

## Türkiye'nin Akademik Hafızasına Düşülen Bir Kayıt: Marmara İletişim Dergisi'nden Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi'ne Dönüşüm

Hediyetullah Aydeniz\* 

*“Kitap, çok defa tek insanın eseri, tek düşüncenin yankısı; dergi bir zekalar topluluğunun. Bir neslin vasiyetnamesidir dergi; vasiyetnamesi, daha doğrusu mesajı.*

*Kapanan her dergi, kaybedilen bir savaş, hezimet veya intihar...”*

*Cemil Meriç (Bu Ülke, s.103).*

### Dergi: “mizâc-ı vakte vâkıf olmak”

Türkiye'nin modernleşme tarihi aynı zamanda gazete ve dergilerin de tarihidir. Bu araçlara yüklediğimiz anlamı ise, 1828 tarihinde yayımlanmaya başlanan ilk Türkçe gazete *Vakayi-i Mısriyye*'nin ilk sayısının Mukaddimesi'nde (Başyazı) görmek mümkündür: “**Zamanın ruhunu kavramak** (mizâc-ı vakte vâkıf olmak) **ve olan biteni hakkı ile bilmek**” (keyfiyet-i hâle ârif olmak). Zamanın ruhunu-mizacını-karakterini kavramak ve olup biteni hakkıyla bilmek üzerinde medyaya yüklediğimiz anlamın bilgi ve sistematik bilgi boyutu daha çok dergilerle mümkün olabilmıştır. Modernleşme sürecimizin önemli bilgi üretim zemini ve bilgiyi dolaşıma sokan araçlardan birisi olan dergiler, hem kültür ve düşünce dünyamızda hem de akademik hayatımızda hâlâ kurumsallaşma sorunuyla mücadele ederek varlıklarını sürdürmeye çalışıyorlar. 1861 yılında kurulan Cem'iyet-i İlmiyye-i Osmâniyye'nin yayın organı olarak Temmuz 1862'de yayın hayatına başlayan *Mecmûa-i Fünûn*'u dikkate alırsak yaklaşık 160 yıllık, 1917 yılında İstanbul Darülfünunu bünyesinde yayımlanan ve hâlâ devam eden Türkiye'deki en uzun ömürlü sosyal bilimler dergisi *İstanbul Sosyoloji Dergisi*'ni esas alırsak Türkiye'nin yüz yılı aşkın bir akademik dergicilik birikimine sahip olduğundan söz edilebilir. 1950 yılından bu yana Gazetecilik Enstitüsü'nün kurulmasıyla akademi bünyesine dahil olan medya ve iletişim alanındaki dergiciliğin tarihi ise 1960 yılında birkaç

\* Baş Editör, Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi; Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, haydeniz@marmare.edu.tr.

sayı çıkan İstanbul Üniversitesi Gazetecilik Enstitüsü'nün yayımladığı *Yıllık* dikkate alındığında 60 yıllık bir geçmişe sahip.

### **Marmara İletişim**

Medya ve iletişim eğitimi alanında Türkiye'nin ilk akademik kurumlarından birisi olan Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin tarihi, Müderris Yahya Fehmi Tuna tarafından orta dereceli bir eğitim kurumu olarak İstanbul Gazetecilik Okulu'nun 1948 tarihinde açılmasıyla başlar. 1966-1967 eğitim-öğretim yılında özel teşebbüs olarak kurulan İstanbul Özel Gazetecilik Okulu, 1971 yılında devletleştirilerek İstanbul İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi'ne İstanbul Gazetecilik Yüksekokulu adıyla bağlanır ve 1973 yılında da öğretim süresi 4 yıla çıkarılır. Türkiye'de yükseköğretimin YÖK sonrasında yeniden yapılandırılması çerçevesinde 20 Temmuz 1982 tarihinde Basın-Yayın Yüksekokulu adıyla Marmara Üniversitesi'ne bağlanır ve fakülteleşme sürecinde 1992 yılında da kurulan ilk iletişim fakülteleri arasında yer alır. Marmara İletişim, 1983 yılından itibaren başlayan lisansüstü programlarıyla Türkiye'nin medya ve iletişim çalışmalarının bilgi üretim merkezlerinden biridir. Bugün itibariyle 10 yüksek lisans ve 9 doktora programıyla Türkiye'deki medya ve iletişim çalışmaları alanındaki bilgi üretimine katkı sunmaya devam eden Marmara İletişim, 37 yıllık lisansüstü çalışmalar birikimine sahiptir.

