüğü gibi 2009 yılının ilk sayısında 8 makale yer alırken 2012 yılından itibaren ilk başlarda geçiş sürecinin etkisiyle düşme olsa da daha sonraki yıllarda belirgin bir artış gözükmemekte ve 2019’un ilk sayısında makale sayısı 29’a yükselmektedir. Grafikte bazı yıllarda yazı sayısı iniş çıkış göstermiş olsa da genel olarak bir artışın olduğu görülmektedir.

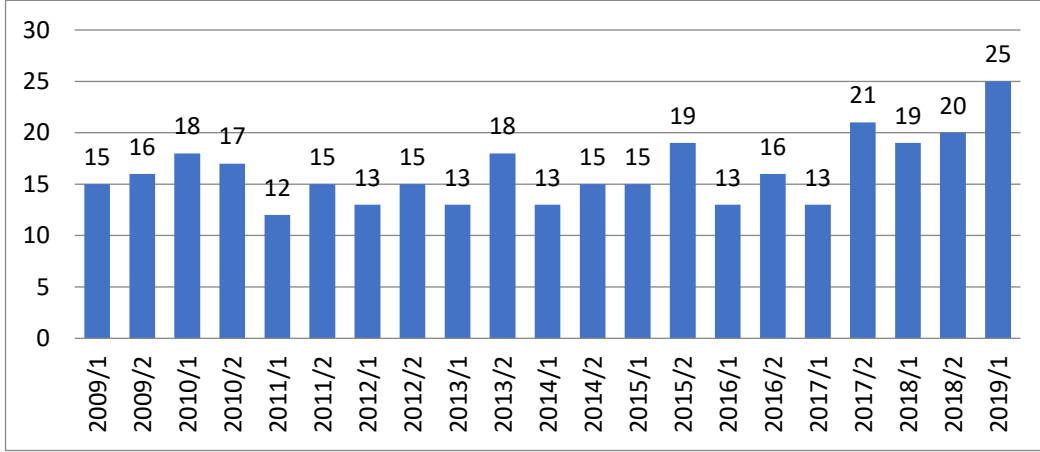


Şekil 2. HBVÜ İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi’nin yayımladığı makalelerin yıllara göre sayısal dağılımı.

Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından yayımlanan Selçuk İletişim Dergisi 2014 yılında e-dergi ye geçmiş ve bu yıldan itibaren ilk yıllarda yazı sayısı düşük olsa da son yıllarda makale sayısında artış meydana gelmiştir. Şekil 3’te görüldüğü üzere 2009 yılının ilk

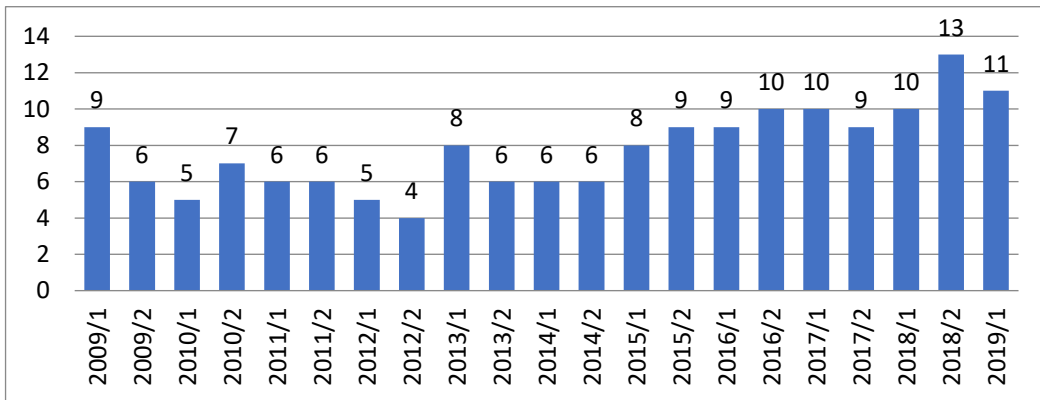
⁸ İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi 2018 yılına kadar Gazi Üniversitesi bünyesinde yayımlanmıştı. 2547’ nolu sayılı yasa ile gazi üniversitesi bölünmüş ve İletişim Fakültesi HBVÜ’ye bağlanmıştır. Ancak derginin adı ve yayın politikasında bir değişiklik olmamış sadece sahiplik Gazi Üniversitesinden HBVÜ’ye geçmiştir bu nedenle dergi bu çalışmada tek dergi olarak HBVÜ İletişim Kuram ve Araştırma dergisi olarak isimlendirilmiştir. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/05/20180518-1.htm>

sayısında 15 makale yer alırken 2019'un ilk sayısında makale sayısı 25 olmuştur. Grafikte 2014 yılından sonraki yıllarda düşüşler görülmektedir ancak 2017'den itibaren makalelerdeki sayısal artışı söylemek mümkündür.



