ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ

9.Uluslararası İletişim Günleri

Dijital Çağda İletişim Çalışmaları Sempozyumu

ÜSKÜDAR UNIVERSITY
FACULTY of COMMUNICATION

9th International Communication Days

Communication Studies in the Digital Age Symposium

Bildiri Özetleri Kitabı

Abstracts Book

İLİMER İnsan Odaklı İletişim Uygulama ve Araştırma Merkezi

ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI - 56

Bu etkinlik TÜBİTAK 2223-B Yurt İçi Bilimsel Etkinlik Düzenleme Desteği kapsamında desteklenmektedir.

ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ

9.Uluslararası
İletişim Günleri

Dijital Çağda İletişim Çalışmaları

Sempozyumu

ÜSKÜDAR UNIVERSITY
FACULTY of COMMUNICATION
9th International
Communication Days
Communication Studies
in the Digital Age
Symposium

Bildiri Özetleri Kitabı
Abstracts Book

May 16-18 Mayıs 2022

ifig.uskudar.edu.tr/2022

ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI - 56

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi 9.Uluslararası İletişim Günleri
Dijital Çağda İletişim Çalışmaları Sempozyumu Bildiri Özetleri Kitabı
Üsküdar University Faculty of Communication 9th International Communication Days
Communication Studies in the Digital Age Symposium Abstracts Book

9. Uluslararası İletişim Günleri / Dijital Çağda İletişim Çalışmaları Sempozyumu Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) desteğiyle gerçekleştirilmiştir.
9th International Communication Days / Communication Studies in the Digital Age Symposium is supported by The Scientific and Technological Research Council of Turkey (TÜBİTAK).

Editör / Editor
Prof. Dr. Nazife Güngör

Editör Yardımcıları / Assistant Editors
Arş. Gör. Besna Ağın
Arş Gör. Nihan Barlas
Arş. Gör. Zindan Çakıcı
Arş. Gör. Yezdan Çelebi
Arş. Gör. Selin Maden
Arş. Gör. Osman Tosun

Redaksiyon / Redaction
Arş. Gör. Neslihan Bulur
Arş. Gör. Onur Coşkun
Arş. Gör. Burak Çeber
Arş. Gör. Baran Kahraman
Arş. Gör. Simge Kırteke
Arş. Gör. Zeynep Şehidoğlu

Design / Tasarım
Bülent Tellan

ISBN
978-605-9596-60-2

Yayıncılık Sertifika No
42573

Baskı Tarihi
2022

İletişim Bilgileri
www.uskudar.edu.tr – yayin@uskudar.edu.tr
Altunizade Mah. Haluk Türksoy Sk. No: 14 Pk: 34662 Üsküdar / İstanbul / Türkiye
Tel: 0216 400 22 22 / Faks: 0216 4741256

Copyright © 2022

Fikir ve Sanat Eserleri Yasası gereğince bu eserin yayın hakkı anlaşmalı olarak T. C. Üsküdar Üniversitesi'ne aittir. Her hakkı saklıdır. Kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir. Bu kitabın hiçbir kısmı yayıncısının yazılı izni olmaksızın elektronik veya mekanik, fotokopi, kayıt vb. bir bilgi saklama, erişim sistemi yolu ile çoğaltılamaz, dağıtılamaz ve satışa sunulamaz.

Bu kitap, 9.Uluslararası İletişim Günleri Dijital Çağda İletişim Çalışmaları Sempozyumu bildiri özetlerinden derlenmiş olup metinlerde yer alan her tür görüş ve düşüncenin sorumluluğu bildirinin yazarına aittir.

Sempozyum Düzenleme Kurulu / Symposium Organization Committee

Prof. Dr. Nazife Güngör (Düzenleme Kurulu Başkanı), Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Pınar Aslan (Sempozyum Koordinatörü), Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Can Diker (Sempozyum Koordinatörü), Üsküdar Üniversitesi
Prof. Dr. And Algül, Üsküdar Üniversitesi
Prof. Dr. Yıldız Dilek Ertürk, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Âlâ Sivas, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Doç.Dr. Gül Esra Atalay, Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Gülşah Aydın, Yeditepe Üniversitesi
Doç. Dr. İpek Fatma Çevik, Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Asuman Kutlu, Beykent Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sadi Kerim Dündar, İstinye Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yıldıray Kesgin, Üsküdar Üniversitesi
Arş. Gör. Dr. Zeynep Şehidoğlu, Üsküdar Üniversitesi
Arş. Gör. Dr. Ezgi Şen, Üsküdar Üniversitesi
Arş. Gör. Besna Ağın, Üsküdar Üniversitesi
Arş. Gör. Nihan Barlas, Üsküdar Üniversitesi
Arş. Gör. Neslihan Bulur, Üsküdar Üniversitesi
Arş. Gör. Onur Coşkun, Üsküdar Üniversitesi
Arş. Gör. Zindan Çakıcı, Üsküdar Üniversitesi
Arş. Gör. Burak Çeber, Üsküdar Üniversitesi
Arş. Gör. Yezdan Çelebi, Üsküdar Üniversitesi
Arş. Gör. Atila Erdemir, Üsküdar Üniversitesi
Arş. Gör. Baran Kahraman, Üsküdar Üniversitesi
Arş. Gör. Simge Kırteke, Üsküdar Üniversitesi
Arş. Gör. Selin Maden, Üsküdar Üniversitesi
Arş. Gör. Osman Tosun, Üsküdar Üniversitesi

Sempozyum Bilim Kurulu / Symposium Scientific Committee

Prof. Dr. Nevzat Tarhan (Bilim Kurulu Onursal Başkanı), Üsküdar Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan Akbulut, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Emel Baştürk Akça, Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Abdülrezak Altun, Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Aysel Aziz, Yeni Yüzyıl Üniversitesi
Prof. Dr. Ayhan Biber, İstanbul Arel Üniversitesi
Prof. Dr. Mutlu Binark, Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Filiz Aydoğan Boschele, Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Güven Büyükbaykal, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Nilgün Tutal Cheviron, Galatasaray Üniversitesi
Prof. Dr. Mukadder Çakır, Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Hüseyin Çelik, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Peyami Çelikcan, İstinye Üniversitesi
Prof. Dr. Muharrem Çetin, Kastamonu Üniversitesi
Prof. Dr. Erdal Dağtaş, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Filiz Otay Demir, Maltepe Üniversitesi
Prof. Dr. Mine Demirtaş, Beykent Üniversitesi
Prof. Dr. Sevimece Karadoğan Doruk, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Onur Dursun, Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Figen Gökalp Ebren, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Senem Ayşe Duruel Erkılıç, Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Suat Gezgin, Yeditepe Üniversitesi
Prof. Dr. Yeşim Güçdemir, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Süleyman İrvan, Üsküdar Üniversitesi
Prof. Dr. Ceyhan Kandemir, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Selva Ersöz Karakulakoğlu, Maltepe Üniversitesi
Prof. Dr. Hale Künüçen, Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuz Makal, Beykent Üniversitesi
Prof. Dr. Seda Mengü, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Halil Nalçaoğlu, İstanbul Bilgi Üniversitesi
Prof. Dr. Burak Özçetin, İstanbul Bilgi Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer Özer, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Ebru Özgen, Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Murat Özgen, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Özlen Özgen, Atılım Üniversitesi
Prof. Dr. Defne Özonur, Yeditepe Üniversitesi
Prof. Dr. Aydan Özsoy, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Serdar Öztürk, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Hatice Öz Pektaş, İstinye Üniversitesi
Prof. Dr. İdil Sayımer, Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Gülcan Seçkin, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa Şeker, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Tülay Şeker, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Aytül Tamer Torun, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Merih Taşkaya, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Nilüfer Timisi, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf Gürhan Topçu, Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Aslı Tunç, İstanbul Bilgi Üniversitesi
Prof. Dr. Ruhdan Uzun, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Billur Ülger, Yeditepe Üniversitesi
Prof. Dr. Dilruba Çatalbaş Ürper, Galatasaray Üniversitesi
Prof. Dr. Osman Ürper, Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Asaf Varol, Maltepe Üniversitesi
Prof. Dr. Deniz Yenğin, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Prof. Dr. R. Ayhan Yılmaz, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Erkan Yüksel, Anadolu Üniversitesi

