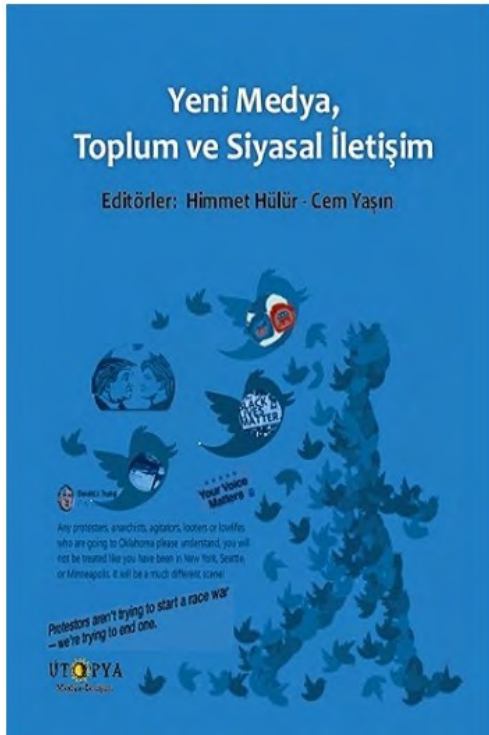


## Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim

Editörler: Himmet Hülür- Cem Yaşın

Hasan Yurdakul, Arş. Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, hasanyurdakull@hotmail.com

### Kitap Eleştirisi Book Review



Teknolojik gelişmelerin nüfuz ettiği alanların başında gelen iletişim sahası teknolojinin entegre doğasıyla beraber yeni bir form kazanarak insan yaşamı ile daha çok bütünleşme göstermektedir. Ayrıca teknolojinin insan yaşamı ile bütünleşmesi iletişim araçlarının teknolojiyle bütünleşmesiyle yakından ilgilidir. Bu açıdan “Teknoloji Toplumu” eserinde Ellul (2003, s. 14) teknolojinin insan faaliyetlerinin tamamını kapsayan yapısından söz etmektedir. James Bridle (2020) teknolojinin bizi götürdüğü yerde deliye mi döneceğiz, yoksa huzur mu bulacağız sorusundan yola çıkarak “Yeni Karanlık Çağ, Teknoloji ve Geleceğin Sonu” adlı eserinde teknolojinin toplumlara ve bizleri hızla dönüştürdüğünü, teknolojik sistemlere olan yoğun ilginin düşünme biçimimizi de belirlediğini ileri sürmektedir.

Söz temelli dünyadan, metin temelli dünyaya geçen insanlık, teknolojinin iletişimsel süreçteki en

önemli kırılma anıyla birlikte tipografik insanı oluşturmuştur. Bugün ise teknolojinin hızlı gelişimi dijital insanı var etmektedir. Söz konusu bu durum teknolojinin toplumsal alanı değiştirme, dönüştürme veya yeniden organize etme özelliğine işaret etmektedir (Milberry, 2010, s. 52). Bugün teknolojinin var olanı dönüştüren yapısında büyük bir pay sahibi olan alan ise medyadır. Yeniliklerin hem topluma yayılması hem de medya araçları üzerinden toplum tarafından bizzat deneyimlenmesi teknolojinin toplumsal alanı organize etmesinde etkili olmaktadır. O halde denilebilir ki teknolojiyle karşılaşmamız ve inanılmaz olan değişim yeteneğini deneyimlememiz medya aracılığıyla olmakta zaten bizzat medyanın kendisi inanılmaz ve eşi görülmemiş bir şekilde teknolojik açıdan gelişmektedir (Gere, 2019, s. 12). Bu açıdan günümüz insanın iletişim araçlarıyla olan ilişkisi geçmişe göre daha üst düzeyde olmaktadır. Groys (2017, s. 119) insanın çağdaş iletişim ortamlarına ilgisinin yine iletişim araçlarıncı arttığı ifade edilirken; teknolojinin kitle iletişim araçları sayesinde dünyevi alanın dört bir yanına yayıldığını da vurgular (Groys, 2020, s. 95). Böylece teknoloji yeni bir dünyanın mihenk taşı haline gelir.

İnsanlık 21. yüzyılda yeni bir dünyanın kapsını aralamıştır. Teknolojinin 20. yüzyılda yakaladığı ivme günümüzde yeni bir bağlam ve yeni bir dünya oluşturmuştur. Bu dünyanın en önemli aracı ise yeni medya olmuştur. Yeni medya günümüz insanının dünyasını temsil ettiği gibi bir âlemden diğer bir âleme geçmenin de aracı haline gelmiştir. Yeni medya, sadece iletişimdeki yeniliği ve farklılığı ifade etmemekte aynı zamanda belirli bir çağı, toplumu ve kültürü de tanımlamaktadır (Dönmez & Yurdakul, 2019, s. 217). Söz konusu bu durum dijital çağ, dijital toplum ve dijital kültür olarak sınıflanmaktadır. Tüm bunlar bizlere bir dönüşümü ve yeniliği göstermektedir. Dönüşüm ve yenilik gücünü geçmişten ve gelenekten alsa da anı temsil eden bir özelliğe sahiptir.