İnsanın kişisel ve toplumların genel tarihinde önemli dönüm noktaları olduğu gibi, kurumların tarihinde de dönemlendirmeyi hak edecek düzeyde ayırt edici değişimler vardır. Önemli olan, bu tür yapısal değişimlerle beraber sürekliliği inşa etmek, korumak ve sürdürebilmektir. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin kurumsal tarihinin en önemli dönüm noktalarından biri, Basın Yayın Yüksek Okulu'ndan İletişim Fakültesi'ne dönüşümün gerçekleştiği 1992 yılıdır. Bu dönüşüm, Türkiye'deki iletişim fakülteleri açısından da yapısal ve kurumsallaşma açısından bir başlangıç olarak hafızalardaki yerini almıştır. Bu kurumsal dönüşümün değerli bir sonucu ise fakültenin akademik dergisinin yayın hayatına başlamasıdır. Aralık 1992 yılında yayımlanan ilk sayısından bu yana *Marmara İletişim Dergisi/Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, otuz yıla yaklaşan tarihiyle Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin olduğu kadar aynı zamanda Türkiye'nin sosyal ve beşerî bilimler alanındaki birikimi, özellikle de medya ve iletişim çalışmaları açısından, güçlü ve zayıf taraflarıyla birlikte, akademik ve entelektüel hafızamızın kayda değer bir unsurudur. Bu hafızanın bir parçası olması açısından önemli oluşunu düşündüğümüz hususlardan bir diğeri derginin tarihine ilişkin notları kayda almak ve okurla paylaşmaktır. Bu çerçevede yirmi birinci yüzyılın ikinci on yılını geride bırakırken bazı notlar ve bilgiler derlenip aşağıda sunulmuştur.

### **Marmara İletişim Dergisi (1992-2018)**

Türkiye'nin medya ve iletişim çalışmaları alanındaki bilgi üretiminde önemli bir yere sahip Marmara İletişim, alanın disiplinler düzeyde kurumsallaşmasının önemli adımlarından biri olan akademik dergi yayıncılığına, Aralık 1992 yılında Marmara İletişim Dergisi'ni çıkartarak katkı vermeye başlamıştır. Nicel değilse de nitel boyutta kurumsallaşma ve özgün bilgi üretimi sorunu ve meydan okumasıyla karşı karşıya olan Türkiye'deki medya ve iletişim çalışmaları alanındaki akademik dergiler, Cemil

Meriç'in ifadesiyle bir zekalar topluluğunun yankısı ve bir neslin vasiyetnamesi, bir neslin mesajı olarak önemli rol ve işlev üstlenebilecek imkana sahiptirler. Bu çerçevede, 34 sayılı birikimiyle Marmara İletişim Dergisi, Türkiye'deki iletişim akademiasının 30 yıllık serüveninde her bir sayının bir sonraki kuşağa bıraktığı kolektif bir mesaj ve vasiyetname olarak değerlendirilebilir. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde yetişip gelen her bir kuşağın ve her bir editöryal kadronun kendi döneminin şartlarıncı Türkiye'deki ve dünyadaki iletişim akademiasının imkân ve potansiyelinden azami düzeyde istifade ederek Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin kolektif bir çalışması ve akademik çıktısını ortaya koyduklarını söylemek abartı olmayacaktır. Bu birikimi eleştirel bir yaklaşımla değerlendirip gelecekte daha iyisini ortaya koymak üzere ayrıca akademik çalışmanın konusu yapmanın da gerekli olduğunu ve bunun zamanın da geldiğini görmek gerekir. Bu görev de yeni kuşaklarıdır ve genç akademisyen adaylarının bir vasiyet olarak bu görevi üstleneceğini ümit ettiğimizi not etmiş olalım.

