

**EDİTÖRDEN**

Batılıların deyimiyle, İslam'ın Altın Çağı'nın en önemli düşünürlerinden, yazarlarından, doktorlarından ve astronomlarından biri olarak kabul edilen tıbbın babası İbn-i Sina "Bilim ve sanat takdir edilmediği yerden göç eder" diyerek bilim ve sanat insanların toplumlarda her zaman değer görmesini ve takdir edilmesini ifade etmiştir.

Bu sayımızda değer verdiğimiz yirmi araştırma makalesi yer almaktadır. Birinci makalede İletişim Fakültesi öğrencisi gençlerin, adblok kullanım durumları ve nedenleri, reklama yönelik çağrışımları ve reklamdaki kaçınma davranışını etkileyen unsurlara yönelik tutumları ortaya çıkartılmıştır. İkinci makalede kurumların sosyal sorumluluk uygulamalarının marka imajı üzerindeki rolüne dair bir araştırma yapılmıştır. Üçüncü makalede Orta Asya ülkelerinden biri olan Kırgızistan'da halkla ilişkiler uzmanlarının stratejik rolleri ne derece benimsediklerini tespit edilmiştir. Dördüncü makalede dijital halkla ilişkiler uygulamaları ele alınmış, Renault ve Fiat markalarının kurumsal Facebook ve Twitter sayfalarındaki paylaşımlarının halkla ilişkiler açısından nasıl ve hangi amaçla kullanıldığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Beşinci makalede, Türkiye'de kamu yönetiminin iletişim ve halkla ilişkiler anlayışına yönelik bir araştırma yapılmıştır. Altıncı makalede kültür kavramı ve halkla ilişkiler ilişkisi iletişim akademisyenlerinin alana dair görüşleri bağlamında incelenmiştir. Yedinci makalede kişilerarası iletişimin firmalara yönelik güven etkisi üzerindeki rolü araştırılmıştır. Sekizinci makalede ise yapay zekanın halkla ilişkilerin geleceğe etkisi halkla ilişkiler profesyonelleri ekseninde bir alan araştırması ile ortaya konulmuştur.

Bu sayımızda yaklaşık bir buçuk senedir ülkemizi ve dünyamızı etkisi altına alan Covid-19 salgınına ilişkin çalışmalara da yer verilmiştir. Dokuzuncu makalede Covid-19 salgını sürecinde örgütsel iletişimde sanal dedikodunun rolü akademisyenlere yönelik yapılan bir araştırma ile incelenmiştir. Onuncu makalede kriz dönemlerinde yaratıcı bir iletişim olarak troller ve capsler Covid-19 örneğinden incelenmiştir. On birinci makalede Covid-19 pandemisi döneminde kurumsal iletişim aracı olarak sosyal medya kullanımına yönelik içerik analizi yapılmıştır. On ikinci makalede Covid-19 pandemisi sırasında görünürlüğü yüksek

olan Türkçe tweet'lerin özelliklerini incelemek, tweet'lerde yer alan ana temaları belirleyerek, bir sosyal medya ortamı olan Twitter'ın, paylaşılan sağlık bilgileri çerçevesinde ürettiği bilgi türlerini ortaya koymak amaçlanmıştır. On üçüncü makalede CRI TÜRK Haber Portalı'nda yayınlanan Covid-19 salgınına ilişkin haberlerin ne şekilde çerçvelendiği incelenmiştir. On dördüncü makalede Covid-19 sürecinde sinema endüstrisinin ekonomik yapısı üzerine bir değerlendirme yapılmıştır. On beşinci makalede ise Facebook'ta yayınlanan haberlerde nefret söylemi üretimi, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde ilk Covid-19 vakası ve Alman turistler örneğinden incelenmiştir.

Yüksek lisans tezinden türetilen on altıncı makalede Kur'an mesajları bağlamında "Aile içi iletişim" sistematik ve niceliksel bir incelemeye tabi tutulmuştur. Yine bir yüksek lisans tezinden özetlenerek hazırlanan on yedinci makalede hedonizmin marka bağımlılığı yaratmadaki etkisi beklenti teorisi ile incelenmiştir. Doktora tezinden türetilen on sekizinci makalede sağlık risklerinin gazetelerde sunumu Hürriyet ve Posta gazeteleri örneğinden araştırılmıştır. On dokuzuncu makalede Türkiye'deki ulusal gazetelerdeki ekonomi haberciliğinin boyutları, Sabah, Sözcü ve Akşam gazeteleri örneği üzerinden irdelenmiştir. Son olarak yirminci makalede ise Karşı hegemonyanın nasıl kurulduğunun iyi bir örneği olarak görülen *La Casa De Papel* dizisi üzerinden sistem eleştirisi ve hegemonik söylem üretimi incelenmiştir.

Bu sayımızın siz kıymetli okuyucular ve araştırmacılarla buluşmasında emeği geçen başta yazarlarımız olmak üzere hakemlerimize, editör kurulumuza, editör yardımcılarımıza, yayın kurulumuza ve danışma kurulumuza sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Bu sayımızdaki çalışmaların iletişim bilimine kaynak olmasını diler, 2022 yılı Mart ayında yayınlanacak olan 10.Cilt 1. sayımıza değerli çalışmalarınızı bekleriz.

Dr. Öğr. Üyesi Ersin DİKER

Editör