Doç. Dr. Özge Uğurlu Akbaş, Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Şeyda Akyol, Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Doğan Arslan, İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Doç. Dr. Dinçer Atlı, Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Adalet Görgülü Aydoğdu, Gazi Üniversitesi
Doç. Dr. Lemi Baruh, Koç Üniversitesi
Doç. Dr. Ceyda Büyükbaykal, İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Özgül Dağlı, Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Eren Ekin Ercan, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr. Tolga Erkan, Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Çeyiz Makal Fairclough, Beykoz Üniversitesi
Doç. Dr. Feride Zeynep Güder, Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Erol İlhan, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Esra İlkay İşler, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Murad Karaduman, Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Sibel Karaduman, Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Bilge Narin, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Zeynep Özarslan, Çukurova Üniversitesi
Doç. Dr. İlker Özdemir, Çukurova Üniversitesi
Doç. Dr. Özlem Özdemir, Fenerbahçe Üniversitesi
Doç. Dr. Güven Özdoyran, İstanbul Arel Üniversitesi
Doç. Dr. Kurtuluş Özgen, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Bahar Muratoğlu Pehlivan, Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Veli Polat, İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Diğdem Sezen, İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Esennur Sirer, Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Muzaffer Şahin, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Kaan Taşbaşı, Yeditepe Üniversitesi
Doç. Dr. Özden Pektaş Turgut, Hacettepe Üniversitesi
Doç. Dr. Recep Ünal, Mersin Üniversitesi
Doç. Dr. Yıldız Derya Birincioğlu Vural, Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet Yakın, İstanbul Arel Üniversitesi
Doç. Dr. Filiz Yıldız, Çukurova Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ceren Acun, Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sinan Aşçı, Bahçeşehir Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Cihan Becan, Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Bülent Bingöl, KTO Karatay Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aysun Eyrek, Fenerbahçe Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Gökser Gökçay, Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Şükrü Güler, Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Denizcan Kabaş, Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ebru Karadoğan, Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nihal Toros Ntapiapis, Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ömer Osmanoğlu, Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Alper Özpınar, İstanbul Ticaret Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Şaha Burcu Baygül Özpınar, Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Özlem Çetin Öztürk, Gelişim Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nejla Polat, Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hasan Topaçoğlu, Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Cem Tutar, Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sevda Ünal, Çukurova Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hale Yaylalı, Üsküdar Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Mehmet Özdemir, Ankara Üniversitesi

Davetli Konuşmacılar / Keynote Speakers

Prof. Dr. Paul A. ARGENTI
Dartmouth College (Dartmouth Üniversitesi)
"Integrating Multiple Voices When Crafting a Corporate Brand Narrative"

Prof. Dr. Nico CARPENTIER
Charles University (Charles Üniversitesi)
"Materiality in the Digital Era: A Case Study on Antagonistic Nationalism and its Memorialisations in Cyprus"

Assoc. Prof. Lemi BARUH
Koç University (Koç Üniversitesi)
"Thinking Beyond Data: What Privacy Means for Selfhood in an Age of Algorithmic In(ter)ferences"

Dr. Maureen ELLIS
University College London (Londra Üniversitesi Akademisi)
"Metaphor: Mystic myth, Spirituality, Science"

Önsöz

İnsanlık ikinci teknolojik evreyi deneyimliyor. Dijital teknolojiler insan ve toplum yaşamının hemen hemen tüm kesitlerinde kullanıma girmiş durumda. Bundan en çok da iletişim ve medya alanı payını alıyor. Dijital iletişim teknolojilerinin etkisiyle medya sektörü biçimsel, içeriksel ve yapısal anlamda önemli bir dönüşüm sürecine girdi. Medya sektöründeki bu dönüşüm iletişim eğitimi vermekte olan kurumlarda da değişim ve dönüşümü gerekli kıldı. Buna göre bir yandan iletişim eğitiminin müfredat yapısında dijital teknolojilere bağlı olarak güncellemeler yapılması, diğer yandan da iletişim alanındaki akademik çalışmaların dijitalleşme yönünde yeni açılımlar yapması, yeni bakış açıları kazanması gerekmektedir.

İletişim ve medya alanının, dijitalleşme eksenli olarak içerisinde bulunduğu bu dönüşüm ve değişim süreci *9. Uluslararası İletişim Günleri* kapsamında gerçekleştirilen *Dijital Çağda İletişim Çalışmaları Sempozyumu*nda tüm ayrıntılarıyla masaya yatırıldı. 16-18 Mayıs 2022'de Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından gerçekleştirilen sempozyuma çeşitli ülkelerden, çok sayıda akademisyen, araştırmacı ve medya profesyoneli bildiri sunumlarıyla katılım gösterdi. Sempozyumda Profesör Paul Argenti, Profesör Nico Carpentier, Profesör Lemi Baruh ve Dr. Maureen Ellis gibi iletişim alanının önemli isimleri keynote konuşmacı olarak sunum yaptılar. Ünlü iletişim sosyoloğu Profesör Todd Gitlin de keynote konuşmacıları arasında yer almaktaydı, ancak Covid-19 nedeniyle hayatını kaybetti ve aramıza katılamaması bizde derin üzüntü yarattı. 55 eş zamanlı oturum halinde düzenlenen sempozyumda iletişim bilimleri alanında tanınmış akademisyenler moderatör olarak görev aldılar. Sempozyuma bildiri sunumuyla katılan 300 dolayında akademisyen dijital çağda iletişimi çok farklı yönleriyle tartıştılar. Dijital çağda medya ve iletişimin geleceği, sektörden profesyonellerin ve iletişim alanından akademisyenlerin katılımıyla düzenlenen yuvarlak masa oturumunda ayrıntılı olarak tartışıldı.

Dijital Çağda İletişim Çalışmaları Sempozyumu kapsamında gerçekleştirilen sunumlarda genel hatlarıyla iletişim bilimleri ve medya hemen hemen tüm yönleriyle masaya yatırıldı. Radyo, televizyon ve gazete gibi geleneksel kitle iletişim araçlarını nasıl bir geleceğin beklediği değerlendirildi. Yeni medya olarak adlandırılan medya formlarının geleneksel medyayla birlikte nasıl bir geleceğe evrileceği çeşitli yönleriyle tartışıldı. Dijital teknolojilerin etkisinde gelişen yeni medya formlarının insanlar ve toplum üzerindeki olası etkileri değerlendirildi. Covid-19 salgınıyla birlikte devrimsel bir karakterle hayatın tüm kesitlerine egemen olan dijital teknolojilerin insanlığı nasıl bir geleceğe götürmekte olduğu sorusuna iletişim odaklı olarak yanıt arandı. İnsan ve toplum yaşamını tüm yanlarıyla kuşatma altına almış olan dijital teknolojilerin olumlu ve olumsuz etkileri ayrıntılı olarak sorgulandı. Dijitalleşmenin, iletişim bilimleri alanını ne yönde etkileyeceğine ilişkin tartışmalar yapılırken, alanda yeni kuramsal ve kavramsal açılımlara gerek olduğu noktası özellikle vurgulandı.

İletişim ve medyanın, dijitalleşme ekseninde çeşitli yanlarıyla ele alındığı sempozyumda ele alınan konular, yapılan değerlendirmeler hem video arşivi, hem de bildiri özetleri ve tam bildiri metinleri olarak yayımlanan kitaplar yoluyla ilgili kamusal kesimlerle paylaşılmaktadır. Böylece sempozyumda yapılan sunumların, ortaya konulan görüşlerin hem

iletişim bilimleri alanına hem de genel olarak sosyal bilimlere katkı sunması beklenmektedir.

