



EDİTÖRÜN MESAJI

Değerli Araştırmacılar ve Akademisyenler,

2025 yılının ilk sayısı olan Haziran sayımıza hoşgeldiniz! Bilginin hızla değiştiği ve yeniliklerin iletişim alanını şekillendirdiği bu dönemde, sizlere güncel, özgün ve eleştirel bakış açıları sunmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. Bu sayımızda, alanımızın zenginliğini ve dinamizmini yansıtan çalışmalara yer verdik. Haziran sayısının, akademik yolculuğunuzda ilham kaynağı olmasını dileriz. Hep birlikte yeni keşiflere ve tartışmalara kapı aralamaya devam edelim.

Dijital çağın beraberinde getirdiği dönüşümler, medya ve iletişim teknolojilerinde sadece bilgiye erişimi kolaylaştırmakla kalmayıp, aynı zamanda kuramsal ve uygulamalı tartışmaların da derinleşmesine olanak tanımaktadır. Haziran sayımızda yer alan 20 makale, bu dinamik ortamda ortaya çıkan yenilikçi yaklaşımları ve teorik sorgulamaları akademik bir titizlikle ele almaktadır. Bu sayıda, İngilizce ve Türkçe kaleme alınmış toplam 20 makale bulunmaktadır; bunların 9'u İngilizce, 11'i ise Türkçedir.

Haziran sayımızda yer alan makalelerden bazıları, özellikle etik, medya uygulamaları ve dijitalleşme ekseninde derinlemesine analizler sunmaktadır. Bunlar arasında, "Afet Haberciliği ve Etik Çerçevesinde Çocuğun Mahremiyet Hakkı: Kahramanmaraş Depremi Örneği" başlıklı makale öne çıkmaktadır. Bu çalışma, afet haberciliğinde çocukların mahremiyetinin korunmasının gerekliliğini vurgulamakta ve 6 Şubat Kahramanmaraş depremi sonrası gazetelerde yayınlanan çocuk haberlerinin etik ilkeler açısından nasıl değerlendirildiğini kapsamlı bir şekilde incelemektedir.

Bilim iletişimi, bilimsel bilgi, yenilik ve gelişmelerin çok aktörlü bir yapı içinde toplumla buluştuğu geniş kapsamlı bir alan olarak bu sayının önemli temalarından biridir. Bu bağlamda, "Bilim İletişimi Perspektifinden Bilim İnsanlarının Sosyal Medya Kullanımı" başlıklı ikinci çalışma, bilim insanlarının sosyal medya platformlarını nasıl etkin bir bilgi aktarım aracı olarak kullandığını hem ulusal hem de uluslararası düzeyde karşılaştırmalı olarak incelemektedir. Araştırma, Türkiye ve dünyadan seçilen bilim insanlarının sosyal medyada yürüttükleri bilim iletişimi faaliyetlerini içerik analizi yöntemiyle değerlendirerek, dijital etkileşimin bilim iletişimindeki kritik rolünü ortaya koymaktadır.

Sağlık iletişimi ve dijital pazarlama yaklaşımlarını bir araya getiren çalışmalar da dikkat çekicidir. Üçüncü makalemiz, “Sağlık Hizmeti Talebinde Influencer Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması” başlığını taşımakta ve bu alanda geliştirilen ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik bulgularını ortaya koymaktadır.

Yapay zekâ temelli dijital karakterlerin medya üzerindeki etkisi, güncel tartışmaların bir başka odak noktasıdır. Dördüncü eser, “Yapay Zekâ Destekli Sanal Etkileyiciler: Türkiye’deki Sanal Etkileyicilere Yönelik Kullanıcı Tepkileri Üzerine Bir Araştırma” başlığıyla bu etkileşim biçimlerini kapsamlı şekilde analiz etmektedir.

Siyasal iletişim bağlamında kriz dönemleri, sosyal medya kullanımıyla birlikte yalnızca iletişim pratiği olmanın ötesinde, siyasal aktörlerin algı yönetimi, kamuoyu oluşturma ve gündem belirleme stratejilerinin köklü bir şekilde yeniden şekillendiği alanlar haline gelmiştir. Beşinci makale; “Kriz İletişimi Bağlamında Sosyal Medyada Siyasal İletişim” başlıklı çalışmada, siyasal aktörlerin kriz anlarında sosyal medya araçlarını stratejik bir iletişim zemini olarak nasıl kullandıkları; içerik üretimi, söylem inşası ve seçmen ilişkileri bağlamında detaylı bir biçimde incelenmektedir.