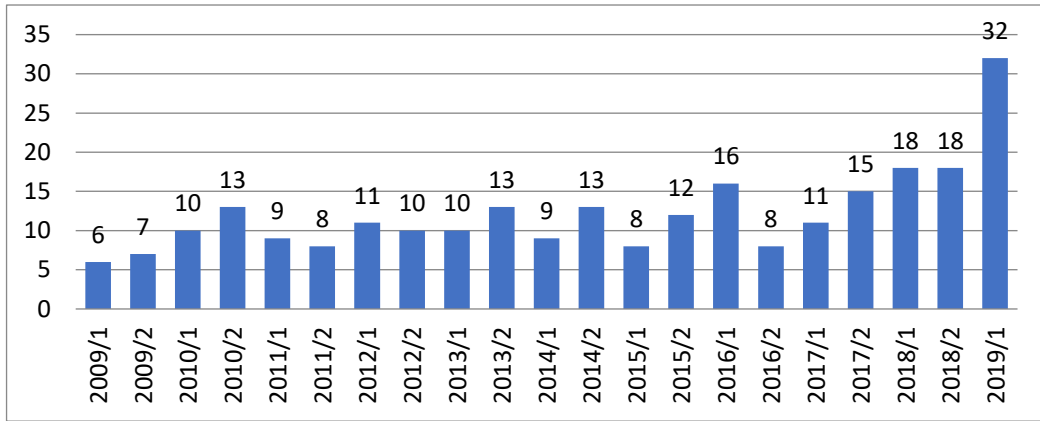
Şekil 3. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi'nin yayımladığı makalelerin yıllara göre sayısal dağılımı.

Galatasaray Üniversitesi İLETİ-Ş-İM dergisi ise 2016 yılında e-dergi olarak yayımlanmaya başlamıştır. Ancak bu dergi aynı zamanda basılı olarak da yayımlanmaya devam etmiştir. Hem e-dergi hem de basılı yayımlanıyor olması yine makale sayısının dergi hacmini basım sırasında etkileyeceğinden e-dergiye geçtikten sonra makale sayısının sınırlı bir artış gösterdiğini söylemek mümkündür. Şekil 4'de görüldüğü gibi yine de makale sayısı 2016 yılına göre belli oranda az da olsa artış göstermiştir.



Şekil 4. Galatasaray Üniversitesi İLETİ-Ş-İM Dergisi'nin yayımladığı makalelerin yıllara göre sayısal dağılımı.

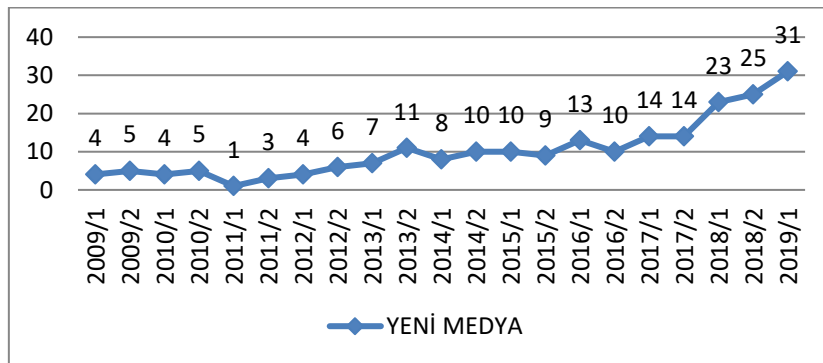
Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından yayımlanan Akdeniz İletişim dergisinin e-dergi olarak yayımlanması diğer dergilere göre daha geç bir tarihte olmuştur. 2018 yılında e-dergiye geçen derginin makale yayımlama grafiğine bakıldığında sayısal artış net olarak görülmektedir. Şekil 5'te görüleceği üzere 2009 yılında 13 makale yayımlanmış, 2018 öncesi ortalama 12 makale yayımlanmasına karşın 2019'un ilk sayısındaki makale sayısı 32 olmuştur.



Şekil 5. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi'nin yayımladığı makalelerin yıllara göre sayısal dağılımı.

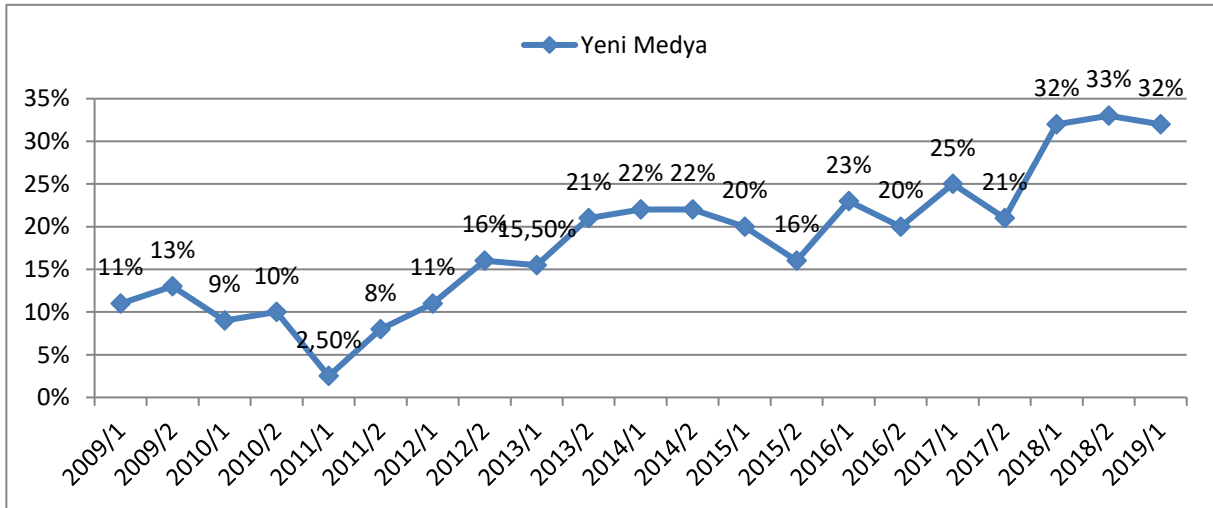
3.3. Belirlenen 4 Dergide Yayımlanan Makalelerin İçeriğinde “Yeni Medya” Konusunun Yıllara Göre Ele Alınma Oranları

Yayımlanan makalelerde, yıllara göre konuların seçiminde bir dalgalanma oluşmuş olsa da, bazı konuların daha fazla ön plana çıktığı görülmüştür. Şekil 6'da gösterilen ve her yıl incelenen 4 derginin yayımladığı toplam makale sayısının yıllara göre dağılımına bakıldığında; “yeni medya”yı içeren çalışmaların arttığı görülmüştür.