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından bu yıl dokuzuncusu düzenlenen *Uluslararası İletişim Günleri/Dijital Çağda İletişim Çalışmaları Sempozyumu* iletişim alanında Türkiye'de uluslararası düzeyde marka haline gelen en kapsamlı ve süreklilik içerisinde gerçekleşen bilimsel etkinliklerden biridir. Böylesine kapsamlı bir sempozyumun süreklilik halinde gerçekleştirilmesi elbette yetkin bir ekip çalışmasıyla mümkün olabilmektedir. Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi akademik kadrosunun ekip ruhuyla çalışması böylesine kapsamlı bir organizasyonun gerçekleşmesini mümkün kılmıştır. Burada özellikle de sempozyumun sekretarya ve tasarım ekibinde yer alan araştırma görevlilerimiz Selin Maden, Nihan Barlas, Zindan Çakıcı, Yezdan Çelebi, Osman Tosun, Baran Kahraman ve Burak Çeber'in disiplinli ve özverili çabaları olmasa bu sempozyumun gerçekleşmesi mümkün olmazdı. Ayrıca sempozyum bildirilerinin redaksiyonuna destek veren araştırma görevlilerimiz Neslihan Bulur, Onur Coşkun, Zeynep Şehidoğlu, Simge Kırteke ve Besna Ağın'a da çok teşekkür ediyorum. Besna aynı zamanda yıllardan beridir sempozyumda sunucu olarak da görev almakta ve başarılı sahne performansıyla dikkat çekmektedir. Sempozyumun organizasyon sürecinde ise fakültemizin bütün araştırma görevlileri ve öğretim üyeleri etkin biçimde yer alarak etkinliğin sorunsuz ve yüksek performansla gerçekleşmesini sağlamışlardır. Uluslararası konukların planlanması ve ağırlanması sürecindeki destekleri için Prof. Dr. Süleyman İrvan, Doç. Dr. Gül Esra Atalay, Dr. Öğretim Üyesi Şaha Baygül Özpınar'a teşekkür ediyorum. Dekan yardımcılarımız Doç. Dr. Can Diker ve Doç. Dr. Pınar Aslan'ın gayretleri çok değerli.

Dokuz yıldan beridir böylesine kapsamlı bir etkinlik gerçekleştirebiliyorsak eğer, bu, iletişim camiasının desteğiyle mümkün olabilmektedir. Gerek Türkiye'den gerekse başka ülkelerden çok sayıda iletişim akademisyeni sempozyuma bildiri sunumlarıyla, oturum başkanlıklarıyla, bilim ve düzenleme kurulunda görev almalarıyla destek vermektedirler. Bize destek veren meslektaşlarımın her birine ayrı ayrı teşekkür ediyorum. Sempozyumda son üç yıldan beridir uluslararası davetli konuşmacı oturumlarına moderatörlük yapan Prof. Dr. Halil Nalçaoğlu'na ise buradan özel bir teşekkür gönderiyorum.

Sempozyumun gerçekleştirilmesi sürecinde Fakültemizin bütün akademik ve idari kadrosu takım ruhuyla yer aldı ve özveriyle çalıştı. Her birine ayrı ayrı teşekkür ediyorum. Üniversitemiz Rektörlüğünün ilgili birimlerinin sempozyumun gerçekleşmesindeki destekleri çok önemliydi. Kendilerine buradan teşekkür ediyorum. Destekleriyle hep yanımızda olan Rektörümüz Prof. Dr. Mehmet Zelka'ya, üniversitemiz rektör yardımcısı Prof. Dr. Sevil Atasoy'a ve üniversitemiz Genel Sekreteri Selçuk Uysaler'e de buradan teşekkürlerimi iletmek isterim. Ve elbette ki Kurucu Rektörümüz Prof. Dr. Nevzat Tarhan'ın destekleri olmasa böylesine kapsamlı bir etkinliğin gerçekleştirilmesi de mümkün olmazdı. Kendilerine minnetle teşekkürlerimi sunuyorum.

Prof. Dr. Nazife GÜNGÖR
Sempozyum Düzenleme Kurulu Başkanı ve
Ü.Ü. İletişim Fakültesi Dekanı

Foreword

Humanity is experiencing the second technological phase. Digital technologies have been used in almost all parts of human and social life. The media sector and the field of communication sciences get the most from this. Due to the influence of digital communication technologies, the media sector has entered an important transformation process in terms of form, content and structure. This transformation in the media sector necessitated change and transformation in institutions providing communication education. Accordingly, on the one hand, updates should be made in the curriculum structure of communication education depending on digital technologies, and on the other hand, academic studies in the field of communication should gain a new vision and new perspectives in the direction of digitalization.

This transformation and change in the field of communication and media with the axis of digitalization was discussed in all details at the *Symposium on Communication Studies in the Digital Age*, held within the scope of the *9th International Communication Days*. Many academicians, researchers and media professionals from various countries participated in the symposium held by Üsküdar University Faculty of Communication on 16-18 May 2022. Important names in the field of communication such as Professor Paul Argenti, Professor Nico Carpentier, Professor Lemi Baruh and Dr. Maureen Ellis made presentations as keynote speakers at the symposium. Noted communication sociologist Professor Todd Gitlin was also among the keynote speakers but he could not join us due to his death of Covid-19 and we were deeply saddened.

Well-known academicians in the field of communication sciences took part as moderators in the symposium, which was held in 55 simultaneous sessions. Around 300 academicians who participated in the symposium with their paper presentations discussed many different aspects of communication in the digital age. The future of media and communication in the digital age was discussed in detail at the roundtable session with the participation of professionals from the sector and academics from the field of communication.

In the presentations made within the scope of the *Communication Studies in the Digital Age Symposium*, communication sciences and media were discussed in general terms with almost all aspects. It was evaluated what kind of future awaits traditional mass media such as radio, television and newspaper. It was discussed in various aspects how the media forms called new media will evolve into a future together with traditional media. The possible effects of new media forms on people and society were evaluated. The answer to the question of what kind of future the digital technologies, which dominate all parts of life with the Covid19 pandemic, are leading humanity to, was sought on the axis of communication. The positive and negative effects of digital technologies, which encompass all aspects of human and social life, were questioned in detail. While discussing how digitalization will affect the field of communication sciences, the need for new theoretical and conceptual expansions in the field was especially emphasized.
Presentations made at the symposium, in which communication and media were examined in various aspects on the axis of digitalization, will be open access with video

archive, abstracts and full texts of papers. Thus, it is expected that the presentations made at the symposium and the views put forward will contribute to both the field of communication sciences and social sciences in general.

Organized for the ninth time this year by *Üsküdar University Faculty of Communication, the International Communication Days/Communication Studies in the Digital Age Symposium* is one of the most comprehensive and continuous scientific events in the field of communication that has become an international brand in Turkey. Continuity of such a comprehensive symposium is of course only possible with a competent team work. The team spirit of the Üsküdar University Faculty of Communication academic staff has made it possible to organize such a comprehensive organization. This symposium would not have been possible without the disciplined and self-sacrificing efforts of our research assistants, especially in the secretariat and design team of the symposium (Selin Maden, Nihan Barlas, Zindan Çakıcı, Yezdan Çelebi, Osman Tosun, Baran Kahraman, Burak Çeber). I would also like to thank our research assistants (Neslihan Bulur, Onur Coşkun, Besna Ağın, Zeynep Şehidoğlu, Simge Kırteke) who supported the editing of the symposium papers. Besna has also been the presenter at the symposium for years and draws attention with her successful stage performance. In the organization process of the symposium, all research assistants and faculty members of our faculty took active part in ensuring that the event was carried out smoothly and with high performance. I would like to thank my colleagues, Professor Süleyman İrvan, Assoc. Professor Gül Esra Atalay, Dr. Şaha Baygül Özpınar, who supported the hosting of international guests. Our vice deans, Assoc. Professor Can Diker and Assoc. Professor Pınar Aslan's efforts are invaluable.

İn addition, if we have been able to hold such a comprehensive event for the past nine years, this is possible with the support of the communication community. Many communication academics, both from Turkey and other countries, support the symposium with their paper presentations, session chairs, and taking part in the scientific and organizing committee. Special thanks to all my colleagues who supported us. In the meantime, I would like to send a special thanks to my dear colleague Professor Halil Nalçaoğlu, who actively participated in the symposium and supported us every year.

During the organization of the symposium, all the academic and administrative staff of our faculty took part in a team spirit and worked devotedly. I thank each and every one of them individually. The support of the relevant units of the Rectorate of our University for the organization of the symposium was very important. I would like to thank them. I would also like to extend my thanks to our Rector Professor Mehmet Zelka, Vice-Chancellor Professor Sevil Atasoy and the Secretary General of the University Selçuk Uysaler, who have always been with us. And of course, such a comprehensive event would not have been possible without the support of our Founding Rector Professor Nevzat Tarhan. I am indeed grateful to him.

