

## EDİTÖRDEN

İletişim alanında üretilen akademik bilginin taşıyıcı olarak 2011 yılından bu yana kesintisiz bir şekilde yayınlanan Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi'nin (e-gifder) 6. Cilt 2. sayısı ile tekrar karşınızdayız.

Derginin bu sayısında iletişim biliminin birer alt disiplini olarak halkla ilişkiler, radyo-tv, gazetecilik, reklamcılık ve son dönemin popüler alanından biri olarak yeni medya konusunda 33 makale yer almaktadır. Bu makalelerin inceleme sürecinde katkılarını sunan hakemler başta olmak üzere, derginin danışma ve yayın kuruluna, editör ve editör yardımcılara ve yayınlarıyla derginin içeriğini zenginleştiren yazarlara teşekkür ederiz.

Bu sayıda ilk sırada yer alan Emine Şardağı ve Mesude Canan Öztürk'ün "Halkla İlişkiler Eğitiminde Küreselleşmeye İlişkin Bir Değerlendirme: ABD ve İngiltere Örneği" başlıklı makalesinde; halka ilişkiler eğitimi veren üniversiteler seçilmiş ve küreselleşme ile ilgili derslerin içeriği belirlenen başlıklar altında içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. "Algılanan Kıtlığın Psikolojik Etkilerinin Satın Alma Davranışı Üzerindeki Rolü" makalesinde Polat Can ve Gözde Şen, işletme tarafından oluşturulan ve ürünün kıt olduğu yönündeki algılamanın, tüketicide yarattığı psikolojik etkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Huriye Toker ve Merba Tat, Türk yazılı basınında kurumsal sosyal sorumluluğun temsilini Hürriyet gazetesi üzerine gerçekleştirdiği içerik analiziyle incelemiştir. Ümit Arklan ve Nurullah Zafer Kartal, "Y Kuşağının İçerik Tüketicisi Olarak Youtube Kullanımı: Kullanım Amaçları, Kullanım Düzeyleri ve Takip Edilen İçerikler Üzerine Bir Araştırma" makalesinde Süleyman Demirel Üniversitesi'nden seçilen 600 denek üzerinde gerçekleştirilen alan araştırmasının bulgularına yer vermektedir. Murat Koçyiğit, Murat Erdoğan, Mustafa Uyar ve Muhsin Çınar, üniversite öğrencilerinin rekreatif etkinliklerle sosyalleşme düzeylerinin iletişim becerileri ve duygusal zekaları üzerine etkisine makalelerinde yer vermiştir. Sibel Onursoy, üniversite öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeylerini Anadolu Üniversitesi öğrencilerine yönelik gerçekleştirdiği

bir araştırma ile ortaya koymuştur. Adem Doğan ve Göksel Göker, “Siyasal Bilgi ve Siyasal Davranış Bağlamında 2014 Elazığ Yerel Seçimleri Üzerine Bir Araştırma” başlıklı makalelerinde, 1150 kişilik örneklem grubu üzerinden seçmenin siyasal adaylara ve kampanya sürecine ilişkin siyasal bilgi düzeyi ve bu düzeyi etkileyen sosyo-demografik değişkenlerin belirlenmesini amaçlamıştır. Şakir Güler ise makalesinde, halkla ilişkiler öğrencilerinin mesleki kaygılarının ölçülmesine yönelik bir ölçek geliştirme çalışması yapmıştır.

“Kamuların Durumsal Kuramı Bağlamında Stratejik Halkla İlişkilerde Kamu Segmentleri: Türkiye’deki Aktif, Uyanmış ve Gizli Kamuların Profili” başlıklı makalelerinde Zuhâl Gök Demir ve Çiğdem Karakaya Şatır, İstanbul, Ankara ve İzmir illerinde kamuların durumsal kuramının değişkenleri ve demografik sorulardan oluşan 443 anket formu ile ampirik bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Mehmet Erhan Summak, işletmelerin gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin tüketici davranışlarına olan etkisini belirlemek amacıyla yönelik öğrenciler üzerine gerçekleştirdiği çalışmada, sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik genel tutumlarının tüketim davranışı üzerine etkisinin olduğunu ortaya koymuştur. Funda Yalım, finansal halkla ilişkiler aracı olarak yıllık faaliyet raporları üzerine Borsa İstanbul’da işlem gören ulaştırma sektör şirketlerini incelemiştir. Kerem Orhun Bartan ve Harun Boztepe Taşkiran, kurumsal değişim yönetimi sürecinde kurum içi iletişimin rolünü yapılandırılmış görüşme tekniği ile gerçekleştirdikleri çalışmada ele almıştır. Neva Doğan ve Ayşe Sarıtaş, “Marka ve Sosyal Sorumluluk: Kişisel Bakım Markaları Örneği” başlıklı makalelerinde, Fortune Dergisi’nin 2017 “Yılın En Büyük 500 Şirketi” sıralamasına giren kişisel bakım markalarını sosyal sorumluluk kampanyaları bağlamında incelemiştir. Mustafa Karaca, Mussolini’nin İtalyan propagandasında kültür lideri olarak nasıl inşa edildiğini göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak ele almıştır.

