

SUNUŞ

İletişim bilimleri alanındaki önemli bir yayın organı olarak dördüncü yılını geride bırakan Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi'nin 2. Cilt 4. Sayısıyla yeniden karşınızdayız. Bilindiği gibi doçentlik şartlarına göre bir derginin geçerli olabilmesi için, en az beş yıldan beri yayınlanıyor olması gerekiyor. Bu nedenle istikrarlı bir şekilde beşinci yılına giren dergimiz önemli bir kriteri de sağlamış bulunmaktadır. Ayrıca dergimizin ULAKBİM Ulusal Veri Tabanında taranması için başvuru yapılmıştır.

Bu sayımızda 10 araştırma ve 2 derleme olmak üzere toplam 12 çalışma siz değerli okurlarımızın beğenisine sunulmuştur. Dolayısıyla basın, medya, sinema, kurumsal halkla ilişkiler, siyasal iletişim, sosyal medya ve kültürel çalışmalar alanındaki çok değerli yazıların sizlere ulaşmasında emeği geçen başta yazarlarımız olmak üzere, yazıları titizlikle değerlendiren hakemlerimize, danışma kurulumuza, yayın kurulumuza ve gerek tasarım esnasında, gerek editörlük kontrollerinde ve gerekse yayın aşamasındaki katkılarından dolayı çalışma arkadaşlarıma çok teşekkür ediyorum.

Dergimizde yayınlanan ilk çalışma, 30 Mart Yerel Seçimlerinde yerel basının gündem belirleme özelliği Gümüşhane örneği üzerinde incelemektedir. Çalışmada Gümüşhane'de bulunan gazetelerin hepsinin yerel seçimlere önemli derecede yer verdikleri ve gündemi belirledikleri sonucuna varılmıştır.

İkinci makale, haber fotoğraflarının manipülasyon ve propaganda aracı olarak kullanılmasını etik bağlamda ele almaktadır. Çalışmada haber fotoğraflarının manipülasyon ve propaganda aracı olarak nasıl kullanıldığı örnek fotoğraflar üzerinden incelenmekte ve etik değerler bakımından uyulması gereken kurallar irdelenmektedir.

Üçüncü makale, 2012 Londra Yaz Olimpiyatlarının Fransa ve Türkiye'deki spor gazetelerinde nasıl yansıttığını karşılaştırmalı bir çalışma ile ele almaktadır. Çalışma, Türk spor gazetelerinin dört büyük futbol kulübüne endeksli olduğunu ve olimpiyatlarda Türk sporcularının başarılı olduğu günlerde bile olimpiyatların yeterince Türk spor gazetelerinde yer almadığını ortaya koymuştur.

Dördüncü makale, olumsuz olayların televizyon haberlerindeki sunumunu “Soma” faciası üzerinden incelemektedir. Soma faciasını takip eden 11 gün boyunca TRT 1, Kanal D, STV ve NTV ana haber bültenlerinin incelendiği çalışmaya göre, televizyon ana haber bültenlerinin genel olarak daha en başından olumsuzluğu bir temel haber değer ölçütü kabul ettiği ve bunun üzerinden bir yayın politikası belirlediği görülmüştür.

Beşinci makale Türkiye’deki ana akım televizyon kanallarındaki bağımsızlık iddiası ile profesyonellik ilişkisini ele almaktadır. Türkiye’de ana akım televizyon haberciliğinde muhabirlerin kendilerini tarafsız meslek erbabı olarak görmeleri, profesyonellik ideolojisinin haberciliğin içeriğini biçimselleştirmesi ve yöneticilerin kontrolünde olan akreditasyon işleminin marjinal haber kaynaklarını dışarda bırakması araştırmanın temel sonuçları olarak ortaya çıkmıştır.

Altıncı makalede, “İssız Adam” filmi üzerinden ıssızlığın açılımları üzerine bir inceleme yapılmış ve “İssız Adam” Filminin kadın-erkek ilişkilerini düzenleyen toplumsal kodların yeniden yorumlanmasını sağladığı ve cinsiyetçi olarak nitelenemeyeceği sonucuna varılmıştır.

Yedinci Makalede, eskiyi geride bırakıp yeniye ulaşmanın kapısı olarak ara mekan, “Mine Filmi” özelinde ele alınmış ve kadının toplumsal alanda karşılaştığı sıkıntılardan kaçış noktası olarak değerlendirilmiştir.

Sekizinci makalede, modernite ve sinema arasındaki ilişki teknik ve toplumsal koşulları bağlamında incelenmiş, modern sinemanın içeriğe ve biçime dayalı ayrıntıları ortaya koymuştur.

Derleme bir çalışma olarak yayınlanan dokuzuncu makale, kurumsal iletişimin, yönetim sürecinin başarısında oynadığı rolü ele almakta ve eşitlik, şeffaflık, sorumluluk gibi ilgilere dayanan bir anlayış olarak yönetim sürecinin önemli bir parçası haline geldiğini ortaya koymaktadır.

Onuncu makalede, bir siyasal iletişim aracı olarak siyasal parti web sayfaları ele alınmış ve siyasal partilerin özellikle bilgi sunma ve katılım fonksiyonları açısından web sayfalarını daha etkin kullandıkları sonucuna varılmıştır.

On birinci makale, bir halkla ilişkiler aracı olarak Twitter'ı Sağlık Bakanlığı örneğinde ele almaktadır. Yapılan araştırmada Sağlık Bakanlığı'nın Twitter'i yeterince kullanmadığı görülmüştür.

Derleme bir çalışma olarak on ikinci ve son makalede, tüketim kültürünün gençler üzerine olan etkileri konusunda bir değerlendirme yapılmış ve çeşitli araştırmalardan hareketle benzer kalıpların dışına çıkamayan, aynı düşünce tarzına sahip, hazır olarak verilen tüketmeye odaklı bir gençliğin ortaya çıktığı sonucuna varılmıştır.

Mart 2015'te yayımlanacak olan 3. Cilt 1. Sayımız için iletişim bilimleri alanında çalışan akademisyenlerimizin yazıları ile desteklerini beklediğimizi belirtir; saygılarımı sunarım.

Hasan GÜLLÜPUNAR

Editör