Professor Nazife GÜNGÖR
Chair of the Symposium Organizing Committee and
Dean of the Faculty of Communication

İçindekiler / Contents

(Soyadı alfabetik sıraya göre / Surname in alphabetical order)

ÖNSÖZ 8
Nazife GÜNGÖR

FOREWORD 10
Nazife GÜNGÖR

DİJİTAL HİKÂYE ANLATICILIĞINDA TARİHİN YENİDEN SUNUMU: EVA.STORIES VE SEVINJ.STORIES INSTAGRAM HESAPLARININ İNCELENMESİ 29
Zafer AKAR, Gökhan GÜRBÜZ, Nedim Serhat BİLECEN

REKLAMA ANGAJE OLMA: ÖLÇEK GELİŞTİRME, GÜVENİRLİK VE GEÇERLİLİK ÇALIŞMASI 30
Haluk AKARSU

IŞILDAYAN EKRAN UYURGEZERLİĞİ 31
Berna AKÇAĞ

TÜRKİYE'DE YAYINCILIĞIN DÜNÜ, BUGÜNÜ VE SONRASI 32
Zeynep GÜLTEKİN AKÇAY

SOSYAL MEDYADA ŞÖHRET KÜLTÜRÜ: BİR YOUTUBER İNCELEMESİ 33
Çile AKER

MARKALARIN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KONUSUNDAKİ YOUTUBE REKLAMLARININ SÖYLEM ANALİZİ İLE İNCELENMESİ 34
Semra AKINCI

TÜRKİYE'DE 2000-2021 YILLARI ARASINDA YAPILAN PAZARLAMA İLETİŞİMİ KONULU DOKTORA TEZLERİNİN İNCELENMESİ 35
Zeynep AKINCI

18-65 YAŞ BİREYLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE DEPRESYON ARASINDAKİ İLİŞKİ 36
Nalan BOSTAN AKMEŞE, Hülya KÖK EREN

SANAL CEMAATLER VE SOSYAL MEDYA: BİR NETNOGRAFİ ÇALIŞMASI 37
Ercan AKTAN

DİJİTALLEŞMENİN GETİRDİĞİ DÖNÜŞÜM: BANKA REKLAMLARINA YÖNELİK BİR ANALİZ 38
Zöhre AKYOL

POST-TRUTH ÇAĞDA KORONAVİRÜS HABERLERİNİN SOSYAL MEDYA ÜZERİNDE GÖSTERİMİ: TWITTER ÖRNEĞİ 39
Ülkü AKYOL

Z KUŞAĞININ YENİ TEKNOLOJİLERİ BENİMSEME DURUMLARI: GİYİLEBİLİR TEKNOLOJİ ÖRNEĞİ OLARAK AKILLI SAAT KULLANIMI 40
Irmak KOÇ ALAMASLI, Tamer BAYRAK

ULUSLARARASI ÖĞRENCİ PROGRAMI İLE TÜRKİYE'YE GELEN ÖĞRENCİLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIMLARI VE "GÜNDEMİ KAÇIRMA KORKUSU" (FOMO) ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA 41
Eda SEZERER ALBAYRAK

BİLİM KURGU SİNEMASINDA GÖRSEL BETİMLEMELER VE GÖSTERGEBİLİM KAVRAMI İLE RENKLERİN DİLİ....42
And ALGÜL, Emrullah BURUK

KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE INFLUNCERLARIN INSTAGRAM ÜZERİNDEN KOZMETİK SEKTÖRÜ PAYLAŞIMLARININ ANALİZİ 43
And ALGÜL, Belis KELEŞ

BİR SOSYAL SORUMLULUK PROJESİ OLARAK KARBON EMİSYONUNUN AZALTILMASI HUSUSUNDA TASARLANAN SERİ AFİŞLERİN HEDEF KİTLE TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ 44
Elif Sena ALKAN, Çağrı GÜMÜŞ

ONLINE DISCOURCES ON THE PANDEMIC BY THE FAR RIGHT IN CANADA....45
Ahmed AL-RAWI

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ANLAYIŞINDA İSO 500 İŞLETMELERİNİN ZİRVESİ: WEB SİTELERİNE YÖNELİK BİR İNCELEME....46
Bilge Nur ALTAY

TOPLUMSAL CİNSİYET VE MEDYA: GAZETE KÜNYELERİNDE KADINLARIN VARLIĞI....47
Burak ALTINOK

KKTC BASININDA ETİK İHLALLER VE MEDYA ETİK KURULU....48
Engin ALUÇ

DİJİTAL PLATFORMLARDAKİ DİZİLERDE ERKEKLİK TEMSİLLERİ: DÖNÜŞEN DİZİ İÇERİKLERİ DÖNÜŞ(MEY)EN TEMSİLLER....49
Züleyha ÖZBAŞ ANBARLI

AFRICAN DIPLOMATIC MISSIONS' COMMUNICATION IN THE DIGITAL AGE: THE CASE OF GHANA....50
Isaac ANTWI-BOASIAKO

REALIZING SELF IN IMMERSIVE ENVIRONMENTS 51
Canan ARSLAN

SÖZSÜZ İLETİŞİMİN DİJİTAL İPUÇLARI: EMOJİLER....52
Özge ARSLAN

TÜRKİYE'DE 2000-2021 YILLARI ARASINDA SİNEMA ALANINDA YAPILAN DOKTORA TEZLERİ ÜZERİNE NİCEL BİR ARAŞTIRMA....53
Sibel ÖZ ARSLAN

YENİ MEDYADA DEĞİŞEN ŞÖHRET ALGISI....54
Sibel ÖZ ARSLAN

"SHE LOOKS UNCOMFORTABLE": SEXUAL VIOLENCE IN STREAMING SERIES AS PERCEIVED BY YOUNG AUDIENCES....55
Iris SIMÓN-ASTUDILLO

DİJİTALLEŞEN MEDYANIN VE BİLGİSAYAR TABANLI GAZETECİLİĞİN GENEL VE ETİK SORUNLARI: DÜNYADAN VE TÜRKİYE'DEN ÖRNEKLER 56
Tülây ATAY

DİJİTAL ŞİDDET ÜZERİNE YAPILAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİN İNCELENMESİ....57
Aygül ATAY

İLETİŞİMİN BOYKOTU MU BOYKOTUN İLETİŞİMİ Mİ?: TÜKETİCİ BOYKOTLARININ ORTAYA ÇIKIŞINA VE BOYKOT SÜRECİNDE KULLANILAN İLETİŞİM ARAÇLARINA DAİR NİTELİKSEL BİR ARAŞTIRMA....58
Sezgin ATEŞ

TELEVİZYON İZLEYİCİ ÖLÇÜMLERİNİN DÖNÜŞÜMÜ BAĞLAMINDA NETFLIX'IN "BEĞENİ KÜMELERİ"....59
Selin TÜZÜN ATEŞALP

TÜRKİYE'DEKI FAALİYET GÖSTEREN ANINDA TESLİMAT UYGULAMALARININ YAPAY ZEKÂ GÖZ İZLEME (EYE TRACKING) YÖNTEMI İLE ANALİZİ 60
Dinçer ATLI

BİR HETEROTOPYA MEKÂNI OLARAK METAVERSE GERÇEKLİĞİNDE KENDİLİK ANLAYIŞININ DÖNÜŞÜMÜ 61
Seda AVCI

TEMİZLİK KATEGORİSİNDEKİ VEGAN MARKALARIN SOSYAL MEDYADAKİ GÖRÜNÜMLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA....62
Yeliz YAPICIOĞLU AYAZ

KURUMSAL İLETİŞİM BAĞLAMINDA ÇALIŞANLARIN İŞ DOYUMUNUN ÇALIŞAN BAĞLILIĞI AÇISINDAN ÖLÇÜLMESİ: MAVİ YAKA VE BEYAZ YAKALI ÇALIŞANLAR ÜZERİNE BİR İNCELEME....63
Feyzanur AYDAR, Zekiye TAMER GENCER

MARKA AŞKI İLE MARKA NEFRETİ İLİŞKİSİ: AŞK, NEFRETE DÖNÜŞÜR MÜ? 64
Ömer AYDINLIOĞLU, Mert SUSUR

DİJİTAL PLATFORMLARDA ADALET ARAYIŞI: ŞAHSİYET, ALEF VE FATMA 65
Onur AYTAÇ

REKLAMDA MONOKROMATİK: HEINZ VE ABSOLUT ÖRNEKLERİ....66
Nihan AYTEKİN, Mizgin AVCİ

SİNEMA ENDÜSTRİSİNDE PAZARLAMA: COVID-19 SÜRECİNDE CANLANDIRMA FİLM STÜDYOLARININ INSTAGRAM KULLANIMI....67
Mesut AYTEKİN, Muhammed Alparslan ÖZKARDEŞ