Şekil 6. İncelenen dergilerdeki yeni medya alanında yayımlanan makalelerin yıllara göre sayısal dağılımı.

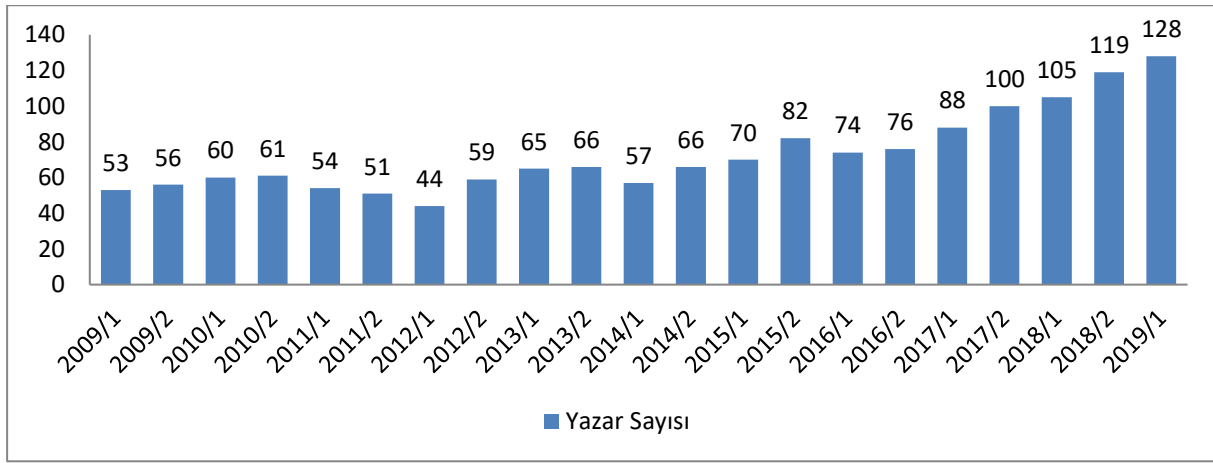
Bunun yanı sıra oransal olarak dergilerdeki araştırma konularının değişimi ise aşağıdaki tabloda verilmiştir. Şekil 7’de görüldüğü gibi 2009 yılında “yeni medya” ile ilişkilendirilebilecek makalelerin dergide yayımlanan toplam makaleye oranı %10 iken 2019 yılında bu oran üçe katlanmış ve %32’ lere yaklaşmıştır. Buradan da görüleceği üzere iletişim sahasında çalışan akademisyenler kendileriyle doğrudan ilişkili olan iletişim teknolojisindeki yeni gelişmeleri inceleme konusu yapma gereği duymuşlardır. Çalışmada iletişim fakültelerinin bölümleriyle ilişkili bir konu tasnifi denenmiş olsa da bunun sağlıklı bir kategorizasyon olamayacağı anlaşılmıştır. Çünkü bir makale halkla ilişkiler ya da pazarlama konusunu işliyor olsa da bunu sosyal medya veya televizyon yayımları üzerinden incelediğinde diğer alanlara da dâhil etmek gerekmektedir. Bu nedenle bu çalışmada makalelerin “yeni medya” alanına girip girmediğine bakılmıştır. Özet kısımlarında “yeni medya”, “dijital medya”, “sosyal medya”, “akıllı telefon kullanımı”, “Twitter, Facebook” vb. anahtar kavramların kullanılıp kullanılmadığına bakılmış ve bunlardan birisi çalışma kapsamında yer alıyorsa “yeni medya” konusu içerisinde değerlendirilmiştir. Elbette bu çalışmaların çoğu siyasal iletişim, reklam, pazarlama, dizi, sinema konularıyla ilişkilidir. Çalışmada ortak yön olarak hangi konuyu çalışırsa çalışsın makalede “yeni medya” ile ilişkilendirme olup olmadığına bakılarak tasnif edilmiştir. Sonuç olarak da “yeni medya” konusunun artan bir yükseliş içerisinde olduğunu ve tüm iletişim alanlarındaki çalışmalara dâhil olmaya başladığını göstermiş oldu.



Şekil 7. Yeni medya alanında yayımlanan makalelerin yıllara göre oransal dağılımı

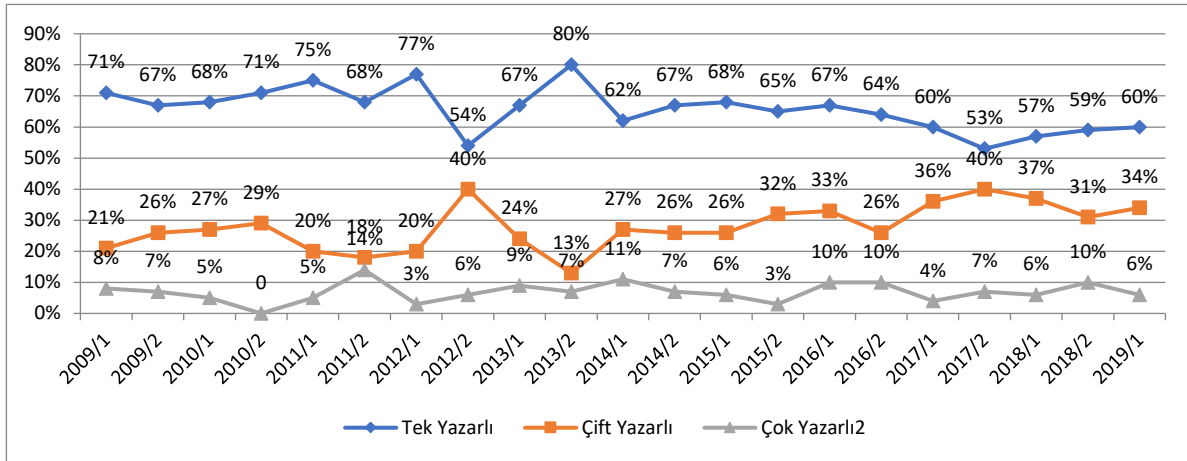
3.4.Belirlenen 4 Derginin Yazar ve Kurum İşbirliğinin Yıllara Göre Değişimi