Marka krizleri ve sosyal medya üzerinden gelişen tartışmalar da bu sayının inceleme alanları arasında yer almaktadır. Altıncı çalışma; “Kriz İletişim Teorileri Bağlamında Sosyal Medya Krizi Olarak Patiswiss Örneği” başlığıyla ele alınmıştır.

Kurumsal iletişim stratejilerindeki dijital dönüşüm, sadece teknolojik bir uyum süreci değil, aynı zamanda kurumların kendilerini konumlandırma, paydaşlarıyla etkileşim kurma ve rekabet avantajı sağlama biçimlerini köklü biçimde dönüştürmektedir. Yedinci makalemiz; “Dijital Çağda Kurumların İletişim ve Yönetim Stratejilerinin Dönüşümü” başlığını taşımakta olup, dijitalleşmenin kurum içi ve dışı iletişim dinamiklerine etkisini analiz etmekte, bu dönüşümün stratejik, yapısal ve kültürel boyutlarını örneklerle ele almaktadır.

Dizi ve film gibi kurmaca medya ürünleri, toplumsal değerlerin, inanç sistemlerinin ve kültürel kodların yeniden üretildiği önemli anlatı alanlarıdır. Bu bağlamda, toplumsal temsillerin incelenmesi, Haziran sayısının kültürel analiz yönünü belirginleştirmektedir. Sekizinci çalışma; “Televizyon Dizilerinde Gerçek Dışı Dini Ritüeller” başlığı altında, medya metinlerinde kurgulanan dini pratiklerin gerçeklik algısı üzerindeki etkilerini ve bu temsil biçimlerinin kültürel yansımalarını eleştirel bir çerçevede değerlendirmektedir.

Eleştirel kuramlar çerçevesinde güç ilişkileri, iktidar yapıları ve toplumsal denetim mekanizmaları üzerine yapılan kuramsal okumalar da bu sayımızın dikkat çeken boyutlarından biridir. Dokuzuncu makale; “Sarmaşık: Foucaultcu Bir Analiz” başlığıyla, Michel Foucault’nun düşünsel perspektifinden hareketle, birey-toplum-iktidar

ekseninde örülen karmaşık ilişki ağlarını çözümlemekte ve bu çerçevede medyanın gözetim, disiplin ve iktidar yapılarıyla olan etkileşimini sorgulamaktadır.

Dijital içerik manipülasyonu ve bilgi güvenliği, günümüz iletişim ortamlarında toplumsal güven ve gerçeklik algısını doğrudan etkileyen kritik konular olarak öne çıkmaktadır. Onuncu çalışma; “Sosyal Medyada Deepfake Manipülasyonu: Türkiye'deki Dolandırıcılık Faaliyetleri Üzerine Bir Vaka Çalışması” başlığıyla, özellikle sosyal medya platformlarında giderek yaygınlaşan derin sahte (deepfake) teknolojilerinin kullanım biçimlerini, bu teknolojilerin dolandırıcılık amaçlı suistimalini ve toplumsal etkilerini ayrıntılı ve ampirik veriler ışığında incelemekte; dijital manipülasyonun etik, hukuki ve güvenlik boyutlarına kapsamlı bir bakış sunmaktadır.

Yapay zekâ destekli sesli etkileşim teknolojileri, iletişim kültüründe köklü dönüşümlere yol açmakta ve insandan makineye iletişimde yeni normların gelişimini tetiklemektedir. On birinci makalemiz; “Sesle Etkinleştirilen Yapay Zekâ ve İletişim Adabının Evrimi” başlığı altında, sesle kontrol edilen yapay zekâ uygulamalarının iletişim pratiklerine etkilerini, kullanıcı-adabındaki değişimleri ve kültürel dönüşüm süreçlerini hem teorik hem de uygulamalı perspektiflerden ele almakta, bu alandaki gelişmelerin toplumsal ve bireysel düzeydeki yansımalarını kapsamlı biçimde tartışmaktadır.

Görsel anlatıların haber tüketimi üzerindeki etkisi, günümüzde dijital medya ortamlarının artan görsellik eğilimiyle birlikte daha da önemli hale gelmiştir. On ikinci çalışma; “Dijital Habercilikte Kullanılan İnfografik Anlatı Yapılarının Haber Tüketim Motivasyonları Bağlamında İncelenmesi” başlığıyla, infografiklerin bilgi aktarımı ve kullanıcı algısı üzerindeki rolünü ampirik veriler ışığında analiz etmekte, görsel anlatının haber okurunun dikkat, anlama ve hatırlama süreçlerine etkilerini kapsamlı biçimde ele almaktadır.

