

Editörden...

Bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan baş döndürücü gelişmeler, iletişimin çehresini tamamıyla değiştirmiş ve dijital iletişimi yaşamın her alanında vazgeçilmez kılmıştır. Dijital İletişimin tüm boyutlarıyla irdelendiği “Dijitalleşen Dünyada İletişim Alanında Yeni Yönelimler” konulu Dergi Özel Sayımıza gösterilen yoğun ilgiden dolayı teşekkürü bir borç bilirim.

“Türkiye’ye Yönelik Algı Operasyonlarının Dijital Medyaya Yansımaları” başlıklı çalışmalarında Ahmet Ayhan ve Fatma Çakmak, özellikle dijital medya aracılığıyla propaganda ve psikolojik savaş gibi yollarla yürütülen algı operasyonları ile kitlelerin beyinlerine nüfuz edilerek, onların istenilen şekilde düşünmelerinin sağlandığını vurgulanmaktadır. Çalışma kapsamında Türkiye Cumhuriyeti’ne yönelik yürütülen algı operasyonları dijital medya üzerinden paylaşılan fotoğraflar aracılığıyla göstergebilim yöntemi kullanılarak analiz edilmiş ve paylaşılan göstergeler üzerinden, yürütülmek istenen algı operasyonlarının boyutları ortaya konulmaya çalışılmıştır.

“KOBİ’lerin Pazarlama İletişiminde Sosyal Medyanın Rolü: Genç Girişimcilere Yönelik Bir Araştırma” başlıklı çalışmasında Ali Aycı, sosyal medyanın genç girişimcilerin pazarlama iletişiminde rekabet avantajı sağlayabilecekleri bir alan olduğunu belirtmekte ve bu bağlamda Türkiye’de faaliyet gösteren genç girişimci KOBİ’lerin sosyal medyaya ilişkin algılarını, gelecek öngörülerini ve problemlerini incelemektedir.

“Dijital Aktivizm Bağlamında Artvin Cerrattepe Olayları Üzerine Bir İçerik Analizi” başlıklı çalışmalarında Ali Korkmaz, Fuat Ustakara ve Uğur Aydın Artvin ilinde bulunan Kafkasör Yaylası’nda madencilik çalışmaları nedeniyle bölge halkı ve sivil toplum örgütleri tarafından başlatılan Cerattepe olayları kapsamında 18/28 Şubat tarihleri arasında açılan hashtag’ler ve atılan tweet’leri içerik analizi yöntemi ile incelemişler ve sosyal medyanın, siyasal, kamusal ve medya gündemini belirlemede etkin bir mecraya dönüştüğünün altını çizmişlerdir.

“Stratejik Lider İletişimi Ve Sosyal Medya: Türkiye’de Şirket Genel Müdürlerinin Twitter Kullanımı Üzerine Bir İnceleme” başlıklı çalışmasında Ayşe Elif Posos Devrani, sosyal medyanın halkla ilişkiler ve kurumsal iletişim ile bağlantısını ele alarak Türkiye’de faaliyet gösteren 100 büyük şirketin genel müdürlerinin Twitter hesaplarını aktiflik ve kurum kimliği açısından değerlendirmiştir.

“Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma: KTO Karatay Üniversitesi Facebook Örneği” adlı çalışmalarında Aytekin İşman ve Nilay Özdemir, KTO Karatay Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medyayı kullanma motivasyonlarını kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında incelenmişlerdir.

“An Evaluation on Public Relations Profession through Online Job Advertisements” (Halkla İlişkiler Mesleği Üzerine Bir Değerlendirme: Online İş İlanları Ne Diyor?) başlıklı çalışmalarında Çiğdem Karakaya Şatır, Fulya Erendağ Sümer ve Zuhal Gök Demir, günümüzde örgütlerin paydaşlar ile güçlü ilişkiler kurma ve sürdürme gereğinin halkla ilişkiler mesleğinin profesyonelleşmesine olan gereksinimi somutlaştırdığını belirtmektedirler. Araştırmada online iş ilanları üzerinden halkla ilişkiler uygulayıcı rolleri tespit edilerek; halkla ilişkiler mesleğinin mevcut konumu uygulayıcı rolleri üzerinden değerlendirilmiştir.