İnsanlık tarihinin her bir döneminin sınıfsal olarak ayrışmasında teknolojideki yenilikler ve bu yeniliklerin iletişimdeki yansımaları yer alır. Bugün tarihsel çağ adına bir sınıflandırma söz konusu olduğunda; iletişimin dijitalleşmesi en belirleyici etken olarak karşımıza çıkar. Böyle bir sınıflandırmanın geçerli olmasında günümüz insanın teknolojik gelişmelere ve iletişime olan ilgisinin belirleyici olduğunu ifade edebiliriz. İnsanoğlu, insanlık tarihinin hemen hemen hiçbir döneminde iletişim araçlarına günümüzdeki kadar ilgi göstermemiş zamanın ruhunu bugünkü çağdaki gibi yaşamamıştır (Yurdakul, 2020, s. 86). Teknolojik gelişmelerin iletişim alanına yansımaları geleneksel iletişimi dönüştürmüştür (Hülür, 2020, s. 2) ve iletişimin yeni boyutu insanlarla çok hızlı bir şekilde bütünleşmiş, insanlığı yeni bir dünyaya -dijital dünya- yeni bir toplum -dijital toplum- ve yeni bir kültür -dijital kültür- oluşturmaya yönlendirmiştir.

Teknoloji temelli iletişim araçları akademik boyutta genel olarak iki farklı kutupta ele alınmaktadır. İlk kutup teknolojik iletişim alanının olanaklar ve toplumsal alana katkı açısından bir tartışmaya imkân verir. Daha sonra ise bu araçlara ve teknolojik gelişmelere kuşku ve eleştiriyle yaklaşan bir diğer kutup argümanları ile karşılaşırız. Her iki açıdan da teknoloji ister iletişimsel boyutuyla olsun ister teknik, mekanik ve toplumsal patrikler açısından ele alınsın varolana dönüştürme gücü her iki açıdan da tartışmaların temelinde yer alır. Diğer bir şekliyle teknolojik temelli iletişim araç ve süreci “ya yeni teknolojik biçimlerin sermaye birikimi, metalaşma ve kamusal alanın yok oluşuyla bağlarına işaret edilmiş ya da iyimser bir şekilde dikey yerine yatay örgütlü enformasyon yapılarının sunduğu iletişimsel olanaklara dikkat çekilmiştir” (Stevenson, 2015, s. 297). Gerek gelişmelere kuşku ve eleştirel bir yaklaşım sergilensin gerekse bu tür gelişmelerin olanaklarından söz edilsin, hem dünyadaki akış hem de akademik ilginin yoğunlaştığı alanların başında yeni medya gelmektedir. Örneğin “Dijitalleşme ve Akademik Yayıncılık: İletişim Fakültesi Dergileri Üzerine Nicel Bir Araştırma” isimli çalışmada 2010 yılından itibaren yeni medya konulu çalışmaların hızlı yükselişi söz konusudur (Dönmez, Yurdakul, & Taşmurat, 2020, s. 1258). Günümüz dünyasının çağdaş iletişim ortamı olan yeni medya hem toplumsal pratikler açısından hem de akademik camia açısından yükselen bir ilgi ve trend yakalamış görünmektedir.

Yeni medya konusunu daha total bir bakışla ele aldığımızda ilk olarak toplumsal pratikler ve bu pratiklerin dönüşümü üzerine bir düşünüş sergilenir. Özellikle kullanıcı buyotuna odaklanıldığında geleneksel iletişim araçlarının pasife düşürdüğü kullanıcıyı yeni medya platformu aktifleştirmiştir. Yeni medya kullanıcıya duruma göre hem nesne hem de özne olma olasılığı tanımıştır. Nitekim insanlığın en köklü değişimleri sıradan insanın toplumsal iletişimin öznesi olduğu zamanlarda gerçekleşmiştir (Hülür & Yaşın, 2016a, s. 7). Bu açıdan yeni medya kullanıcıya tanıdığı özne rolü ile günümüzdeki toplumsal değişimin dinamiği haline gelmektedir. Yeni medyanın total etkileri sadece toplumsal açıdan ve kullanıcı pratikleri üzerinde olmamakta aynı zamanda haber, habercilik ve gazetecilik pratikleri açısından da önemli dönüşümleri meydana getirmektedir (Pavlik, 2013, s. 41). Özellikle dijitalleşmenin ve teknolojik araçların haberi toplama, haberi oluşturma ve haberi toplumla buluşturma noktasındaki olanakları haberi zaman ve mekândan ayırarak, haberin doğasına uygun olan anında tüketilmesine olanak

veren yapısı ile yine kullanıcıların kendi haberlerini oluşturmaya tanıdığı fırsat, bugün haber ve gazeteciliği çok farklı bir boyuta taşımıştır. Söz konusu bu durum ise bizlere gazetecilik mesleğinin yeni iletişim teknolojileri ile hızla dönüştüğünü ve herkesin gazeteci olma potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir (Hülür & Yaşın, 2017b, s. 9). Diğer bir ifade ile yeni medya platformu gazeteciliği profesyonellerin dışına iterek sıradan insanlara gazeteci olma imkânı vermiştir (Kayıhan, 2020, s. 11). Aynı zaman da bu durum yeni medyanın bazı platformlarını kitle medyası haline getirmiştir (Dönmez, 2010, s. 108). Yeni medya platformlarının kitlesel yanı sıra geleneksel kamusal alanın esnemesine yol açmıştır.