Alternatif öğrenme modelleri ve medya eğitimi alanındaki gelişmeler, çağdaş eğitim yaklaşımlarının çeşitlenmesini ve öğrenme deneyimlerinin zenginleşmesini sağlamaktadır. On üçüncü makalemiz; “Özgürleştirici Bir Öğrenme Süreci: Görsel-İşitsel Denemenin Medya Eğitimine Katkısı” başlığı altında, görsel-ışitsel materyallerin eğitim sürecine entegrasyonu ve bu yaklaşımın öğrenme motivasyonu ile bilişsel gelişime olan katkılarını teorik ve uygulamalı boyutlarıyla değerlendirmektedir.

Popüler medya ürünleri üzerinden yapılan örgütsel davranış analizleri, medya ve iletişim çalışmalarının disiplinlerarası niteliğini pekiştirmektedir. On dördüncü çalışma; “Stajyer Filminin Örgütsel Davranış Açısından İncelenmesi: Örgüt İklimi, Liderlik, Motivasyon ve Çatışma Üzerine Bir Okuma” başlığıyla, film aracılığıyla örgütsel dinamiklerin karmaşıklığını ortaya koymakta ve örgüt içi iletişim süreçlerinin medyadaki yansımalarını kuramsal bir perspektifle tartışmaktadır.

On beşinci makalede; “Popüler Kültürde Direniş Olanakları: Müge Anlı ile Tatlı Sert Üzerine Bir İnceleme” başlığı altında, popüler televizyon programlarının direniş söylemleri üretme biçimleri ve bu söylemlerin izleyici üzerindeki toplumsal etkileri ele alınmaktadır.

Görsel kültür ve çalışma yaşamı temaları, modern iş dünyasındaki yabancılaşma ve estetik deneyimler bağlamında medya aracılığıyla yorumlanmaktadır. On altıncı çalışma; “Severance Dizisindeki Backroom Estetiği ve Yabancılaşmış Ofis İşçisi” başlığıyla, çağdaş iş yaşamının görsel temsil biçimlerini ve bunların toplumsal anlamlarını medya estetiği perspektifinden incelemektedir.

Etik, aldatmaca ve eğlence ilişkisi medya ürünlerinde sıklıkla karşılaşılan ve karmaşık bir etkileşim ağı oluşturan unsurlardır. On yedinci makalemiz; “Etik ve Eğlence: The Traitors’da Aldatmacanın Paradoksal Çekiciliği” başlığıyla, etik sınırların nasıl esnetildiği ve aldatmacanın eğlence unsuruna dönüşmesinin medya tüketicisi üzerindeki paradoksal etkileri üzerine derinlemesine bir tartışma sunmaktadır.

Dijital platformlarda ortaya çıkan sosyal etkileşim biçimleri, toplumsal ritüellerin yeniden tanımlanmasına ve dijital ortamda yeni normların oluşmasına yol açmaktadır. On sekizinci çalışma; “Sosyal Ritüellerin Yeniden İnşası: Dijital Mecralarda Selamlaşma Pratikleri” başlığıyla, bu dijitalleşmiş sosyal pratiklerin bireyler arası iletişim ve toplumsal bağlar üzerindeki etkilerini ampirik verilerle irdelemektedir.

Kuramsal medya yaklaşımları, özellikle manipülasyon kavramı çerçevesinde yeniden değerlendirilerek, medya metinlerinin iktidar ve etki mekanizmaları üzerine kritik bir perspektif sunmaktadır. On dokuzuncu makalemiz; “Manipülasyon Kavramı Perspektifinden Etki Merkezli Kitle İletişim Kuramları” başlığı altında, medya ve iletişim kuramlarının güncel teorik tartışmalar ışığında manipülasyonun doğası ve kapsamını sorgulamaktadır.

Pazarlama iletişimde kullanılan yeni analiz yöntemleri, özellikle bibliyometrik ve görsel haritalama teknikleri, iletişim stratejilerinin karmaşıklığını sistematik biçimde ortaya koymaktadır. Yirminci makale; “Görsel Haritalama Tekniği ile Pazarlama İletişim Aracı Olarak Ürün Yerleştirme Üzerine Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi” başlığıyla, ürün yerleştirmenin pazarlama iletişimi içindeki rolünü ve bu alandaki bilimsel yayınların yapısını metodolojik bir perspektifle değerlendirmektedir.

