

## Editörden...

**D**ergimize gösterilen yoğun ilgiden dolayı iletişim alanındaki değerli akademisyenlere teşekkürü borç biliriz. Gelen yoğun başvurunun ardından titizlikle yapılan gerek editöryal ön değerlendirme gerekse hakem değerlendirmelerinin ardından seçilen 18 çalışma Akdeniz İletişim Dergimizin 30. sayısında yayımlanmak üzere kabul edilmiştir.

**Alahattin KANLIOĞLU**, “Bir Savaş Alanı Olarak Beden: Bedenin Moda ve Fotoğraf Kavramları Dolayımı ile Metalaştırılmasına Eleştirel Bir Bakış” başlıklı çalışmasında kitle iletişim araçlarında yer alan ideal beden sunumlarını içeren fotoğraflar aracılığıyla insanların bedene dair algılamalarının şekillendiğinin altını çizmektedir. Çalışmada, örneklem kapsamında seçilen fotoğrafların niteliksel çözümle yöntemiyle incelenmesi üzerinden bedenin tüketim kültürünün hizmetine sunulmasında moda ve fotoğrafın önemli bir araç olarak kullanıldığı varsayımı sorgulanmaktadır.

**Ali Murat KIRIK**, “Popüler Kültür ve Kültür Endüstrisi Bağlamında ‘Yetenek Siziniz Türkiye Program Formatına Yönelik Eleştirel Bir Analiz’ adlı çalışmasında günümüzde kitle iletişim araçlarından televizyonun internet ile birlikte etkileşimli bir yapıya dönüştüğünü ve her yaştan izleyici için önemini hala koruduğunun altını çizmektedir. Programı popüler kültür ve kültür endüstrisi kavramları açısından eleştirel bir perspektifle inceleyen Kırık, söz konusu yarışmanın toplumsal değerler üzerinde yarattığı etkileri ortaya koymayı amaçlamaktadır.

**Arzu ERTAYLAN**, “İletişim Teknolojilerinin Sinema Alanına Yansıması: Sinemanın Dijitalleşmesi Karşısında Sinema Öğrencilerinin Tepki ve Beklentileri” başlıklı çalışmasında, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sinema Televizyon Bölümü öğrencileri özelinde sinema bölümü öğrencilerinin sinema alanında yaşanan dijitalleşme olgusunu nasıl algıladığını ortaya koymaya çalışmaktadır.

**Aylin GÖZTAŞ ve Neval TUNA SEVİNGÜL**, “Kriz Dönemi İletişim Stratejisi Olarak Yıkıcı Reklam; KFC Örneği” başlıklı çalışmalarında, 2018 KFC Krizinde firmanın kendine karşı kullandığı yıkıcı reklam kriz iletişim stratejisi ve uygulamalarını örnek olay çalışması olarak incelemektedirler.

**Deniz MADEN**, “Yeni Ürünlerin Yayılımında Dijital Etkileyenlerin Rolü” başlıklı çalışmasında yüksek ağ potansiyelleri ve tüketicileri etkileme gücü ile yeni fikir grubunu temsil eden dijital etkileyenlerin yeni ürün girişi sürecinde mesaj yayılımında nasıl bir rol aldığını “yeniliklerin yayılımı” kuramı perspektifinden ele almaktadır. Çalışmada dijital moda etkileyenlerinin yeni ürün girişlerine yönelik Instagram paylaşımları nicel içerik analizinden yararlanılarak incelenmektedir.

**Eda ER ÖZDEN ve Zafer ÖZDEN**, “Birinci Kuşak Feminizm Dönemindeki Kozmetik Reklamlarında Kadın İmgelerinin Dönüşümü” başlıklı çalışmalarında birinci dalga feminizmin reklamcılığa etkisini dönemin kozmetik reklamlarının içerik ve görsel tasarım analizleri üzerinden ele almaktadırlar.

