

Editör'den Editorial

Yeni medya, çok çeşitli disiplin ve perspektiflerden hem teorik hem de ampirik araştırmacıların ilgi duyduğu bir alan olarak güncelliğini korumaktadır. Bu kapsamda yeni medyanın ölçeğine, hızına ve topluma nüfuzuna ilişkin çalışmalar, iletişim alanındaki literatürün gelişmesine katkıda bulunma potansiyeli taşımaktadır.

Bu sayımızda yayınladığımız yazı türlerini çeşitlendirmenin heyecanı ile okurlarımızın karşısına çıkıyoruz. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi bünyesinde yayımlanmakta olan Yeni Medya dergisi, 9. sayısında altı özgün akademik çalışmanın yanı sıra bir söyleşi, bir çeviri, iki kitap incelemesi ve görüşler bölümümüzde bir kanun değerlendirmesiyle okuyucularla buluşmaktadır.

Şerife Öztürk, *“Dijital Kültürde Gazetecilerin Kimlikleri ve Alandaki Konumu”* başlıklı çalışmada Bourdieu'nun sosyolojik kavramları temelinde yayın hayatlarına dijital ortamda başlayan beş alternatif medya kuruluşunda çalışan medya profesyonelleriyle yaptığı derinlemesine görüşmelerin sonuçlarını paylaşmıştır. Gazetecilik alanında sermaye sahipliğinin gazeteciler için alanda kalmanın anahtarı haline geldiği sonucuna varılan makalede, bu sermaye türlerinin başında ekonomik ve kültürel sermayeye ilaveten teknolojik araçları kullanabilme becerisi olan teknik sermayenin de geldiği vurgulanmıştır.

Muzaffer Şahin ve Gülçin Uçak *“İnternet Gazeteciliğinde Kullanılan Kurumsal Haber Kaynaklarının Analizi: BBC Türkçe Örneği”* başlıklı araştırmalarında BBC Türkçe'de, “Barış Pınarı Harekatı” ile ilgili yayınlanan 88 haberde kullanılan kurumsal haber kaynaklarını analiz etmişlerdir. Araştırma sonucunda BBC Türkçe'nin yayınladığı haberlerde %80.3 oranında kendi muhabirleri dışındaki kaynaklardan da yararlanarak haber aktardığı bulgulanmıştır. Kurumsal kaynağın çeşitliliği ve isimlendirilmesinin BBC Türkçe haberlerini güvenilirlik, haber etkileşimi ve izlenilirlik bakımından öne çıkardığı sonucuna varılmıştır.

İrem Ünsal, İrem Elbir ve Elif Eşiyok *“Kozmetik Sektöründe Satın Alma Kararı Oluşturmada Vloggerların Rolü”* başlıklı çalışmalarında sosyal medyada kozmetik ürün tanıtımı yapan vloggerları takip eden 21-30 yaş arasında 24 kadın katılımcıyla gerçekleştirdikleri derinlemesine görüşmelerin sonuçlarını vlogger takip süreleri ve nedenleri, vloggerların güvenilirliği ve vloggerların tüketicilerin ürüne ilişkin tutumlarını değiştirmedeki rolü gibi başlıklar altında incelemişlerdir. Araştırma sonunda sosyal medyada kozmetik ürün pazarlamasında aktif rol oynayan vloggerların tüketicilerin satın alma kararları üzerinde büyük bir rolünün olduğu ve güven ilişkisini arttırdığı saptanmıştır.

Arif Yıldırım *“Türkiye’de YouTuber Fenomeni ve İzlenme Türlerine Göre YouTube Analizi”* başlıklı araştırmasında, YouTuber-izleyici etkileşimini odak alarak; Komedi/Eğlence, Bilgi/Belgesel, Teknoloji, Makyaj, Talk Show/Röportaj ve Gamer kategorilerinde 30 farklı YouTuber üzerinden yeni izlenme pratiklerindeki dönüşümü ve popülerite oranlarını incelemiştir. Araştırma sonunda televizyon ve radyo gibi geleneksel yayıncılıktaki yayın kuşaklarının, içerikleri izleyicilerin tüketebilecekleri saatlere göre ayarladığı vurgulanarak; YouTube gibi video içerik platformlarının ise zamansız doğaları nedeniyle yayın kuşaklarını ortadan kaldırdığı ve izleyicileri özgürleştirdiği varsayımı tartışmaya açılmıştır.