Kamusal alan tartışmaları yeni medya ile beraber yeniden gündeme gelmiş ve en trend tartışmaların arasında yer almıştır. Kamusal alan tartışmalarında Habermas'ın görüşleri kendinden sonraki tartışmaların temel referans noktası olmuştur. İletişim açısından elektronik kitle iletişim araçlarının yani yeni medyanın yükselişiyle kamunun yapısal dönüşümü yeniden hız kazanmış görünmektedir (Habermans, 2017, s. 31). Yeni medya yeni bir anlayışın ve düşüncenin oluşumu noktasında ve küresel söylemin inşasında kamusal alanın sınırlarını yeniden belirleme eğilimindedir (Hülür & Yaşın, 2019b, s. 17) ve insan davranışlarının ve politik söylemin kendini dışı vurma biçimleri tıpkı reel yaşamda olduğu gibi sanal dünyada kendini göstermektedir (Yaşın & Hülür, 2019, s. 78). Söz konusu bu gelişim siyasal iletişimin işleyişinde de kendini ayrı bir şekilde hissettirir. Yeni medya platformları özellikle kişilerin siyasal görüşlerini kamusal olarak ifade etme yolunu açtığından siyasetin yapısını da değiştirmiştir (Hülür & Yaşın, 2019c, s. 9). Yeni medya toplumdan bileme, düşünceden tüketimi yaşamın her alanının da etkili olma potansiyeli ile tanımlanmaktadır.

Teknolojinin dönüştürme ve toplumu yeni bir pratik alana entegre etme özelliği hiç kuşkusuz iletişim araçlarının toplumla olan çok yönlü, çok boyutlu ve tarihsel ilişkisiyle yakından ilgilidir. Toplumun yeni medya araçları ile her geçen gün daha çok bütünleşmesi akademik camianın bu durumu anlamaya yönelik çalışmalar yapmasına da ayrıca bir olanak tanımıştır. Bu bağlamda bu konuya duyarlılık gösteren akademisyenler öncelikle yeni medyanın kullanıcı boyutuna odaklanmış (Hülür & Yaşın, 2016b) daha sonra ise gazetecilik pratiklerindeki dönüşüm ve sıradan insanların birer gazeteci olma potansiyeli üzerinde durulmuş (Hülür & Yaşın, 2017a) daha özel olarak Twitter'ın enformasyon ve haberdeki doğruluk tartışmaları (Hülür & Yaşın, 2019a) ile yine Twitter'ın siyasal, toplumsal ekonomik ve iktidar ile ilişkisini, gazetecilik bilimi açısından gündem belirleme ve siyasal iletişim sürecindeki etkisini (Hülür & Yaşın, 2019d) ele alan bir dizi çalışma yapmışlardır. Bu açıdan yeni medyayla ilgili alanyazına ciddi katkılar sunan akademisyenlerin son eseri toplumsal ve siyasal alanın günümüzde yeni medya ile ilgisini birçok bağlam ve konu üzerinden ele alan "Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim" (Hülür & Yaşın, 2020a) isimli eserleri olmuştur. Bu eser üç (3) kısım ve toplam 24 özgün çalışmadan oluşmaktadır. Alana özgü eserlerin bir araya gelmesi ile oluşan eserin ilk kısmında (Yeni Medya ve Toplum) daha çok kuramsal bir bakışın ve temel tartışmaların yapıldığı görülür. Eserin ikinci kısmında ise (Yeni Medya, Siyaset ve Kimlik) siyaset ve kimliğin yeni medyadaki mevcut yapısına odaklanmış çalışmalarla karşılaşılır. Üçüncü kısımda ise (Yeni Medya, Veri ve Haber) yeni medyanın gazeteciliğe ve habere olan etkisi ile yeni medya ve veri konularına odaklanılmıştır.

Günümüzde iletişim teknolojilerindeki değişim hayatın daha farklı bir şekilde akışını da beraberinde getirmiştir. Enformasyondaki akış ve hız baş döndürücü bir şekilde zamanın her anına yayılmıştır. İletişim teknolojilerindeki gelişmelerin en çok hissedilen yanlarından biri de medya ve siyasal iletişim arasındaki ilişkideki dönüşümde olmuştur. Bu nedenle medya ve siyasal iletişim arasındaki ilişkiye geleneksel yaklaşımlarla odaklanmak günümüz yeni medya dünyasında yetersiz kalmış görünmektedir. Bilimsel açıdan böylesi bir sıklıklağın temel nedeni

