

SUNUŞ

Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi'nin (e-GİFDER) 4. Cilt 1. Sayısıyla yeniden karşınızda olmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Önceki sayılarımızda 4 sayı 1 cilt olarak planlanmıştı. Ancak bu sayıdan itibaren ULAKBİM'in önerisi ile her bir ciltteki sayıların sayfa numaralarının birbirini takip etmesi gerektiği önerisi nedeniyle yıl içinde yayımladığımız 2 sayımızı 1 cilt olarak belirledik. Genişleyen yazarlarıyla bir taraftan niceliksel olarak gelişme gösteren dergimiz diğer taraftan yayımladığı makalelerle niteliksel açıdan da giderek kalitesini artırmaktadır. Tarandığı indeks sayısının artırılması için çalışmalar devam etmektedir.

Bu sayımızda 11 araştırma, 5 derleme ve 3 adet tezden türetilme olmak üzere ilgiyle okuyacağımızı düşündüğümüz toplam 19 çalışma bulunmaktadır. Genel olarak bakıldığında iletişim bilimleri alanına önemli katkılarının olacağını düşündüğümüz bu yazıların 8'i halkla ilişkiler, 2'si yeni medya, 3'ü reklam, 4'ü basın, 2'si radyo-televizyon ve sinema alanlarıyla ilgili konuları kapsamaktadır. Bu sayımızın siz değerli okuyucularımıza ulaşmasında, başta yazılarımızı titizlikle değerlendiren hakemlerimiz olmak üzere, destekleri nedeniyle danışma kurulumuza, yayım kurulumuza, eserlerin kontrol ve yayıma hazırlanmasında özenli bir çalışma sergileyen editöryal ekibimize teşekkür ediyorum.

Halkla ilişkiler alanındaki çalışmalar; halkla ilişkilerin tüketim kültürünün nasıl bir aracı haline geldiğini, Türkiye'de yürütülmüş olan çözüm sürecinin 7 Haziran 2015 Genel Seçimi öncesinde toplumda oluşturduğu algıyı, örgüt-kamu ilişkisinin ve kriz tepki stratejilerinin krize ilişkin örgüte atfedilen sorumluluk düzeyine ve örgütsel itibar algısına olan etkilerini, monobrand mağazacılığının tüketiciler üzerindeki etkilerini, bir halkla ilişkiler aracı olarak sosyal medyanın kullanımını, yönetim yaklaşımlarının örgütsel iletişime bakışlarını, kurum kültürü yönetimi ve kurumsal değerlerin çalışanlara benimsetilmesi sürecini ve bir kurumsal iletişim aracı olarak kurumsal web sayfalarını ele almaktadır.

Yeni medya alanında bulunan 2 çalışmada kültürün dijitalleşme süreci ile sosyal ağların temel aktörü olarak ele alınan dijital habitus kavramı ve liberal, eleştirel medya kuramcılarının görüşleri doğrultusunda internetin ve sosyal medyanın özgür, görülebilir, kolektif ve herkesin rahatlıkla girebildiği kamusal alan oluşturma misyonunun tartışılması üzerinde durulmaktadır.

Reklamcılık alanındaki çalışmalar; yarı çıplak erkek bedenlerinin sergilendiği reklam filmlerinin erkekler tarafından nasıl alımlandığını, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü bünyesindeki Reklam Kurulu kararlarına dönük olarak yapılan incelemeye bağlı olarak reklamların idari denetimini ve televizyon reklamlarında ünlü kullanımının satın alma davranışı üzerindeki etkilerini konu edinmektedir.

Gazetecilik alanında yer alan çalışmalarda 7 Haziran 2015 Genel Seçimi sonrasında gerçekleştirilen koalisyon görüşmelerinin Türk basınındaki sunumunu, suça karışmış çocukların basında haberleştirilme biçimini, öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri ile eleştirel düşünme eğilimleri arasındaki ilişkiyi ve gençlerin haber kaynaklarına olan güven düzeylerini ele almaktadır.

Televizyon ve sinema alanındaki çalışmalar da ise, radyo ve televizyon yayıncılığı bağlamında Azerbaycan'da bağımsızlık dönemi kamu yayıncılığının gelişimini ve James Dean'in Asi Gençlik filmindeki karakteri üzerinden sinema yıldızlarının gerçek yaşam öyküsünden hareketle canlandığı karaktere bağlı olarak tüm dünyada nasıl bir popüler yıldız haline geldiğini ortaya koymaktadır.

Eylül 2016'da yayımlanacak olan 4. Cilt 2. Sayımız için iletişim bilimleri alanında çalışan akademisyenlerimizin yazıları ile desteklerini beklediğimizi belirtir; saygılarımı sunarım.

Hasan GÜLLÜPUNAR

Editör