*Marmara İletişim Dergisi*, 28 yıllık yayım hayatında 8 yıl okurla buluşamazken, 1990'lı yıllarda 10 sayı (1992'de 1, 1993'te 3, 1994'te 4, 1995 ve 1999'da 1'er sayı), 2000'li yıllarda 5 sayı (2001, 2007 ve 2008'de 1'er sayı, 2009'da 2 sayı), 2010 yılı sonrasında ise 19 sayı (2011-2013 yıllarında 1'er sayı, 2018 ve 2019 yıllarında 3'er sayı ve diğer yıllarda da 2'şer sayı) olmak üzere toplam 34 sayı ile Türkiye'de medya ve iletişim çalışmalarındaki bilgi birikimine katkı sunmuştur. Dergide yayımlanan araştırma makalesi, değerlendirme makalesi, araştırma notu, söyleşi, çeviri, değerlendirme yazıları dahil tüm yazı türlerinde 34 sayıda yayımlanan metin sayısı 529 adettir. 1992-2000 yılları arasında yayımlanan 10 sayıda 236 (% 45) yazı yayımlanırken, 2000-2010 yılları arasındaki 5 sayıda 101 (% 19) ve 2010-2019 yılları arasında çıkan 19 sayıda ise 192 (%36) yazı yayımlanmıştır. Dergi sayısı başına düşen ortalama metin sayısı, 15,5'tir.

*Marmara İletişim Dergisi*'nin 1992 yılındaki ilk sayıdan sonraki yayım hayatında göze çarpan önemli bir farklılık, 1994 yılında yayımlanan 8. sayısında dergi yayım kurallarına ilk kez İngilizce olarak yer verilmiş olmasıdır. Türkiye'de medya ve iletişim çalışmalarının kurucu isimlerinden ve fakültemizin eski dekanlarından Ünsal Oskay imzalı ilk editör yazısının da 1999 yılında yayımlanan 10. sayıda çıktığını görmekteyiz. Oskay, "okulun bilgisayar sisteminde yapılan geliştirmeler ve ülkedeki çeşitli sorunların okuldaki akademisyenleri de etkilemesi" nedeniyle derginin aksadığı belirtmektedir. İlk sayısından itibaren "Üç ayda bir yayımlanır" ibaresiyle duyurulan derginin yayım periyodu bilgisine 2007'de yayımlanan 12. sayısında ilk kez yer verilmemiştir. Dergi mizanpajında köklü bir değişim görülmektedir. Aynı zamanda Editörden yazısı uygulamasına da başlanan derginin 2008 yılında yayımlanan 13. sayısında görülen en önemli yenilik, hakem kurulu listesine dergide ilk kez yer verilmiş olmasıdır. Yoğun talepten dolayı bazı yazıların 2009 yılına bırakıldığı bilgisinin de paylaşıldığı bu sayıda, derginin yılda iki sayı ile yayımlanmasının planlandığı görülmektedir. Temmuz 2009'da yayımlanan 15.sayının Editörden yazısında not edilesi bir yenilik şu şekilde dile getirilmiştir: "Dergimize gösterilen yoğun ilgi çalışmalarımızda bizi motive ederken, ABD University of Northern Colorado'dan Prof. Wayne Melanson ve Prof. George Junne'un katılımıyla hakem kurulumuzun zenginleşmesi de bizim için ayrı bir gurur kaynağı oldu." Marmara İletişim Dergisi'nin tarihinde önemli bir gelişmeye işaret eden bu bilgi notu gösteriyor ki uluslararası isimlerin de dahil edildiği bir hakemlik mekanizması ile dergi kurullarının güçlendirilerek devam ettirilmesi halinde

hem derginin kurumsallaşma sürecinin hem de uluslararasılaşmasının daha erken bir süreçte tamamlanabileceğini tahmin etmek güç olmasa gerek. 2011 yılında yenilenen tasarımıyla beraber dergi periyoduna ilişkin ilk kez, Ocak ve Haziran ayları olmak üzere yılda iki kez yayınlandığına dair bir ibareye de yer verilmiştir. Bu gelişme, 1992’de yayım hayatına üç aylık periyotla başlayan *Marmara İletişim Dergisi*’nin 2011 yılından itibaren altı aylık yayım periyoduna geçtiğini göstermektedir.

