

Editörden

Merhaba değerli okuyucular.

2021 yılına veda ettiğimiz bugünlerde; Türkiye'nin saygın akademik dergilerinden biri olan **Akdeniz İletişim Dergisi**'nin **36.** sayısını yayınlamanın mutluluğunu yaşıyoruz. Yayıncılıkta on sekiz yılı geride bırakan dergimiz; ilkelerinden taviz vermeden bilime katkı sunma çabasına devam ediyor. Bu sayımızda yalnızca özgün araştırma ve derleme makalelere yer vermemize ve makale kabulü sadece iki günle sınırlı kalmasına rağmen dergimize **42 makale** gönderildi. Gösterilen bu büyük ilgiye ekibim adına teşekkür etmeyi bir borç bilirim. Tarandığımız dizinlerin kuralları ile yayın ilkelerimize uygun olan ve hakemlik sürecini başarıyla tamamlayan **25** makaleyi, mizanpaj sürecine geçiş sıralamasıyla bilim dünyasının dikkatine sunuyoruz

Yayına kabul edilmiş çalışmaların multidisipliner ve yenilikçi niteliğe sahip olmalarına öncelikle dikkat ediyoruz. Bu yaklaşımın bir sonucu olarak iletişim çalışmalarının hem farklı alanlarından hem de tek bir alanla sınırlı kalmayıp bütünleşik bir perspektifle ele alınmış makaleleri ön değerlendirme sürecinde kabul ettik. Hakem değerlendirme sürecini başarıyla tamamlayıp yayınlanan bu makalelerin ulusal ve uluslararası literatüre önemli katkılar sağlayacağını düşünüyoruz. Makalelerin odaklandığı alanlara göre dağılımı ise şöyle; **Dijital Medya** alanında **8**, **Halkla İlişkiler ve Reklamcılık** alanında **7**, **İletişim Kuramları** alanında **3**, **Televizyon** alanında **3**, **Sinema** alanında **2** ve **Gazetecilik** alanında ise **1** makale yer alıyor.

Yayınladığımız makalelerin içeriği ve yazarları hakkında kısaca bilgi vermek isterim. "**Bir Halkla İlişkiler Uygulaması Olarak Sponsorluğun Sözleşmesi ve Hukuki Dayanakları**" başlıklı ilk makale, Prof. Dr. Kadir CANÖZ, Ar. Gör. Kahraman Kağan KAYA ve Dr. Ümmü Özlem ÇERÇİ'nin imzasını taşıyor. Yazarlar, sponsorlukla ilişkili kanun, tebliğ ve yönetmelikleri doküman analizi yöntemiyle inceleyerek halkla ilişkiler uygulayıcılarına önerilerde bulunuyor.

"**Cyberpunk Evreninde Mekân Tasarımı Bağlamında 'Sessiz Kahraman' Filmi**" başlıklı ikinci makalede Dr. Öğr. Üyesi Ozan OTAN, bilim kurgu filmlerinin bir alt türü olan cyberpunk alt türünde mekân kullanımını Sessiz Kahraman filmi örneğinde inceliyor.

Prof. Dr. Şükrü BALCI ve Ar. Gör. Elif KAYA'nın 315 Üniversite öğrencisi ile gerçekleştirdikleri nicel çalışmanın bulgularını içeren "**Sosyal Medyada Algılanan Sosyal Desteğin, Yaşam Doyumu Üzerindeki Etkinliği: Üniversite Gençliği Araştırması**" başlıklı üçüncü makalede sosyal medyada algılanan sosyal desteğin yaşam doyumu üzerindeki etkinliği inceleniyor.

Doç. Dr. Sibel KARADUMAN ve Doktora öğrencisi Pelin ODUNCU, "**Türkiye'deki Senaristlerin Bakış Açısıyla Değişen Dizi Sektörü Üzerine Bir Araştırma**" başlıklı makalelerinde, yayıncılıkta dijital dönüşümün dizi sektörüne olan etkisini TV dizisi senaristleriyle derinlemesine görüşme ve betimsel içerik analizi yöntemiyle inceliyor.

Öğr. Gör. Dr. Yusuf Zafer Can UĞURHAN'ın sponsorlu içeriklerin ağızdan ağıza iletişime etkisini Instagram örneğinde incelediği çalışması **“Sponsorlu İçeriklerin Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim Davranışı Üzerindeki Rolü: Instagram Özelinde Nitel Bir Araştırma”** başlığıyla beşinci makale olarak yer alıyor.

Sayımızdaki altıncı makale ise Doç. Dr. Murat TOKSARI ve Yüksek Lisans Öğrencisi Mert SUSUR'a ait. **“Türk Televizyon Dizilerinde Marka Yerleştirme: Sadakatsiz Dizisi Örneği”** başlıklı makalede yazarlar, Türk televizyon dizilerinde marka yerleştirme olgusunu Sadakatsiz dizisi örneğinde inceliyor.

