



Araştırma Makalesi / (Research Paper)

DİJİTAL MEDYA KAVRAMININ TEMATİK PERSPEKTİFTEN ANALİZİ

Bilge Çağlar Demir¹

¹ Trabzon Üniversitesi, Çarşıbaşı Meslek Yüksekokulu, Bilgisayar Destekli Tasarım ve Animasyon Programı, Trabzon
E-mail: bilgecaglardemir@trabzon.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-1754-2389

Özet

Yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin bir sonucu olarak, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de son zamanlarda sıkça karşılaştığımız kavramlardan biri olan dijital medya, bireylerin, toplumların ve kurumların bilgiye erişim, paylaşım ve etkileşim biçimlerinde köklü dönüşümler meydana getirmiştir. Dijital medya, her ne kadar yeni bir iletişim ortamı gibi algılsa da esasen içinde geleneksel medyanın sahip olduğu özellikleri de barındıran bir yapıya sahiptir. Dijital medya, geleneksel medyanın sunduğu içerikleri sayısal veriler kullanarak internet ortamında çok daha hızlı bir şekilde sunmakta ve bu sayede anında etkileşim kurabilmektedir. Sosyal medya platformları, podcastler, bloglar gibi farklı alanlarda kendini gösteren bu dinamik ortam, toplumların iletişim biçimlerini ve yapılarını etkileyerek çağımızın önemli iletişim araçlarından biri durumuna gelmiştir. Dijital medyanın hızla yaygınlaştığı ve toplumsal yaşamda kendine yer bulduğu bu ortamda ülkemizde “dijital medya” kavramı/teması üzerine hazırlanmış pek çok çalışmanın ortaya çıkması da kaçınılmaz hale gelmiştir. Bu konuyla ilgili pek çok araştırma yapılmış olmasına karşın, dijital medya ile ilgili yapılan çalışmaların sistematik bir şekilde incelendiği kapsamlı bir çalışmanın bulunmaması, bu alanda önemli bir boşluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Buradan hareketle araştırma kapsamında YÖKTEZ veri tabanında yayımlanmış lisansüstü tezler tematik içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Araştırma sonucunda “dijital medya” temalı en fazla tezin yayımlandığı alan sosyal bilimler alanı olarak tespit edilmiştir. Yapılan çalışmalarda, nitel araştırma yöntemleri arasında en fazla içerik analizi ve görüşme tekniklerinin, nicel araştırma yöntemleri arasında ise anket tekniğinin tercih edildiği; buna karşın, karma yöntem kullanımının sınırlı düzeyde kaldığı görülmüştür. Dijital medya konusundaki lisansüstü tezlerde, gazetecilik ve iletişim bilimleri alanlarında yapılan çalışmaların ağırlıkta olduğu; dilbilim, uluslararası ilişkiler ve müzik gibi alanlarda oldukça sınırlı sayıda çalışma bulunduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlardan yola çıkılarak bu alanlarda daha fazla sayıda çalışmaya ihtiyaç olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Medya, Dijitalleşme, Tematik Analiz.

ANALYSIS OF DIGITAL MEDIA CONCEPT FROM THEMATIC PERSPECTIVE

Abstract

As a result of developments in new communication technologies, digital media has become one of the most frequently encountered concepts in our country, as it has around the world, bringing about fundamental changes in the ways individuals, societies, and institutions access, share, and interact with information. Although digital media is perceived as a new communication medium, it essentially has a structure that also incorporates the characteristics of traditional media. Digital media uses digital data to deliver the content offered by traditional media much more quickly over the internet, thereby enabling instant interaction. This dynamic environment, which manifests itself in various areas such as social media platforms, podcasts, and blogs, has become one of the most important communication tools of our time by influencing the communication forms and structures of societies. In this environment where digital media is rapidly spreading and finding its place in social life, it has become inevitable that many studies on the concept/theme of “digital media” have emerged in our country. Although many studies have been conducted on this subject, the lack of a comprehensive study that systematically examines studies on digital media presents a significant gap in this field. Based on this, postgraduate theses published in the YÖKTEZ database were examined using the thematic content analysis method within the scope of the research. The results of the study reveal that the field with the highest number of theses on the theme of “digital media” is the social sciences. In the studies conducted, it was observed that among qualitative research methods, content analysis and interview techniques were the most preferred, while among quantitative research methods, the survey technique was the most preferred; however, the use of mixed methods remained limited. In postgraduate theses on digital media, it has been determined that studies in the fields of journalism and communication sciences predominate, while there are only a limited number of studies in fields such as linguistics, international relations, and music. Based on these results, it is clear that more research is needed in these areas.

Keywords: Digital Media, Digitalization, Thematic Analysis

1. Giriş

Günümüzde dijital medya, toplumsal ilişkilerden ülke yönetimi ve uluslararası ilişkilere kadar geniş bir yelpazede etkisini hissettiren bir iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak, teknolojideki hızlı gelişmeler ve yenilikler nedeniyle, dijital medyanın kapsamını net bir şekilde tanımlamak oldukça zordur. Bu dinamik yapı, dijital medyanın sınırlarını belirlemeyi güçleştirdiği gibi, yapılan tanımların kısa sürede yetersiz hale gelmesine de neden olmaktadır. Yine de, dijital medyanın geniş kapsamını anlamak adına kavramla ilgili tanımlamalardan yola çıkabilmek mümkündür. Türk Dil Kurumu (TDK) dijital kavramını, “sayısal” olarak, medya kavramını ise “iletişim ortamı” şeklinde açıklamaktadır (TDK Sözlüğü, 2025). Törenli (2005: 87) dijital medyayı; “bir bölümü bilgi işlemeye dayanan bilgisayarlar, bir bölümü de iletişim araçlarına özgü yapıların bir arada bulunduğu ortam” şeklinde tanımlarken, Özdemir ve Tellan ise (2020: 385), “her türden verinin elektrik-elektromekanik devrelerle uyumlu ‘0-1 ikiliğindeki sayısal koda dönüştürülmesi, çok küçük boyutlara/alanlara sıkıştırılabilmesi” olarak ifade etmektedir. Bu tanımlamalardan hareketle, dijital medya kavramı; sayısal yöntemlerle işlenen ve aktarılan verilerin, çeşitli dijital platformlar aracılığıyla üretilip paylaşıldığı bir iletişim ortamı olarak ifade edilebilir. Bu ortam, yalnızca bilgi akışını hızlandırmakla kalmayıp, aynı zamanda bireylerin içerik üretimine doğrudan katılımını sağlayarak geleneksel medyadan ayrılan bir yapıya sahiptir. Böylece dijital medya, teknolojinin sunduğu olanaklarla hem bireysel hem de toplumsal düzeyde yeni etkileşim ve ifade biçimlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır.