olarak teknolojideki paradigma değişikliği gösterilir (Hülür & Yaşın, 2020b, s. 9). Bu açıdan “Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim” eserinin ilk özgün çalışması “Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişimin Dönüşmesi” bölümü söz konusu bu dönüşümün tarihsel bağlam içerisinde izini sürerek günümüzdeki yeni görünüme öncü bilgiler sunmaktadır (Hülür & Yaşın, 2020b, ss. 9-89). Gündelik yaşam pratiği içerisinde yeni medyanın giderek artan önemi ifade özgürlüğü sorunsalını da gündeme getirmektedir. Bu bağlamda “Yeni Medya ve İfade Özgürlüğü” (Demir & Toplu, 2020, ss. 91-121) adlı bölüm özellikle ifade özgürlüğü konusunu gazetecilik pratikleri içerisinde ele alarak internetin toplumsal yaşama hızlıca dâhil olmasıyla beraber bireylerin kendini ifade etme aracı olarak yeni medya mecralarını kullanmaları üzerine odaklanmıştır. Yeni medyanın toplumsallaşma ile beraber en önemli tartışmalardan biri olarak yeni medya ve demokrasi ilişkisi karşımıza çıkar. Demokrasi kavramı birçok açıdan ele alınarak günümüze kadar gelmiş ve en kadim tartışmaların içerisinde kendine yer bulmuştur. Bu bağlamda müzakereci demokrasi kavramı üzerine odaklanan “Dijital Müzakereci Demokrasi” adlı bölüm yeni medya teknolojileriyle gelişen müzakereye dayanan demokrasi örneğine odaklanmaktadır (Keskin, 2020, ss. 121-137). Söz konusu bu bölüm müzakereci demokrasi anlayışının yeni medya araçlarının toplumsallaşmasıyla yeniden değerlendirmesi noktasında önemli bir referans noktası olmaktadır. Demircan (2020, ss. 137-154) ise “Politik Öznenin Özneleşen Yeni Medya İle İkilemi” bölümüyle yeni medya ile dönüşen siyasal özne kavramına odaklanmaktadır. Siyasal aktörlerin toplumla iletişime geçmeye farklı bir boyut katan yeni medya platformları kitle kavramını dönüştürerek doğrudan bireye ya da bir hedefe odaklanmayı gerçekleştirmektedir. Bu açıdan geleneksel medya araçları bütüncül bir kitleye hitap ederken yeni medya araçları daha çok bireye odaklanarak politik öznenin iktidarca yeni medya platformları üzerinden inşa edilmesi süreci başlamıştır. Yeni medya özne kavramına olan etkisinin bir benzerini ise yurttaşlık kavramında görmekteyiz. Gerek geleneksel gerekse yeni medyayla birlikte dönüşen yurttaşlık kavramı antik Yunan’a kadar gider. Modern anlamda yurttaşlığın 19. ve 20. yüzyılla birlikte belirginleşmesi 21. yüzyılda teknolojik yeni medya araçlarıyla birlikte dönüşüme uğramıştır. Belki de günümüzde reel alandaki yurttaş kavramı sanal alandan dijital yurttaşla yer değiştirmiş durumdadır. Diğer ifadeyle geleneksel açıdan yurttaşlık daha çok ideolojik bağlamda ele alınırken günümüzde ise teknoloji bağlamında ele alınmaktadır. Bu açıdan “Yeni Medya ve Yurttaşlık: Literatür Üzerine Bir Değerlendirme” (Bulut, 2020, ss. 154-187) isimli bölüm söz konusu bu bağlamların üzerinde durarak yurttaşlık kavramını yeni medya üzerinden yeniden ele almaktadır. Medyanın toplumsallaşmaya olan katkısı medyanın görev ve fonksiyonları çerçevesinde görülür ve siyasal açıdan toplumsallaşma medyanın etkili alanlarından birdir. İletişim teknolojilerindeki dönüşüm yeni medya platformlarının günlük yaşamı kuşatmasına neden olmuştur. Bu bağlamda günümüzdeki toplumsal ve siyasal pratiklerde yer alan kültürel etkileşim biçimini de belirleyen şey yeni medya platformları olmaktadır. “Yeni Medya ve Siyasal Toplumsallaşma” (Gezen, 2020, ss. 187-207) bölümü tıpkı geleneksel medyanın siyasal toplumsallaşma üzerindeki etkisini yeni medya bağlamında nasıl işlevsellik gösterdiğini bizlere göstermektedir.