**Elif KORAP ÖZEL ve Şadiye DENİZ**, “Google Gazeteciliği” mi “Empati Editörlüğü” mü? Gazetecilikte SEO Editörlüğü ve Dönüşen Gazetecilik Pratikleri Üzerine Bir Araştırma” başlıklı çalışmalarında yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte etkili olmaya başlayan dijital gazetecilik pratiklerine odaklanmaktadır. Çalışmada Özel ve Deniz, Türkiye’de web sitesi en fazla ziyaret edilen ulusal gazetelerden Hürriyet, Sabah, Habertürk ve Sözcü’nün Seo editörleri ile yapı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirerek SEO editörlüğünün amaçlarının ve kullandığı stratejilerin ortaya konulmasını amaçlamaktadır.

**Fatma YİĞİT AÇIKGÖZ ve Çiğdem KARAKAYA**, “Akademik Örgütlerde İtibar Algısı: Akdeniz Üniversitesi’nin İç ve Dış Paydaşları Üzerine Bir Araştırma” başlıklı ortak çalışmalarında, akademik bir örgüt olarak Akdeniz Üniversitesinin iç ve dış paydaşlarının eş zamanlı algılarına bağlı olarak kurumsal itibarını analiz etmektedirler.

**İlke ATİK TAŞKIRAN**, “Dijital Gazetelerin Sosyal Medya Stratejileri ve Sosyal Medyanın Haber Okunurluğuna Etkisi” başlıklı çalışmalarında, dijital ortamda yayın yapan gazetelerin sosyal medyayı nasıl kullandıklarını ve bu kullanımın haberlerin okunma durumuna etkisini incelemektedirler.

**İlknur AYDOĞDU KARAASLAN**, “Online Gazeteciliğe Geçişte Değişen Haber Tüketim Pratikleri: Yetişkinler Üzerine Bir Araştırma” başlıklı çalışmada, online haberciliğin haber tüketim pratiklerinde getirdiği değişiklikleri, yetişkinlerden oluşan 148 kişilik kota örneklem üzerinde uyguladığı anket tekniğiyle sorgulamaktadır.

**Kenan DEMİR**, “Modern İktisadın Öğretilmesinde Gazetelerin Rolü ve Gazetelerdeki İktisat Kitabı Tefrikaları (1860-1870 Dönemi)” adlı çalışmada Osmanlı döneminde ekonomi ilkelerinin yaygınlaştırılmasında gazetelerin rolüne dikkat çekmektedir. Bu kapsamda Mehmet Şerif Efendi’nin “İlm-i Emval-i Milliye” adlı ekonomi kitabı ile Mehmet Mithat’ın “*Ekonomi Tercümesi: Fenni İdare*” adlı ekonomi kitabının *Tercüman-ı Ahval* ve *Terakki*’de yayımlanmış bölümlerinin içeriği çalışmada ele alınmaktadır.

**Mehmet YILMAZ ve Nefise Sinem TURAN**, “Zekâ Yapay Ama Aşk Doğal: Bilim Kurgu Sinemasında Yapay Zekâ- İnsan Aşkının Temsili” adlı çalışmalarında bilim kurgu sinemasında yapay zekâ kullanımına dikkat çekerek, yapay zeka ve insan etkileşiminin yansımalarını aşk teması üzerinden ele almaktadırlar. Çalışmada, “aşk ve cinsellik”, “teknoloji ve bilim”, “yalnızlık”, “beden”, “öğrenme”, “şiddet”, “gerçek ve yalan”, “gözetim”, “yaratıcı”, “ölüm ve doğum” gibi temalara odaklanılarak bilim kurgu sinemasında aşkın nasıl ele alındığı betimlenmektedir.