Dijital medya, dijital kodlama sistemine dayanarak iletişim sürecindeki aktörler arasında eş zamanlı, yüksek hızlı, yoğun kapasiteli, çok katmanlı ve karşılıklı etkileşim sağlayan multimedya biçimindeki iletişim araçlarını ifade etmektedir (van Dijk, 2004:146 akt. Binark, 2007:5). Gücünü büyük ölçüde internetten alan dijital medya, geleneksel kitle iletişim araçlarını internet, akıllı telefonlar, tablet bilgisayarlar gibi araçlarla geride bırakmakta ve günümüzde pek çok bireysel ve toplumsal pratik bu araçlarla internet ortamında gerçekleştirilmektedir (Yegen: 2015:88-89). Ancak Nalçaoglu (2007:9) ise, eskiyle tamamen ayrılan bir yenilikten bahsetmenin doğru olmadığını, bilgisayar ve internetin de bu devamlılığın bir parçası olduğunu belirtmektedir. Bu açıdan bakıldığında, geleneksel medya tamamen ortadan kalkmamış; dijital medya, geleneksel medyanın bazı özelliklerini bünyesinde barındırarak ve bu özellikleri dijital teknolojilerle harmanlayarak melez

bir teknoloji niteliği kazanmıştır. Bu melez yapı, hem geleneksel medya araçlarının temel işlevlerini sürdürmekte hem de dijitalleşmenin sunduğu etkileşim, hız ve erişilebilirlik gibi avantajlarla iletişim süreçlerini yeniden şekillendirmektedir. Başka bir ifadeyle dijital medya; gazete, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının özelliklerini kendi yapısında bir araya getiren ve bunları dijital teknolojilerin sunduğu etkileşim, hız ve erişilebilirlik avantajlarıyla zenginleştiren bir iletişim platformu olarak öne çıkmaktadır.

Dijital medya, 21. yüzyılda bireyler, toplumlar ve kurumlar arasındaki iletişim dinamiklerini derinden dönüştürmüş bir alan olarak konumlanmaktadır. Bu durum toplum içinde de yeni iletişim kültürü başlatarak, iletişim ortamlarında kullanılan eski kavramların yerini yeni kavramlara bırakmıştır. Alıcı konumundaki izleyici kavramı “kullanıcıya”, tüketici kavramı da “üretici” kavramına dönüşmüştür (Fermanoğlu, 2019:1). Bireyler birçok bilgi kaynağına ulaşabildikleri dijital mecralarda, yalnızca bilgiyi tüketen değil aynı zamanda üreten bir konuma da sahip olmuşlardır. Bu süreçte geleneksel medya araçlarını tamamlayan dijital platformlar, bilgi üretimi, paylaşımı ve tüketim süreçlerini hızlandırarak küresel ölçekte yeni sosyal, kültürel ve ekonomik etkileşim biçimlerine zemin hazırlamıştır. Saltsız ve Dickinson’un vurguladığı gibi, üretim teknolojilerinin kullanımının kolaylaşması, öncelikle uzmanlaşmış medya profesyonellerine olan ihtiyacı azaltmakta, dijital teknolojilerin sunduğu çok yönlü yetenekler ise çalışanların birden fazla görevi yerine getirebilmesini ve esnek bir iş yapısını benimsemesini mümkün kılmaktadır (Saltsız ve Dickinson, 2008:7). Bu durum, medyada profesyonellik ve uzmanlık kavramlarını yeniden şekillendirirken, bireylerin medya üretim süreçlerine katılımını artırmıştır. Artık herkesin bir içerik üreticisi olabileceği bu ortam, medyanın demokratikleşmesine katkı sağlarken, beraberinde bilgi kirliliği gibi yeni sorunların da ortaya çıkmasına neden olmuştur. Türkiye, dijital medya kullanımındaki artış ve dijital platformların günlük yaşamdaki etkinliği bakımından önemli bir inceleme alanı sunmaktadır. Özellikle genç nüfusun teknolojiye hızlı adaptasyonu, sosyal medya platformlarının yaygın kullanımı ve mobil cihazların günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmesi, dijital medyanın toplumsal etkilerini anlamak için Türkiye’yi dikkate değer bir örnek haline getirmektedir. Bunun yanı sıra sosyal medya, çevrimiçi gazetecilik ve dijital pazarlama gibi alanlarda yapılan akademik çalışmalar, dijital medya ekosisteminin farklı yönlerini analiz etmek isteyen araştırmacılar için zengin bir veri kaynağı oluşturmaktadır. Ancak, Türkiye’de dijital medya konusundaki bilimsel kaynaklarda, bu alandaki çalışmaları tematik ve sistematik biçimde ele alan bir

araştırma yer almamaktadır. Literatürdeki bu eksiklik, hem dijital medya araştırmalarında ortaya çıkan ana temaları anlamayı zorlaştırmakta hem de gelecekteki çalışmalara yönelik yönlendirici bir çerçeve sunmayı engellemektedir. Bu bağlamdan yola çıkılarak bu çalışma, Türkiye’de dijital medya üzerine yapılan akademik araştırmaların tematik analizi yoluyla, bu alandaki bilgi birikimini derinleştirmeyi amaçlamaktadır.

Araştırmanın temel amacı, dijital medya alanında üretilen çalışmaların teorik çerçevelerini, yöntemsel yaklaşımlarını ve konusal eğilimlerini belirlemek, bu eğilimleri sistematik bir şekilde ortaya koyarak literatüre katkı sağlamaktır. Dijital medya çalışmaları, hem yerel hem de küresel bağlamda bireylerin ve toplumların dijitalleşme sürecine nasıl adapte olduğunu ve bu süreçte karşılaşılan fırsat ve zorlukları anlamada kritik bir role sahiptir. Bu çalışma, Türkiye’de dijital medya kavramı üzerine yapılan akademik çalışmaların kapsamlı bir haritasını çıkararak, dijital medya araştırmalarında belirginleşen temaları ve bu temaların literatürdeki yerini ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu nedenle çalışma, Türkiye bağlamında dijital medya ekosistemindeki hızlı değişimlerin akademik araştırmalara yansımalarını inceleyerek, alana ilişkin hem mevcut durumu değerlendirmek hem de gelecekteki çalışmalar için öneriler sunmak açısından önem arz etmektedir.