“Pazar Ekonomisine Yapısal Uyum Programları ve Yönetimin Halkla İlişkiler İşlevi” başlıklı çalışmasında Deniz Akın, halkla ilişkilerdeki gelişimi modern ekonomi politik yapının bütünlüğe parçası olarak incelemektedir. Çalışmada halkla ilişkilerin toplumsal yapı ve sorunların bir parçası olarak incelenmesi gerekliliğinden hareketle, modern kalkınma politikalarının Türkiye’deki biçimlenmesine bağlı olarak profesyonel halkla ilişkilerin gelişimine odaklanılmıştır.

“Communication, Persuasion and Cognition: The Review on Application of the ELM-Model in Political Communication of North Cyprus” çalışması ile Dilan Çiftçi, yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakat tekniğinden yararlanarak Kuzey Kıbrıs’taki siyasal iletişim süreçlerinde ELM Modeli’nin merkezi rotasının daha çok kullanıldığını ve adayların da bu nedenle daha çok merkezi rotayla ikna edildiği bulgularına ulaşmıştır.

“Yüksek Lisans Öğrencilerinin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği” başlıklı çalışmasında Elif Türten, sosyal medyada mahremiyet temasını irdelemiş ve Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin sosyal medyadaki mahremiyet algısını incelemiştir.

“Dijital Oyunların Çocukların Kişilik ve Davranışları Üzerine Etkisi GTA 5 Oyunu Örneği” başlıklı çalışmalarında Fatma Yiğit Açıkgöz ve Aysen Yalman yeni medya çalışmalarında özellikle Türkiye’de kısmen göz ardı edilen bir tür olan dijital oyunların içerisine gizli ya da açık olarak yerleştirilen dil, ırk, toplumsal cinsiyet, cinsellik ve şiddet gibi öğelerin çocukların bilişsel düzeylerine etki edebilmek amacıyla ne ölçüde ve nasıl kullanıldığını içerik analizi ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile ölçmeyi amaçlamışlardır.

“Sosyal CEO Kavramının Kurumsal İletişim Açısından Değerlendirilmesi” başlıklı çalışmada Ferah Onat, sosyal medyada etkileşime girebilen, çalışanlarıyla etkileşimin önemine inanan, şeffaf, ilginç, tutkulu, faydalı bilgiyi paylaşan ve markalaşan şekilde tanımladığı Sosyal CEO kavramı üzerinde durmaktadır. Çalışmada Fortune Türkiye dergisi tarafından yayınlanan Yılın İş İnsanları 2017 Listesindeki CEO’ların sosyal medya kullanımları ve Türkiye’de bir CEO’nun Twitter paylaşımları kurumsal iletişim uygulamaları yönünden analiz edilmiştir. Özellikle yönetim iletişimi ekseninde yapılan analizde paylaşımlarını kurumsal sosyal medya hesaplarıyla tutarlı ama özgün içerikler ile yapan Sosyal CEO’ların gelecekte kuruma nitelikli çalışanlar ve yatırımcılar çekmede etkili olacağı sonucuna varılmıştır.

“Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org” başlıklı çalışmalarında Gülsüm Erkan ve Ahmet Ayhan, bireyleri ve topluları yönlendirmek amacıyla başvurulmuş dezenformasyonun sosyal medyanın yaygın olarak hayatımıza girmesi sonucunda farklı bir boyuta taşınması ile önemi artan internet ortamındaki doğrulama platformlarına odaklanmaktadır. Dezenformasyon kavramı, siyasi aktörler ve partiler bağlamında 24 Haziran 2018 seçimlerinde teyit.org sitesindeki politika başlığı altında yer alan haberler üzerinden incelenmiştir. Betimsel analiz yönteminin kullanıldığı bu çalışmada dezenformasyonun önlenmesinde doğrulama platformlarının rolü açıklanmaya çalışılmıştır.

“Gazetecilik Bölümü Öğrencilerinin Gözünden Yeni Medya Çağında Gazetecilik” adlı çalışmalarında Günseli Bayraktutan, Nedim Serhat Bilecen, Ali Karakaya ve Barış Yetkin gazetecilik bölümünde lisans eğitimi alan öğrencilerin, yeni medya ile birlikte değişen habercilik anlayışını nasıl anlamlandırdıklarını ve gelecekte beklediklerini ortaya koyabilmeyi amaçlamışlardır. Bu doğrultuda araştırmada, Giresun Üniversitesi Tirebolu İletişim Fakültesi’nde etkinlik gösteren Gazetecilik Atölyesi’ndeki gazetecilik bölümü lisans öğrencileriyle odak grup görüşmeleri gerçekleştirilmiştir.