Yazar İşbirlikleri: Şekil 8’de görüldüğü gibi makale sayısı ile birlikte yazar sayısının da doğal olarak artmış olduğu görülmektedir. Ancak makalelerin tek, iki veya üç yazarlı olması yazar makale başına düşen yazar sayısını farklı kılmaktadır. Aşağıdaki tablolarda bu değişim gösterilmiştir. Değişim yazar sayısının arttığını ama makale başına yazar sayısının artışının daha fazla olduğunu göstermektedir. Yani makalelerin yazılmasında işbirliklerinin arttığını tek yazarlı makale sayısı azalırken iki yazarlı makale sayısının arttığını görmekteyiz.

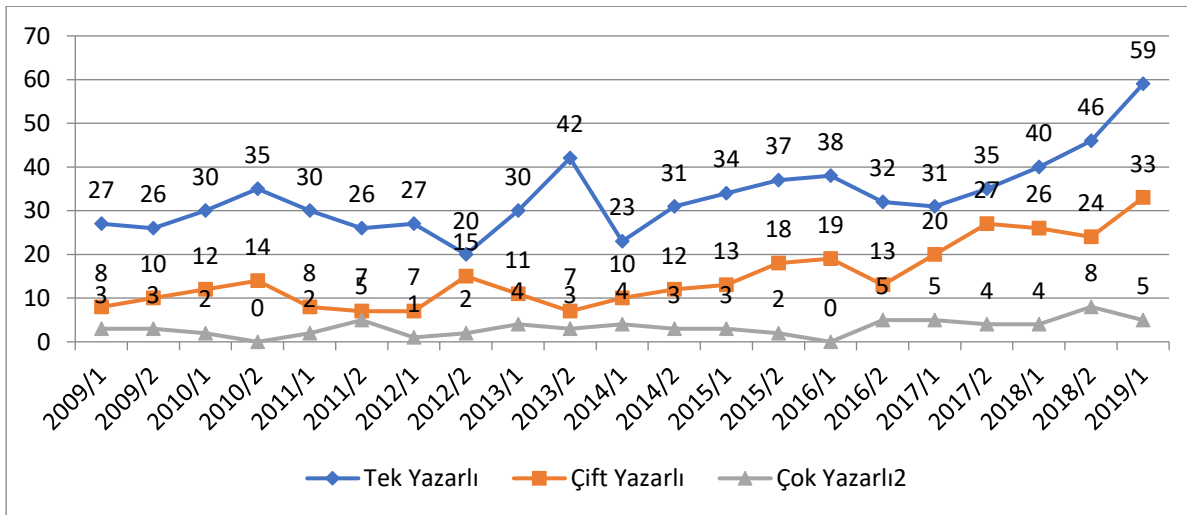


Şekil 8.İncelenen dergilerde yer almış yazar sayısının yıllara göre dağılımı.

Yukarıdaki bölümlerde de belirlediğimiz üzere dijital teknoloji akademisyenler arası işbirliğini kolaylaştırmış bu da farklı kurum, şehir hatta ülkelerde olsalar bile birlikte bir yayın yapabilmelerine olanak sağlamıştır. Bu incelememiz de göstermektedir ki on yıllık süreç içerisinde tek yazarlı makale oranı azalmış ama çift yazarlı makale oranı artmıştır. Tek yazarlı makalenin toplam yayımlanan makalelere oranı Şekil 9’da görüldüğü gibi 2009 yılında %71 iken bu oran 2019 yılında %60’a düşmüştür. İki yazarlı makale oranı 2009 da %21 den 2019 yılında %34’e çıkmıştır sayısal olarak baktığımızda da iki katına çıktığı görülmektedir. Çok yazarlı makale oranlarında fazla bir değişiklik bulunmamaktadır.