*Marmara İletişim Dergisi*’nin kurumsal tarihinde gerek yeniden yapılanma süreci açısından gerekse kurumsallaşma açısından önemli aşamaların katedildiği dönemlerden birinin ise 2015-2017 yıllarına denk geldiği söylenebilir. Zira 2015-2017 arası dönemde *Marmara İletişim Dergisi*, “Medya ve Mülteciler”, “Medya ve Şiddet”, “Türkiye’de Habercilik” gibi Türkiye’nin güncel ve temel sorunlarını tema olarak gündemine alarak akademik ve entelektüel alana katkı sunmuş, derginin eksik sayıları tamamlanarak yayım periyodu korunmuş, ulusal ve uluslararası indeksler ve veritabanlarınınca taranması sağlanmış, başlangıcından itibaren yayımlanan tüm sayıları içeren bir dergi arşivi oluşturularak elektronik mecralarda erişime açılmış ve düzenlenen panellerle basım sonrası dergi içeriğinin akademik gündeme taşınmasına gayret gösterilmiştir. Derginin 2017 yılında ULAKBİM-TR Dizini ile Web of Science-Emerging Sources Citation (ESCI) indekslerine kabul alınmış ve EBSCO, Ulrichsweb ve Directory of Open Access Journal (DOAJ) veritabanlarınınca taranmaya başlanması kurumsallaşma açısından önemli gelişmeler olarak bu çalışmaların bir sonucudur.

### **Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi (2018 – \***

Kurumsallaşma açısından önemli başarıların elde edildiği bir noktada, Marmara Üniversitesi yönetiminin 2018 yılı başlarında akademik dergilerin yeniden yapılandırılmasıyla ilgili aldığı bir karar gereği *Marmara İletişim Dergisi*, 2018 Haziran ayında yayımlanan 29. sayısından itibaren ismini değiştirmek zorunda kalmıştır. 2018 Haziran ayından itibaren *Marmara İletişim Dergisi*, ***Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*** (*Turkish Review of Communication Studies-TURCOM*) adıyla yayım hayatına devam etmektedir. 1992-2018 yılları arasında yayımlanan 28 sayı Marmara İletişim Dergisi adıyla, son 6 sayı da Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi adıyla yayımlanmıştır. İsim değişikliğine denk gelen önemli bir değişiklik de John Keane’in 2016’da yayım kuruluna dahil olması, ulusal indeks olarak TR Dizin ve uluslararası atıf indeksi olarak da ESCI’den alınan kabul sonrasında 2019 yılından itibaren dergi künyesinde yer alan ulusal hakemli dergi tanımlaması uluslararası hakemli dergi olarak değiştirilmesidir. Bu değişiklikle Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi, uluslararası hakemli dergi kategorisinde yayım hayatını sürdürmektedir.

Marmara İletişim Dergisi döneminde olduğu gibi Türkiye’nin güncel ve temel sorunlarını tema olarak gündemine alıp akademik ve entelektüel alana katkı sunma amacına uygun olarak Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi, bundan sonra da akademik ve entelektüel alanın önemli konuları arasında yer alacak olan *Medya ve Demokrasi* ile *Türkiye’de Medya, Darbe ve 15 Temmuz* başlıklı iki özel sayı (2018, 2019) ile okurun karşısına çıkmıştır. Osmanlı’dan itibaren Türkiye’nin modernleşme deneyimi ve Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçişi de dikkate alarak Türkiye’de medyanın toplumsal konumu, siyasal sistem içerisindeki yeri, yasama, yürütme ve yargı erkleriyle ilişkileri