2. Yöntem

Çalışmada, dijital medya konusundaki akademik verilerin anlamlı bir şekilde sınıflandırılması ve yorumlanmasına elverişli olacağı düşüncesiyle nitel araştırma yöntemlerinden olan doküman analizi ve tematik içerik analizi yaklaşımı benimsenmiştir. Nitel araştırma, gündelik yaşam içinde, öznel ya da toplumsal olay ve olguların gerçekçi ve bütüncül bir bakış açısıyla ele alınıp değerlendirildiği yorumlayıcı yöntemler şeklinde tanımlanmaktadır (Taylor ve Trujillo, 2001: 2). Doküman analizi, belirli bir amacı gerçekleştirmek için kaynakların bulunmasını, okunmasını, not alınmasını ve değerlendirilmesini içeren bir süreçtir (Karasar, 2005: 86). Başka bir ifadeyle, doküman analizi; basılı veya elektronik formatta (bilgisayar tabanlı ya da internet erişimli) materyallerin incelenmesi ve bu materyallerin içeriklerinin değerlendirilmesiyle oluşan bir yöntemdir (Bowen, 2009). Nitel araştırmalarda araştırmacılar için önemli bilgi kaynaklarından olan doküman analizi, belgeleri gözden geçirme ve analiz etme sürecini ifade etmektedir. Araştırmacılar doküman incelemesini kullanarak ihtiyaçları olan veriyi gözlem ya da görüşme yapmaya gerek kalmadan elde edebilmektedir (Belikara, 2022: 63). Tematik içerik analizi ise, veri setlerini anlamlandırmak ve yorumlamak amacıyla özellikle büyük veri setlerinde anlamlı kalıpların belirlenmesine olanak

tanıyan etkili bir analiz yöntemidir (Guest, MacQueen & Namey, 2012). Bu yöntem, nitel verilerin hem anlamsal temalar çerçevesinde analiz edilmesine hem de nicel dağılımlarla desteklenmesine olanak tanımakta (Vaismoradi, Turunen & Bondas, 2013), verilerden ortaya çıkan ana temaları veya desenleri belirleyerek organize etmeye ve detaylandırmaya odaklanmaktadır. Braun ve Clarke’a (2006) göre tematik analiz, verilerin içeriğindeki anlamlı temaları sistematik bir şekilde tanımlamak, analiz etmek ve raporlamak için esnek ve yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir. Bu çalışmada verilerin analizinde Braun ve Clarke (2006) tanımladığı tümevarımsal ve anlamsal (semantik) tematik analiz yaklaşımı benimsenmiştir. Tümevarımsal tematik analiz doğrultusunda, çalışmada önceden belirlenmiş kuramsal bir çerçeveye bağlı kalınmadan, doğrudan verilerden temalar türetilmiştir. Bu yaklaşımda, analiz süreci tamamen veri güdümlü olup; veriler tekrar tekrar okunarak, içerdikleri anlamlı kalıplar ve örüntüler üzerinden temalar oluşturulmaktadır (Braun ve Clarke, 2006). Çalışmada, veri odaklı bu yaklaşım sayesinde, alandaki eğilimlerin doğrudan ortaya çıkması sağlanmıştır. Aynı zamanda analiz süreci, anlamsal (semantik) düzeyde yürütülerek, dijital medya konulu tezlerin başlıklarında geçen ifadeler, doğrudan açık anlamları üzerinden değerlendirilmiştir. Patton’un (1990) tanımına göre semantik analiz, yazılanın ya da söylenenin ötesine geçmeden, içerikteki kalıpları, tekrar eden örüntüleri ve bu örüntülerin taşıdığı anlamları ortaya koymayı amaçlar; bir başka ifadeyle yalnızca verinin gösterdiği anlamları yorumlar/örüntü kurar; bu doğrultuda çalışmada, verilerdeki yüzeysel anlamlara sadık kalınarak, betimleyici bir yaklaşımla analiz gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amacına uygun olarak, seçilen kaynakların içerikleri tematik ve metodolojik açıdan analiz edilmiş, elde edilen bulgular kapsamlı bir şekilde araştırmacı tarafından değerlendirilmiştir. Araştırmanın evrenini Türkiye’de dijital medya kavramı kullanılarak yapılan akademik çalışmalar oluşturmaktadır. Örneklem olarak YÖKTEZ veri tabanında yer alan ve dijital medya kavramını ele alan lisansüstü tezler seçilmiştir. YÖKTEZ veri tabanında 25 Aralık 2024 tarihine kadar yayınlanan ve tez başlığında “dijital medya” kelimesi geçen toplam 111 lisansüstü tez tespit edilmiştir. Bu tezlerden 2’sine erişim izni olmadığı için toplamda 109 tez analize tabi tutulmuştur. Veriler, tematik analiz yöntemi ile kodlanmış ve ana temalar belirlenmiştir. Kodlama işlemi sırasında çalışmalarda kullanılan teorik çerçeveler, araştırma yöntemleri ve konusal odaklar detaylı olarak analiz edilmiştir.

2.1. Araştırma Soruları

Bu çalışmada, Türkiye’de dijital medya kavramı kullanılarak yapılan akademik çalışmaların tematik bir analizini sunmak amaçlanmıştır. Çalışma, dijital medya

konulu tezlerden elde edilen verilerin kodlanmasını ve temalar halinde sınıflandırılmasını kapsamaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın cevap aradığı sorular şunlardır:

1. Türkiye’de dijital medya kavramıyla yapılan çalışmalar, tematik açıdan hangi kategorilerde yoğunlaşmaktadır?
2. Dijital medya kavramıyla ilgili yapılmış çalışmaların yıllara göre dağılımı nedir?
3. Hangi bilim dallarında dijital medya kavramıyla ilgili çalışmalar yapılmıştır?
4. Türkiye’de dijital medya üzerine yapılan çalışmalarda hangi araştırma yöntemleri ve veri toplama araçları kullanılmaktadır?
5. Bu çalışmaların odak noktaları nelerdir?

2.2. Araştırmanın Önemi

Dijital medya kavramı, günümüz iletişim ekosisteminde hızla gelişen bir alan olarak, hem akademik hem de pratik bağlamda artan bir ilgi odağıdır. Türkiye özelinde, dijital medya araştırmaları genellikle sosyal medya, dijital pazarlama, çevrimiçi gazetecilik ve kullanıcı davranışları gibi konulara odaklanmaktadır. Ancak, bu çalışmaların hangi temalar etrafında şekillendiği ve dijital medya literatürüne nasıl bir katkı sunduğu konusunda sistematik bir inceleme eksikliği bulunmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de dijital medya alanında yapılan akademik çalışmaların tematik haritasını çıkararak, araştırma boşluklarını ve yeni fırsatları ortaya koymaktır. Elde edilen bulguların, araştırmacılar ve uygulayıcılar için yönlendirici bir rehber niteliğinde olacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda, araştırmanın, akademik literatürdeki boşlukların tespit edilmesine katkıda bulunarak, gelecek çalışmalara yön vereceği öngörülmektedir.

3. Bulgular

Araştırma kapsamında, YÖKTEZ veri tabanında “dijital medya” anahtar kelimesiyle taranan ve incelenen 109 lisansüstü teze ait bulgular, Çizelge 1’de sunulmuş ve yorumlanmıştır.