TÜRKİYE'DE 2000-2021 YILLARI ARASINDA REKLAMCILIK ALANINDA YAPILAN DOKTORA TEZLERİ ÜZERİNE NİCEL BİR ANALİZ....68
Eda AZAP

STARBUCKS LOGO TASARIMININ "ART NOUVEAU" TASARIM STİLİ BAĞLAMINDA ÇÖZÜMLENMESİ....69
Atalay BAĞCIVAN

YENİ MEDYADA DOKTORLARA YÖNELİK NEFRET SÖYLEMİ: İNTERNET HABERCİLİĞİ ÖRNEĞİ....70
Elif Hatice BAHÇECİOĞLU

DİJİTAL ÇAĞDA KRİPTO SANAT ANLAYIŞI VE METALAŞAN SANAT ESERLERİ....71
Özlem BALTACI

APPLYING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN ENGLISH FOR LAW ENFORCEMENT IN THE DIGITAL AGE....72
N. BARNUCZ, D. L. DOMINEK, E. URICSKA, B. CZÉKMÁN, E. DANI BUJDOSÓNÉ

"SÖZLÜ KÜLTÜR"DEN "İKİNCİL SÖZLÜ KÜLTÜR"E GELENEKSEL TÜRK TİYATROSU: KUKLA KABARE ÖRNEĞİ....73
Ezgi METİN BASAT

İSTANBUL'DA YAYIMLANAN YEREL GAZETELERDEKİ HABERLERİN 'YERELLİĞİ' ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA....74
Göksel BASMACI

DİJİTAL PLATFORM ALANINA BOURDIEU PERSPEKTİFİNDEN YAKLAŞMAK: MUBI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME 75
Elif BAŞ

VİDEO OYUNLARINDAN ÇEVRİLEN FİLMLERDE SADAKAT VE ÖZGÜNLÜK 76
Abdullah Güray BAŞAKCİOĞLU

DİJİTAL OYUNLARDA "KARAKTERİN DÖNÜŞÜMÜ" ÜZERİNE BİR ANALİZ 77
Aylin Berna ZAMANDAR BAŞOĞLU, Zeynep ÖZARSLAN

DİJİTAL ÇAĞDA SENARYODA YARATICILIK 78
Emir BATUŞ
DİJİTAL ÇAĞDA BASIN OMBUDSMANLIĞININ İŞLERLİĞİ ÜZERİNE 79
Pınar BAYRAM
REKLAM OKURYAZARLIĞI DÜZEYLERİNE GÖRE TÜKETİCİLERİN RASYONEL VE DUYGUSAL REKLAMLARA YÖNELİK TUTUMA ETKİSİ 80
Cihan BECAN
TÜRKİYE'DEKİ KAMUSAL EĞİTİM SİSTEMİNDE DİJİTALLEŞME: OLANAKLAR VE SORUNLAR 81
Hilal BERGE
ÇOCUK FENOMENLER; SOSYAL MEDYA'DA METALAŞAN ÇOCUK BEDENLERİ 82
Deniz Y. BERKER
HOW TECHNOLOGY TRANSFORMED CINEMATOGRAPHY IN THE DIGITAL ERA? 82
Onur BİROL
REKLAM AFİŞLERİNDE KADIN İMGESİNİN KULLANIMI: YVES SAINT LAURENT PARFÜM AFİŞLERİ 84
Şerife Seda BOZPOLAT, Bahar SOĞUKKUYU
EĞİTİM AMAÇLI GÖÇ SÜREÇLERİNDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜNE YÖNELİK BİR İNCELEME 85
Melike BOZTİLKİ
ABD'NİN KÜLTÜREL DİPLOMASİ ARACI OLARAK DİZİ SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR ÖRNEK İNCELEMESİ 86
Neslihan BULUR , M. Emir FİDAN
KAPİTALİZMİN ÖTESİNİ DÜŞÜNMEK: DİJİTAL MÜŞTEREKLERİN EKONOMİ POLİTİĞİ ÜZERİNE 87
Çağrı KADEROĞLU BULUT
GAZETECİLİKTE GÜVENCESİZLEŞTİRMENİN YENİ UĞRAĞI: "ESNAF GAZETECİ" 88
Gökhan BULUT
SES, DUYGU VE SAMİMİYET BİRLİKTELİĞİNDE KİŞİSEL ANLATININ SINIRLARI: PODCAST YAYINCILIĞINDA FIRSATLAR VE TEHDİTLER 89
Serkan BULUT
THE EVALUATION OF RUSSIA'S OCCUPATION OF UKRAINE IN TERMS OF COUNTRY REPUTATION: A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE USA AND FRENCH PRESS 90
Birol BÜYÜKDOĞAN
TÜRKİYE'DE İNTERNET DÜZENLEMELERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME 91
Mahmut Fevzi CENGİZ
GÖRSEL ALGILAMANIN ÖLÇÜLEBİLMESİNE YÖNELİK BİR YÖNTEM: NÖROSİNEMA 92
Mahmut CERAN, Sibel ÇELİK NORMAN
OPTİK BAKIŞ VE GÖRSEL ALGILAMA 93
Mahmut CERAN
DİJİTAL EMEĞİN SİNİR UÇLARI: KURYE EYLEMLERİ 94
Çağdaş CEYHAN
DİJİTAL EMEK KAVRAMI VE DİJİTAL SANATIN DÖNÜŞÜMÜ BAĞLAMINDA NFT (NON-FUNGIBLE TOKEN) ÜRETİMİNE BİR BAKIŞ 95
Onur COŞKUN, İpek Fatma ÇEVİK
SUBORDINATION OR STRUGGLE: IS SIMIN OUT OF BOUNDS? 96
Zindan ÇAKICI, Emre MERİÇ, Selin MADEN
İLETİŞİMİN METAVERSE'DE YENİDEN YAPILANDIRILMASI 97
Veysel ÇAKMAK

BİR BAŞKADIR DİZİSİNİN GÜNDEM BELİRLEME ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: EKŞİ SÖZLÜKTE FERDİ ÖZBEĞEN YORUMLARININ İNCELENMESİ....98
Murat ÇAKMAK

DİJİTAL ÇAĞDA MARKALARDA KAOS VE KRİZ İLETİŞİMİ....99
Deniz ÇALIK

TÜRKİYE'DE PDF OLARAK YAYINLANAN İLK GAZETE: GAZETE PENCERE ÖRNEĞİ....100
Şenol ÇARIK

HABERDE NİTELİĞİN KAYBOLUŞU VE ALTERNATİF ARAYIŞLAR: YAVAŞ GAZETECİLİK ..101
Selahattin ÇAVUŞ

HALKLA İLİŞKİLERDE YAPAY ZEKÂ: TURKCELL YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARINA İLİŞKİN BİR İNCELEME 102
Burak ÇEBER, Emel KARAYEL BİLBİL

EKOLOJİK FELAKET TEMALI DİSTOPİK FİLMLERİN EKO-BİLİNÇ KAVRAMIYLA İLİŞKİSİ: SNOWPIERCER FİLMİ ÖRNEĞİ....103
Yezdan ÇELEBİ

DON'T LOOK UP FİLMİ YA DA DİJİTAL ÇAĞDA SAHİH HABERİN İMKANI MESELESİ....104
Kemal ÇELİK

SOSYAL MEDYA ARAÇLARINDAN OLAN TIKTOK UYGULAMASINA ELEŞTİREL BAKIŞ ...105
Yusuf ÇELİK

DİJİTAL TOTALİTARİZMDE ÖZGÜRLÜĞÜN DİYALEKTİĞİ BİR PSİKOPOLİTİK ARAÇ OLARAK "STORY"UYGULAMASI....106
Fikriye ÇELİK

HAVAYOLLARI VE SEHAYAT ACENTELERİ ARASINDAKİ İLETİŞİMDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM...107
Derya SEMİZ ÇELİK

GELENEKSEL MEDYADAN YENİ MEDYAYA FİLANTROPİK HAREKETLERİN DEĞİŞEN SÖYLEMLERİNE YÖNELİK BİR ANALİZ....108
Nida Sümeyya ÇETİN