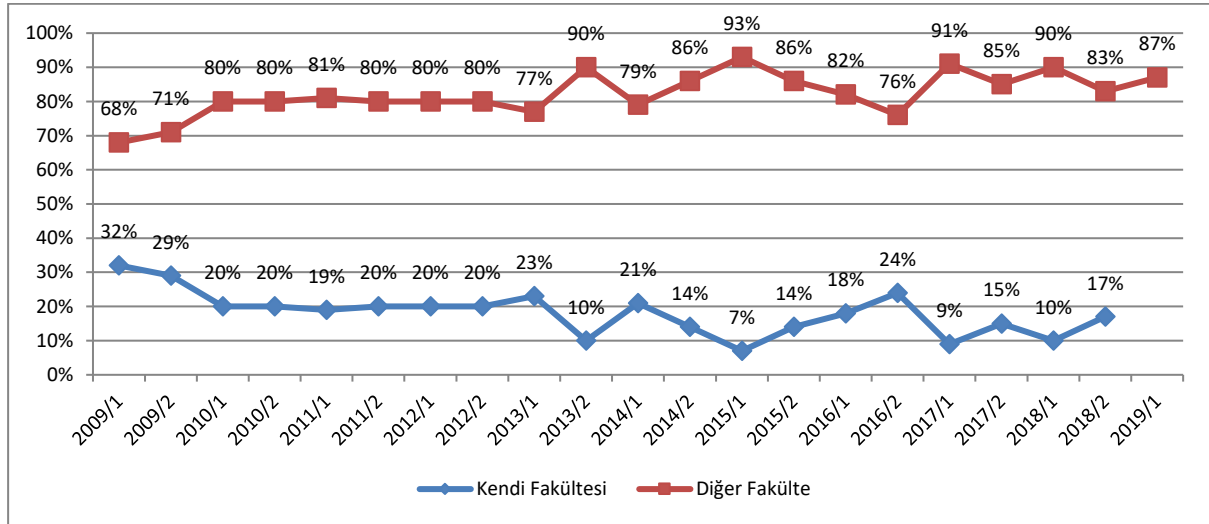
Şekil 9. İncelenen dergilerdeki makale başına düşen yazar sayısının yıllara göre oransal dağılımı



Şekil 10. İncelenen dergilerdeki makale başına düşen yazar sayılarının yıllara göre sayısal dağılımı.

Yazarların Kurumları: Çalışmada yazarların makale başlarında verilen bilgilerine bakılmış ve yazının yayımlandığı tarihte hangi kurumda çalıştığı tespit edilerek tabloya “farklı kurum” ya da “aynı kurum” bilgisiyle işlenmiştir. Her dergi için yıllar içerisindeki değişim belirlenmiş ve ortalamaları alınmıştır. Çalışmamızdaki veriler göstermektedir ki daha önceki yıllarda dergilerde yayımlanan makaleler daha çok kendi kurumundaki yazarlara yer vermektedir. Yıllar içerisinde kurum dışından, farklı üniversitelerde çalışan akademisyen çalışmalarının daha yüksek oranda yayına katkı sağladığı görülmektedir. Grafikten çıkarılabilecek en net sonuç belki de dijitalleşmenin kurumlar arası mesafeyi azalttığı yönünde

olacaktır. Şekil 12’de görüldüğü gibi 2009 yılında dergilerde yayımlanan makalelerin % 32’i kendi kurumundan % 68’i farklı kurumlardan iken bu oran yıllar içerisinde değişerek 2019 yılında %17 kurum içi % 87’si yabancı kurum yazarlarından oluşmaktadır. Şekil 11’de görüldüğü gibi yabancı kurumlardan gelen araştırmaların sayısı artarken kurum içi yayın sayılarında bir artış olmamıştır.



Şekil 12. Yazarların dergiler ile olan yakınlığının yıllara göre oransal dağılımı

Bulgular

Genel olarak iletişim sahasında yayımlanan akademik dergilerde son beş yılda belirgin bir artış olduğu görülmüştür. İletişim Fakülteleri tarafından yayımlanmakta olan geçmişteki dergi sayısı 18 iken son beş yılda yayımlanan 12yenidergiile bu sayı 30’a yükselmiştir.

İncelenen dergilerdeki yazı sayıları da son on yıl içerisinde artış göstermiştir. On yıl önce yayımlanan dört dergideki makale sayısı 38 iken aynı dört dergide 2019’da yayımlanan bir sayıdaki toplam makale sayısı iki katından fazla artarak 97 olmuştur.

“Yeni medya” bağlamında değerlendirilebilecek makale sayıları da son on yıl içerisinde artış göstermiş ve 4’ten 31’e çıkmıştır. Bunun yanı sıra sadece “yeni medya” alanında yayın yapan bir dergi yayımlanmış ayrıca hesaplamaya katılmayan bir özel sayıyla yeni medya konusundaki makaleler yayımlanmıştır.

Daha önce akademik dergilerinde kurum içerisindeki akademisyenlerin makale sayılarının oranı yüksek iken, son yıllarda bu oranın düştüğü ve kurum dışından akademisyenlerin makalelerine daha fazla yer verildiği bulgusuna ulaşılmıştır. Kurum

içerisinden yayımlanan makale oranı on yıl önce %32 iken 2019 yılında %17'ye düşmüş, kurum dışı yayımlanan makale oranı %68 iken 2019 da bu oran %83'e çıkmıştır.

Son olarak iki yazarlı makale sayısının son on yıl içerisinde artış gösterdiği tespit edilmiştir. 2009'da iki yazarlı makale sayısının genel makaleye oranı %21 iken 2019'da bu oran %34'e çıkmıştır.

SONUÇ

Sözlü iletişimden, dijital iletişime kadar olan süreç, iletişimin hem tarihsel hem de bilimsel olarak gelişim serüvenidir. Her çağda yeni bir iletişim mecrasının ortaya çıkması, o iletişim araçlarıyla ilgili ilginin artışı da doğurmuştur. Örneğin kitle iletişim araçlarının toplumsal etkisi; gazete, radyo ve televizyon gibi araçların üzerine yapılan akademik çalışmalar söz konusu ilginin anlamlandırılması noktasında önemlidir. Bu nedenle akademik çalışmaların en azından iletişim bağlamındaki çalışmaların doğal olarak teknolojik gelişmelerle paralel şekillendiğini söyleyebiliriz. İçinde yaşadığımız iletişim sürecinin en temel dinamiği dijitalleşme olmuştur. Dijitalleşmede bugün tıpkı diğer iletişim ortamları gibi akademik ilginin odağında durmaktadır. Günümüzde iletişim çalışmalarında dijitalleşmenin getirdiği etkiler başta olmak üzere toplumsal yapılar ve iletişimsel süreçler bilimsel açıdan yeni medya, sosyal medya, dijital dünya gibi kavramlarla işlenmektedir. Dijitalleşmenin baş döndürücü hızı akademik çalışmalara da yansımış, özellikle iletişim çalışmalarıyla ilgili konuların yeni medya ve buna benzer dijitalleşme temelli konularla işlendiği bu çalışmada da görülmüştür.