Çizelge 1’de yer alan YÖKTEZ verilerine göre; “dijital medya” kavramı kullanılarak yayınlanan 78 yüksek lisans, 30 doktora ve 1 adet tıpta uzmanlık düzeyinde tezin yer aldığı görülmektedir. Söz konusu veriler doğrultusunda; “dijital medya” kavramı çerçevesinde hazırlanan tezlerin büyük çoğunluğunun

yüksek lisans düzeyinde olması (78 tez), bu alandaki akademik ilginin henüz erken veya gelişmekte olan bir evrede yoğunlaştığını göstermektedir. Doktora düzeyinde hazırlanan tez sayısı, yüksek lisans tezleriyle kıyaslandığında oldukça sınırlıdır. Bu fark, dijital medyanın hâlâ akademik olarak kurumsallaşmakta olduğunu ve doktora düzeyinde uzmanlaşmış tematik alanlarının henüz yeterince çeşitlenmediğine işaret etmektedir. Tıpta uzmanlık düzeyinde yalnızca bir tez bulunması ise, dijital medyanın henüz sağlık bilimleri gibi teknik ve uygulamalı disiplinlerde yaygınlaşmadığını veya disiplinler arası geçişin sınırlı kaldığını göstermektedir.

Çizelge 1. Düzeylerine Göre Lisansüstü Çalışmalar.

Tez Düzeyi	F	%
Yüksek Lisans	78	71,56
Doktora	30	27,52
Tıpta Uzmanlık	1	0,92
Toplam	109	100

Çizelge 2’de yer alan tezlerin yıllara göre dağılımı incelendiğinde; dijital medya kavramına ilişkin ilk çalışmanın 2003 yılında gerçekleştirildiğini görülmektedir. 2003, 2005, 2008 ve 2009 gibi yıllarda dijital medya kavramıyla ilişkili tezlerin çok az sayıda olması, bu dönemde dijital medyanın henüz yeni bir alan olarak görülmesiyle ilişkilendirilebilir. 2015 yılından sonra bu kavramla ilgili tezlerin sayısında artış dikkat çekmektedir. Yıllara göre tez sayılarındaki artış ve değişim, dijital medyanın akademik alandaki öneminin ve bu alana duyulan ilginin giderek arttığını göstermektedir. Özellikle son yıllarda dijital medya, hem toplumsal hem de teknolojik dönüşümlerin önemli bir parçası haline gelmiş ve bu durum akademik çalışmaların yönelimini de etkilemiştir. 2020 ve sonrasında, 2023’te 20 teze zirveye ulaşan bir ilgi söz konusudur. Bu durumu, dijitalleşmenin pandemi sürecinde hız kazanmasıyla açıklanabilir. İnsanların yaşamlarının büyük ölçüde dijital platformlara taşınması, bu alandaki akademik çalışmaların artmasına katkı sağlamış olabilir.

Çizelge 3’teki veriler incelendiğinde; dijital medya kavramına yönelik en fazla tezin hazırlandığı enstitünün Sosyal Bilimler Enstitüsü olduğu görülmektedir. Sosyal Bilimler Enstitüsü’nü, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü ve Eğitim Bilimleri Enstitüsü takip etmektedir. Tıp Fakültesi’nde ise yalnızca bir çalışma yapılmıştır. Bu dağılım, dijital medya alanındaki akademik üretimin büyük ölçüde sosyal bilimler odağında şekillendiğini göstermektedir. Özellikle Sosyal Bilimler Enstitüsü’nün bu alanda öne çıkması, dijital medyanın sosyolojik, iletişimsel ve kültürel boyutlarının araştırmalarda daha çok ele alındığını düşündürmektedir. Lisansüstü Eğitim ve Eğitim Bilimleri Enstitülerinin de bu alanda katkı sunması, dijital medya ile eğitim ilişkisine

dair temaların gelişmekte olduğunu göstermektedir. Buna karşılık, Tıp Fakültesi'nde yalnızca bir tez bulunması, dijital medyanın henüz sağlık bilimleri alanında yeterince akademik ilgi görmediğini ortaya koymaktadır.

Çizelge 2. Lisansüstü Tezlerin Yayınlandığı Yıllar.

Yıllar	F	%
2024	14	12,84
2023	20	18,35
2022	14	12,84
2021	5	4,59
2020	14	12,84
2019	19	17,43
2018	7	6,42
2017	3	2,75
2016	3	2,75
2015	4	3,67
2014	2	1,83
2009	1	0,92
2008	1	0,92
2005	1	0,92
2003	1	0,92
Toplam	109	100

Çizelge 3. Dijital Medya Kavramıyla İlgili Tezlerin Enstitülere Göre Dağılımı.

Enstitüler	F	%
Fen Bilimleri Enstitüsü	4	3,67
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü	19	17,43
Sosyal Bilimler Enstitüsü	73	67,89
Eğitim Bilimleri Enstitüsü	7	6,42
Yurtdışı Enstitüsü	3	2,75
Ekonomi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü	2	1,83
Tıp Fakültesi/Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı	1	0,92
Toplam	109	100

Çizelge 4'te yer alan veriler incelendiğinde; dijital medya konulu lisansüstü çalışmalar içinde en fazla araştırma yapılan bilim dalı Gazetecilik (%22,94) olarak öne çıkmaktadır. Gazetecilik bilim alanını, iletişim bilimleri (%14,68), radyo televizyon (%9,14), halkla ilişkiler (%9,14), eğitim ve öğretim (%9,14) bilim alanlarının takip ettiği görülmektedir. Gazetecilik alanının en yüksek yüzdeye sahip olması, dijital medyanın haber üretimi, dağıtımı ve tüketimindeki dönüşümün bu alanda yoğun bir şekilde araştırıldığını söyleyebiliriz. Geleneksel gazeteciliğin dijitalleşmesi, sosyal medyanın haber kaynağı olarak yükselişi gibi konular bu alandaki çalışmaları artırmış olabilir. İletişim Bilimleri bilim dalının dijital medyanın temel inceleme alanlarından biri olması sebebiyle, dijital teknolojilerin bireyler ve toplumlar arasındaki iletişim biçimlerini nasıl

şekillendirdiğine dair çalışmaların yapılmış olabileceği, dijital platformların halkla ilişkiler stratejilerinde ve eğitim süreçlerinde sunduğu yeniliklerin bu alanlardaki çalışmaları teşvik etmiş olabileceği söylenebilir. Çizelge 4'te yer alan dağılıma genel olarak bakıldığında; dijital medya üzerine yapılan araştırmalarda disiplinler arası çalışmaların artırılabilirliği ve daha az çalışılan alanların gelecekteki araştırmalar için önemli bir potansiyel taşıdığını göstermektedir.