ÜÇ BOYUTLU SAYISAL ORTAM MEKÂNLARI VE MELEZ DÜNYALAR....109
İpek Fatma ÇEVİK

COVID-19 SÜRECİNDE ÇOCUKLARIN AŞILANMASI: KAMUNUN VE MEDYANIN DEĞİŞEN SÖYLEMİNİN ANALİZİ 110
Aslıhan ARDIÇ ÇOBANER, Gülçin ÇOBAN

DİJİTAL MEDYANIN DİJİTAL 5N 1K'SI: İLETİŞİM BİLİMCİLER İÇİN BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ OKURYAZARLIĞI 111
Zübeyde SARAÇOĞLU ÇÖKLÜ

TÜRKİYE'DEKİ İNTERNET KULLANICILARININ ÇEVRİMİÇİ SİYASİ İFADE SIKLIĞININ ARDINDAKİ BİREYSEL VE ÇEVRESEL ETMENLER 112
Ayşenur DAL

TÜRKİYE'DE ÇEVRİMİÇİ SİYASİ İFADE VE HAYALİ İZLEYİCİ KAVRAMI 113
Ayşenur DAL

ÖTEKİ VE BİZ: BİR NETFLIX DİZİSİ OLARAK "KULÜP" BİRLİKTE YAŞAMAK MI YOKSA AYRIŞMAK MI?....114
Zuhal DEMİR

TÜRKİYE'DE DİJİTAL PLATFORMLARDA NATIVE REKLAMCILIK: ONEDIO.COM ÖRNEĞİNDE NİTEL BİR ANALİZ 115
Kenan DEMİRCİ

SİNEMADA METAVERSE EVRENLERİN TEMSİLİ: GERÇEKLİK ALGISI BAĞLAMINDA BAŞLAT (READY PLAYER ONE, 2018) FİLMİ İÇERİK ANALİZİ....116
Burak DERİCİ

İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN DİJİTAL TEKNOLOJİYE YÖNELİK TUTUMLARI 117
Ersin DİKER, Fatma Dilek DİKER

DİJİTAL İLETİŞİM ORTAMINDA KAMUSAL ALANI POST-TRUTH TARTIŞMALARI EKSENİNDE YENİDEN DÜŞÜNMEK....118
Özgün DİNÇER

YENİ BİR RÖNESANS FORMU: DİJİTAL OYUNLAR 119
S. Gökçen DİNÇER

SOSYAL AĞLAR VE ÇEVRİMİÇİ SOSYAL DESTEK: SAĞLIK İLETİŞİMİ PERSPEKTİFİNDEN KANSER HASTALARININ ÇEVRİMİÇİ ORTAMDA ELDE ETTİKLERİ DOYUM ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 120
Seray ÖNEY DOĞANYİĞİT

SOSYAL MEDYADA KRİZ İLETİŞİMİ: ISPARTA ELEKTRİK KESİNTİSİ ÖRNEĞİ....121
Misbah DURAK, Nalan OVA

İLETİŞİM ÇALIŞMALARINDA YENİ METODOLOJİK YÖNELİMLER: DİSPOZİTİF ANALİZ ..122
Büşra T. DURMUŞ

DİJİTAL ÇOCUK PLATFORMLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME: YOUTUBE KIDS VE OKIDOKIDO ÖRNEĞİ....123
Zehra DURSUN

DİJİTAL ÇAĞDA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK İLETİŞİMİ ÜZERİNE 124
Deniz KEBA EKİNCİ

GELENEKSELDEN DİJİTALE PROPAGANDANIN DÖNÜŞÜMÜ: JOE BIDEN SEÇİM KAMPANYASI ÖRNEĞİ 125
Dilek EMİNOĞLU, Yeşim SÜRLÜ

COMMUNICATING THROUGH TWITTER DURING COVID-19: THE CASE OF ISTANBUL METROPOLITAN MUNICIPALITY 126
Elif ENGİN, Burcu EKER AKGÖZ

HABERLERDE HAKİKAT-SONRASI KÜLTÜRÜN YARATIMI: İSMAİL DEVRİM İNTİHARININ SÖYLEM ANALİZİ....127
Eren Ekin ERCAN

TV HABERLERİNDE İKİNCİ EKRAN KULLANIMI İLE DEĞİŞEN KULLANICI DAVRANIŞLARI 128
Halime ERDAL

TÜRKİYE'DE 2000-2021 YILLARI ARASINDA HALKLA İLİŞKİLER ALANINDA YAPILAN DOKTORA TEZLERİ ÜZERİNE NİCEL BİR İÇERİK ANALİZİ....129
Halime ERDAL

KÜRESEL GÜÇ MÜCADELESİ BAĞLAMINDA DİJİTAL ORTAMDA HABER: RUSYA'NIN UKRAYNA ANLATISI ÖRNEĞİ 130
Atila ERDEMİR

DİJİTALLEŞME BAĞLAMINDA KRİZ İLETİŞİMİ YÖNETİMİ: COVID-19 SALGINI SÜRECİNDE SAĞLIK BAKANI FAHRETTİN KOCA'NIN TWITTER PAYLAŞIMLARI ÜZERİNE BİR ANALİZ 131
İbrahim Ethem ERDİNÇ, Özer SİLSÜPÜR

İSLÂM HUKUKUNA GÖRE ISRARLA YAPILAN TELEFON ARAMALARINA İLİŞKİN BİR DEĞERLENDİRME....132
Mehmet ERGÜN

KADINA KARŞI SİBER ŞİDDET VE TACİZ 133
Güneş OKUYUCU ERGÜN

ELEŞTİREL MEDYA PSİKOLOJİSİNE EPİSTEMOLOJİK BİR BAKIŞ....134
Fatih ERKEN

GIDA HAREKETİ VE YENİ MEDYA: TÜRKİYE'DEN BİR ÖRNEK OLARAK "GIDA DEDEKTİFİ" 135
Özlem ERKMEN, Burçin SARGIN

KÜLTÜRLEŞME SÜRECİNDE E-SOSYALLEŞMENİN ROLÜ 137
Hülya A. ERTÜRK, Semanur SİVRİTEPE

PHUBBING AND ITS REFLECTION ON INTERPERSONAL COMMUNICATION: A REVIEW OF THE LITERATURE 138
Elif EŞİYOK

YAPAY ZEKÂ: BİR TEKNOLOJİ MİTİNİ EKONOMİ POLİTİK İLE KAVRAMAK 139
Şafak ETİKE

TÜKETİM KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA MEKÂNIN DÖNÜŞÜMÜ: INSTAGRAMLANABİLİR MEKÂNLAR ÜZERİNE İNCELEME 140
Aysun EYREK

METAVERSE'DE REKLAM UYGULAMALARI: KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME 141
Ezgi EYÜBOĞLU

RUSYA-UKRAYNA SAVAŞI'NIN GÖRSEL İLETİŞİMDE TEMSİLİ ÜZERİNE BİR İNCELEME 142
M. Emir FİDAN, Neslihan BULUR

KRİZ İLETİŞİMİ BAĞLAMINDA HABER METİNLERİNİN İNCELENMESİ: RUSYA-UKRAYNA SAVAŞI SÜRECİNDE AKARYAKIT FİYATLARININ TÜRK MEDYASINDAKİ YANSIMALARI ... 143
Gamze GEZGİNCİ

TÜRK BELGESEL SİNEMASI'NDA DİJİTAL ÇAĞ: DSLR KAMERALARIN ETKİSİ 144
Berkay GÖÇER

EVLİ ÇİFTLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI İLE SANAL ALDATMA ARASINDAKİ İLİŞKİYE BAKIŞ AÇILARININ İNCELENMESİ 145
Yağmur Nisan GÖKÇE, Seda Gökçe TURAN

POLİTİK İFADE ÖZGÜRLÜĞÜNÜN NEFRET SÖYLEMİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ: TANJU ÖZCAN ÖRNEĞİ 146
Mehmet Ali GÖNGEN

KARŞILAŞTIRMALI BİR İNCELEME: EV İÇİ EMEĞİN GÖRÜNÜRLÜĞÜ BAĞLAMINDA YENİ BİR TARTIŞMA ALANI OLARAK YOUTUBE 147
Burçak GÖREL

YENİ NESİL SOSYAL MEDYA KULLANICILARININ SOSYAL MEDYA KULLANIM DÜZEYLERİ VE ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İNCELENMESİ 148
Sultan GÜÇLÜ, Ayşegül UNUTKAN, Ahmet SUNAL, İlknur USLU