Haziran sayımızda yer alan bu çok yönlü çalışmalar; dijital dönüşüm, yapay zekâ uygulamaları, mobil teknolojiler ve kuramsal gelişmeler ekseninde şekillenen güncel akademik tartışmaları kapsamlı biçimde yansıtmaktadır. Her makale, akademik etik standartlara uygun titiz bir hakem değerlendirme sürecinden geçerek yayımlanmış ve

hem ulusal hem de uluslararası düzeyde bilgi üretimine önemli katkılar sağlamayı amaçlamaktadır.

Bu sayının hazırlanmasında emeği geçen tüm yazarlarımıza, hakemlerimize ve editöryal ekibimize içten teşekkürlerimi sunar, ele alınan konuların disiplinlerarası akademik dünyada aydınlatıcı bir rol oynayacağına olan inancımı paylaşıyorum.

Keyifli okumalar dilerim.

Doç. Dr. Ayşegül Elif ÇAYCI

Editör





MESSAGE FROM THE EDITOR IN CHIEF

Dear Researchers and Academicians,

Welcome to our June issue, the first of 2025! During this time of rapid information changes and innovations shaping the field of communication, we are pleased to provide you with up-to-date, original, and critical perspectives. This issue includes studies that reflect the richness and dynamism of our field. We hope the June issue inspires you on your academic journey. Together, let's continue opening the door to new discoveries and discussions.

The digital age has brought about transformations that facilitate access to information and deepen theoretical and practical debates in media and communication technologies. The twenty articles in our June issue address innovative approaches and theoretical inquiries emerging in this dynamic environment with academic rigor. This issue contains 20 articles, 9 of which are in English and 11 of which are in Turkish.

Some of the articles in our June issue offer in-depth analyses, particularly regarding ethics, media practices, and digitalization. One such article is titled "The Child's Right to Privacy Within the Framework of Disaster Journalism and Ethics: The Case of the Kahramanmaraş Earthquake" stands out. The study emphasizes the importance of safeguarding children's privacy in disaster reporting and thoroughly examines how children's news published in newspapers after the February 6 Kahramanmaraş earthquake was evaluated based on ethical principles.

Science communication is an important theme of this issue, as it is a comprehensive field where scientific knowledge, innovations, and developments intersect with society within a multi-actor structure. In this context, the second study, titled "Scientists' Use of Social Media from the Perspective of Science Communication: A Comparative Analysis on Turkey's and the World's Most Influential Scientists" compares how scientists use social media platforms to effectively transfer knowledge at the national and international levels. Through content analysis, the study evaluates the science communication activities of selected scientists from Turkey and around the world on social media and reveals the critical role of digital interaction in science communication.

Studies that integrate health communication and digital marketing approaches are also noteworthy. Our third article, titled " A Scale Development Study to Determine the Influencer Effect on Healthcare Service Demand" presents the validity and reliability findings of the scale developed in this field.

Another focus of current debates is the impact of AI-based digital characters on media. The fourth work, "Artificial Intelligence-Generated Virtual Influencers: A Study on User Reactions towards Virtual Influencers in Türkiye" provides a comprehensive analysis of these interactions.

In the context of political communication, crisis periods have become areas where the perception management, public opinion formation, and agenda-setting strategies of political actors are radically reshaped by the use of social media. The fifth article, " Political Communication on Social Media in the Context of Crisis Communication" details how political actors use social media as a strategic communication platform during times of crisis, focusing on content production, discourse construction, and voter relations.

This issue also investigates brand crises and debates over social media. The sixth study is titled " The Case of Patiswiss as a Social Media Crisis in the Context of Crisis Communication Theories".

Digital transformation in corporate communication strategies involves more than technological adaptation; it also radically transforms how organizations position themselves, interact with stakeholders, and gain a competitive advantage. Our seventh article, titled "Transformation of Communication and Management Strategies of Corporations in Digital Age" analyzes the impact of digitalization on internal and external communication dynamics. It also discusses the strategic, structural, and cultural dimensions of this transformation, providing examples.

Fictional media products, such as TV series and movies, are important narrative spaces in which social values, belief systems, and cultural codes are reproduced. In this context, examining social representations emphasizes the cultural analysis aspect of the June issue. The eighth study, titled " Unfounded Religious Rituals in Television Series" critically evaluates the effects of fictionalized religious practices in media texts on perception of reality and cultural reflections of these forms of representation.

Theoretical readings on power relations, power structures, and social control mechanisms within the framework of critical theory are also a noteworthy aspect of this issue. The ninth article, "Ivy: A Foucaultian Analysis" analyzes the complex webs of relations around the axis of the individual, society, and power. It questions the

interaction of the media with surveillance, discipline, and power structures based on Michel Foucault's intellectual perspective.

