

## EDİTÖRDEN

Cumhuriyet İletişim Dergisi (E-Cider)'nin değerli yazarları, hakemleri ve okuyucuları;

Son yıllarda hem ülkemiz hem de dünya ölçeğinde teknoloji başta olmak üzere, yaşanan değişimlerin toplum, devlet ve birey üzerinde olumlu ve olumsuz yansımalarının olduğu tartışma götürmez bir gerçektir. Yaşanan küresel çaptaki akıl almaz dönüşümlere hep birlikte şahit olmaktayız. Gözle görülen bu değişim ve dönüşümlerin nedenini anlamak ise ancak derin analiz ve araştırmaların neticesinde mümkün olabilmektedir. Yaptığı çalışmaların temelini ve kaynağını doğrudan yaşadığı hayattan alan biz akademisyenler ise bu nedenlerin alt yapısı ve gerekçelerini araştırmaya çoktan başlamış bulunmaktayız. Bu nedenler içerisinde en önemli unsurlardan olan iletişim, henüz genç bir bilim alanı olsa da üzerinde düşünölmeye ve araştırma yapmaya son derece elverişlidir.

Böylesi bir durumdan hareketle alana katkı sağlamak amacıyla, disiplinler arası bir temayla inşa ettiğimiz Cumhuriyet İletişim Dergisi (E-Cider)'ni yayın hayatına başlatmış bulunmaktayız. İlk sayımızı çıkarmanın haklı gururunu yaşıyoruz. Henüz ilk sayı olmasına rağmen farklı alanlardaki deneyimli akademisyenlerin ve genç araştırmacıların dergiye gösterdiği ilgiden dolayı çok mutluyuz.

Dergimizin ilk sayısında birbirinden değerli altı araştırma makalesine yer verdik. Öncelikle “Siyasal Reklamcılık Alanında Göstergibilimsel Bir İnceleme: Adalet ve Kalkınma Partisi 24 Haziran Zümrüd-ü Anka Seçim Reklamı Örneği” başlıklı makalesinde Özlem Barış, 24 Haziran 2018 seçimlerinde Adalet ve Kalkınma Partisi tarafından kullanılan “Zümrüd-ü Anka” televizyon reklamını göstergibilimsel olarak incelemiş, reklamda kullanılan unsurların siyasal reklamcılıkta nasıl işlevselleştirildiğini analiz etmiştir.

Caner Çakı, “Nazizm İdeolojisi Altında Hitler Gençliği: Nazi Almanyası Propaganda Afişleri Üzerine İnceleme” başlıklı makalesinde Nazi döneminde Almanya’da yayınlanan ve gençlere yönelik tasarlanan propaganda afişlerini incelemiştir. Göstergibilimsel olarak incelenen afişlerin gençleri topyekûn bir savaşa sokma amacı taşıdığı görölmüştür.

“Ak Parti Seçim Vaatlerinde Medyada Oluşturulan Kadın Temsilleri: Hedef 2023 Örneği” başlıklı makalede Eyüp Karabela, siyasal iletişimde kullanılan kadınlara yönelik vaatleri “Hedef 2023” örneğinde göstergibilimsel olarak analiz etmiştir. Araştırmanın sonunda sunulan vaatlerin mağdur kız çocuklarına ve mağdur edilen, ötekileştirilen kadınlara yönelik olduğu görölmüştür.

Pınar Ayrancı ve arkadaşları “Sağlık Turizmi İçeriklerinin Gazetelerdeki Sunumu” başlıklı makalede 20 Ocak 2010 ve 20 Ağustos 2015 yılları arasında 172 gazeteden sağlık turizmiyle ilgili 369 yazıyı içerik analizine tabi tutmuştur. Araştırmanın sonuçları bu alanda yapılacak politikalara temel hazırlayacak niteliktedir.

Özal Karadeniz ve Meltem Yılmaz Bilecen ise “Reklamda Çekicilik Ögesi Olarak Mizahın Bankacılık Reklamlarında Kullanılması” başlıklı makalelerinde Cem Yılmaz’ın rol aldığı İş Bankası, Yılmaz Erdoğan’ın rol aldığı QNB Finansbank ve Şahan Gökbakar’ın Halk Bankası reklamlarını göstergibilimsel olarak incelemişlerdir. Araştırma sonunda bankaların farklı mizah stratejileri izledikleri ortaya konulmuştur.

“Animasyon Sinemasında Postmodern Anlatı: Shrek Filmi Analizi” başlıklı makalede Gülsüm Büşra Çon, postmodern anlatının izlerini animasyon sinemada sürmüştür. “Shrek” filmi örneğinde gerçekleştirilen analiz sonucunda filmin modernizmin üst-anlatılarına, tekipleştirme, homojenleştirme gibi düşüncelerine güçlü eleştiriler getirdiği görölmüştür.

Bu sayımızda desteklerini esirgemeyen kıymetli yazarlarımıza, dergi çalışma ekibi adına teşekkür etmeyi borç biliyor ve bir sonraki sayıda yeniden buluşmayı diliyorum...

EDİTÖR

Doç. Dr. Zekiye TAMER GENCER