Özellikle son yıllarda yapılan çalışmalarda dijitalleşmenin etkinliği sayısal olarak geleneksel araştırmalara göre daha fazla olmuştur. En azından iletişim sahasındaki araştırmalarının ekseni dijitalleşme ve beraberindeki uzamlar olmuştur. Ayrıca daha fazla kitleye ulaşması açısından farklı bir kanal olarak dijital ortamların yoğun olarak kullanıldığı, birçok eğitimin yüz yüze olması dışında dijital ortamlardan sürdürüldüğü görülürken, iletişimsel boyutların ve etkileşimlerin dijitalleşme ile gelişimi söz konusu olmuştur. Tüm bunlar günümüzdeki bir iletişimsel araştırmanın dijitalleşmeden çok uzak bir şekilde olamayacağını da gösterir niteliktedir. Günümüzde iletişimin kendisinin merkezi bir konumda yer alıyor olması da dijitalleşmenin sonucudur ve kaçınılmaz olarak iletişim bilimi de bundan en yüksek payı almış gözükmektedir.

İletişim alanındaki akademik dergilerle ilgili nitel ve nicel az sayıdaki çalışma içerik, yazar performansı ve tema açılarından bazı değerlendirmeler sunsa da dijitalleşme bağlamıyla ele alınmamıştır. Oysa dijitalleşme ile birlikte dönüşen akademik yayıncılığın bugünkü durumuna ilişkin betimleyici her çalışma, akademik yayıncılığın geleceğine ilişkin daha geniş kapsamlı öngörülerde bulunmaya katkı sağlayacaktır. Gelecekte sınırsız veri saklama potansiyeliyle, akademik yayınlarda (derinlemesine görüşmelerin videoları, anket dokümanları vb. materyallerin okuyucuya sunulmasından, kaynağa doğrudan yönlendirebilen atıf sistemlerine kadar) daha gelişmiş teknolojilere kavuşmak mümkün olabilecektir. Ancak bu öngörüler üzerinde kafa yorarak, yeni gelişmelerin olumlu ve olumsuz yanlarını ortaya koyabilmek bu günkü değişimi daha iyi anlayabilmekle mümkün olacaktır. Bu çalışma dijital çağda akademik yayıncılığın gelişmesine katkı sağlayacak çalışmalara zemin olacak bir giriş olarak değerlendirilebilir.

İletişim sahasındaki dergileri ve bu dergilerde yer alan çalışma, yazar, atıflanma, unvan vb gibi parametreleri ölçen çok az sayıda çalışmalara rastlanmıştır (Odabaş & Odabaş, 2012; Ulu & Akdağ, 2015) Ya da Küçük vd. (2008) yaptığı gibi Türkiye’de yayınlan elektronik dergilerin haritası çıkartılmıştır. Bunların yanı sıra teknolojik gelişmelerin akademik yayıncılığa olan etkisine yönelik, özellikle teknolojinin etkisinin disiplinlere olan etkisinin olumlu veya olumsuz yönlerini ifade eden az sayıda çalışmayla karşılaşmıştır (Kayaoğlu, 2007; Tonta, 1997). Ancak bu çalışmalar iletişim alanındaki çalışmalar hakkında detaylı bir veriyi içermemekle beraber; betimsel çalışmalardan oluşmaktadır.

Bu çalışmada dijital alanda yaşanan gelişmelerin özellikle iletişim alanıyla ilişkili olduğu, bunun da alandaki akademik yayıncılığı etkilediği varsayımından yola çıkılmıştır. Öncelikle deneyim ve literatüre dayanarak bu etki tartışılmıştır. Daha sonra iletişim alanında üniversiteler bünyesinde yayımlanan belli dergiler üzerinden yapılan nicel bir araştırma ile bu varsayım test edilmiştir. Son 10 yılda düzenli olarak yayın hayatına devam eden farklı şehirlerden 4 iletişim fakültesi dergisi (Akdeniz İletişim Fakültesi Dergisi, Selçuk İletişim Dergisi, Galatasaray İletişim Dergisi, HBVÜ İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi) analiz için belirlenmiştir. Belirlenen dergilerdeki yayın sayıları, her sayı ve yıl için ayrı ayrı tespit edilerek yıllar içerisindeki yayın sayıları istatistiksel olarak ortaya konmuştur. Bu veriler, e-dergi’ye geçiş dikkate alınarak değerlendirilmiştir.

Ayrıca derginin yayımlandığı kurum dışından makale yayımlarına bakılmıştır. Böylece internetin sağladığı mekânsal sınırların aşılarak ulusal düzeyde daha yaygın bir akademik kitleyle etkileşim sağlanıp sağlanmadığına bakılmıştır.

Yayımlanan makalelerin temaları başlık ve özetlere bakılarak tespit edilmiş ve varsayımda belirttiğimiz teknolojik gelişmenin içeriğe etkisi bu yolla değerlendirilmiştir. Makalelerin tek ya da çok yazarlı olup olmadıklarının belirlenmesi yani bir makaleye düşen yazar oranı yine akademik işbirliklerinin artıp artmadığının tespiti ve değerlendirmesi için gerekmiştir.