Çizelge 4. Dijital Medya Kavramıyla İlgili Yapılmış Lisansüstü Çalışmaların Konu Etiketlerine Göre Analizi.

Konular	F	%
Mimarlık	5	4,59
Radyo Televizyon	10	9,17
İşletme	6	5,50
Gazetecilik	25	22,94
Kamu Yönetimi	2	1,83
Sosyoloji	6	5,50
Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları	1	0,92
Reklamcılık	5	4,59
İletişim Bilimleri	16	14,68
Halkla İlişkiler	10	9,17
Turizm	1	0,92
Eğitim ve Öğretim	10	9,17
Sivil Havacılık	1	0,92
Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri	1	0,92
Türk Dili ve Edebiyatı	1	0,92
Siyasal Bilimler	2	1,83
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	1	0,92
Güzel Sanatlar	2	1,83
Müzik	1	0,92
Antropoloji	1	0,92
Dilbilim	1	0,92
Uluslararası İlişkiler	1	0,92
Toplam	109	100

Çizelge 5'te dijital medya ile ilgili akademik çalışmaların hangi konulara odaklandığını ve bu odakların yüzdelik dağılımı görülmektedir. Bu dağılım, araştırmacılar ve uygulayıcılar için dijital medya ile ilgili gelecekteki çalışmaların odaklanabileceği alanlar hakkında ipuçları vermektedir. Çizelgeye göre; %37,61'lik oranla çalışmaların büyük bir kısmını dijital medya araçları/ortamları ve kullanımı bağlamı araştırmalar oluşturmuştur. Dijital medyanın teknik altyapısına, platformlarına ve kullanım şekillerine olan bu ilgi, alanın teknolojik boyutlarına duyulan merakı yansıtmaktadır. Dijital medyada propaganda, sosyalleşme, yapay zeka gibi kritik konularda yapılan çalışmaların daha sınırlı kalması, bu alanların gelecekte daha fazla araştırma yapılması gereken başlıklar olduğunu ortaya koymaktadır.

Çizelge 5. Dijital Medya Temalı Lisansüstü Çalışmaların Konu Dağılımı.

Konular	F	%
Dijital medyanın eğitimdeki yeri/kullanımı	4	3,67
Dijital medyanın rolü/işlevselliği	14	12,8
Dijital medya okuryazarlığı	16	14,68
Dijital medya ve sosyalleşme	3	2,75
Dijital medya ve propaganda	2	1,83
Dijital medya araçları/ortamları ve kullanımı bağlamli çalışmalar	41	37,61
Dijital medya ve pazarlama/marka/reklam/imağ/tasarım bağlamli çalışmalar	12	11,01
Salt Dijital medya bağlamli çalışmalar	11	10,09
Dijital medya ve yapay zekâ bağlamli çalışmalar	2	1,83
Dijital medya ve siyaset bağlamli çalışmalar	4	3,67
Toplam	109	100

Çizelge 6'da farklı bilim dalları tarafından dijital medya temalı hazırlanan lisansüstü tezlerin dağılımı yer almaktadır. Dijital medya pek çok farklı disiplinde kendine yer bulmuş olmasına karşın, çizelgeye göre, en fazla Gazetecilik/Genel Gazetecilik bilim dalında çalışma yapıldığı, bu bilim dalını takiben Radyo Televizyon/Sinema ve İletişim Bilimleri bilim dalının yer aldığı görülmektedir. Bu dağılım, dijital medya konusunun öncelikle iletişim temelli disiplinlerde yoğunlaştığını, özellikle gazetecilik alanında dijitalleşmenin etkilerinin akademik olarak sıkça ele alındığını göstermektedir.

Çizelge 7'de dijital medya konusu ile ilgili nitel araştırma yöntemi kullanılarak hazırlanmış 46 yüksek lisans ve 16 doktora tezinin bulunduğu görülmektedir. Nicel araştırma yöntemi yüksek lisans tezinde 25, doktora tezinde 8 tıpta uzmanlık da 1 tane mevcutken, karma araştırma yöntemi ise toplamda 13 kez kullanılmıştır. Bu çizelgeden hareketle lisansüstü tez çalışmalarında çoğunlukla nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığını söylemek mümkündür. Nicel yöntemlerin görece daha az kullanılması, bu alandaki ölçülebilir, istatistiksel veri toplama ve analiz çalışmalarının sınırlı kaldığını; buna karşın araştırmaların daha çok anlam çözümleme veya içerik yorumu gibi konulara odaklandığına işaret etmektedir.

Çizelge 6. Dijital Medya Temalı Lisansüstü Çalışmaların Bilim Dallarına Göre Dağılımı.

Bilim Dalı	F	%
Çeviribilim BD	1	0,92
Alman Dil Eğitimi BD	1	0,92
Siyaset Bilimi	1	0,92
Bilgi Teknolojileri ve Sosyal Medya BD	1	0,92
Mimarlık BD	5	4,59
Sosyoloji BD	4	3,67
Pazarlama BD	3	2,75
Medya ve İletişim Sistemleri BD	6	5,50
Tasarım/ Sanat ve Tasarım BD	2	1,83
Radyo Televizyon/Radyo Televizyon ve Sinema BD	12	11
İletişim Bilimleri BD	12	11
Arap Dili Eğitimi BD	1	0,92
Yeni Medya ve İletişim Yöntemleri BD	1	0,92
Sosyal Antropoloji BD	1	0,92
İletişim ve Tasarım BD	1	0,92
Okul Öncesi Eğitimi BD	2	1,83
Gazetecilik/Genel Gazetecilik BD	20	18,35
Halkla İlişkiler BD	6	5,50
Kişilerarası İletişim BD	1	0,92
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık BD	5	4,59
Sosyal Bilgiler Eğitimi	1	0,92
Fen Bilgisi Öğretmenliği BD	1	0,92
Yeni Türk Edebiyatı BD	1	0,92
Reklamcılık ve Tanıtım BD	4	3,67
Medya ve Kültürel Çalışmalar BD	1	0,92
Basın Yayın BD	2	1,83
Sınıf Eğitimi BD	1	0,92
Yeni Medya BD	2	1,83
İşletme	4	3,67
Otel Yöneticiliği BD	1	0,92
Çocuk Nörolojisi BD	1	0,92
Toplam	109	100

Çizelge 7. Dijital Medya Konulu Çalışmalarda Kullanılan Araştırma Yöntemleri.

Yöntem	YL		D		TU		Toplam
	F	%	F	%	F	%	
Nitel	46	59	16	53	-	-	62
Nicel	25	32	8	27	1	100	34
Karma* (Nitel+N icel)	7	9	6	20	-	-	13
Toplam	78	100	30	100	1	100	109

*Karma yöntemde kullanılan veri toplama araçları ayrı ayrı değerlendirilerek çizelgeye eklenmiştir. YL: Yüksek Lisans, D: Doktora, TU: Tıpta Uzmanlık.