"HOW YOU LIKE THAT": UNDERSTANDING INDIVIDUAL EXPERIENCES OF K-POP FANS IN TURKEY AND THEIR RELATION TO GLOBAL FANDOM 149
Onurcan GÜDEN

METAVERSE OKURYAZARLIK: MERKEZSİZLİK, DİJİTAL KİMLİK KORUMA VE GÖZETİM 150
Feride Zeynep GÜDER

DİJİTAL PRODÜKSİYONDA METANIN YENİDEN ÜRETİMİ 151
Şehmuz GÜLER

DİJİTAL ÇAĞDA FİLM ESTETİĞİNİN DEĞİŞİMİ: DİKEY SİNEMA 152
Dilara BALCI GÜLPINAR

LÜKS MARKALARIN OYUN DÜNYASINDAKİ GELECEĞİ 153
Burcu GÜMÜŞ

BİYOGRAFİK FİLMLERLE STEVE JOBS'UN SİNEMAYA YANSIYAN YAŞAM ÖYKÜSÜ VE DİJİTAL DÖNÜŞÜM SÜRECİ 154
Nergiz GÜNDEL

UZAY ÇAĞINDA MÜZE 155
Ceren GÜNERÖZ,Ayşem YANAR

KURUM KÜLTÜRÜ VE UNSURLARININ DİJİTAL YAYIN PLATFORMLARI BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ: NETFLIX ÖRNEĞİ 156
Ezgi GÜNEŞ, Selime GÜMÜŞ

MİKROÇİPİN DAVID'İ: ABD'NİN KÜRESEL GÖZETİMİ 157
Gökay GÜRBÜZ

READY PLAYER ONE FİLMİ BAĞLAMINDA GELECEKTE SİNEMAYA GİTME DENEYİMİ 158
Çağla GÜRDAP, Ozan ÖZPAY

DİJİTAL ÇAĞDA İKLİM KRİZİNE YÖNELİK REKLAMLAR: "SAVE THE SEASONS" ÖRNEĞİ İNCELEMESİ 159
İrem HAKSEVER

DİJİTALLEŞMENİN İZLERİNİ SÜRMEYE ÇAĞRI 160
Tuğba ASRAK HASDEMİR

DİJİTAL ÇAĞDA MEDYA VE SİYASET İLİŞKİSİNİ YENİDEN DÜŞÜNMEK: YENİ GAZETECİLİK PRATİKLERİ ÇERÇEVESİNDE BİR TARTIŞMA 161
Ezgi KAYA HAYATSEVER

DİJİTAL ÇAĞDA SAĞLIK İLETİŞİMİ KAMPANYALARI: "SİGARAYI BIRAKMANIN TAM ZAMANI" KAMPANYASINA YÖNELİK BİR İNCELEME 162
Sevda ORHA HAZAR

CAMOUFLAGE - EXPLORING THE AI-GENERATED BEAUTY IDEAL 163
Evelin HORVÁTH

BELGESEL SİNEMA VE POLİTİK İTİRAZ: 1990'LI YILLARDAN GÜNÜMÜZE UKRAYNA'DA YAŞANAN TOPLUMSAL HAREKETLERİN BELGESEL SİNEMA FİLMLERİ ÜZERİNDEN İNCELENMESİ 164
Gülcan İDACI, Mustafa C. SADAKAOĞLU

MEDYA TARİHİ ÇALIŞMALARININ DİJİTAL MEDYA TEKNOLOJİLERİ TEMELİNDE BİÇİMLENEN İZLEME DENEYİMLERİNİ ANLAMLANDIRMAYA KATKISI 165
Süleyman İLASLAN

DİJİTAL UZAMDA ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİNDE DÖNÜŞÜMLER: NETNOGRAFİ (DİJİTAL ETNOGRAFİ) 166
Gökhan İLHAN

HEGEMONİK ERKEKLİK, SUSKUNLUK SARMALI: İKİ KADIN FİLMİNDE TOPLUMSAL STATÜ 167
Hatice Defne İNCE

TÜRKİYE'DE GAZETECİLİK EĞİTİMİ ÜZERİNE: AKADEMİSYENLER NE DİYOR? 168
Süleyman İRVAN

PANDEMİ DÖNEMİ SAĞLIK İLETİŞİMİNDE DİJİTAL İLETİŞİM ARAÇLARININ ROLÜ VE ETKİSİ: TELEGRAM KANALLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME 169
Çağan GÜN IŞIKLI

POLONYA PROPAGANDA AFİŞLERİ VE AFİŞLERDE KULLANILAN İMGELERİN GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLENMESİ 170
Şiyar Can İŞİKTEL

İLETİŞİM SEKTÖRÜNDE ESNEK ÇALIŞMA: "DİJİTAL KÖLELİK Mİ? ÖZGÜRLÜK BİLETİ Mİ?" 171
Esra İlkay İŞLER

DİJİTAL ÇAĞIN YENİ TEHDİDİ: BİYOMETRİK VERİNİN MANİPÜLASYONU VE DEEPFAKE 172
Mustafa İŞLİYEN

KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM BAĞLAMINDA EMOJİLERİ YENİDEN OKUMAK 173
Fadime ŞİMŞEK İŞLİYEN

RUSYA'NIN UKRAYNA İŞGALİ SÜRECİNDE SOSYAL MEDYADAKİ HABERLERİN DOĞRULANMASI: TEYİT.ORG İÇERİKLERİ ÜZERİNE İNCELEME 174
Denizcan KABAŞ

THE INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS – THE DIGITAL ASPECTS 175
Christo KAFTANDJIEV

ON FLY-THROUGHS AND 3D VISUALIZATION 176
Baran KAHRAMAN

YAŞ İLE TOPLUMSAL CİNSİYETİN KESİŞİMİNDE SOSYAL MEDYA VE BENLİK KRİZİ: HANGİ KADIN (CELLE QUE VOUS CROYEZ) FİLMİ ÖRNEĞİ 177
Seda KANDEMİR

THE HUMANKIND ARTIFICIAL INTELLIGENCE, VERSION 1 178
Archil KAPANADZE, Goderdzi LEJAVA, Beqa KAPANADZE

DİJİTAL ÇAĞDA GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI ÇALIŞMALARI 179
Melih KAPILAR

TIME AND MEMORY IN DIGITAL IMAGES: REFIK ANADOL'S MELTING MEMORIES 180
Merve KAPTAN

KENDİLİK DEFTERLERİNİN GÖRSELLEŞTİRİLMESİ: POSTMODERN ZAMANLARDA "HUPOMNEMATA" 181
Ece KAPTAN

Z KUŞAĞININ DEĞİŞEN ÖĞRENME BİÇİMİ: ÇEVRİM İÇİ EĞİTİM 182
Mustafa KARA

NEOLİBERAL KÜLTÜRÜN YENİ MEDYADAKİ İZDÜŞÜMLERİ: SOSYAL MEDYA VE GİRİŞİMCİ BENLİK 183
Serpil KARAASLAN

DİJİTAL GAZETECİLİK HUSUSUNDA DİJİTALE DAİR EĞİTİM SORUNU 184
Ali KARAKAYA

DİJİTAL EMEK VE DİJİTAL HEDİYELEŞME KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA YENİ MEDYADA GÖNÜLLÜ YAZARLIK 185
Serkan KARATAY

THE METAVERSE EFFECT: DOES PROSUMER CULTURE OVERLAP CONSUMER BEHAVIOR? 186
Huri Deniz KARCI

YAPAY ZEKÂ PAZARLAMASI VE YAPAY ZEKÂ ALGORİTMALARI: DOMINO'S PİZZA YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARI 187
Sevgi KAVUT

HIZ KÜLTÜRÜNE KARŞI BİR MÜCADELE ALANI OLAN YAVAŞ GAZETECİLİK KAVRAMINA İLİŞKİN BÖLÜM ÖĞRENCİLERİNİN ALGILARININ ÖLÇÜMLENMESİ 188
Sertaç KAYA, Gizem UYANIK

DEHB VE SAĞLIKLI BİREYLERDE SÜREKLİ DİKKAT VE ÖDÜL İŞLEME BOZUKLUKLARININ FMRI İLE İNCELENMESİ 189
Seçil Damla KAYAALP

BİR POPÜLER KÜLTÜR ÜRÜNÜ OLARAK YOGA: DİJİTAL YOGİLER ÜZERİNE INSTAGRAM ANALİZİ 190
Reyhan YILDIZ KAYADEVİR

COVID-19 PANDEMİSİNİN DİJİTAL PLATFORMLARA YANSIMASI: EKŞİ SÖZLÜK ÜZERİNE BİR İNCELEME 191
Susin GÖREN KEKEÇ, Kübra ŞANLI