“Dijital İletişim ve Çocuk: Türkiye’de Çocuk Web Sitelerindeki Reklamlara Yönelik Bir İçerik Analizi” başlıklı çalışmalarında Mikail Batu ve Handan Güler İplikçi, içerik analizinden faydalanarak yapısal olarak inceledikleri Türkiye’deki çocuk odaklı web sitelerinin reklamlarının hedef kitesinin çoğunlukla belli olmadığı ve özellikle çocuklar açısından düşünüldüğünde bu reklamların çocukların yaş seviyesini dikkate almadığı sonucuna ulaşmışlardır.

“Skepticism Towards Videos Shared on Social Media” (Sosyal Medyada Paylaşılan Videolara Karşı Şüphelilik) adlı çalışmasında Mehmet Özer Demir, reklamcılarının ve pazarlamacılarının pazarlama iletişimi etkinliğini arttırabilmelerini sağlamak amacıyla tüketicilerin sosyal medya reklamlarına karşı tutumlarını incelemiştir. Geleneksel televizyon mecrası için geliştirilmiş şüphelilik ölçeğini internet reklam videolarına ve sosyal medya kullanıcılarına uyarlamıştır.

“Oyun Sanal İntihar Gerçek: ‘The Blue WhaleChallenge/Mavi Balina’ Oyunu Üzerinden Kurulan İletişimin Neden Olduğu İntiharlar Üzerine Kuramsal Bir Değerlendirme” başlıklı çalışmalarında Mehmet Yılmaz ve Ferdi Candan, geniş bir kullanıcı kapasitesine sahip çevrimiçi oyunların olumsuz etkilerini Rusya’da 2017 yılında ortaya çıkan “The Blue WhaleChallenge/ Mavi Balina”adlı oyun üzerinden ele almaktadırlar. Dünyanın birçok ülkesinde onlarca insanın intihar etmesine sebep olduğu iddia edilen “The Blue WhaleChallenge/ Mavi Balina”oyununu merkeze alan bu çalışmada çevrimiçi ortamdan kaynaklanan intihar olaylarının psikososyal nedenlerine ilişkin literatür incelenmiş ve konuyla ilgili medya çalışmaları perspektifinden güncel bir değerlendirme sunulmuştur.

“Bilimsel Araştırmalarda Sosyal Medya ile İlgili ‘Yeni’ Bulmak: Lisansüstü Tezlerine Yönelik Bir İnceleme” adlı çalışmalarında Mikail Batu ve Yeliz Yapıcıoğlu

Ayaz yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin, bu konudaki bilimsel çalışmaların artmasına etkisini ele almaktadırlar. Yazarlar bu bağlamda, Türkiye’deki üniversitelerde sosyal medya ile ilgili üretilmiş lisansüstü tezlerinin konularını temel alarak, niceliksel ve içerik özelliklerini ortaya koymayı hedeflemişlerdir.

“Instagram’da Sosyal Kıyaslama, Benlik Saygısı ve Yaşam Doymu İlişkisi: Fırat Üniversitesi Üzerinde Bir İnceleme” başlıklı çalışmalarında Mehmet Emin Sözkese ve Serkan Biçer Fırat Üniversitesi öğrencileri örnekleminde Instagram kullanıcılarının sosyal kıyaslama yapma nedenleri ve bu kıyaslamaların kullanıcılar açısından benlik saygıları ve yaşam doymuları üzerindeki etkisini ölçülmüşler ve pozitif benlik sunumlarının yoğun olduğu ve gündelik hayatında düşük benlik saygısı ve yaşam doymu olan kullanıcıların yukarı yönlü sosyal kıyaslamalara daha fazla ağırlık verdiği sonucuna ulaşmışlardır.

“Popüler Tarihin Dijital Boyutu: Youtube’daki Tarih Kanallarının İncelenmesi” başlıklı çalışmalarında Mustafa Sami Mencet ve Koray Ergin, video paylaşım ağı Youtube üzerinden yapılan tarih anlatıcılığını akademisyen tarihçilerin yayınları ile karşılaştırmışlar ve bu karşılaştırmayı kullanılan söylem, içerik ve takipçilerin dönütleri üzerinden incelemişlerdir.

“İnternet Çağında Gazetecilik İçin Tartışmalı Bir Kavram: Yavaşlık” başlıklı çalışmalarında Nedim Serhat Bilecen ve Günseli Bayraktutan, internet ortamında yapılan habercilik anlayışında “yavaşlık” kavramını ele almışlar ve bu kavramın hangi mecralarda nasıl konumlandırabileceği ve uygulanabileceği üzerinde durmuşlardır.