Çalışmada akademik yayıncılığı ISSN ve E-ISSN olarak iki döneme ayırdığımızda yayımlanan makaleler arasında sayısal olarak belirgin bir farklılık gözlemlenmiştir. E-dergicilik sonrası iletişim alanında yayımlanan akademik dergilerde belirgin bir sayısal artış olduğu görülmüştür. Ayrıca “yeni medya” adıyla akademik dergi ve özel sayıların ortaya konması içerikle ilgili dijital etkiyi göstermektedir. Bunun yanı sıra e-dergiciliğe geçişin akademisyenlerin yayın üretimlerine olumlu katkı sağladığı görülmüştür. İletişim teknolojisindeki gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan “yeni medya” konusuna iletişim sahasındaki akademisyenler gerekli refleksi göstermiş ve yayımlarında daha fazla yer vermişlerdir. Ayrıca yine dijitalleşmenin bir sonucu olarak zamansal ve uzamsal sınırlılıkların ortadan kalkmış olmasının akademik kurumlar ve akademisyenler arasındaki iletişimi ve işbirliğini artırmış olduğu görülmüştür.

Akademik yayıncılığın bilimsel gelişmeye olan katkısının bugünkü iletişim sahasındaki gelişmelerle hızla arttığı görülmektedir. Bu ve benzeri çalışmalar hem iletişim alanında, hem de sosyal bilimlerin diğer alanlarındaki akademik yayıncılığın potansiyel olanaklarını görmemizi sağlayacak ve akademisyenleri daha da gelişmesi yönünde düşünmeye teşvik edecektir.

EXTENDED ABSTRACT

This study focuses on the effect of digitalization on academic publishing. Digitalization, which rapidly transforms the world, shows its greatest impact in the field of communication. This work in the field of communication, published within the universities in Tur The technical possibilities of digitalization in publishing academic journals also encourage researchers to publish in terms of academic production. key has tried to determine to what extent affected

without digitalization of academic journals. On the other hand, the content of the studies in the field of communication is increasingly focusing on new media. In addition, it has been observed that digitalization has increased the cooperation between academics and institutions without space and time limitations.

First of all in the research; the effects of digitalization on academic journal publishing were revealed, and then some quantitative evaluations were made about all journals published by communication faculties. Then, a total of 1081 articles published in the last ten years of journals published by 4 well-established communication faculties were scanned. Data such as the change in the number of articles over the years, the tendencies of the topics covered in the articles over the years, the change in the cooperation rates of the article authors were evaluated.

In this study, quantitative research method was adopted, which takes numerical data as a reference to itself while making connections about the findings and creates the opportunity to evaluate statistical analysis while doing this, and also reveals the similarities and differences in the sample. Quantitative analysis was handled within the framework of categorical approach at the point of analyzing the data, and descriptive analysis was included at the point of evaluating the obtained data.

In this study, a general profile has been drawn about the journals published by the Communication Faculties. However, 4 communication faculty journals (Mediterranean Faculty of Communication Journal, Selçuk Communication Magazine, Galatasaray Communication Journal, HBVÜ Communication Theory and Research Journal) from different cities that have been regularly published in the last 10 years were determined for analysis.

The following three assumptions were determined for this study.

1. There is a quantitatively positive relationship between technological developments and academic production.
2. Along with the technological developments in the field of communication, the subject of "new media" has increased significantly in article themes.
3. Advances in communication technology have increased cooperation between institutions and academics.

First of all, the effects of digitalization on academic publishing are discussed in the study based on both theoretical and experiential data. Later, the number of publications in the

determined journals were determined separately for each issue and year, and the number of publications over the years was presented statistically. These data have been evaluated considering the transition to e-journal.

In addition, article publications from outside the institution where the journal was published were checked. Thus, it was examined whether the spatial boundaries provided by the internet were overcome and whether the interaction with a wider academic audience at the national level was provided. The themes of the published articles were determined by looking at the titles and abstracts, and the effect of the technological development we stated in our assumption on the content was evaluated in this way.

The findings have been observed to have increased significantly in the last five years in academic journals published in the field of communication. While the number of past magazines published by Communication Faculties was 18, this number increased to 30 with 12 new journals published in the last five years.

The number of articles in the journals examined has also increased in the last ten years. While the number of articles published in four journals ten years ago was 38, the total number of articles published in the same four journals in 2019 has more than doubled to 97.

The number of articles that can be evaluated in the context of "new media" has also increased in the last ten years, from 4 to 31. In addition, a magazine publishing only in the field of "new media" was published, and articles on new media were published with a special issue not included in the calculation.

While the number of articles by academicians within the institution was high in academic journals before, it has been found that this rate has decreased in recent years and that there are more articles by academicians from outside the institution. The rate of articles published within the institution decreased from 32% ten years ago to 17% in 2019, while the rate of articles published outside the institution increased from 68% to 83% in 2019.

Finally, it has been determined that the number of articles with two authors has increased in the last ten years. While the ratio of the number of articles with two authors to the general article was 21% in 2009, this ratio increased to 34% in 2019.

As a result, the effectiveness of digitalization has been higher numerically than traditional studies, especially in recent studies. At least, the axis of his research in the field of

communication has been digitization and the accompanying spaces. In addition, it has been observed that digital media are used extensively as a different channel in terms of reaching more masses, and many trainings are carried out in digital media except face-to-face, while the development of communicative dimensions and interactions with digitalization has been the subject. All this shows that a contemporary communicative research cannot be far from digitalization. The fact that communication itself occupies a central position today is also the result of digitalization, and inevitably, communication science seems to have taken the biggest share from it.