başta olmak üzere hem tarihsel hem mevcut durum hem de normatif boyutlarıyla “medya ve demokrasi” meselesi çok boyutlu olarak ele alınmıştır. Hakemli dergicilik açısından önemli olarak değerlendirdiğimiz ve ilk defa bu sayıda uygulanan bir yenilik de *Forum* başlığı altında çağrılı olarak sayı teması ile ilgili düşünsel/fikri yönü merkezde olan tartışmaların yapıldığı metinlere yer verilmiş olmasıdır. 2019 yılında okurla buluşan Türkiye’de Medya, Darbe ve 15 Temmuz temalı ikinci özel sayısı ise Türkiye modernleşmesinin önemli aktörlerinden birisi olarak zor kullanıp siyasal sisteme yaptığı müdahalelerle Türkiye’de bir darbe geleneğinin (1876-Sultan Abdülaziz ve 1909-Sultan II.Abdülhamit’in tahtan indirilmeleri, 1913 – Bâb-ı Âli baskını, 27 Mayıs Darbesi, 12 Mart Muhtırası, 12 Eylül Darbesi, 28 Şubat Post-Modern Darbesi ve 15 Temmuz Darbe Teşebbüsü) oluşmasına yol açan ordu ve medyanın modernleşme sürecindeki konumu, rolü, birbirleriyle ilişkileri ve darbe meselesi, başlangıç teşkil edebilecek düzeyde akademik ve entelektüel hayatın gündemine taşıyan bir içerikle ele alınmıştır.

Çift dilli olarak sürdürdüğü yayın hayatına 33. sayıdan itibaren getirdiği genişletilmiş İngilizce özet koşuluyla devam eden *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2018 Haziran ayında başvuruda bulunduğu ve neticelenme aşamasında olan Scopus indeks başvurusunun olumlu sonuçlanması halinde uluslararasılaşmada yeni bir aşama kaydetmiş olacaktır. 2019 yılında gerçekleşen ve kurumsallaşma açısından önemli olan bir başka gelişme, dergi yayıncılığı açısından bir tür iç tüzük olarak değerlendirilebilecek ve uluslararası kriterler çerçevesinde hazırlanan *Yayın Etiği ve Kötüye Kullanım Beyanı*’nın yayın kurulu tarafından kabul edilip yayımlanmasıdır.

Uluslararası bir dergi olmanın gereklerini yerine getirmenin yanında *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, kendine özgü olarak güçlendirilmiş bir editöryal değerlendirmeyi hayata geçirmiştir. Dergimizde yayımlanmak üzere gönderilen bir makalenin editöryal değerlendirmesi, kör hakemlik uygulamasında olduğu gibi *Editöryal Değerlendirme Formu* üzerinden kurala bağlanmış haliyle yazar ve alan editörünün birbirlerini bilmeden gerçekleşmektedir. Çıkar çatışması ve olası ön yargılardan uzak kalmayı mümkün kılan bu mekanizma sayesinde alan editörü, bilimsel kriterler çerçevesinde *Editöryal Değerlendirme Formu*’nu doldurarak değerlendirme raporunu baş editöre yazılı olarak sunmaktadır. *Yayın Etiği ve Kötüye Kullanım Beyanı*’nda da kayıt altına alınan bu uygulama çerçevesinde, bir makalenin editöryal değerlendirmesi yapılarak düzeltme istenip istenmeyeceği ve hakemlik sürecine dahil edilip edilmeyeceğinin kararı verilmektedir. Geline aşamada danışma ve yayın kurulunun yanında dergi künyesi ve yürütücü kadrosu, yönetici editörlük, alan editörlüğü, dil editörlüğü ve baş editörlük şeklinde yeniden yapılandırılmıştır. *Marmara İletişim Dergisi* adıyla 1992 yılında ilk sayısı yayımlanan ve 2018 yılından bu yana da *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi* adıyla yayınına devam eden dergimiz, 2020 yılına girerken nitelikçe güçlendirilmiş kurullarla altı aylık periyodunu koruyan, ulusal ve uluslararası indekslerce taranmış, yayın etiği ve kötüye kullanım beyanındaki ilkeleri uygulayarak çalışmalarını sürdürmektedir.

Nitelikle güçlendirilmiş bir kurumsallaşma ile özgün bilgi üretimi sorununu aşmada mesafe almış bir iletişim akademiasının buluşma zemini olmaya talip *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi’nin*, 2019 yılının sonu itibarıyla hem ulusal hem de uluslararası düzeyde kurumsallaşmasını tamamladığını söyleyebiliriz. Periyodunda aksama olmaksızın kurumsallaşmasının güçlendirilmesi ile akademik ve entelektüel hayata katkı sunmaya devam edecek *Türkiye İletişim Araştırmaları*