Ayla Topuz Savaş ve Gülcan Şener, reklamda yaratıcılık üzerinden Kristal Elma Yarışmasında ödül alan reklamları analiz etmiştir. Ceren Yegen ve Bayram Oğuz Aydın, kamuoyu ve seçimler ekseninde 24 Haziran 2018 seçimlerini üzerine bir ağ analizi gerçekleştirmiştir. Ezel Türk, Türkiye’deki havayolu şirketlerinin Facebook’u kurumsal amaçlı kullanımlarını ele almıştır. “Dijital Pazarlama Ekseninde Influencer

Marketing Uygulamaları” makalesinde Yener Lütfü Mert, Türkiye’de influencer marketing uygulamalarının gelişimi, uygulama şekilleri, ekonomik ve mali boyutu ile sistemin geleceğini irdelemiştir. Cavit Yavuz ve Yasin Duvan, Doğu Karadeniz Bölgesi’nde yer alan devlet üniversitelerinin sosyal medya hesaplarını inceleyerek, kurumsal iletişimde sosyal medya kullanım alışkanlığını tespit etmeyi amaçlayan bir araştırma gerçekleştirmiştir. Adnan Duygun, sosyal medya bağımlılığının tüketici satın alma karar sürecine etkisini İstanbul’da 474 sosyal medya kullanıcı üzerinden yapmış olduğu araştırmayla ele incelemiştir. Zeynep Benan Dondurucu, İnci Sözlük üzerinden yeni medyada cinsel kimlik temelli nefret söylemini nitel ve nicel içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. Seyran Efiltili Atay da 2007-2017 döneminde Türkiye’de medya ve kadın alanında yapılan lisansüstü tezleri ve bu tezlerin temalarını analiz etmiştir. Yavuz Demir, spor basını okurunun okuma motivasyonları ve tatminlerini kullanımlar ve tatminler kuramı üzerinden incelemiştir. Gonca Uncu ve Gülsüm Çalışır, 80’li yılların Gümüşhane’inde çocuk olmayı, çocuklukları bu şehirde geçmiş gurbetçilerle yapmış oldukları görüşmelerle çocukluk, oyun ve kent ekseninde ele almıştır.

Esra Dudu Karaman ve Neva Doğan, kadının ‘annelik’ kimliği üzerinden tahakküm altına alınmasını 19 katılımcıyla yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme üzerinden tartışmaktadır. Ali Murat Kırık ve Sevda Köyüstü, Z kuşağı konusunda yapılmış tezleri içerik analizi yöntemiyle incelemiştir. Mehmet Sena Köseadağ ve Kazım Özkan Ertürk, Zeytin Dalı hareketine ilişkin Star, Sözcü ve Habertürk gazetelerinde yer alan haberleri içerik ve söylem analizi ile incelemiştir. Hasan Çiftçi, lise ve yüksek okul öğrencilerinden seçmiş olduğu örneklem üzerinden öğrencilerin siber mağduriyet düzeylerinin karşılaştırmasını yapmıştır.

Caner Çakı, Nazi Almanyası döneminde bastırılan pulların propaganda amaçlı kullanımını gösterebilimsel analiz yöntemiyle araştırmıştır. Beyler Yetkiner, doktora tezinden üretmiş olduğu çalışmasında Türkiye’de film festivallerinin dönüşen yapısını tartışmaktadır. Remzi San ve Çiğdem Taş Alicenap, Mad Max sinema filmi ve Fallout oyun serilerini göstergelerarası bağlamda incelemiştir. Serhat Yetimova, Positif dergisi ekseninde Fransa’da sinema dergiciliğinin tarihsel gelişimini aktarmıştır. Son

olarak Nursel Bolat, Eşkuya Dünyaya Hükümdar Olmaz dizisi üzerinden erkek egemen dünyada kadının medyada temsiliyetini incelemiştir.

Bu sayıda yer alan 33 makalenin iletişim biliminin gelişimine katkı sunması ve bundan

sonra yapılacak çalışmalara yol göstermesi dileğiyle....

**Editör**

**Ali Özcan**