Murat Birol *“Müzik Endüstrisinin Giyim Kültürüne Yansması: Şarkıcıların Tarzları Bağlamında Müzik Video-Klipleri Üzerinden Bir Analiz”* başlıklı araştırmada, göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle Pop, Rock ve Arabesk/Fantezi tarzı olmak üzere 3 farklı müzik kategorisinde öne çıkan erkek ve kadın şarkıcıların temsil edildiği 6 video-klibi incelemeye tâbi tutmuştur. Çalışmanın sonucunda, belirli müzik kategorilerinde analiz edilen video-kliplerde, şarkıcıların giyim tarzlarından hareketle, duruşlarının toplumdaki yaşam tarzlarında onları dinleyen benzer kimlik yapılarını da destekleyici olduğu ve temsil ettiği saptanmıştır.

Yusuf Fırını gerçeklik-sonrası çağda bilimsel bilgi üretimine odaklanan *“Gerçeklik-Sonrası Çağda Araştırma Yöntemlerini Yeniden Düşünmek”* başlıklı çalışmasında, bilim hegemonyasının üzerinde durarak; prestijli üniversiteler veya kurumların da bilgi çarpıtması yapabileceğine işaret etmiştir. Çalışmanın sonunda gerçeklik sonrası zamanda doğru iletişim ve doğru bilgi konusunda daha dikkatli, sorgulayıcı ve eleştirel olmanın gerekliliği üzerinde durulmuştur.

Dergimizde ilk kez yer verdiğimiz *“Söyleşi”* bölümümüzde, Arda Umut Saygın'ın Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Abdülrezak Altun ile gerçekleştirdiği, iletişim fakültelerinde yeni medya eğitime odaklanan söyleşisini dikkatlerinize sunuyoruz. Söyleşide dijitalleşmeyle iletişim fakültelerinin ve iletişim alanındaki bilimsel bilgi üretiminin geçirdiği dönüşüm, mezunların sahip olması gereken yeni donanımlar ve pandemi koşullarında uzaktan eğitimin uygulama dersleri üzerindeki etkisi gibi konular tartışılmaktadır.

Bu sayımızda bir diğer yeniliğimiz, alana katkı sunacağına inandığımız bir çeviri çalışması. José van Dijck ve Thomas Poell'in *“Understanding Social Media Logic”* başlıklı makalesini, Şeyda Koçak Kurt *“Sosyal Medya Mantığını Anlamak”* başlığıyla Türkçeleştirdi. Çalışma sosyal medyayı programlanabilirlik, popülerlik, bağlanabilirlik ve verileştirme ilkeleri bağlamında inceleyerek, sosyal medyanın mevcut kitle iletişim araçları mantığını nasıl değiştirip geliştirdiğini sorgulamaktadır.

“Görüşler” bölümümüzde *7253 Sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'a* yönelik bir değerlendirmeyi yayınlıyoruz. Avukat Hasan Oymak düzenlemeye dair müsbet ve menfi yaklaşımları tartışmaya açmaktadır.

İlk kitap incelememiz Amir Husain'in *“Duyarlı Makine: Yapay Zekanın Olgunluk Çağı”* adlı eseri üzerine. Tolga Tellan imzalı incelemede, yazarın yapay zeka konusunu doğrular ve yanlışlar şeklinde abartılarla işlemek yerine; olası riskler ve öngörülebilir potansiyeller üzerinde kapsamlı bir tartışmaya sokarak ilerlettiği vurgulanmaktadır.

Dergimizin bu sayısında yayınlanan son çalışmada Hasan Yurdakul, fakültemiz öğretim üyeleri Himmet Hülür ve Cem Yaşın'ın derlediği *“Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim”* kitabına yönelik incelemeyle, kitapta yer alan çalışmalara yönelik ayrıntılı bir analiz sunmaktadır. Kitapta gündelik yaşam pratiklerinde yeni medyanın önemi, yeni medya ve demokrasi ilişkisi, yeni medyada gözetim olgusu, seçim kampanyaları ve büyük veri, siyasal süreçlerin ve söylemlerin mücadele alanı olarak yeni medya, doğruluk sonrası çağda siyaset bağlamında yeni medyada propaganda ve dijital kamu diplomasisi gibi güncel konu ve kavramların analiz edildiği gözlenmektedir.

Aralık sayımıza akademik çalışmalarıyla katkı sunan yazarlarımıza, çalışmalarını titizlikle değerlendiren hakemlerimize ve editöryal sürecin her aşamasında titizlik ve özveriyle çalışan meslektaşlarımıza teşekkür ederiz. Okumalarınızın yeni araştırmalara ilham vermesini dileriz.

Editörler

Bilge NARİN

Mehmet TOPLU