Yeni medya platformlarındaki gelişmeler toplumun veya bireyin siyasal süreçlere katılmasında yapısal değişimleri meydana getirmiştir. Törenli & Kayın’ın (2020, ss. 207-225) “Yeni Medya Endekli Bir Siyaset Tarzı Olarak e-Katılım: Tanımlar ve Tartışmalar” bölümü demokratik açıdan siyasal katılımın yeni iletişim teknolojileriyle mümkün olabileceğini ifade etmektedir. Yeni medya teknolojileri bazı durumlarda tutum, düşünce ve davranışı dönüştürme yanında pekiştirme görevi de üstlenir. Özellikle aynı düşünce yapısına sahip insanlara sunulan bilgi belirli grup içerisinde sınırlanarak sorgulanmadan pekişmektedir. Bir şekilde gerçekliğin belirli grup içerisinde dönüşmesi olarak da ifade edilen şey literatürde yankı odası etkisi olarak yer alır. “Yeni Medyada Yankı Odaları Etkisi Üzerine Bir Literatür İncelemesi” (Sepetci, 2020, ss. 225-251) isimli bölüm yeni medya platformlarına olumlu bakışın aksine bu platformlara şüpheli bakışın

bir örneğini sunar. Bu bağlamda “Haber ve Demokrasi İlişkisinde Hak Haberciliğinin Önemi ve Yeni Medyanın Rolü” (Akdal, 2020, ss. 251-278) isimli bölüm yeni medya teknolojileriyle beraber yurttaşların kamusal alana katılım şekillerinin değişmesine odaklanmıştır. Özellikle yeni medyada ağlarının demokratikleşme adına sunduğu olanakların sorgulanması üzerine bireylerin politik kutuplaşma ihtimalini sorgulamaktadır. Yeni medya platformlarının sunduğu olanaklar aynı zamanda hâkim anlayışın toplumu gözetleme ve kontrol altına alma noktasında da işlevsellik gösterir. Geleneksel gözetim teknikleri ve mekânlarının teknolojik gelişmelerle birlikte köklü bir değişim göstermesi üzerine odaklanan “Yeni Medya ve Gözetim” (Asıl & Çetin, 2020, ss. 278-302) isimli bölümün, gözetimin tarihsel parametrelerinden yola çıkarak günümüz dünyasındaki yapısını tartışmaktadır. Geleneksel gözetim teknikleriyle günümüz gözetim tekniklerinin farkını ortaya koyan çalışma gözetimin günümüzde tek yönlü bir şekilde işlemediğini kişinin de rızasının alındığına vurgu yapmaktadır. Özellikle gözetimle ilgili çalışmalar Michel Foucault’tan bugüne kadar farklı yaklaşımlarla gelişim göstermiştir. Artık günümüzde gözetim kavramı teknolojik veya dijital ön adıyla ifade edilmektedir.

Yeniçeri’nin (2020, ss. 302-332) “Büyük Veri ve Siyasal Seçim Kampanyaları Hakkında Yapılmış Çalışmalar Üzerine Bir İnceleme” isimli bölüm, literatürden yola çıkarak yeni medya platformları ekseninde gerçekleşen seçim kampanyalarının akademik çalışmalara konu olan eserler üzerinden bir araştırma gerçekleştirmiştir. Yeni iletişim teknolojilerinin siyasal iletişim sürecine olan etkisi kamuoyu oluşturma noktasında bir dönüşümü beraberinde getirmiştir. Siyasal kampanyalar sürecinde çok yönlü iletişime olanak tanıyan yeni medya platformları bu bölümde büyük veri çalışmalarıyla ele alınmıştır. Siyasal süreçlerin ve söylemlerin mücadele alanları da yeni medya teknolojileriyle farklı mecralara taşınmıştır. “Dijital Feminizmin Mücadele Alanı Olarak Hashtagler” (Sarı, 2020, ss. 332-350) isimli bölüm feminizmin yeni medya teknolojileriyle birlikte dönüşen yapısını literatür ekseninde ele almıştır. Yine yeni medya teknolojilerinin toplumsal hayatın en önemli iletişim alanı olmasıyla birlikte karşımıza çıkan dijital kültür aynı zamanda insan eylemi ve etkinliğinin de değişmesini sağlamıştır. Bu bağlamda Bağ’ın (2020, ss. 350-369) “Yeni Medya ve Siyasal Eylemin Dönüşümü” isimli bölüm dijital alanın kendine özgü eylem pratikleri oluşturduğunu vurgulayarak siyasal eylem pratiklerinin değişen karakteristik yapısı üzerinde durmuştur. Birinci kısmın son bölümü olan “Sosyal Medya ve Benlik Sunumu” (Kıran, 2020, ss. 369-387) çalışması ise bireylerin gündelik yaşamdaki toplumsal ilişkilerinin yeni medya platformlarına yansımalarına ve dijital ortamlarda nasıl bir biçim aldığına değinmiştir. Yeni medya platformlarının insanlar arası iletişimi daha görünür hale getirdiğine vurguyla beraber kişilerin bu platformlarda kendilerini başkalarına sergilemenin kodlarını göstermektedir.

