

### ***Dergimizin 39. Sayısı Hakkında,***

*İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi'nin 39 sayısını, iletişim alanında akademik veya sektörel bazda çalışmalar yürüten kimselerle, öğrencilerin ve bu alana ilgi duyanların faydasına sunmanın sevincini yaşıyoruz. İletişim bilimleri ve uygulamalı iletişim alanında, gazetecilik, radyo, televizyon, sinema, halkla ilişkiler ve reklam konularında bilimsel yayınların yer aldığı dergimizdeki yazılar, seçkin hakem kurulumuz ve yazarlarımızın titiz çalışmaları sonrasında sizlerin beğenisine sunulmaktadır. Dergimizin elinizdeki 39. sayısında dokuz çalışma yer almaktadır.*

*Makalelerin, yazar soyadları dikkate alınarak, alfabetik düzenle yerleştirildiği dergimizin ilk yazısı Eylem Arslan'a aittir. Yazar "Sinema Reklamcılığı: Sinema Salonunun Bir Reklam Mecrası Olarak Kullanımının Türkiye Örneğinde İncelenmesi" adlı çalışmasında, Türkiye'de sinema reklamcılığı süreci, karşılaşılan sorunlar ve uygulama teknikleri konusunda ulaştığı çarpıcı sonuçları bizlerle paylaşmaktadır. Müjgan Bozkaya ve İrem Erdem Aydın ise, "Kültürlerarası İletişim Kaygısı: Anadolu Üniversitesi Erasmus Öğrencileri Değişim Programı Örneği" başlıklı ortak araştırma çalışmasında bireylerin farklı bir kültür içinde yaşarken diğer bireylerle kurdukları iletişim sürecini McCrosky'nin "Kültürlerarası İletişim Kaygısı" ölçeğine verilen yanıtlar bağlamında betimlemektedir.*

*Fatma Göksu ise, "Spor Ürünlerine Yönelik Marka Sadakati Üzerine Bir Araştırma" adlı makalesinde İstanbul Üniversitesi Beden Eğitimi Bölümü öğrencilerine uyguladığı anket sonuçlarını detaylı bir biçimde değerlendirerek tartışmaktadır. "Medya Okuryazarlığı ve Okul Öncesi Çocuk: Ebeveynlerin Medya Okuryazarlığı Bilinci Üzerine Bir Araştırma" isimli çalışmasında Özlem Gündüz Kalan, derinlemesine görüşme yöntemi kullanarak ulaştığı ebeveynlerin medya okuryazarlığı bilinç düzeylerini saptamaya çalışmıştır.*

*"Cumhuriyet Gazetesi'nin Kuruluşundan Günümüze Kısa Tarihi" başlıklı çalışmasında Ayşe Elif Emre Kaya, Cumhuriyet Gazetesi'nin siyasi tarihimize katkısını, toplumsal değişim süreçlerinden nasıl etkilendiğini ve geçirdiği değişimleri betimleyici bir üslupla ortaya koyarak yazmaktadır. Çalışmada; gazetenin yayın politikasında yıllar içersinde bazı siyasi tutarsızlıklar olmasına karşın, kuruluş misyonu olan Atatürk ilke ve devrimleri konusundaki hassasiyetini günümüze kadar koruduğu sonucuna varılmaktadır. Aynı yazar "Demokrat Parti Döneminde Basın - İktidar İlişkileri" adlı araştırmasında ise, 1950 yılında iktidara gelen Demokrat Parti (DP) ile dönemin basını arasında yaşanan ilişkileri incelemektedir.*

*"Bir Temellendirilmiş Kuram Denemesi: Politik Amaçla Marka Seçen Tüketici Yönetimi" adlı makalesinde yazar Deniz Özalpman Türkiye'de anti-tüketim olgusunun yeni oluşan bir türü olan, politik amaçla marka seçen tüketicilere karşı geliştirilen pazarlama politikalarını ve stratejik düşünceleri incelemektedir. Araştırmacının ulaştığı önemli bir sonuç şirketlerin isim silme olarak adlandırılan pazarlama stratejisi ile, politik amaçla marka seçen tüketicileri*

*başarıyla yönettiği şeklindedir. Aynı yazar, "Fransa'da Televizyon İzleyici Ölçümü Üzerine Bir Değerlendirme" isimli çalışmasında, Fransa örneği üzerinden izleyici kavramının uğradığı radikal değişimi ve ölçüm şirketlerinde kullanılan son teknolojik yenilikleri anlatmaktadır.*

*Bu sayının son çalışmasında Ebru Belgin Yetişkin "Control of the Crisis of Codes In Communicative Institutional Spaces" isimli İngilizce çalışmasıdır. Yazar makalesinin amacını kodların bilgiyi, formları ve tanınmayı nasıl yakaladıkları, düzenledikleri, bozdukları ve dönüştürdüklerini ve böylelikle aynı şeylerin tekrar edilmelerine rağmen nasıl farklı bir şekilde kodlanabildiklerini incelemek olarak belirlemiştir. Çalışmada iletişimsel kurumsal alanlardaki kodların kriz denetimi, Tino Sehgal'in The Modern Art Museum of New York, Guggenheim Museum New York ve Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris'teki sanat işlerine odaklanılarak tartışılmaktadır.*

*39 . sayımızın da diğer sayılarımız gibi iletişim bilimleri alanına katkı sağlayacağı inancıyla yeni sayılarımız için değerli çalışmalarınızı bekliyoruz.*

*Prof. Dr. Suat GEZGİN*