

BAŞ EDITÖRDEN

Bilim Kazanacak...

Bu sayımızda on iki araştırma makalesi ve beş derleme makalesi yer almaktadır. Birinci makalede tüketicinin markaya yönelik dikkatini, ilgisini, arzusunu ve isteğini satın alma davranışına dönüştürmesi olarak tanımlanan “Lovemark” oluşum sürecinde marka imajı ve marka bağlılığı arasındaki ilişki Z kuşağı özelinde araştırılmıştır. Yabancı dilde yazılan ikinci makalede dijitalleşme ürünü olan elektronik kitabın özellikleri ve George Orwell’in Hayvan Çiftliği eserinin basılı ve e-kitap formatını okuyan okuyucuların anlık beyin sinyallerinin frekansları incelenmiştir. Üçüncü makalede tüketicilerin e-ticaret platformlarındaki satın alma eğilimlerini ölçümlemek ve söz konusu çevrimiçi alışveriş markalarının çağrışımsal boyutları ile kişilik özelliklerini Aaker (1997) tarafından geliştirilmiş olan marka kişiliği boyutları ölçeği aracılığıyla ortaya koymak amaçlanmıştır. Dördüncü makalede 3 Kasım 2002 Genel Seçimlerinde siyasi partilerin farklı yayın politikalarına sahip gazetelerde yayımlanan reklamları incelenmiş ve bu reklamların türünü ve hangi konular üzerine yoğunlaştığını tespit edilmiştir. Beşinci makalede ise değişen teknoloji çevresinde ve dünyada meydana gelen büyük değişimlerin sonucu olarak bireylerin kullanılan teknolojik sistemlere yönelik memnuniyetlerinin ve memnuniyetin bağlı olduğu koşullar incelenmiştir.

Altıncı makalede 2020 yılında gerçekleşen Dağlık Karabağ Savaşı’nın fotoğraflar üzerinden temsiline odaklanılmaktadır. Yedinci makalede dijital oyunlara yüklenen ideolojik yaklaşımların, gençler tarafından çok sevilerek oynanan Red Dead Redemption II adlı oyunda hegemonik erkeklik kodları doğrultusunda nasıl yer aldığını ortaya koymak amaçlanmıştır. Sekizinci makalede yemeksepeti.com portalında hızla ilgili yapılan puanlama ve yorumların analizi yapılmıştır. Dokuzuncu makalede teknolojik belirlenimci yaklaşımı benimseyerek dijital yerlilerin ve dijital göçmenlerin sosyal medyada özçekim paylaşım tutumlarını incelenmiştir. Onuncu makalede medya kuruluşlarının (gazete-internet haber sitelerinin) seçim olmayan dönemlerde kamuoyu araştırma sonuçlarını sunarken uluslararası kuruluşların etik ilkeler çerçevesinde belirledikleri standartlara uyup uymadıklarının incelenmiş ve bu konuda medyanın görev ve sorumluluklarını daha iyi bir şekilde yerine getirmesi için

neler yapılabileceğini tartışılmıştır. On birinci makalede pandemi döneminde sivil toplum kuruluşlarının iletişim ve halkla ilişkiler çalışmaları TTB'nin Twitter hesabına yönelik içerik analizi ile ortaya konulmuştur. On ikinci makalede ise Yeşilçam'dan seçilen üç masal uyarlaması film, feminist film kuramı eşliğinde incelenmiş ve feminist film kuramının ortaya koymuş olduğu argümanlar filmler üzerinden tartışılmıştır.

On üçüncü makalede teknolojik gelişmelerin habercilik pratikleri üzerine etkisi incelenmiştir. Doktora tezinden türetilen on dördüncü makalede sözlü kültürün ve miras aktarımının esaslı bir parçası olan biyografik belgesellerin ayırt edici önemi vurgulanmaktadır. On beşinci makalede Türkiye'nin 1970'li yıllarında toplumsal sınıfların gündelik hayatını Kapıcılar Kralı filminden incelemektedir. On altıncı makalede yeni medyada televizyon tekniği ayrıntılı olarak ortaya konulmuştur. On yedinci makalede ise grupların genel oluşumları, yapıları ve özellikleri açısından grup içi iletişim süreçleri incelenmiştir.

Bu sayımızın sizlerle buluşmasında emeği geçen başta yazarlarımız olmak üzere hakemlerimize, editör kurulumuza, editör yardımcılarımıza, yayın kurulumuza ve danışma kurulumuza teşekkürlerimi bir borç bilirim. Bu sayımızdaki çalışmaların iletişim bilimine kaynak olmasını diler, 2022 yılı Eylül ayında yayınlanacak olan 10.Cilt 2. sayımıza kıymetli eserlerinizi bekleriz.

Doç. Dr. Ersin DİKER

Baş Editör