



© 2018 • 5(2) • sonbahar/*autumn*

<http://ilefdergisi.org>



© 2018 • 5(2) • sonbahar/autumn

ISSN: 2148-7219

Ankara Üniversitesi İLEF Dergisi hakemli bir dergidir. Yılda iki kez, bahar (Mayıs) ve güz (Kasım) döneminde yayımlanan derginin dili Türkçe ve İngilizce'dir. Dergide yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarına aittir. Yazılardan kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir.

ILEF Journal is a refereed print journal published in Turkish and English twice a year by the Faculty of Communication of Ankara University. All views expressed in this journal are those of authors and do not necessarily represent the views of, and should not be attributed to the Faculty of Communication of Ankara University.

Editör/Editor

Özgür Yaren

Editör Yardımcıları/Assistant Editors

Arzu Bayar
Cem Evrim Aslan
Mehmet Pelivan

Yayın Kurulu/Editorial Board

Cenk Saraçoğlu
Çağla Kubilay Kamiloğlu
Gökhan Atılğan
Gül Karagöz Kızılcı
Jale Özata Dirlikyapan
Özgür Yaren
S. Ruken Öztürk

Danışma Kurulu/Advisory Board

Aykut Çelebi (Ankara Üniversitesi)
Ayla Okay (İstanbul Üniversitesi)
Çiler Dursun (Ankara Üniversitesi)
Hasan Akbulut (İstanbul Üniversitesi)
Martin W. Bauer (London School of Economics)
Metin Kazancı (Ankara Üniversitesi)
Müjde Ker Dinger (Ege Üniversitesi)
Nezih Orhon (Anadolu Üniversitesi)
Nikica Gilic (University of Zagreb)
Nilay Başok Yurdakul (Ege Üniversitesi)
Nilgün Tatal Cheviron (Galatasaray Üniversitesi)
Sanna Inthorn (University of East Anglia)
Scott Schaffer (University of Western Ontario)
Sema Becerikli (Ankara Üniversitesi)
Özden Cankaya (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Yıldız Dilek Ertürk (İstanbul Üniversitesi)

Tasarım/Design

m. Sobacı

Sahibi-Sorumlu YİM/Owner and Executive Editor

Abdülrezak Altun

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi adına, Dekan
On behalf of the Faculty of Communication of Ankara University, Dean

Adres/Address

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Cebeci 06590 Ankara
editor@ilefdergisi.org
http://ilefdergisi.org

Taranan İndeksler/Indexed by

ULAKBİM TR Dizin, ESCI (Emerging Sources Citation Index)

Baskı/Printing

Pozitif Matbaa
Çamlıca Mah. Anadolu Bulvarı 145. Sokak 10/19 Yenimahalle · Ankara
Tel: (0312) 397 00 31

Baskı Tarihi/Publication Date

12 Aralık 2018

İçindekiler/Contents

Özgür Yaren	5 Editörden/ <i>From the Editor...</i>
	<i>Makaleler/Articles</i>
Özge Özdemir	7 Politik Mizahın ve Toplumsal Muhalefetin Alternatif Söylemsel Alanı Olarak Zaytung <i>Zaytung as an Alternative Discursive Area of Political Humour and Public Opposition</i>
Ergin Şafak Dikmen	29 Yüksek Öğretim Kurumlarının Video Paylaşım Stratejileri: Türkiye’deki Üniversitelerin YouTube Kanalları Üzerine Bir İnceleme <i>Video Sharing Strategies of Higher Education Institutions: A research on Universities YouTube Channels in Turkey</i>
Sevgi Can Yağcı Aksel	53 Macar Basınında Türkiye: “Küçük Asya”nın Büyük Direnişi (1920-1923) <i>Turkey in Hungarian Newspapers: The Great Resistance of “Asia Minor” (1920-1923)</i>
Tezcan Durna Nehir Durna	85 Aydın Otobiyografilerinde Modern Benlik İnşası: Belleğin İzinde Mücadele ve Hesap <i>Constructing the Self in Intellectuals’ Biographies: Struggle and Reckoning in Pursuit of Memory</i>
B. Pınar Özdemir	121 Branding a Millenia-old Turkish City: Case of Gaziantep <i>Bin Yıllık Bir Şehrin Markalaşması: Gaziantep Örneği</i>

141

Bu Sayıdaki Yazarlar

145

Yazı Teslim Kuralları ve Yayın Süreci

151

Paper Submission Rules and Publication Process

Editörden...