Çizelge 8’de lisansüstü tezlerde kullanılan veri toplama teknikleri görülmektedir. Lisansüstü tezlerde en fazla kullanılan veri toplama aracının anket daha sonra sırasıyla içerik analizi, görüşme, betimsel analiz, doküman analizi, vaka analizi, söylem analizi, gözlem, göstergebilim ve olgu sunumu olduğu görülmektedir. Bu dağılım, araştırmacıların dijital medya çalışmalarında hem nicel (anket) hem de nitel (içerik analizi, görüşme, söylem analizi) veri toplama tekniklerini tercih ettiğini göstermektedir. Anketin en yaygın yöntem olması, dijital medya kullanıcılarına dair eğilimleri ölçme isteğini yansıtırken; içerik ve söylem analizi gibi teknikler, medya metinlerinin yapısal ve ideolojik çözümlemelerine olan ilgiyi göstermektedir.

Çizelge 8. Lisansüstü Tezlerde Kullanılan Veri Toplama Teknikleri.

Araştırma Yöntemi (veri toplama tekniği)	YL	D	TU	Toplam	
	Sayı	Sayı	Sayı	F	%
Anket	30	11	1	42	32,56
Betimsel Analiz	10	5	-	15	11,63
İçerik Analizi	18	6	-	24	18,60
Görüşme	13	11	-	24	18,60
Göstergebili m	1	-	-	1	0,78
Söylem Analizi	3	1	-	4	3,10
Doküman Analizi	3	2	-	5	3,88
Gözlem	3	-	-	3	2,33
Vaka analizi	2	3	-	5	3,88
Olgular sunumu	-	1	-	1	0,78

YL: Yüksek Lisans, D: Doktora, TU: Tıpta Uzmanlık.

YÖKTEZ verilerine göre; dijital medya konulu tezlerin en fazla yoğunlaştığı alan Gazetecilik olup, bu alanda 25 tez hazırlanmıştır (Çizelge 4). Benzer şekilde Çizelge 6’da yer alan bilim dallarına bakıldığında da en fazla Gazetecilik/Genel Gazetecilik (20) bilim dallarında lisansüstü tezin hazırlandığı dikkat çekmektedir. Çizelge 9’da ise, Gazetecilik bilim dalında hazırlanan çalışmaların tematik analizi sunulmuştur. Buna göre bu alanda, dijital medyada yer alan habercilik anlayışı ve haber analizi, dijital medyada haberin ve gazeteciğin dönüşümü ile ilgili çalışmaların daha fazla yer aldığı görülmektedir. Dijitalliğin bu denli hâkim olduğu günümüz toplumlarında dijital medya okuryazarlığı, dijital medya ve çocuk gibi önemli konularla ilgili hazırlanmış çalışmaların çok kısıtlı kaldığı söylenebilir.

Çizelge 9. Dijital Medya Temalı En Fazla Tez Yazılan Bilim Dalında (Gazetecilik) Araştırma Konuları.

Konular	F	%
Dijital medyada haber/habercilik/haber analizi	7	28
Dijital medyada haber ve dönüşüm/gazetecilik pratikleri/yapay zeka	6	24
Dijital medya ve dezenformasyon/haber ve gerçeklik	3	12
Dijital medya okuryazarlığı	1	4
Dijital medya ve izleyici/okuyucu	3	12
Dijital medya ve reklam	2	8
Dijital medya ve çocuk	1	4
Dijital medya ve siyaset	2	8
Toplam	25	100

4. Tartışma ve Sonuç

Dijital teknoloji olanaklarının yanında, geleneksel medyanın bazı temel özelliklerini de bünyesinde barındıran dijital medya; etkileşim, içerik üretimi ve katılım süreçlerini genişleterek bireylerin toplumsal, kültürel ve ekonomik alanlarda daha aktif roller üstlenmesine imkân tanıyan çok boyutlu bir iletişim ortamı sunmaktadır. Bu yönüyle dijital medya, Lev Manovich’in (2001) de vurguladığı gibi, sürekli olarak yeni teknolojik özelliklerle donatılabilen ve bu nedenle “yeni” olarak adlandırılan dinamik bir yapı sergilemektedir. Bu çalışma ile Türkiye’de dijital medya konulu lisansüstü tezler incelenerek, bu alandaki akademik çalışmaların yöntemsel tercihlerini ve ele alınan temalarını analiz etmek, ayrıca literatüre bu konuda yapılan çalışmalara yönelik genel bir çerçeve sunmak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda araştırma kapsamında hazırlanan sorulara yanıt bulmak amacıyla temalar oluşturulmuş ve bu temalara göre veriler toplanmıştır.

Çalışma kapsamında elde edilen bulgulara göre; dijital medya kavramı kullanılarak hazırlanmış en eski tez, 2003 yılında Fuat Taşkıranoglu tarafından yazılan “Dijital Medyada Mimari Tasarım: Tasarımı Tasarlamak” başlıklı çalışmadır. Özellikle 2019 yılından sonra dijital medya kavramıyla ilgili hazırlanmış tezlerin sayıca fazlalığı dikkat çekmektedir. Analiz sonuçlarına göre, dijital medya araştırmalarında nitel yöntemlerin ağırlıklı olduğu, bunları nicel ve karma yöntemlerin izlediği görülmüştür. Bu durum, daha önce yapılmış araştırmalarda da benzerlik göstermektedir. Örneğin, Yin (2018) ile Miles ve Huberman (1994), gerçekleştirdikleri çalışmalarında dijital medyanın yapısal ve içeriksel dinamiklerinin derinlemesine incelenmesini gerektiren alanlarda nitel yaklaşımların daha elverişli olduğunu ortaya koymuştur. Benzer şekilde Snelson (2016), 2007 ile 2013 yılları arasında yayımlanan 229

sosyal medya araştırmasını incelediği bir derlemede, nitel ve karma yöntemlerin sosyal medya araştırmalarında yaygın olarak kullanıldığını belirtmiştir. Bu bulgular, dijital olmayan medya çalışmalarıyla karşılaştırıldığında da benzer bir eğilimi ortaya koymaktadır. Örneğin, Krippendorff (2004), medya içeriklerinin analizinde nitel yöntemlerin sağladığı derinlemesine anlayışı vurgulamış ve bu yöntemlerin medya araştırmalarında sıklıkla tercih edildiğini ifade etmiştir. Benzer şekilde, Posos Devrani ve Kesici (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, incelenen 119 tezin 72'sinde nitel yöntemlerin tercih edildiği belirlenmiştir. Bu durum, medya alanında nitel araştırma yöntemlerinin yaygınlığını destekleyen ampirik bir bulgu niteliği taşımaktadır. Hunting (2021) ise, niteliksel medya araştırmalarında nicel verilerin entegrasyonunu tartışmakla birlikte, içerik analizinin medya içeriklerini derinlemesine anlamada hâlâ merkezi bir yöntem olduğunu vurgulamaktadır. Jin (2024) de sosyal medya bağlamında sesli veri analizine dikkat çekmesine rağmen, geleneksel metin temelli nitel analizlerin geçerliliğini ve etkililiğini koruduğunun altını çizmektedir.

