

Editörden...

Öncelikle dergimize göstermiş olunan yoğun ilgiden dolayı iletişim alanındaki değerli akademisyenlere teşekkürü borç biliriz. Gelen yoğun başvurunun ardından titizlikle yapılan gerek editöryal ön değerlendirme gerekse hakem değerlendirmelerinin ardından alana katkı sağlar nitelikte 18 çalışma Akdeniz İletişim Dergimizin 29. sayısında yayımlanmak üzere kabul edilmiştir.

“Korkuyorum Anne ve Vavien Filmlerinde Aile Mitinin Görünümleri” çalışmasında Ahmet Oktan, toplumsal yapının temel belirleyicisi olan aile imgesinin sinemasal alandaki temsilini toplumbilimsel analiz yöntemiyle incelemektedir.

“Beyaz Türkler: Medyanın Ürettiği ve Dönüştürdüğü Bir Kavram” adlı çalışmasında Alaaddin F. Paksoy, günümüzde çok tartışılan kavramsallaştırmalardan biri olan Beyaz Türkler’in basında nasıl temsil edildiğini incelemiş ve söz konusu kavramın başlangıçtaki kültürel ve ekonomik bağlamdan giderek uzaklaşarak nasıl siyasallaştığını ortaya koymuştur.

“Yorgos Lanthimos Filmlerinde Distopyan Temsiller” başlıklı makalesinde Ali Emre Bilis, toplumsal düzene ilişkin olumsuzlamaları içeren distopya kavramının sinemadaki temsilini kendine özgü anlatı yapısıyla dikkat çeken bir yönetmen olan Lanthimos’un filmleri üzerinden incelemektedir.

“Birinci Dünya Savaşı’ndaki Alman Propaganda Kartpostallarında Kullanılan Karikatürlerde Türklerin Sunumunun Göstergibilimsel Açıdan İncelenmesi” adlı çalışmasında Caner Çakı, propaganda faaliyetlerinin en yoğun bir şekilde uygulandığı Birinci Dünya Savaşı’nda Almanların kullandıkları kartpostallarındaki karikatürlerde Türkleri hangi metonimlerle ve metaforik anlatımlarla sunulduğunu ortaya koymaktadır.

“Filmlerin Tanıtımında Halkla İlişkiler Aracı Olarak Instagram Kullanımı: Ayla Filmi Örneği” çalışmasında Damla Akar, sinema filmlerinin tanıtılmasında Instagram’ın bir halkla ilişkiler aracı olarak nasıl kullanıldığını 90. Oscar Ödüllerinde Türkiye’nin Yabancı Dilde En İyi Film Adayı olan ‘Ayla’ filmi üzerinden analiz etmektedir.

“Ümit Ünal ve ‘Oda’ Filmleri: 9, Ara, Nar” adlı çalışmasında Dilar Diken Yücel, sinema literatüründe filmin yaratıcısı olan yönetmen anlamında kullanılan auteur yönetmen tanımlamasının Ümit Ünal için de yapılabileceğini sorusunun yanıtını hem yönetmen hem de senarist olan Ümit Ünal sineması üzerinden aramaktadır.

“Sosyal Medya ve Modanın Dijitalleşmesi Arasındaki İlişkiyi Tanımlamaya Yönelik Bir Durum Çalışması: Y Kuşağı Örneği” başlıklı makalesinde Ebru Özmen, Y Kuşağını oluşturan genç kesimin, sosyal medyada yeni bir trend olan modanın dijitalleşmesi konusuna nasıl yaklaştıklarını incelemektedir.

“Milyoner (Slumdog Millionaire) Filminin Sosyal Bilişsel Kuram Çerçevesinde Çözümlemesi” çalışmasında Esra Bütün, insanların kendi yaşamlarının doğası üzerinde etkide bulunma kapasitelerine sahip olduklarını temel alan Bandura’nın Sosyal Bilişsel Kuramı’ndan yola çıkarak Milyoner filminin içeriğinin anlatı çözümlemesiyle sinema ve psikoloji disiplinleri arasında bir bağ kurmayı hedeflemektedir.

“İşveren Marka Kimliğinin İşe Alım İlanlarına Yansımaları: Yaratıcı Çalışmalar Üzerine Bir İnceleme” adlı çalışmada Gonca Köse ve Sinem Yeygel Çakır, geleneksel işe alım ilanlarının önemini yitirdiği günümüzde, köklü değişimlerin yaşandığı güncel işe alım ilanlarındaki yeni yönelimleri işveren marka kimliği bağlamında irdelemektedirler.

“İşletmelerin Facebook Sayfalarında Kullandıkları Kurumsal İletişim Stratejileri ve Tüketicilerin Bu Sayfaları Takip Etme Güdülleri” başlıklı çalışmalarında Gülçin İpek Emeksiz ve Ali Şimşek, kurum kültürlerini hedef kitleye doğrudan anlatmayı amaçlayan işletmeler açısından Facebook’ta işletme sayfaları açmanın önemine dikkat çekmekte ve bu doğrultuda işletmelerin hedef kitleyle etkileşimlerini daha da arttırmak için Facebook’ta kullandıkları kurumsal iletişim stratejilerinin neler olduğunu incelemekte ve tüketicilerin işletmeleri Facebook’ta takip etme nedenlerini irdelemektedirler.