Eserin ikinci kısmının ilk bölümü ise yeni medya teknolojilerinin günümüzdeki doğruluk anlayışını nasıl dönüştürdüğünü ele alırken gerçekliğin doğrulukla ilişkisinin yitirildiğine dikkat çekmektedir. Küngerü’nün (2020, ss. 389-411) “Doğruluk Sonrası Siyaset ve İletişim” isimli bölümü post-truth kavramına karşılık gelerek özellikle siyasal süreçlerdeki doğruluk anlayışının öncelikliliğini kaybetmesini iletişim bilimi üzerinden tartışmaya açmaktadır. Siyasal iletişim açısından iletişimdeki teknolojik gelişmeler büyük bir kırılma yaratmıştır. Özellikle geleneksel propaganda tekniklerinin yerini yeni medyaya özgü teknikler almıştır. Bu bağlamda Türk & Avcı’nın (2020, ss. 411-429) “Yeni Medya ve Propaganda” isimli bölümleri yeni medya platformlarının propaganda pratiklerini nasıl dönüştürdüğüne odaklanmıştır. Diğer yandan teknolojik gelişmeler diplomatik alana da etki ederek kamu diplomasisinin dönüşümüne yol açmıştır. “Yeni Medya ve Dijital Kamu Diplomasisi” (Şahan & Çetin, 2020, ss. 429-455) isimli bölüm yaygınlaşan yeni medya teknolojileriyle değişen diplomasi pratiklerine odaklanmaktadır. Siyaset biliminin, uluslararası ilişkilerin ve iletişimin konusu arasına giren diplomasi yeni medya çağında dijital bir boyut kazanmış görünmektedir. Bu açıdan konuya odaklanan çalışma kürselleşme ve

iletişimdeki dijital dönüşüm bağlamında kamu diplomasisini ele almaktadır. Bu kısmın diğer bir çalışması olan “Yeni Medya ve Spin Doktorları” (Şahin, 2020, ss. 455-471) isimli bölüm ise siyasal aktörlerin toplumsal yeniden inşa etme eğilimlerinin dijital alandaki boyutuna odaklanmaktadır. Gazetecilik pratikleri açısından spin doktorları kendine özgü habercilik pratiklerini dijital alana taşıyarak yeni bir sürecin içinde olmaktadır.

Günümüz iletişim araçlarının kendine özgü yapı, içerik ve özellikleri toplumsal ve siyasal yaşamı çok yönlü boyutta dönüştürmüştür. İletişim platformlarındaki her bir değişim yayın içeriği anlamında da belirli dönüşümleri meydana getirmektedir. Örneğin podcast sistemi siyasal iletişimden edebiyata kadar birçok alanın anlatısını kendine has biçimde kullanıcıyla buluşturmaktadır. Bu bağlamda “Siyasal İletişim Aracı Olarak Podcast Kullanımı” (Mert, 2020, ss. 471-491) isimli bölüm çalışması yeni medya platformları içerisinde yaygınlaşan podcast kullanımının siyasal iletişim boyutuna odaklanmaktadır. Siyasal iletişim çerçevesinde önemli tartışmalardan biri de kurumsal kimlik konusudur. Güven’in (2020, ss. 491-516) “Siyasal İletişim Açısından Kurumsal Kimlik Çalışmaları ve İnternet” isimli bölüm, kurumsal kimlik konusunun yeni medya iletişim teknolojileri üzerinden ele almaktadır. Siyasal süreçlerin bireysel, toplumsal ve kurumsal açıdan kimliğin oluşmasında oynadığı rol üzerine duran çalışma aynı zamanda yeni medya platformlarının kimlik üzerindeki dönüştürücü etkisine odaklanmaktadır. İkinci kısmın son çalışması ise Aktaş & Özdemir’in (2020, ss. 516-533) “Yeni Medya, Kriz ve Risk İletişimi: Sosyal Medya Bağlamında Araştırma Yönelimleri ve İhmal Edilen Konular” adlı bölümdür. Bu bölümde yeni medya teknolojilerinin gelişmesine koşut, kriz ve risk iletişimin aldığı yeni formlar üzerinde durulmaktadır. Yeni medya teknolojilerinin halkla ilişkiler sürecindeki rolü bir takım farklı pratikleri risk iletişimi bağlamında ele almaktadır. Kriz ve risk kavramlarının birbirlerine yakın olan ilişkisi ile sosyal medyanın kriz ve risklerle olan iletişimsel süreci bu çalışmanın temel tartışmasını oluşturmaktadır.