*Dergisi* açısından bundan sonraki hedef, Scopus ve SSCI'den kabul almasıdır. Bu çerçevede yayın hayatının ikinci çeyrek yüzyılında dergimiz, Türkiye ve dünyadaki iletişim akademiasının imkan ve potansiyelinden azami düzeyde istifade ederek Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin kolektif bir çalışması olarak yeni kuşağın nitelikli katkısı ile yayın hayatına devam edecektir. Sürekliliği koruyan, değişime açık ve uluslararası düzeyde Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin Türkiye'nin akademik ve entelektüel hayatına katkısının önemli bir mecrası olmaya devam etmesi ortak sorumluluğun da bir gereğidir. Dergimizi daha ileri noktalara taşıma hedefiyle, zaman zaman özel sayılarla küresel ve bölgesel gelişmeleri ihmal etmeden, güncel gündem ile kalıcı/yapısal olanın dengesini gözeterek dergimizde ele alınacak konuların odağında Türkiye'nin yer almasına özen gösterilecektir. Kuruluşundan bu yana emeği geçen ve katkı sunan herkesi teşekkür ve hayırla anarken vefat edenlere Allah'tan rahmet hayatta olanlara sağlık, iyilik ve uzun ömürler dilemek de bir borcun ifasıdır.

#### 34. Sayı Makaleleri

*Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi* olarak 34. sayıda, yayımlanmak üzere gönderilen 58 makale arasında yayım süreci tamamlanan 3'ü İngilizce olmak üzere 11 araştırma ve 1 değerlendirme makalesi ile 1 değerlendirme yazısı (film analizi) olmak üzere toplam 13 çalışmayla okurlarımızın karşısına çıkıyoruz.

34. sayının ilk çalışması olan Kemal Çelik ve Serpil Kirel'e ait "*Kapitalist Sistemin Muhafızları Olarak Hollywood Süper Kahramanları: Süpermen Örneği*" adlı makalede Hollywood filmlerinde ortak olan temel anlatısal bir yapı olup olmadığı ve varsa bu yapının popüler kültürdeki işlevinin ne olabileceği sorusuna "*Süpermen Örneği*" üzerinden yapısal bir çözümlemeyle cevap aranmaktadır.

Sayının ikinci makalesinde Sacide Şahin ve Vahit İlhan *Primary "School Children's Practices of Watching Cartoons and Their Perceptions about Cartoon Characters"* adlı çalışmalarında ilkökul dönemindeki öğrencilerin çizgi film ve televizyon izleme alışkanlıkları ile çizgi film karakterlerine ilişkin algılarının tespit edilmesi yönelik nicel bir araştırma yapıp analiz etmişlerdir.

Hatice Sevgi Zengin'in "*Kış Uykusu'nu Kant ve Nietzsche Etiği Çerçevesinde Düşünmek*" başlıklı makalesinde Kant'ın ödev ahlakı ile Nietzsche'nin efendi/köle ahlakı anlayışı, felsefenin mutluluk, kötülük sorunsalı bağlamında tartışılarak, Nuri Bilge Ceylan'ın 2014 Cannes Film Festivali'nde Altın Palmiye ödülüne layık görülen *Kış Uykusu* filmi söylem çözümlemesi yöntemiyle incelenmiştir.

Sayının dördüncü makalesi Nihal Kocabay Şener tarafından hazırlanan "*Reklamda Egemen İdeolojiyi Çözümlemek: Cinsiyet Roller ve Fanatizm Okuması*" adlı çalışmadır. Çalışmada reklam metniyle taşınan ideolojinin, anlamlandırma sürecinde ortaya çıkmakla birlikte aynı zamanda anlamlandırma sürecini de etkilediği ileri sürülerek, sıkı dokunmuş bir medya metninin nasıl özgülleştirilebileceği sorusu göstergebilimsel çözümleme ile ele alınmıştır.

Uğur Bakan ve Ufuk Bakan imzalı "*Gender and Racial Stereotypes of Video Game Characters in (MMO)RPGs*" adlı çalışmada, video oyunu karakterlerinin cinsiyet ve etnik stereotipleri ile ırk, cinsiyet, vücut tipleri, cinsel tasvir, kıyafetleri gibi değişkenler arasındaki ilişki analiz edilmektedir.