“Google Tekelinde Haberciliğin Dönüşümü” başlıklı çalışmalarında Mehmet Güzel ve Kürşat Özmen, Google’ın internet haber medyasında yarattığı dönüşümü merkeze almakta ve üretim, dağıtım ve gelir elde etme ekseninde dijital dünyada haberciliğin nasıl etkilendiği sorusunu profesyonellerin görüş ve deneyimleri üzerinden yanıtlamaya çalışmaktadırlar.

“16 Nisan 2017 Anayasa Değişikliği Referandumunda Recep Tayyip Erdoğan’ın Sosyal Medyadaki Görsel İmajı Üzerine Bir Analiz” adlı çalışmalarında Mikail Batu ve Onur Boz, günümüzde siyasal iletişim çalışmalarının başarısında sosyal medya kullanımının öneminden yola çıkarak 2017 yılındaki Anayasa Değişikliği Referandumunda Türkiye Cumhuriyeti 12. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın görsel imajının Facebook ve Instagram’da nasıl yansıtıldığını gösterebilimsel yöntemle analiz etmişlerdir.

“Sinema Seyirci İlişisini Etki Çerçevesinde Düşünmek: Bir İzleyici Araştırmasının Sonuçları” çalışmasında Neslihan Göker, iletişim alanındaki ana akım çalışmalarında önemli bir yere sahip etki sorunsalından yola çıkarak Türkiye’de sinema seyircisinin sinema filmlerinden etkilenme düzeyini ve bu etkinin boyutlarını incelemektedir.

“Sosyal Medya Kaynaklı Krizlerin ‘İmaj Restorasyon Teorisi’ Açısından Örnek Olaylar Üzerinden İncelenmesi” çalışmasında Özlem Duğan, dünyada ve Türkiye’de sosyal medyada paylaşılan içerikler nedeniyle oluşmuş 19 krizi incelemiş ve bu krizler karşısında ilgili kurumların nasıl bir eylem stratejisi izlediklerini analiz etmiştir.

“Facebook Sitesinde Kullanılan Profil Resimleri Aracılığıyla Sanal Dünyada Kadın Kimliğinin Temsili” çalışmasında Pınar Özgökbel Bilis, sosyal medyadaki kimliklerin kimi zaman geleneksel kodlarla kurgulandığı kimi zaman da idealize edilmiş bir biçimde arzu edilen kimlikler olarak yeniden inşa edildiği savından yola çıkmakta ve bu doğrultuda Facebook ortamında kadınların kullandıkları profil resimlerinden hareketle kadına dair nasıl bir kimlik temsili yaratıldığını incelemektedir.

“Türkiye’de Bölge Radyoculuğu Deneyimi: TRT Çukurova Radyosu Örneği” adlı çalışmalarında Recep Ünal ve Mert Şahin, bölge radyoculuğuna örnek olarak TRT Çukurova Radyosu’nun kuruluşunu ve gelişimini literatür taraması ve derinlemesine görüşmelerle toplumsal ve siyasal bağlamda incelemektedirler.

“Türkiye’de Aldatıcı Reklamların Denetlenmesi” çalışmasında Seçil Toros, reklamların denetlenmesi ile ilgili hukuki düzenlemelerin tüketicilerin korunması kapsamında yetersizliğine dikkat çekmekte ve tüketicinin davranış değişimini esas almayan içerik odaklı yeni bir yaklaşım önermektedir.

“An Investigation of Attitudes of Students towards Privacy on Facebook (Öğrencilerin Facebooktaki Kişisel Gizlilik Tutumlarının İncelenmesi)” çalışmasında Uğur Bakan, Facebook ve mahremiyet arasındaki ilişkiyi 568 lise öğrencisine gerçekleştirdiği çevirim içi anketin bulguları üzerinden sorgulamaktadır.

Haziran 2018 sayımıza değerli çalışmalarıyla katkı sağlayan yazarlarımıza, özen ve titizlikle çalışmaları değerlendiren hakemlerimize, editöryal sürecin her aşamasında özverili çalışmalarıyla katkı sağlayan editör yardımcıları Uzman Banu Karademir Arun’a, Arş. Gör. Emrah Budak’a, Arş. Gör. Hediye Aydoğan’a, Arş. Gör. Işıl Demir’e, Arş. Gör. Selda Saral Güneş’e, Arş. Gör. Şükrü Aydın’a; dergimizin teknik işlerinden sorumlu Elk. Elektronik Müh. Suat Karadır’a ve dizgi ve tasarımdan sorumlu Öğretim Görevlisi Macit Gürel’e teşekkürlerimi sunarım.

Yoğun emek harcanarak oluşturulmuş dergimizin iletişim alanındaki literatüre katkı sağlaması dileğiyle, iyi okumalar...

Dr. Öğr. Üyesi Onur Öksüz