Araştırmada nitel çalışmalarda en fazla içerik analizi ve görüşme tekniklerinin, nicel çalışmalarda ise anket yönteminin tercih edildiği tespit edilmiştir. Bu durum, araştırmacıların dijital medya kullanıcılarının deneyimlerini, tutumlarını ve içerik üretim süreçlerini daha iyi anlamak amacıyla doğrudan veri toplama tekniklerine yöneldiğini göstermektedir. Özellikle içerik analizi, dijital medya içeriklerinin büyük veri kümeleri üzerinden incelenmesine olanak tanıyarak sosyal, kültürel ve politik eğilimlerin belirlenmesinde etkili olmaktadır (Neuendorf, 2017; Melek, 2021). Analiz sonuçlarına göre, dijital medya konusundaki tezlerin büyük bir kısmının Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde hazırlandığı görülmüştür. Bu durum, bu alanın toplumsal ve kültürel boyutlarının araştırmalarda merkezi bir yer tuttuğunu ve dijital medyanın yalnızca teknolojik bir olgu değil, aynı zamanda derin bir toplumsal dönüşüm aracı olduğunu da desteklemektedir. Nitekim Hilbert (2020)'in gerçekleştirdiği çalışmasında, dijital teknolojilerin, insanlık tarihindeki ilk teknolojik devrimlerden bu yana en önemli sosyo-ekonomik evrim aşamasını oluşturduğunu belirtmiştir. Bu bakış açısı, dijital medyanın toplumsal yapılar üzerindeki dönüştürücü etkisini vurgularken, Muringa ve Adjin-Tettey'in (2024) çalışması da bu dönüşümün birey düzeyindeki yansımalarına ışık tutmaktadır. Söz konusu araştırmada, üniversite öğrencileri arasında medya okuryazarlığının, demokratik süreçlere katılımı ve toplumsal değişimi olumlu yönde etkilediği; öğrencilerin politik bilgi düzeylerini artırarak toplumsal dönüşüme katkı sağladığı ortaya konmuştur.

YÖKTEZ verilerinden elde edilen bilgiler ışığında, dijital medya kavramını temel alarak çalışmanın merkezinde kullanan tezlerin çokluğu da dikkat çekmektedir. Bu durum, dijital medyanın özellikle sosyal bilimler açısından dinamik ve sürekli gelişen bir inceleme alanı olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte sosyal bilimlerde hazırlanan tezlerin medyanın dönüşümünü anlamada kilit bir role sahip olduğunu da söylemek mümkündür. Bulgular ayrıca, dijital medya araştırmalarının disiplinlerarası bir yön kazandığını, ancak bazı disiplinlerin (örneğin müzik, antropoloji, dilbilim, uluslararası ilişkiler) yeterince temsil edilmediğini de göstermektedir. Bu durum, literatürdeki bir boşluğa işaret etmekte ve disiplinlerarası yaklaşımların bu alanlara entegre edilmesinin önemini ortaya koymaktadır. Farklı disiplinlerin dijital medya konusundaki iş birliğini artırması, bu alanlardaki bilgi boşluklarını doldurmanın yanı sıra, dijital medyanın toplumsal, kültürel ve teknolojik etkilerini daha kapsamlı bir şekilde anlamamıza olanak sağlayacaktır. Ek olarak, dijital medya ve çocuk ilişkisi, dijital medya okuryazarlığı gibi kritik konulara yönelik tezlerin azlığı, bu alanlarda daha fazla akademik üretime ihtiyaç olduğunu göstermektedir. Literatürde, dijital medya okuryazarlığının erken yaşta kazandırılmasının çocukların medya karşısında daha eleştirel bireyler olmalarını sağladığı belirtilmektedir (Livingstone & Helsper, 2007; Gillen vd., 2018). Bu bağlamda, bu alandaki eksiklikler pedagojik etkilerin araştırılmasına dair yeni çalışmalarla kapatılabilir.

Sonuç olarak, çalışma kapsamında ulaşılan bulgular, dijital medya araştırmalarının güncel gelişmeler doğrultusunda yön değiştirdiğini, yeni teknolojiler ve disiplinlerarası yaklaşımlar doğrultusunda zenginleşmeye açık olduğunu ortaya koymaktadır. Dijital medyanın sürekli dönüşen yapısı, alandaki araştırmacıların bu değişimi yakalayacak metodolojik esnekliğe sahip olmasını zorunlu kılmaktadır.

Öneriler

Tartışma ve sonuç bölümünde yapılan değerlendirmeler doğrultusunda, dijital medya alanında gelecekte yapılacak çalışmalara ışık tutabilecek öneriler aşağıda özetlenmiştir:

➤ Dijital medyanın sürekli değişen dinamikleri göz önüne alındığında, dijital medya çalışmalarının toplumsal etkilerini daha iyi analiz edebilmek için, güncel teknolojik gelişmelere odaklanan araştırmalar artırılmalıdır.

➤ Araştırma süreçlerinde karma yöntemlerin daha sık kullanılması, hem niteliksel derinliği hem de nicel genellenebilirliği sağlayarak daha bütüncül sonuçlara ulaşılmasını mümkün kılabilir.

➤ Dijital medya araştırmalarının, sosyal bilimler dışındaki disiplinlerle daha fazla iş birliği içinde yürütölmesi, dijitalleşmenin etkilerinin daha kapsamlı biçimde değerlendirilmesine ve bu alandaki yenilikçi yaklaşımların çeşitlenmesine katkıda bulunabilir.

➤ Araştırma bulgularından yola çıkarak, dijital medyanın bireyler ve toplum üzerindeki etkilerini daha kapsamlı bir şekilde ortaya koymak için uzun dönemli kullanıcı deneyimlerine odaklanan çalışmalara ihtiyaç duyulduğu açıktır. Özellikle elektronik, bilgi sistemleri, iletişim ve yazılım alanları, günümüzde diğer tüm alanlardaki problemlerin çözümünde öncü rol oynadığı göz önünde bulundurulduğunda, dijital medya kavramıyla ilgili araştırmaların bu disiplinlerle entegre edilmesi, hem teorik hem de pratik açıdan zenginleştirici olacaktır.