“Video Akış Platformları, Şiddet Ve Covid-19 Döneminde Sosyo-Kültürel Yozlaşma: Saygı Dizisi Örneği” başlıklı yedinci makalede Doç. Dr. Yağmur KÜÇÜKBEZİRCİ ve Doç. Dr. Bahar URHAN video akış platformlarında yayınlanan Saygı dizisi örneğinde, şiddet ve sosyo-kültürel kodlarını yapısökümcü perspektiften inceliyor.

Twitter'ın yeni bir benlik sunumu olarak incelendiği sekizinci makale ise Ar.Gör. Can Bora GELBERİ'nin **“Yeni Bir Benlik Sunumu Aracı Olarak Twitter: Gazetecilerin Twitter Profil Bilgileri Üzerine Bir İnceleme”** başlıklı makalesi. Yazar çalışmasında 301 gazetecinin profilini içerik analizi yöntemiyle inceliyor.

“Türkiye’de Endüstri 4.0 Döneminde Reklamcılığın Yol Haritasına Yönelik Bir Çalışma” adlı dokuzuncu makalede Ar.Gör. Betül ÇEPNİ ŞENER ve Ar. Gör. Dr. Engin COŞKUN, Türkiye’de Endüstri 4.0 döneminde reklamcılığın yol haritasına yönelik tespitlerde bulunuyor.

Onuncu makalede Dr. Öğretim Üyesi Çağlar GENÇ kaleme aldığı **“COVID-19 Pandemisinde Bilgi Edinme Kaynakları, Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Aşıya Yönelik Tutumlar”** başlıklı makalede Covid-19 pandemisi sürecinde bireylerin haber alma kaynaklarını, 600 kişi ile gerçekleştirdiği anket çalışması ile analiz ediyor.

“İletişim Çalışmalarında İnsan-Makine İletişimi: Paradigma Değişikliği ve Temel Yaklaşımlar” başlığını taşıyan on birinci makale ise insan-makine iletişiminin temel iletişim paradigmasını nasıl bir dönüşüme uğrattığını inceleyen Doç. Dr. Bilge ŞENYÜZ'e ait.

“Çocukların Covid-19 Algılarının Resme Yansımaları” başlıklı makalede Doç. Dr. Rengim SİNE NAZLI ve Doç. Dr. Arzu KALAFAT ÇAT' 112 çocuğun yaptığı Covid-19 ile ilgili resimlerin tematik analiz yöntemiyle inceleyerek çocuklardaki pandemi algısını sorguluyor.

“Dünya Liderlerinin Yürüttüğü Twiplomasi Faaliyetlerine Yönelik Bir Analiz” başlıklı on üçüncü makalede doktora öğrencisi Sema ÇAĞLAYAN ve Doç. Dr. Aybike PELENK ÖZEL, Twitter'da en etkili olan ilk 10 dünya liderinin Twitter'ı hangi diplomatik amaçlarla kullandığını içerik analizi yöntemiyle inceliyor.

Prof. Dr. Emet GÜREL ve İletişim Uzmanı Eda ARSLAN'ın kişisel marka ve kişisel markalaşma

kavramlarını Google Doodle -GDoodle- örneğinde analiz ettikleri makale ise **“Kişisel Marka ve Kişisel Markalaşma: Google Doodle Üzerine Bir Analiz”** başlığıyla okurlarımıza sunuluyor.

“Covid-19 Pandemisi ile Dönüşen İzleyici Deneyimi: Netflix Ekseninde Dijital Platformlara Bakış” başlıklı on beşinci makalede Ar. Gör. Neslihan ERDEM ve Doç. Dr. Behiç Alp AYTEKİN, Netflix örneğinde, dijital içerik platformlarının ve izleyicisinin pandemi döneminde nasıl bir dijital deneyim değişimi geçirdiğini araştırıyor.

Halkla ilişkiler eğitiminde dijitalleşmenin zorunlu kıldığı değişikliklerin, halkla ilişkiler bilim dalında görev yapan öğretim üyelerinin görüşleri bağlamında vurgulandığı **“Covid-19 Pandemi Sürecinde Halkla İlişkiler Eğitiminde Dijitalleşme”** başlıklı makale ise Doç. Dr. Murat KOÇYİĞİT ve Ar. Gör. Büşra KÜÇÜKCİVİL tarafından kaleme alındı.

“Exploring Women Manager’s Gender Role Experiences In Advertising Agencies” başlıklı makalede yazar Doç. Dr. Ayşe BİNAY KURULTAY, kadın yöneticilerin reklam ajanslarındaki toplumsal cinsiyet rollerini nasıl deneyimlediklerini yorumlayıcı fenomenolojik analiz yöntemiyle inceliyor.

Ar. Gör. Simge UĞURLUER, Doktora Öğrencisi Tuğçe TÜZKAN ve Prof. Dr. Işıl KARPATAKTUĞLU ise **“Covid-19 ve Sosyal Medyada Kriz Yönetimi: T.C. Cumhurbaşkanlığı Ve Bakanlıklarının Twitter Kullanımları Üzerine Bir İnceleme”** başlıklı çalışmada Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, Cumhurbaşkanı, Cumhurbaşkanlığı kabinesi üyeleri ve bağlı buldukları bakanlıkların pandemi sürecinde izledikleri sosyal medya stratejisini inceliyor.

