

## Sunuş

2011 yılının Aralık sayısının özel bir niteliği var. Pazarlama ve Etik konusunda Prof. Dr. Jale Minibaş-Poussard ile Doç. Dr. Banu Karsak'ın yaptığı bir çağrı ile dergiye gelen yazılardan hakemlik süreçlerini geçenler bu sayımızda "dosya" olarak yer alıyor. Çabalarından dolayı her iki akademisyen arkadaşımıza da teşekkür ediyoruz. Bu tür yardımların derginin güncelliğini ve canlılığını koruması için ne kadar önemli olduğunun altını bir kez daha çizerek, bu tür girişimleri desteklediğimizi de belirtmek isteriz.

2011 Aralık sayısının ilk yazısı Duygun Erim'in "Researching the Middle: Visual Ethnography as an Experimental, Innovative Method" (Ara'nın Keşfi: Deneysel, Yenilikçi Bir Yöntem Olarak Görsel Etnografi) başlıklı yazısıdır. Erim, söz konusu yazısında öncelikle sosyal bilimlerde kullanılan araştırma yöntemlerine karşı eleştirel bir duruş sergilemeye çalışmaktadır. Toplumsal olguların sadece yazı aracılığıyla ele alınmasını sorgulayan yazar, yazısında dans ve müzik gibi toplumsal pratiklerin incelenmesinde daha yenilikçi yöntemlere gereksinim duyulduğunu öne sürerek, bu tür konularda görsel etnografik yöntemle çalışmanın olumlu yanlarını serimlemektedir. Araştırmacının kamera kullanarak hareketli ve durağan olmayan toplumsal olguları kaydetmesi ve görselliği bir bilgi birikimi aracı olarak değerlendirmesi, hem araştırmacının araştırdığı konu karşısındaki tutumu hem de yazılı ile görselin artık birbirinden ayrı tutmaması ve bütünleştirmeye çalışması girişimi son derece ilginçtir. Araştırmacının ara'da oluş hali açısından oldukça özgün bir araştırma söz konusudur.

Aralık sayısının ikinci yazısı, Sibel Çelik Norman'ın "Dramatisation of History: *The Queen*" (Tarihin Dramatizasyonu: *The Queen*) başlıklı bir film eleştirisi yazısıdır. Yazar, tarihsel filmler bağlamında yürütülen gerçeklik ile kurgusalılık sorunsalını, *The Queen* filminde filmin yönetmeni ile senaryo yazarının tarihe yaklaşımlarının yakın tarih kavrayışının etkilenmesindeki rolü bağlamında eleştirel bir yaklaşımla ele almaktadır. Yazar, yeni teknolojiler ile birlikte sinemasal anlatının pek çok bakımdan farklı olanaklara sahip olmaya başladığını ve bu nedenle tarihsel konulara eğilen filmlerde kurmaca diyaloglar ile olayların daha fazla kullanılmasına işaret ederek, çağdaş sinemanın bu imkânlarının tarihin zamanımızdaki algılanması konusunda yarattığı etkilerin ne denli anlamlı olacağını *The Queen* filmi üstünden yaptığı inceleme ile göstermeye çalışmaktadır.

Jale Minibaş-Poussard, Turhan Erkmen ve Banu Karsak'ın birlikte kaleme aldığı üçüncü yazımız, "Kadın Yöneticilere İlişkin Sosyal Temsiller: Bankacılık Sektörüne Yönelik Bir İnceleme" başlığını taşımaktadır. Yazarlar, toplumsal temsillerin toplumsal çevreyle bağlantılı olarak biçimlendiğini öne sürdükleri çalışmalarında, bankacılık gibi, yöneticiliğin daha çok eril cinsiyetin elinde olduğu bir sektörde kadın yöneticilerin kadın ve erkek çalışanlar tarafından nasıl algılandığını ve algıdaki cinsiyete dayalı farkları ortaya koymaya çalışmışlardır.

Aralık sayısının son üç yazısı Pazarlama ve Etik dosyasının yazılarıdır. İlk yazı Caner Dinçer'in "Comment change la perception éthique dans l'environnement d'affaires?" (İş Ortamında Etik Algısı Nasıl Değişiyor?) başlıklı çalışmasıdır. Yazar, işletmelerde gelire, eğitim düzeyine, bireyin çalışma yaşamındaki konumuna bağlı olarak etik ilkelerin nasıl biçimlendiğine odaklanmaktadır. Yazar, yönetici ve çalışanlar ile gerçekleştirdiği bir anketle etik boyutların neler olduğunu faktör analiziyle sınıflandırmaya çalışmaktadır. Yazıda, yöneticilerin daha fazla "etikçi" tutumlarının gerisinde çalışma yaşamında, yönetici konumundakiler açısından etik olmayan tutum ve davranışların daha fazla konumsal itibar yitirme riskine yol açmasının yattığı vurgulanmaktadır. Fabienne Chamero ve Jean-Louis Chandon'un "Les labels sont-ils tous éthiques?" (Bütün Kalite Ödülleri Etik midir?) başlıklı yazıda, pazarlama sektörü çalışanlarıyla yapılan görüşmelere dayanarak ödüllerin yarattığı kalite algısı sorgulanmaktadır. Yazarlar, markaların bu tür ödülleri şeffaf olmayan şekillerde kullanmalarının, markanın güvenilirliğinin zedelenmesi açısından taşıdığı riskleri de ele almaktadır. Dosyanın son yazısı olan Jean-Marc Francony ile Emilie Mondolini'nin kaleme aldığı "Ethique et connaissance client dans le domaine de l'e-mailing publicitaire" (E-Reklamcılıkta Tüketici Bilgisinin Kullanılmasının Etik Sorgulanması) başlıklı yazıda, e-reklamcılık sektöründe çalışanların, internet kullanıcılarının kendilerinin oluşturdukları bilgileri kullanmalarının rekabet ve etik açıdan yarattığı sorunları ele almaktadır. Bu açıdan yazarlar, bir yandan internet kullanıcılarının kendilerinin oluşturduğu kişisel bilgilerin doğruluğu ve dolayısıyla piyasadaki rekabette doğruluğu kanıtlanmamış bile olsa kullanımı, öte yandan da e-reklamcılık profesyonellerinin özel yaşama dair verileri nasıl kullandığı gibi konularda etik sorgulamanın kaçınılmazlığına işaret etmektedirler.

Dergimizin “Kitap Tanıtımı” bölümünü Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi ve görevlilerinin yaptığı “Türkiye’de Film Endüstrisinin Konumu ve Hedefleri” başlıklı İstanbul Ticaret Odası Yayınları’ndan çıkan araştırmaya ayırdık.

Ece Vitrinel ile Tolga Çevikel’e sonsuz teşekkürlerle...

İyi okumalar dileğiyle...

Doç. Dr. Nilgün Tatal Cheviron