

Genel Yayın Yönetmeni'nden

Global Media Journal Turkish Edition'in sekizinci yılında yurt içinde ve yurt dışında değişik üniversitelerde çalışan akademisyenlerin 17 özgün bilimsel araştırmasını/makalesini içeren 16. sayısını yeni GMJ logosu ile sizlerle paylaşmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Yazı Kurulu ailesi olarak hakemlik yapan Danışma Kurulu üyelerimize, hakemlik isteğimizi geri çevirmeyen akademisyenlere yürekten teşekkür ederiz. Dergimizin bilimsel standardını sürdürmemize katkıda bulunan, yorumlarıyla araştırmacılara yol gösteren, önerilerde bulunan, makalede gerekli düzenlemelerin yapılmasını ya da makalenin yeniden yazılmasını sağlayan hakem ekibimize gönül borcumuzu iletmek isteriz.

İletişim Bilimlerinin disiplinlerarası özelliği nedeniyle GMR TR son sayısı iletişimin değişik dallarında teorik, teori ile uygulamayı birleştiren, disiplinlerarası bağlantıyı destekleyen, yeni gelişmeleri yansıtan, yaratıcı öneriler sunan ve uluslararası anlayışı derinleştiren çalışmaları içeriyor. Söz gelimi:

Uluslararası araştırmaları da içeren iletişim çalışmalarında Afrika'da öğrencilerin davranışlarını etkileyebilecek kampüs radyosunun sektörle ortak çalışarak güçlendirilmesi öneriliyor; Türkiye'de bir ilk olarak edebi gazeteciliğin kuralları ile edebi gazetecilik kitabının incelenmesinde öncülük yapılıyor; medya psikolojisinin kültürlerarası ilişkilerdeki etkisinden yola çıkarak Çin'in Türkiye'deki gazetelerde nasıl yansıtıldığı gösteriliyor; Sosyal Bilimler alanındaki kuramsal/yöntemsel araştırmalarda kullanılan Bourdieu kuramlarına açıklık kazandırılarak katkıda bulunulması amaçlanıyor; "Toplumsal bir üretim aracı olarak alet" ile "toplumsal bir varlık olarak insan" arasındaki ilişki sorgulanıyor.

Basın ve gazete haberciliğini içeren araştırmalarda çocuk işçiliğinin ulusal ve uluslararası toplumsal algısı irdelenerek haberlerde yansıtılması tartışmaya açılıyor; haber çerçevelemesinin gücü elinde tutanlardan ve toplumsal yapıdan soyutlanamayacağı sonucuna varılıyor; domuz gribi haberlerine ilişkin araştırmada da halkı ilgilendiren haberlerde egemen güçlerin denetimi vurgulanıyor; sporda alışlagiden nefret söylemlerinin internette de sürdürülerek normalleştiği ve ayrışmalara neden olduğu kaygısı tartışılıyor; çocuk dergilerinde dijital ortama geçiş TRT Çocuk dergisi örneğinde çözümleniyor.

Halkla İlişkiler alanındaki gelişmeleri içeren çalışmalarda Halkla İlişkiler çalışanlarının "profesyonel iletişimciler" olarak kurumların yeni gereksinimlerini belirlemelerinin, "sosyal sorumluluk" gibi uygulamaların yararı belirtiliyor; Halkla İlişkilerin gelişiminde medyanın ve medya ilişkilerinin rolünün önemi vurgulanıyor; Halkla İlişkilerde haber üretiminde dijital içerik yaratmaya geçiş inceleniyor ve kurumların halkla ilişkilerde kendi istekleri /amaçları doğrultusunda çalışacak kişiler aradıkları eleştirel bir yaklaşımla öne sürülüyor.

Reklam dalında duyguları düşünceleri yansıtan müziğin reklamlarda kullanılması irdeleniyor; reklam müziği aracılığıyla marka kimliğinin kitlelerde oluşturulması araştırılıyor; bilgisayarın yarattığı imge teknolojisi ile reklam kişiliği ve kimlik oluşturma üzerine çalışılıyor; "algılanan marka kişilikleri" ile "satın alma niyeti" arasında pozitif yönlü yüksek bir ilişki olduğu saptanıyor. Siyasal iletişimin siyasal kampanyalardaki gelişmelerde uzmanlaşmayı yönlendirmesi tartışılıyor.

Bu özgün çalışmaların sizleri yeni araştırmalara yönlendireceğini umuyor: alana yeni katkılar getirecek çalışmalarınızı bekliyoruz,

En iyi dileklerimizle,

From the Editor-in-Chief

In this eighth year of the *Global Media Journal--Turkish Edition*, we are delighted to share with you the 16th edition, with its new logo and 17 original scientific research studies and articles from academics working at universities both at home and abroad. The Editorial Board owes heartfelt thanks to those Advisory Board members and academics who agreed to conduct peer reviewing for us. We are grateful to our peer reviewer team, as usual, for their contribution in maintaining and strengthening our journal's high standard of scholarship with their extensive comments, suggestions, and recommendations that helped researchers improve and make relevant corrections to their work.

Because Communication Studies is interdisciplinary, the *GMJ TR* includes research papers advancing the understanding of the critical links or relationships among the various disciplines within the field of communication, developing research and deepening international engagements and effectiveness, reflecting new developments, and suggesting creative approaches.

The current issue of *GMJ TR* explores an exciting variety of interdisciplinary and international topics in Communication Studies. For example:

Communication studies are covered: In this edition, the transformative power and ability of African campus radio to form collaborative partnerships are explored; a Turkish book using literary journalism directly is analyzed; the social representations of Chinese people in Turkish newspapers are investigated; Bourdieu's contributions to theoretical and methodological studies in social science are clarified; and the relationship between "the instrument as a means of social production" and "humans as a social entity" is questioned.

Journalism news and newspapers: Representations of child workers in the newspaper industry are explored, determining how the media handles social issues in general within the dominant ideological framework; news framing is found not to be independent of power relations and the social structure in which it forms; an event concerning the general public is determined to have been shaped to reproduce relations of sovereignty and power through these news frames; hateful and discriminatory language is being used more and more in the sports pages of newspapers and sports news websites, becoming commonplace. The movement of children's magazines into the digital medium is analyzed in the case of *TRT Children's Magazine*.

Public relations and publicity: Elsewhere, the importance of social responsibility projects in reputation management is discussed; the relationship between the media and media relations is analyzed; the press release as a public-relations instrument and the process of producing digital content to deliver solutions to the target group are clarified; and a study reveals that employers have been trying to manage their public-relations departments and practices to further their own aims.

In today's visual, auditory and technology age, in which music is a powerful cultural influence, advertisements are found to rank first on the list of areas. A study identifies the relationship between CGI (computer-generated imagery) technologies and advertising identity. A brand-identity study proves a low correlation between "perceived brand personalities" and "intention of purchase." In the case of political communication, radical changes in political campaigns and forms of address are explored.

Hoping that these unique studies will motivate you to pursue further research, we look forward to receiving your new contributions to the field.

Best wishes,