Eserin üçüncü kısmı yeni medya teknolojilerinin gazetecilik adına verilerin kullanılmasının haberciliğe olan etkilerine odaklanan “Veri Gazeteciliği Çalışmaları” (Aydoğdu & İlhan, 2020, ss. 535-560) isimli bölüm ile başlamaktadır. Habercilik gazeteciliğin vazgeçilmez ve en temel konularının başında gelir. Bu açıdan gazetecilik içerisinde haber ayrı bir öneme sahiptir. Gelişen iletişim teknolojileri verilere ulaşma ve verilerin kullanımı adına belli başlı değişimleri meydana getirmiştir. Bu açıdan bu çalışma günümüz iletişim platformlarının verilerin haber adına topluma ulaşma sürecinin kritik rolüne odaklanmaktadır. Yeni medya ile birlikte medya üzerine yapılan çalışmalarda büyük değişim göstermiştir. “Yeni Medya ve Önceleme Kuramı” (Cengiz, 2020, ss. 560-579) isimli bölüm söz konusu bu değişimlere odaklanmaktadır. Bu bölüm özellikle yeni medya teknolojilerine ilişkin önceleme çalışmalarının yetersizliğini vurgularken, öncelemenin bireylerin zihinleri üzerindeki etkisini konu edinmiştir. Yeni medya teknolojilerinin habercilik pratiklerine olan etkisini özel bir bağlamda konu edinen “Bir Yerel Çevre Derneğinin Gündem Belirleme Süreci” (Eryılmaz, 2020, ss. 579-601) isimli bölümü ise yerel bir çevre derneğinin yeni medya teknolojilerini kullanarak habercilik pratikleri bağlamında gündem oluşturma sürecini konu edinmektedir. Çevre sorunları gibi tüm insanlığı etkileyen konuların yeni medya platformları üzerinden insanların dikkatine sunulması ve insanların gündemine sokulması geleneksel iletişim teknolojilerinden daha etkili ve kolay olduğu söylenebilir. Yeni medya teknolojileri sunduğu olanaklarla çevre gibi insanlığı bağlayan konuları daha fazla görünür hale getirebilmektedir. Üçüncü kısmın ve eserin son çalışması ise Kurt & Tekeli’nin (2020, ss. 601-624) “Sahte ve Hızlı: Doğruluk Sonrası Çağda Covid-19 Haberlerinin Sosyal Ağlarda Dolaşımı” isimli bölümdür. Yeni medya teknolojilerinin özellikle insanlığın uzun süredir en önemli gündem konusu olan Covid-19 pandemisi ilişkin bilgilerin toplumsallaşmadaki rolüne odaklanmıştır. Söz konusu bu çalışma doğru bilgidен ziyade daha çok yalan veya yanlış bilginin yayılmasında yeni medya

teknolojilerinin kullanımını konu edinmiştir. Yanlış veya yalan bilgilerin yayılması noktasında sosyal ağların kontrol edilemez bir hızda etkili olduğu vurgulanmaktadır. Yine özellikle doğruluk sonrası vurgu bizleri post-turth kavramına götürmektedir.

#### Kaynaklar

Akdal, T. (2020). Haber ve Demokrasi İlişkisinde Hak Haberciliğinin Önemi ve Yeni Medyanın Rolü. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 251-278). Ankara: Ütopya Yayınları.

Aktaş, M., & Özdemir, P. (2020). Yeni Medya, Kriz ve Risk İletişimi: Sosyal Medya Bağlamında Araştırma Yönelimleri ve İhmal Edilen Konular. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 516-533). Ankara: Ütopya Yayınları.

Asıl, S., & Çetin, M. (2020). Yeni Medya ve Gözetim. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 278-302). Ankara: Ütopya Yayınları.

Aydoğdu, A. G., & İlhan, E. (2020). Veri Gazeteciliği Çalışmaları. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 535-560). Ankara: Ütopya Yayınları.

Bağ, S. M. (2020). Yeni Medya ve Siyasal Eylemin Dönüşümü. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 350-369). Ankara: Ütopya Yayınları.

Bridle, J. (2020). Yeni Karanlık Çağ Teknoloji ve Geleceğin Sonu (K. Güleç, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Bulut, Ç. K. (2020). Yeni Medya ve Yurttaşlık: Literatür Üzerine Bir Değerlendirme. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 154-187). Ankara: Ütopya Yayınları.

Cengiz, C. (2020). Yeni Medya ve Önceleme Kuramı. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 560-579). Ankara: Ütopya Yayınları.

Demir, G., & Toplu, M. (2020). Yeni Medya ve İfade Özgürlüğü. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 91-121). Ankara: Ütopya Yayınları.

Demircan, B. (2020). Politik Öznenin Özneleşen Yeni Medya İle İkilemi. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 137-154). Ankara: Ütopya Yayınları.

Dönmez, İ. H. (2010). İnternet Haberciliğinde Tıklanma Kaygısı ve Kapan Manşetler. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (14), 105-127.

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.

Dönmez, İ. H., Yurdakul, H., & Taşmurat, T. (2020). Dijitalleşme ve Akademik Yayıncılık: İletişim Fakültesi Dergileri Üzerine Nicel Bir Araştırma. Selçuk İletişim Dergisi, 13(3), 1231-1263.

Ellul, J. (2003). Teknoloji Toplumu (M. Ceylan, Çev.). İstanbul: Bakış Yayınları.

Eryılmaz, Ç. (2020). Bir Yerel Çevre Derneğinin Gündem Belirleme Süreci. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 579-601). Ankara: Ütopya Yayınları.

Gere, C. (2019). Dijital Kültür (N. Pembecioğlu, Ed.; A. Akın, Çev.). Konya: Salon Yayınları.

Gezen, A. K. (2020). Yeni Medya ve Siyasal Toplumsallaşma. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 187-207). Ankara: Ütopya Yayınları.

Groys, B. (2017). Akışta: İnternet Çağında Sanat (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

Groys, B. (2020). Yeni Üzerine: Geçmişle Gelecek Arasında Kültürel Ekonomi (Z. Baransel, Çev.). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

Güven, S. (2020). Siyasal İletişim Açısından Kurumsal Kimlik Çalışmaları ve İnternet. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 491-516). Ankara: Ütopya Yayınları.