KAYNAKÇA

- Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Kimliğinin Gücü* (2. Baskı, C. 1-İkinci Cilt). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çetin, M., Yaşın, C., & Sönmez, B. (2016). Türkiye’de Halkla İlişkiler Alanındaki Doktora Tezleri Üzerinden Alanda Yapılan Çalışmaların Değerlendirilmesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (43), 242-264.
- Demir, K. (2016). Osmanlı’da Dergiciliğin Doğuşu ve Gelişimi (1849-1923). *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (9), 71-112.
- Dönmez, İ. H., & Yurdakul, H. (2019). Twitter ve Yeni Olanaklar: Sosyal Medya ile Birlikte Dönüşen Pazarlama ve Tüketim Biçimleri Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Bilgi, Doğruluk ve Twitter (ss. 217-237)*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Feenberg, A. (2010). Eleştirel Teknoloji Teorisi. *İçinde G. Ruivenkamp, J. Jongerden, & M. Öztürk (Ed.), & C. Atay (Çev.), Teknoloji ve Toplum: Yıkıcı Bir Direniş ve Yeniden Yapılanma (ss. 23-47)*. İstanbul: Kalkedon.
- Gönenç, A. Y. (2007). Türkiye’de Dergiciliğin Tarihsel Gelişimi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 0(29), 63-78.
- Güz, N., Yanık, H., & Yeğen, C. (2017). İletişim Fakülteleri Eğitim Sistemine Yönelik Yeni Bir Yaklaşım. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(5), 1546-1560.
- Habermans, J. (2010). *İdeoloji Olarak Teknik ve Bilim* (M. Tüzel, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Hülür, H., & Yaşın, C. (2019a). Küresel İnsanın Hayal Alanı Olarak Twitter’ı Anlamak. *İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Bilgi, Doğruluk ve Twitter (ss. 9-39)*. Ankara: Ütopya Yayınları.

- Hülür, H., & Yaşın, C. (2019b). Yöntem ve Kuram Açısından Twitter Araştırmalarının Panoraması. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), *Twitter Araştırmaları* (ss. 9-43). Ankara: Ütopya Yayınları.
- Kayaoğlu, H. (2007). Elektronik Dergi Kullanımı ile Bilim Dalı İlişkisi: Betimleyici Bir İnceleme. *Türk Kütüphaneciliği*, 21(4), 440-458.
- Kayıhan, B. (2019a). Risk Kuramları Açısından Twitter Araştırmaları. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), *Twitter Araştırmaları* (ss. 165-182). Ankara: Ütopya Yayınları.
- Kayıhan, B. (2019b). Toplumsal Hareketlerin Twitter'a Yansımaları ve Hashtag Aktivizm İle İlgili Çalışmalar. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), *Bilgi, Doğruluk ve Twitter* (ss. 140-158). Ankara: Ütopya Yayınları.
- Koloğlu, O. (1987). Süreli Yayınların Bilim Fikri ve Kurumların Oluşmasına Katkısı. 252-264. İstanbul: Edebiyat Fakültesi Basımevi.
- Küçük, M., Al, U., & Olcay, N. (2008). Türkiye'de Bilimsel Elektronik Dergiler. *Türk Kütüphaneciliği*, 22(3), 308-319.
- Lafrance, J. P. (2016). Toplumsal Hareketlerin Başında Kavşağında Medya. İçinde J. Perriault (Ed.), & H. Köse (Çev.), *İletişim Bilimlerinin Unutulmuş Kökenleri* (ss. 47-61). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Milberry, K. (2010). Wiki Tarzı: Değişim Tasarlamak, Demokrasi Uygulamak. İçinde C. Atay, G. Ruivenkamp, J. Jongerden, & M. Öztürk (Çev.), *Teknoloji ve Toplum Yıkıcı Bir Direniş ve Yeniden Yapılanma* (ss. 47-81). İstanbul: Kalkedon.
- Neuman, R. (2018). Dijital Fark Gündelik Hayatta Dijitalleşme ve Medya Etki Kuramları (G. Metin, Çev.). İstanbul: The Kitap.
- Odabaş, H., & Odabaş, Y. (2012). Türkiye'de Akademik Açık Dergi Yayıncılığı ve Atatürk Üniversitesinde Açık E-Dergi Uygulaması. (47), 355-370.
- Postman, N. (2016). Televizyon: Öldüren Eğlence (6.Basım; O. Akınhay, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Seymen, O., Maltepe, S., Çonoğlu, S., Yılmaz, G. Ö., Şahin, B., & Tetik, N. (2009). Türkiye'de Yayımlanan Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergilerinin Profili: Marmara ve Ege Bölgesi Örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(22), 281-301.
- Şahin, M., & Yurdakul, H. (2017). Medyanın Evrimleşmesi, Öğrenme Bağlantıları ve Aktörleri. *Abant Kültrel Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 42-56.
- Tonta, Y. (1997). Elektronik Yayıncılık, Bilimsel İletişim ve Kütüphaneler. *Türk Kütüphaneciliği*, 11(4), 305-314.
- Ulu, S., & Akdağ, M. (2015). Dergilerde Yayımlanan Hakem Denetimli Makalelerin Bibliyometrik Profili: Selçuk İletişim Örneği. *Selçuk İletişim*, 9(1), 5-21.

Wren, J. (2005). Open Access and Openly Accessible: A study of Scientific Publications Shared Via The İnternet. *BMJ*, 330(1128), 1-5.