**Mustafa ASLAN ve Dilek AKICI TAYANÇ**, “Tarkovsky’nin ‘Ayna’sına Yansıyan Bellek: Bellek Türleri, Özellikleri ve Süreçleri Açısından ‘Ayna’ Filminin Analizi” başlıklı çalışmalarında sinema ve psikoloji ilişkisini Tarkovsky’nin erken dönem yapıtlarından olan ‘Ayna’ filmi üzerinden irdelemektedirler.

**Özlem ERKMEN** “Büyük Veri ve Gazetecilik: Veri Gazeteciliği Demokrasi, Katılım ve Gazeteciliğe Dair Anlayışımızı Nasıl Dönüştürebilir?” başlıklı çalışmada, gazetecilik alanında yaşanan dijitalleşmeyle birlikte akademik yazında en çok tartışılan konulardan biri haline gelen veri gazeteciliğine dair teorik bir soruşturma yapmaktadır. Çalışmada veri gazeteciliği, özellikle demokrasi ve katılıma dair anlayışı nasıl dönüştürebileceği sorusu etrafından ele alınmaktadır.

**Rabiya SALTİK**, “Sosyal Sermaye ve Armağan Ekonomisi Üzerinden Sosyal Medya ve Stalk Olgusu: Instagram Üzerinden Bir İnceleme” başlıklı çalışmasında Instagram hesaplarını farklı amaçlarla kullanan politikacı, sanatçı, aktivist, ünlü ve fenomen olmak üzere beş ayrı hesabı katılımcı gözlem yöntemiyle gözlemlemekte ve sosyal sermaye ile armağan teorilerinden yola çıkarak stalk olgusu üzerinden eleştirel bir değerlendirme yapmaktadır.

**Rengim SİNE ve Gülşah SARI**, “Profesyonel Gazetecilerin Gözünden Sosyal Medya ve Habercilik İlişkisi” adlı çalışmalarında, sosyal medya ve habercilik ilişkisini mesleği icra eden profesyonel gazetecilerin görüşleri doğrultusunda ele almaktadırlar.

**Serhat YETİMOVA ve Battal ODABAŞ**, “Sinema Dergilerinin Ulusötesi Temalı Filmlere Yaklaşımı Bağlamında Kültürlerarası Farklılıklar: Positif (Fransa) ve Altyazı (Türkiye) Dergileri Üzerine Bir Karşılaştırma” adlı çalışmalarında küreselleşme ve ulusötesileşmenin etkilerinin her alanda olduğu gibi sinemada da etkili olduğuna dikkat çekerek, ulusötesi temalı film eleştirilerini çalışmalarında konu edinmişlerdir. ‘Küreselleşme karşısında ne kadar ulusal ve yerel kalınmıştır’ sorusundan hareketle çalışmada, Fransa’dan Positif, Türkiye’den de Altyazı dergileri ele alınarak ulusötesi sinemaya dair her iki ülkedeki yaklaşımlar karşılaştırılmaktadır.

**Zuhal GÖK DEMİR, Çiğdem KARAKAYA ve Fulya ERENDAĞ SÜMER**, “Sosyal Medya Üzerinden Kriz Yönetimi: Krize Yanıt Verme Stratejileri Üzerine Bir Araştırma” başlıklı ortak çalışmalarında, krize yanıt stratejilerinin kurumsal itibar, güven ve davranışsal niyet üzerindeki etkisini Antalya’daki 1080 Facebook kullanıcısı üniversite öğrencisi ile yaptıkları araştırmayla ortaya koymaktadırlar.

Aralık 2018 sayımıza değerli çalışmalarıyla katkı sağlayan yazarlarımıza, özen ve titizlikle çalışmaları değerlendiren hakemlerimize, editöryal sürecin her aşamasında özverili çalışmalarıyla katkı sağlayan editör yardımcılara Arş. Gör. Emrah Budak’a, Arş. Gör. Hediye Aydoğan’a, Arş. Gör. Işıl Demir Çarkacı’ya, Arş. Gör. Mehmet Sebih Oruç’a, Arş. Gör. Selda Saral Güneş’e, 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**