Habermans, J. (2017). Kamusalın Yapısal Dönüşümü (T. Bora & M. Sancar, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

Hülür, H. (2020). New Media Control and Capital: Commercialization of Privacy and The Problem of Access. Yeni Medya, (8), 1-9.

Hülür, H., & Yaşın, C. (2016a). İzleyiciden Kullanıcıya Yapı-Özne Sarkacı. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya Kullanıcının Yükselişi (1.Baskı, ss. 7-39). Ankara: Ütopya Yayınları.

Hülür, H., & Yaşın, C. (Ed.). (2016b). Yeni Medya Kullanıcının Yükselişi. Ankara: Ütopya Yayınları.

Hülür, H., & Yaşın, C. (Ed.). (2017a). Yeni Medya Geleceğin Gazeteciliği. Ankara: Ütopya Yayınları.

Hülür, H., & Yaşın, C. (2017b). Yeni Medya ve Geleceğin Gazeteciliğini Çerçevelemek. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya Geleceğin Gazeteciliği (1.Baskı, ss. 9-39). Ankara: Ütopya Yayınları.

Hülür, H., & Yaşın, C. (Ed.). (2019a). Bilgi, Doğruluk ve Twitter. Ankara: Ütopya Yayınları.

Hülür, H., & Yaşın, C. (2019b). 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. (2019c). Twitter Araştırmalarının Bir Panoraması. İçinde H. Hülür, & C. Yaşın (Ed.), Twitter Araştırmaları (ss. 9-43). Ankara: Ütopya Yayınları.

Hülür, H., & Yaşın, C. (Ed.). (2019d). Twitter Araştırmaları. Ankara: Ütopya Yayınları.

Hülür, H., & Yaşın, C. (Ed.). (2020a). Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim. Ankara: Ütopya Yayınları.

Hülür, H., & Yaşın, C. (2020b). Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişimin Dönüşümü. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 9-89). Ankara: Ütopya Yayınları.

Kayıhan, B. (2020). Gazetelerin Geleceği Açısından Second Life'daki Pratikler. Yeni Medya, (8), 10-24.

Keskin, F. (2020). Dijital Müzakereci Demokrasi. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve siyasal İletişim (ss. 121-137). Ankara: Ütopya Yayınları.

Kıran, Ö. (2020). Sosyal Medya ve Benlik Sunumu. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 369-387). Ankara: Ütopya Yayınları.



Kurt, Ş. K., & Tekeli, E. S. (2020). Sahte ve Hızlı: Doğruluk Sonrası Çağda Covid-19 Haberlerinin Sosyal Ağlarda Dolaşımı. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 601-624). Ankara: Ütopya Yayınları.

Küngerü, A. (2020). Doğruluk Sonrası Siyaset ve İletişim. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 389-411). Ankara: Ütopya Yayınları.

Mert, Y. L. (2020). Siyasal İletişim Aracı Olarak Podcast Kullanımı. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 471-491). Ankara: Ütopya 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.

Pavlik, J. (2013). Yeni Medya ve Gazetecilik (M. Demir & B. Kalsın, Çev.). Ankara: Phoenix Yayınları.

Sarı, G. (2020). Dijital Feminizmin Mücadele Alanı Olarak Hashtagler. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 332-350). Ankara: Ütopya Yayınları.

Sepetci, T. (2020). Yeni medyada Yankı Odaları Etkisi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 225-251). Ankara: Ütopya Yayınları.

Stevenson, N. (2015). Medya Kültürleri Sosyal Teori ve Kitle İletişimi (G. Orhon & B. E. Aksoy, Çev.). Ankara: Ütopya Yayınları.

Şahan, S., & Çetin, M. (2020). Yeni Medya ve Dijital Kamu Diplomasisi. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 429-455). Ankara: Ütopya Yayınları.

Şahin, M. (2020). Yeni Medya ve Spin Doktorları. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 455-471). Ankara: Ütopya Yayınları.

Törenli, N., & Kayın, Z. (2020). Yeni Medya Endeksli Bir Siyaset Tarzı Olarak e-Katılım: Tanımlar ve Tartışmalar. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 207-225). Ankara: Ütopya Yayınları.

Türk, M. S., & Avcı, Ö. (2020). Yeni Medya ve Propaganda. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 411-429). Ankara: Ütopya Yayınları.

Yaşın, C., & Hülür, H. (2019). Geçmişten Günümüze Bilgi ve Yöntemin Temelleri. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Bilgi, Doğrulu ve Twitter (ss. 39-85). Ankara: Ütopya Yayınları.

Yeniçeri, B. (2020). Büyük Veri ve Siyasal Seçim Kampanyaları Hakkında Yapılmış Çalışmalar Üzerine Bir İnceleme. İçinde H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya, Toplum ve Siyasal İletişim (ss. 302-332). Ankara: Ütopya Yayınları.

Yurdakul, H. (2020). Bilgi, Doğruluk, Twitter. Yeni Medya, 2020 (8) , 86-91. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/yenimedya/issue/56548/786501>