Özgür Yaren

Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Yayın hayatımızın beşinci yılını doldurduğumuz güz sayısında yeni medya ile ilgili çalışmaların ağırlıklı olduğu bir makale seçkisiyle karşınızdayız. Sayının ilk iki makalesi yeni medyadan yükselen seslerin ve baş etmesi güç bir enformasyon bombardımanının ortasında sıklıkla “ciddi” muadilleriyle karıştırılan bir parodi haber sitesini ve yüksek öğretim kurumlarının yeni medyada görünürlük rekabetini araştırma konusu olarak seçmiş. Bu iki çalışmanın ima ettiği farklılık ve çeşitlilik, İletişim Çalışmalarında hızla yükselen bir niş araştırma alanı olarak ortaya çıkan Yeni Medya kavramının yakında gereksiz bir vurgulama, geri kalan her şeyi yutacak bir boş gösterene dönüşeceğini haber veriyor.

Yazarımız Özge Özdemir, *Politik Mizahın ve Toplumsal Muhalefetin Alternatif Söylemsel Alanı Olarak Zaytung* başlıklı makalesinde gittikçe gerçek haberlerin absürtlüğünü vurgulamada bir referans olarak kullanılmaya başlanan Zaytung sitesinde üretilen parodi ve mizahı Mikhail Bakhtin’in diyaloji ve karnaval kavramlarıyla tanımlamaya çalışıyor. Yeni medya üzerine diğer makalede Şafak Dikmen, *Yüksek Öğretim Kurumlarının Video Paylaşım Strateji-*

<http://ilefdergisi.org>

leri çalışmasında Türkiye'deki üniversitelerin YouTube kanallarını inceliyor. Bu çalışmadan üniversitelerimizin genel kamuoyuna ulaşmanın elverişli bir yolu olan Youtube kanallarını bilimsel etkinliklerden çok görünür olma çabaları kapsamında faydalandığını öğreniyoruz. Dikmen'in çalışmasının İlef Dergisi'nde interaktif etkileşimli olarak tasarlanan ilk makale olduğunu da kayda geçirelim. Bu ilk denemeye birlikte makale metni içinde yer verilemeyecek meta verileri ve diğer ek dokümanları okurun kolay erişimine sunmuş oluyoruz.

Bu sayıda ayrıca iletişim tarihi alanından iki makaleye yer veriyoruz. Sevgi Can Yağcı Aksel, Macar gazetelerinde Kurtuluş Savaşının nasıl sunulduğunu niteliksel metin analizi yöntemiyle inceliyor. Yağcı Aksel'in çalışması *Macar Basınında Türkiye: "Küçük Asya"nın Büyük Direnişi (1920-1923)* Türkiye tarihinin kurucu nitelikteki bir kesitinin Orta Avrupa'da nasıl görüldüğünü ortaya koymasından çok ilginç veriler içeriyor. İlef Dergisi'nin kurulmasında büyük emeği olan ilk editörümüz Tezcan Durna ile Nehir Durna'nın *Aydın Otobiyografilerinde Modern Benlik İnşası* adlı ortak çalışması Türkiye'de aydın benliğinin nasıl kurgulandığı ve Türkiye'nin modernleşme serüveni ile nasıl ilişkilendiği sorularını gazeteci/aydın otobiyografileri üzerinden okumaya girişiyor. Bu sayıda bir de İngilizce makale yer alıyor. *Branding story of a Turkish City: Case of Gaziantep* başlıklı çalışmada Pınar Özdemir, Gaziantep'in 2003 ve 2006 yılları arasında hayata geçirdiği ve 2016 yılında tekrar canlandırılmaya çalıştığı markalama kampanyasını tartışıyor.