Sayının on dokuzuncu makalesi olan **“Uzayda Piknik Romanı ve Stalker Filminin Uyarlaması Olarak S.T.A.L.K.E.R Oyununun İncelenmesi”** adlı çalışmada Ar. Gör. Dr. Yavuz DEMİRBAŞ, S.T.A.L.K.E.R. oyununu Stalker filmi ve Uzayda Piknik romanının uyarlaması bağlamında analiz ediyor.

“Yerel İçeriğin Küresel Dolaşımı Bağlamında Netflix: “Hakan: Muhafız” İzleyici Yorumlarının Analizi” başlıklı makalede Dr. Gülşah BAŞLAR, Netflix dijital içerik platformunu Yerel İçeriğin Küresel Dolaşımı Bağlamında ve Hakan Muhafız dizisi örneğinde inceliyor.

Dr. Öğretim Üyesi İnci TARI **“Türk Gazetelerinde Reklam İçeriği Üzerine Bir İnceleme Hürriyet, Sabah Ve Sözcü Gazeteleri Örnekleri”** adlı makalede gazetelerin reklam içeriklerini Hürriyet, Sabah ve Sözcü gazeteleri örneğinde içerik analizi yöntemiyle inceliyor.

“Yeni Dünya Sisteminde Sosyal Medya Pazarlaması: Instagram’dan Organik Ürün Tercihini” başlıklı makalede Dr. Öğretim Üyesi Sinem EYİCE BAŞEV katılımcı görüşlerinden yola çıkarak Instagramın organik ürün tercihindeki etkisini inceliyor.

“Türk Televizyon Reklamlarında Kadın Bedeni Temsilleri: Bir İçerik Analizi” başlıklı çalışmada Dr. Öğretim Üyesi Fatma YASA, 2.908 spot televizyon reklamında yer alan 1.828 kadın karakteri içerik analiziyle inceliyor.

Prof. Dr. Özlem ALİKILIÇ, Ebru GÖKALİLER ve Dr. Öğretim Üyesi İnanç ALİKILIÇ, kaleme aldıkları **“Nefret Söylemi Üzerinden Ötekileştirme: Twitter’da Mültecilere Yönelik Nefret Tipolojisi Analizi”** başlıklı makalede mülteciler hakkında atılmış 4.217 tweeti ayrımcı söylem stratejileri temelinde sınıflandırarak Twitter’da üretilen nefret tipolojisini analiz ediyor.

Sayımızdaki son makale ise Doç. Dr. Murad Karaduman ve Doktora Öğrencisi Elif Pınar ACIYAN’a ait. **“İntihar Haberlerinde Etik Sorunlar: Siyanürle İntihar Haberlerine İlişkin Bir Araştırma”** başlığıyla kaleme aldıkları makalede siyanüre bağlı intihar vakalarının sunumunu Hürriyet, Türkiye ve Sözcü gazeteleri örneğinde eleştirel söylem analizi yöntemiyle inceliyor.

Gelecekteki bilimsel çalışmalara ilham verecek olan bu eser, özveriyle çalışan bir ekibin imzasını taşıyor. Öncelikle, pandemi dönemiyle artan iş yüküne rağmen bilimsel yayıncılığa katkı sağlamanın hazzını, her türlü maddi teşvikten üstün gören değerli hakemlerimize teşekkür etmek istiyorum. Fakültemizin Dekanı ve Dergimizin İmtiyaz Sahibi **Prof. Dr. Figen EBREN** başta olmak üzere Dergimizin Yayın ve Danışman Kurulu’nun kıymetli üyelerine ve Fakültemizin değerli yöneticilerine ekibim adına teşekkür ederim. Sürecin her aşamasına katkı veren ekip arkadaşlarım **Ar. Gör. Mustafa AKBAYIR** (alan editörü, web tasarımı), **Ar. Gör. Ayşe HİMMETOĞLU** (alan editörü ve dil editörü), **Ar. Gör. Aydın YEŞİLYURT** (alan editörü, sekreteryası, podcast tasarımı) **Serkan KIRBACI** (mizanpaj editörü ve grafik tasarımı) ve teknik editör **Elektrik Elektronik Mühendisi Suat KARADIR**’a teşekkür ederim.

2003 yılından bu yana editöründen sekreterine, dergimizin bugünlere gelmesinde emeği geçen herkese teşekkürü bir borç bilir; dergimizde makalesi yayınlanan yazarları tebrik eder, dergimize makale gönderen tüm yazarlara ilgilerinden ötürü teşekkür eder ve akademik yayıncılığa destek için zamanını, bilgisini ve emeğini bizlerle paylaşan değerli hakemlere şükranlarımı sunarım.

2022 yılının sağlık, huzur ve başarıyla geçmesi dileğiyle.

Doç. Dr. Mustafa Sami MENCET

Editör