

Sunuş

2004 yılında yayınlanmaya başladığımız *İleti-ş-im* dergisi elinizdeki 20. sayıyla birlikte on yaşına bastı. Öncelikle emeği geçen herkese en içten teşekkürlerimizi iletmek isteriz: Galatasaray Üniversitesi Rektörlüğü'nün verdiği maddi desteğe, İletişim Fakültesi öğretim üyeleri ile araştırma görevlisi ve teknik destek veren çalışanlarına teşekkür ederiz. Ardından yazılarıyla dergimizi destekleyen tüm araştırmacılar ile hem Türkiye'den hem de yurt dışından makalelerin değerlendirilmesi konusunda yardımlarını tüm zamansal kısıtlılıklarına rağmen bizden esirgemeyen özel olarak iletişim alanıyla, genel olarak da sosyal bilimlerin farklı dallarında uzmanlaşmış akademisyen hocalarımıza ve meslektaşlarımıza teşekkürlerimizi sunmak istiyoruz.

İleti-ş-im'in bu sayısı iki sinema makalesiyle açılışı yapıyor. Ardından medyada nefret söylemini, uluslararası habercilik bağlamında Suriye'deki iç savaşı ve Türkiye'nin yabancı medya mensupları tarafından ele alınma biçimini inceleyen yazılar yer almaktadır. Son yazı ise reklamların kültürel değerlerin taşıyıcılığını yapıp yapmadığını mobil iletişim üstünden ele almaktadır.

Prof. Dr. Hüseyin Köse ve Yrd. Doç. Dr. Ömer Alanka'nın kaleme aldığı "Tekdüze Yaşamın Metafizik Şiddeti: Torino Atı" başlıklı yazı sinema dergilerinin başköşesinde yer alacak niteliğe sahip bir film çözümlemesidir. Felsefesi ve edebî değeri tartışılmaz olan makalelerinde yazarlar, Bela Tarr'un yönettiği *Torino Atı* (A Torinói Ló, 2011) isimli filmine odaklanmışlardır. Yaşamın metafizik şiddetine yoğunlaşan yazıda, Nietzsche, Cioran ve Bachelard'ın çalışmalarıyla tasavvuf düşüncesi

işığında Nietzsche Atı metaforunun anlam katmanları Bela Tarr'ın filmi bağlamında çözümlenmektedir. Yazı her şeye rağmen, "zorla da olsa" yaşamak ne demektir? sorusuna estetik ve felsefi bir film eleştirisiyle önemli bir katkıda bulunmaktadır.

Her şeye rağmen yaşama dayanmak sorusunu ele alan bu yazıyı, sinema alanından gelen bir diğer yazı izlemektedir. Yrd. Doç. Dr. Sevcan Sönmez ve Ar. Gör. Deniz Bilge "Aklın Sınırlarını Belirlemek: Türkiye Sinemasında "Delilik" Temsilleri" başlıklı yazılarında delilik ve akıl kategorilerini konu alan sorgulamalarına, Türkiye'de çekilmiş iki filmin çözümlenmesini yaparak yanıt bulmaya çalışmışlardır. Bu amaçla *Çıplak Vatandaş* (1985) ile *Gişe Memuru* (2010) filmlerini inşa ettikleri delilik temsilleri açısından incelemişlerdir. İncelemelerinde delilik ile toplumsal ve bireysel iktidara direnme arasında bir bağ olabileceği önermesini ileri sürmüşlerdir.

Yrd. Doç. Dr. Zeynep Özarslan'ın imzasını taşıyan "Introducing two new terms into the literature of hate speech: "Hate discourse" and "hate speech act", application of "speech act theory" into hate speech studies in the era of Web 2.0" başlıklı İngilizce yazı, nefret söyleminin ve ediminin Web 2.0 döneminde incelenbilmesi için yeni bir yöntem gereksinimi doğduğu saptamasından hareketle, yönetsel bir tartışma ve inceleme niteliği taşımaktadır. Yazar yazısında, iletişim çalışmalarında yaygın olarak kullanılan eleştirel söylem çözümlenmesinin Web 2.0 döneminin içerdiği yoğun veri nedeniyle sosyal medya incelemelerinde yetersiz kaldığını belirtmektedir. Sorunun nasıl aşılabileceğine dair de çözümler ileri sürmektedir. Yazının değerlendirme sürecinde akademisyenler, söz konusu tartışmayı literatüre sunduğu katkı açısından oldukça yerinde ve gerekli bulmakta ve makalenin son dönemde konuyla ilgili okudukları en faydalı çalışmalardan biri olduğu kanaatini dile getirmektedirler.

Ömer Ongun'un kaleme aldığı Uluslararası habercilik ve söylem: Türkiye'deki gazetelerin Suriye iç savaşını yansıtmaya biçimleri" başlıklı yazı, 2-10 Ekim 2012 tarihleri arasında Türkiye'de yayınlanan *Birgün* ve *Hürriyet* gazetelerinde yer alan Suriye iç savaşına dair haberleri Van Dijk'in eleştirel söylem çözümlenmesine dayanarak incelemiştir.

Yrd. Doç. Dr. Eylem Yanardağoğlu "Covering Turkey: The dilemmas of foreign correspondents between the desk and the field" başlıklı İngilizce yazısında 1991 yılında 85 olan Türkiye'de yerleşmiş gazeteci sayısının 2013 sonunda 317'ye ulaşmış olmasına dayanarak, son 10 yılda Türkiye'ye yönelik ilginin artışını incelemekte ve yabancı gazetecilerin kişisel ve mesleki özellikleri ile çalışma pratikleri üzerinde durmaktadır. Yazı yabancı gazetecilerin hem Türkiye hakkında ne düşündükleri hem de kendi mesleklerini Türkiye'de icra etme koşulları açısından ilginçtir.

Son yazı Doç. Dr. Hatice Çubukçu, Fatma Şeyma Doğan ve Gülten Koşar'ın kaleme aldığı "Reklamlarda ürünler mi pazarlanıyor, kültürel değerler mi? Mobil haberleşme hizmet sağlayıcısı reklamları üzerine bir inceleme" başlığını taşımaktadır. Yazı büyüyen reklam sektörünün sayıca yoğunlaşan reklamlarında kültürel değerlerin nasıl içerildiğine odaklanmaktadır. Bunun için 30 mobil haberleşme hizmet sağlayıcı reklam söylemi içerik çözümlemesiyle incelenmiştir. Reklamların en çok "aile", "aşk", "paylaşım", "dayanışma", "arkadaşlık" değerleri dolayısıyla kültürel geleneksel kodları hem kullandığına hem de yeniden ürettiğine işaret edilmiştir.

İyi okumalar dileğiyle.

Prof. Dr. Nilgün Tatal Cheviron
Yrd. Doç. Dr. Tolga Çevikel
Ar. Gör. Umur Bedir
Ar. Gör. Ece Vitrinel