“Doğruluk Kontrol Merkezi” ve “Yalan Haber” Kavramlarına İlişkin İçeriklerin Medyada Yansımasının Araştırılması başlıklı çalışmasında Nihal Kocabay Şener, Türkiye’de kurumsal haber kuruluşlarında yalan haber ve bununla ilgili kavramlarla ilgili içerik üretilip üretilmediğini, üretilme durumunda ise konunun nasıl ele alındığı kategorize ederek incelemiştir.

“Yerel Firmaların Markalama Sürecinde Dijital Reklamcılık Deneyimi: Vavin Örneği” başlıklı çalışmalarında Nilgün Tuzcu, Şefika Özdemir ve Hatice Baysal dijital reklam stratejilerini Vavin’deki bir tekstil firması üzerinden incelerken içerik çözümlemesinden yararlanmışlar ve markalama açısından değerlendirildiğinde yerel tekstil firmasının kullandığı dijital reklam stratejilerinin markalama sürecini olumlu etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

“Türkiye’de Siyasal Parti Kadın Kollarının Sosyal Medya Kullanım Pratiklerinin Toplumsal Cinsiyet Yaklaşımı Bağlamında Analizi” başlıklı çalışmalarında Pelin Öğüt Yıldırım ve Aslıhan Ardıç Çobaner sosyal medyada toplumsal cinsiyet temsillerini incelemişler ve bu doğrultuda Türkiye’de siyasal partilerin kadın kolları ve kadın kolları başkanlarının Twitter kullanımlarını toplumsal cinsiyet yaklaşımı bağlamında incelemişlerdir.

“Farklı İdeolojik Kimlikler Açısından Sosyal Medyanın Anlam ve Önemi” adlı çalışmasında Saniye Vatandaş, “Sosyal demokrat”, “Dindar”, “Kemalist”, “Milliyetçi” ve “Liberal” gibi ideolojik kimliklerle kendisini tanımlayan 15-30 yaş aralığındaki bireylerin, sosyal medyaya ilişkin tutum ve anlayışlarını ölçmek üzerine odaklanmıştır.

“Özgecan Aslan Cinayetinin Dijital Platformlarda Yansıması: Ekşi Sözlük Üzerine Bir İnceleme” adlı çalışmalarında Susin Görenkekeç, Raci Taşçıoğlu kadına yönelik şiddetin dijital platformlarda nasıl yansıdığı üzerine odaklanmışlar ve bu doğrultuda, Özgecan Aslan’ın öldürülmesinden sonra Ekşi Sözlük yazarlarının söz konusu olaya verdiği tepkiyi analiz etmişlerdir.

“Kullanıcı Türevli İçerik ve Yurttaş Medyası: Haberin Dönüşümü, Sınırlar ve Olanaklar” başlıklı çalışmasında Tırşe Erbaysal Filibeli, yeni teknolojilerin haber medyası üzerindeki etkilerini göz önünde bulundurarak, haber medyasında dijital içerik editörü/yöneticisi, genel yayın editörü ve/veya web editörü olarak çalışan on bir medya profesyoneli ile yarı-yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirmiştir. Araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda kullanıcı türevli içerik ve yurttaş medyasının bir takım riskler oluşturduğu fakat aynı zamanda haber medyası için yeni olanaklar yarattığı sonucuna ulaşılmıştır.

“Dijitalleşen Dünyada İletişim Alanında Yeni Yönelimler” konulu Dergi Özel Sayımıza değerli çalışmalarıyla katkı sağlayan yazarlarımıza, özen ve titizlikle çalışmaları değerlendiren hakemlerimize, editöryal sürecin her aşamasında özverili çalışmalarıyla katkı sağlayan editör yardımcılarımız Uzman Banu Karademir Arun’a, Arş. Gör. Emrah Budak’a, Arş. Gör. Hediye Aydoğan’a, Arş. Gör. Işıl Demir’e, Arş. Gör. Mehmet Sebih Oruç’a, Arş. Gör. Selda Saral Güneş’e, Arş. Gör. Şükrü Aydın’a; dergimizin teknik işlerinden sorumlu Elk. Elektronik Müh. Suat Karadır’a ve dizgi ve tasarımdan sorumlu Öğretim Görevlisi Macit Gürel’e teşekkürlerimi sunarım.

Dr. Öğr. Üyesi Onur ÖKSÜZ