➤ Dijital medya okuryazarlığı ve çocuk ilişkisi gibi kritik konularda yapılan tezlerin azlığı, bu alanların dijital medya araştırmalarında daha fazla ele alınması gerektiğini de düşündürmektedir. Dijitalleşmenin etkileri, özellikle toplumsal ve pedagojik bağlamlarda daha derinlemesine incelenmeli, bu tür temalar üzerine yapılan araştırmalar artırılmalıdır.

➤ Son olarak, benzer çalışmaların yalnızca YÖKTEZ ile sınırlı kalmayıp, farklı ulusal ve uluslararası veri tabanlarından yararlanılarak yürütölmesi, araştırma kapsamını genişleterek karşılaştırmalı analizlerin yapılmasına olanak sağlayacaktır. Bu tür araştırmaların, bu alanındaki akademik literatürü genişletmesinin yanında alana yönelik gelecekteki çalışmalara yön vereceği de düşünölmektedir.

Kaynaklar

Belikara, B., 2022. Dijital medyada izleyici metası: haber siteleri üzerine bir değerlendirme. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Danışman: Erdal Dağtaş, 145 sayfa, Eskişehir.

Binark, M., 2007. *Yeni Medya Çalışmaları*. Der: Mutlu Binark, Ankara: Dipnot Yayınları, ISBN: 978-975-9051-40-2, 347 sayfa, Ankara.

Bowen, G. A., 2009. Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2): 27-40.

Braun, V., Clarke, V., 2006. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2): 77-101.

Fermanoğlu, Ö. M., 2019. *Yeni Medya: Siyasal İletişim ve Dijital Demokrasi*. Nobel Akademik Yayıncılık, ISBN: 978-605-7895-61-5, 138 sayfa, Ankara.

Gillen, J., Arnott, L., Marsh, J., Bus, A., Castro, T., Dardanou, M., Holloway, D., 2018. *Digital Literacy and young children: towards better understandings of the benefits and challenges of digital technologies in homes and early years settings*. Policy briefing of DigiLitEY COST Action IS1410 and the Digital Childhoods SIG of the European Early Childhood Research Association.

Guest, G., MacQueen, K. M., Namey, E. E., 2012. *Applied Thematic Analysis*. Sage Publications, ISBN: 978-1-4129-7167-6, 287 pages, United States of America.

Hilbert, M., 2020. Digital technology and social change the digital transformation of society from a historical perspective. *Dialogues in Clinical Neuroscience*, 22(2): 189-194.

Hunting, K., 2021. Critical content analysis: A methodological proposal for the incorporation of numerical data into critical/cultural media studies. *Digital Journalism*, 9(7): 958-975.

Jin, J., 2024. Re-calibrating methodologies in social media research: Challenge the visual, work with speech. *arXiv preprint*. Doi: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2412.13170>.

Karasar, N., 2005. *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Nobel Yayın Dağıtım, ISBN: 975-591-046-8, 368 Sayfa, Ankara.

Krippendorff, K., 2004. *Content Analysis: An Introduction To its Methodology*. 2nd ed., Thousand Oaks, CA: Sage Publications, ISBN: 0-7619-1544-3, 413 pages, United States of America.

Livingstone, S., & Helsper, E. J., 2007. Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, 9(4): 671-696.

Manovich, L., 2001. *The language of new media*. MIT Press. ISBN: 9780262632553, 335 pages, Cambridge, Massachusetts.

Melek, G., 2021. Medya etkileri ve siyasal iletişim çalışmalarında büyük veri analizi, yeni trendler ve

- güncel araştırma yöntemleri üzerine literatür değerlendirmesi. *İNİF E-Dergi*, 6(1): 260–270.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., 1994. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. 2nd ed., Thousand Oaks, CA: Sage Publications, ISBN: 0-8039-4653-8, 337 pages, United States of America.
- Muringa, T., & Adjin-Tettey, T. D. (2024). Media literacy's role in democratic engagement and societal transformation among university students. *African Journalism Studies*, 45(2), 1–20.
- Nalçaoğlu, H., 2007. İnternet ve görselin imhası: internet içeriğini analiz etmek için kuramsal model arayışları, Sayfa: 45-68, Editör; Mutlu Binark, *Yeni Medya Çalışmaları*, Dipnot Yayınları, ISBN: 978-975-9051-40-2, 383 sayfa, Ankara.
- Neuendorf, K. A. (2017). *The Content Analysis Guidebook*, USA: Sage Publications.
- Özdemir, Ö. Ve Tellan, T. (2020). Yeni/dijital/sosyal medya: teorik belirsizliği gidermek. Sayfa: 379-395. Editör; Hasan Babacan, *Sosyal Bilimler Alanında Akademik Çalışmalar*, Gece Kitaplığı, ISBN: 978-625-7938-92-1, Ankara.
- Patton, M. Q., 1990. *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Newbury Park, CA: Sage, ISSN: 0148-2963/94, 197-199, 589 pages, Newbury Park, California.
- Posos Devrani, E., Kesici, İ., Yeni medya araştırmalarında yöntemler ve araçlar ne kadar yeni? türkiye'deki lisansüstü tezlere dair bir meta analiz çalışması. *Selçuk İletişim*, 13 (1): 273-293.
- Saltsiz, K., Dickinson, R., 2008. Inside the changing newsroom: journalists responses' to media convergence. *Aslib Proceedings*, 60 (3): 216-228.
- Snelson, C., 2016. Qualitative and mixed methods social media research: A review of the literature. *International Journal of Qualitative Methods*, 15(1): 1–15.
- Taylor, B. C., Trujillo, N., 2001. *Qualitative research methods*. The new handbook of organizational communication: Advances in theory, research, and methods, SAGE Publications, Online ISBN: 9781412986243, United States of America.
- Törenli, N. (2005). *Yeni medya, yeni iletişim ortamı*. ISBN: 9 789757298649, 237 sayfa, Ankara: Bilim ve Sanat.
- TDK Sözlüğü, 2025. Türk Dil Kurumu Sözlüğü. <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 22.08.2025
- Vaismoradi, M., Turunen, H., Bondas, T., 2013. Content analysis and thematic analysis: Implications for conducting a qualitative descriptive study. *Nursing & Health Sciences*, 15(3), 398-405.
- Yegen, C., 2015. İletişim Teknolojileriyle Gelişen Crowdsourced Bir Sistem Olarak Crowdfunding ve 'Fonla Beni' Örneği. Sayfa: 87-112. Editörler: Erkan Saka, Anıl Sayan, Vehbi Görgülü (Ed.). *Yeni Medya Çalışmaları 3*. Taş Mektep Yayınları, ISBN: 978-605-86342, 220 sayfa, İstanbul.
- Yin, R. K., 2018. *Case Study Research And Applications: Design And Methods*. 6th ed., Thousand Oaks, CA: Sage Publications, ISBN: 9781506336169, 453 pages, United States of America.