Ebru Ağaoğlu Ercan'ın “*Sanal Gerçeklik, Hakikat Kavramının Dönüşümü ve Popüler Kültürdeki Yansımaları*” adlı makalesinde popüler sinema ürünleri üzerinden insan ve toplumun, sanal evrene göçü irdelenmeye çalışılmış ve popüler sinema ürünlerinde hakikatin peşinde koşma refleksinin, giderek hakikatten kaçma eğilimine nasıl dönüştüğü tartışılmaktadır.

Sayının yedinci makalesi olan “*Reklamlarda Kadının Ableist Temsilinden Dijital Feminist Perspektifin Aktivizmine: Erktolia.org Örneği*” başlıklı çalışmada Burcu Kaya Erdem ve Elif Karakoç, kadına yönelik bakışın reklamlarda temsil bulmuş halinin erkek egemen bir özelliğe sahip olduğu düşüncesinden yola çıkmaktadır. Yazarlar, “erktolia.org” sitesinin, ableism bağlamında cinsiyetçiliği nasıl sorunsallaştırdığını; genel yapısı ve başarılı olduğu ilk eylem kampanyası üzerinden betimsel bir analizle değerlendirmektedir.

Özlem Uluç Küçükcan, “*Şiddetin ve Suçun Kamusallaşması: Reality Showlar ve Toplumsal Etkileri*” başlıklı makalesiyle şiddet eğilimine ilişkin ipuçları içeren ve suç teşkil eden davranışlar ile özellikle kurgu olmayan reality showları seyretmek arasındaki ilişkiyi analiz etmektedir.

Nuran Erol Işık tarafından kaleme alınan “*Evaluating Narrativization Practices in Turkish TV serials as a Venue of Popular Historiography*” adlı çalışmada Türk izleyicisi üzerinde sembolik bir güce sahip olduğu kabul edilen üç farklı televizyon dizisinde temsil edildiği şekliyle, öykülendirme ve ahlakilik arasında bir köprü kurulmaya çalışılmaktadır.

Emel Arık ve Hakkı Akgün'ün “*Türk Sinemasında Gazeteci Kimliğinin Temsili*” adlı makalesinde Türkiye'de yaşanan ekonomik, sosyal ve siyasal gelişmeler neticesinde medyanın doğası, gazetecilik pratikleri ve gazeteci kimliğinin geçirdiği değişimler sinemada temsil ediliş biçimi üzerinden söylem çözümlemesi yöntemiyle incelenmektedir.

Ömer Faruk Özgür ve Cengiz Anık tarafından hazırlanan “*2017 Anayasa Değişikliği Referandumunda AK Parti ve CHP'nin Propaganda Materyallerinin Söylem Çözümlemesi ile İncelenmesi*” başlıklı makalede, Stephen Toulmin'in argümantasyon modelinden hareketle Türkiye'de 2017 Anayasa Değişikliği Referandumu'nda evet ve hayır taraflarının önde gelen temsilcileri Ak Parti ve CHP'nin ikna amaçlı dokümanları söylem çözümlemesi yöntemi ile incelenmektedir.

Değerlendirme makalesi olarak yer verilen Sebnem Özdemir'in “*Bir Kamu Politikası Aracı Olarak Davranışsal İçgörü*” adlı çalışması davranışsal içgörü uygulamalarının klasik politika araçları ile karşılaştırıldığında ne oranda faydalı olduğu, hangi kurumlar ve devletler tarafından, hangi alanlarda, ne şekilde kullanıldığı, davranışsal içgörünün bir kamu politikası aracı olarak kullanılabilirliği ve konu çevresinde tartışılan etik yaklaşımlar irdelenmektedir.

Sayının son çalışması olan “*Başkalarının Aşkı: Hangi Kadın Filminde Mimetik Arzu*” adlı film analizinde Dilara Bostan, Rene Girard'ın mimetik arzu kavramı etrafında geliştirdiği arzu teorisi ve arzunun “mimesis”e dayanarak açıklamasını değerlendirerek tartışmaktadır.

Makalelerini gönderen araştırmacılara, yönetici-dil-alan editörleri ile hakemler başta olmak üzere bu sayıda emeği geçen herkese şükranla iyi okumalar diliyorum!