In today's communication environments, digital content manipulation and information security are critical issues that directly affect public trust and perception of reality. The tenth study, "Deepfake Manipulation on Social Media: A Case Study of Fraudulent Activities in Türkiye" examines usage patterns of deepfake technologies, which have become widespread, especially on social media platforms. The study also examines the fraudulent misuse of these technologies and their social effects, providing a comprehensive overview of the ethical, legal, and security dimensions of digital manipulation.

Artificial intelligence-enabled voice interaction technologies are radically transforming communication culture and triggering the development of new norms in human-machine communication. Our eleventh article, "Voice-Activated AI and The Evolution of Communication Etiquette" discusses the effects of voice-controlled artificial intelligence applications on communication practices and user manners, as well as cultural transformation processes, from theoretical and practical perspectives. The article also comprehensively discusses the social and individual reflections of developments in this field.

The impact of visual narratives on news consumption is more important than ever today, given the increasing trend toward visualization in digital media environments. The twelfth study, titled "An Analysis of Infographic Narrative Structures Used in Digital Journalism in the Context of News Consumption Motivations" analyzes the role of infographics in transferring information and influencing user perception, based on empirical data. The study also comprehensively addresses the effects of visual narratives on the attention, comprehension, and recall processes of news readers.

Alternative learning models and developments in media education diversify contemporary educational approaches and enrich learning experiences. Our thirteenth article, "A Liberating Learning Process:

Contribution of Audiovisual Essay to Media Education" evaluates the integration of audiovisual materials into the educational process, as well as its contributions to learning motivation and cognitive development, considering the approach's theoretical and practical dimensions.

Organizational behavior analyses on popular media products reinforce the interdisciplinary nature of media and communication studies. The fourteenth study; "An Investigation Of The Movie The Intern In Terms Of Organizational Behavior: A Reading On Organizational Climate" reveals the complexity of organizational dynamics

through the film and discusses the reflections of organizational communication processes in the media from a theoretical perspective.

In the fifteenth article; “Possibilities of Resistance in Popular Culture: A Case Study of Sweet & Rough with Müge Anlı”, the ways in which popular television programs produce discourses of resistance and the social effects of these discourses on the audience are discussed.

The themes of visual culture and working life are interpreted through the media in the context of alienation and aesthetic experiences in the modern working world. The sixteenth study, titled “The Backrooms Aesthetics of Severance and the Alienated Office Worker”, examines the forms of visual representation of contemporary working life and their social meanings from the perspective of media aesthetics.

The relationship between ethics, deception and entertainment are elements that are frequently encountered in media products and form a complex web of interactions. Our seventeenth article, “Ethics and Entertainment: The Paradoxical Appeal of Deception in the Traitors”, offers an in-depth discussion on how ethical boundaries are stretched and the paradoxical effects of the transformation of deception into entertainment on the media consumer.

The emerging forms of social interaction on digital platforms lead to the redefinition of social rituals and the emergence of new norms in the digital environment. The eighteenth study; “The Reconstruction of Social Rituals: Greeting Practices in Digital Platforms” examines the effects of these digitalized social practices on interpersonal communication and social bonds with empirical data.

By re-evaluating theoretical media approaches, especially within the framework of the concept of manipulation, it offers a critical perspective on the power and influence mechanisms of media texts. Our nineteenth article; “Effect-Centered Theories Of Mass Communication From The Perspective Of The Concept Of Manipulation” questions the nature and scope of manipulation in the light of current theoretical debates in media and communication theories.

New analysis methods used in marketing communication, especially bibliometric and visual mapping techniques, systematically reveal the complexity of communication strategies. The twentieth article, titled “Bibliometric Analysis of Studies on Product Placement as a Marketing Communication Tool with Visual Mapping Technique” evaluates the role of product placement in marketing communication and the structure of scientific publications in this field from a methodological perspective.

The multifaceted studies in our June issue reflect current academic debates on digital transformation, artificial intelligence applications, mobile technologies, and theoretical developments. Each article underwent a rigorous peer review process in accordance with academic ethical standards, and each aims to contribute significantly to knowledge production at the national and international levels.

I would like to extend my sincere thanks to all the authors, referees, and members of the editorial team who contributed to this issue. I believe the topics discussed will play an enlightening role in the interdisciplinary academic world.

Enjoy your reading!

Assoc. Prof. Dr. Ayşeg l Elif  AYCI
Editor