POST-SİNEMA MÜMKÜN MÜ? 192
Özlem Tuğçe KELEŞ

SOSYOKÜLTÜREL TAŞIYICILAR OLARAK INSTAGRAM ÜNLÜLERİ ÜZERİNE NETNOGRAFİK BİR GÖZLEM 193
Atifet KELEŞOĞLU

DİJİTAL OYUNLARI TÜR SİNEMASIYLA DÜŞÜNMEK: THE LAST OF US OYUN ÖRNEĞİ .. 194
Atifet KELEŞOĞLU

DİJİTAL ÇAĞDA ADLİ BİLİMLER: CSI ETKİSİ 195
Umut KENDÜZ, Şeyda TURKAY

KOMPLO ZİHNİYETİ VE YOUTUBE: DÜZ DÜNYA GÖRÜŞÜ TARAFTARLARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME 196
Yıldıray KESGİN

GELENEKSEL TELEVİZYON HABERCİLİĞİ ANLAYIŞINDA YAŞANAN DİJİTAL DÖNÜŞÜM ... 197
Özge KESİCİ

DÜĞÜMLERDEN AĞLARA KÜRESELDEN YERELE İNTERNET COĞRAFYASI: TÜRKİYE ÖRNEĞİNDE BİR DEĞERLENDİRME 198
Mehmet KESKİN

UTILIZING CONSUMER-BASED BRAND EQUITY MODEL TO INVESIGATE BRAND LOYALTY AND EXTENSIONS IN FOOTBALL 199
Tornike KHOSHTARIA, Arian MATIN

İŞİTME ENGELLİ BİREYLER İÇİN TÜRKÇE İŞARET DİLİ GÖRSEL İLETİŞİM SÖZLÜĞÜ ... 200
Mustafa KİBARKAYA

DİJİTAL BENLİK İÇERİSİNDE POPÜLER KÜLTÜR 201
Mizgin KILIÇ

DİJİTAL HİKÂYE ANLATIMINDA KÜLTÜREL MEKÂN KULLANIMI: YOUTUBE CERCLE KANALI KAPADOKYA ÖRNEĞİ 202
Kumsal KINAY

LOGO NASIL İLETİŞİM KURAR? MARKA KİMLİĞİNİN GÖRSELLEŞTİRİLMESİNDE KULLANILAN ÜÇ TEMEL YÖNTEM 203
Ayşe Nil KİREÇCİ

GERÇEK ZAMANLI PAZARLAMA KAVRAMININ MARKALARA AİT KURUMSAL SOSYAL MEDYA HESAPLARININ ETKİLEŞİMLERİNE YANSIMALARI 204
Simge KIRTEKE

SOSYAL MEDYA VE KRİZ YÖNETİMİ: İÇİŞLERİ BAKANI SÜLEYMAN SOYLU'NUN TWITTER HESABI ÜZERİNE BİR İÇERİK ANALİZİ 205
Merve KIVANÇ

ALMANYA'DA YAŞAYAN MÜSLÜMAN GENÇLERİN MİZAH PRATİKLERİ: DATTELTÄTER YOUTUBE KANALI ÖRNEĞİ 206
Zeynep Zelal KIZILKAYA

2000-2021 YILLARI ARASINDAKİ "TELEVİZYON" KONULU DOKTORA TEZLERİ ÜZERİNE BİR DURUM DEĞERLENDİRMESİ 207
Oya KOCAMAN

DİJİTAL YAYINCILIK ÇAĞINDA TELEVİZYON TEKNOLOJİSİ 208
Oya KOCAMAN

REKABETE DAYALI TAKIM OYUNLARINDA TOKSİK İLETİŞİM BİÇİMLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 209
Ömer Faruk KOÇAK

GELENEKSELDEN DİJİTALE MEDYA OKURYAZARLIĞI: "OKUYORUM. ÖYLEYSE VARIM" ... 210
Candan KOÇAK

MODERN FLANÖRDEN SİBER-FLANÖRE: Z KUŞAĞI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 211
Dilge KODAK

TÜRKİYE'DE 2000-2021 YILLARI ARASINDA GAZETECİLİK ALANINDA YAPILAN DOKTORA TEZLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 212
Hakan KOLUMAN

HABERCİLİKTE YAPAY ZEKÂ KULLANIMININ YOL AÇACAĞI OLASI EŞİTSİZLİK DURUMLARININ GAZETECİLER GÖZÜNDEN İNCELENMESİ 213
İrem YENİCELER KORTAK

REKLAMDA FİGÜRATİF ANLATIM BİÇİMİ OLARAK GÖRSEL METAFOR 214
Fatma Nazlı KÖKSAL

ALMANYA'DA TÜRK ASILLI Y-KUŞAĞININ KÜLTÜREL VE KİMLİK BOYUTUNDA İKİLEMLERİ: YOUTUBE GERMANİA ÖRNEĞİ 215
Ebru HAN KUNDAKÇI

EDITORIAL STRATEGIES TOWARD READERS' COMMENTS ON CROATIAN NEWS SITES...216
Tamara KUNIĆ

1917 FİLMİNDE SES TASARIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME 217
Şule KURT

DİJİTALLEŞMENİN MÜZİK ESERLERİNE ÇEKİLEN VİDEO KLİPLERİN İZLENME BİÇİMLERİNE OLAN ETKİSİ 218
Mihalis KUYUCU

KAMU SPOTLARINDA GÖRÜNTÜ DİLİ-İÇERİK İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME 219
H. Hale KÜNÜÇEN

RUSYA-UKRAYNA SAVAŞ HABERLERİNE İLİŞKİN YOUTUBE KULLANICI YORUMLARININ ANALİZİ 220
Duygu DUMANLI KÜRKÇÜ

YOUTUBE'DA POPÜLER PSİKOLOJİ İÇERİKLERİNİN İLETİŞİMSEL YAKLAŞIMLARINA İLİŞKİN BİR İÇERİK ANALİZİ: BEYHAN BUDAK VAKA ÇALIŞMASI 221
Eser LEVİ, Eda Aylin GENÇ

KULLANIM VE DOYUMLAR BAĞLAMINDA AŞIRI İZLEME DENEYİMİ 222
Esen MALLI

CRISIS COMMUNICATION: HIGHLIGHTING GOOD PRACTICES ON SOCIAL MEDIA 223
Ana Mafalda MATIAS, Ana Raquel LOPES

REKLAMDA KORKU ÇEKİCİLİĞİ UNSURUNUN KULLANIMI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: DEAD SPACE OYUN REKLAMI ÖRNEĞİ 224
Mustafa MERDİN

CELEBRITY ENDORSEMENT: A MIXED-METHOD STUDY ON PUBLIC SERVICE ANNOUNCEMENTS OF THE MINISTRY OF HEALTH DURING PANDEMIC 225
Emre MERİÇ, Ece DOĞAN, Zindan ÇAKICI

THE ABSENCE OF FEMALE DJS IN THE ELECTRONIC MUSIC BUSSINESS; THE SOUND OF FUTURE 226
Nafise E. MOTLAGH

KOSOVA VE SIRP MEDYASINDA BİR OLAYIN DÖRT FARKLI ANLATISI ÜZERİNE BİR ELEŞTİREL SÖYLEM ANALİZİ 227
Esin MUZBEG

TOPLUMSAL YÖNLERİYLE HASTA-HEKİM İLETİŞİMİ: "EN İYİ HEKİM" ARAYIŞI 228
Mustafa NARCI, Nebiye KONUK KANDEMİR

THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON BRAND AND COMMUNICATION STRATEGY IN SOCIAL MEDIA 229
Nihal TOROS NTAPIAPIS

DEZENFORMASYONLA MÜCADELEDE DOĞRULAMA PLATFORMLARI: RUSYA-UKRAYNA SAVAŞI ÖRNEĞİ 230
İrem ORAN, Neziha KARTAL

DİJİTALLEŞME ÇAĞINDA OLUMLULUK TOPLUMU: INSTAGRAM CREATORS İÇERİK ANALİZİ 231
Alper ÖNEN, Cansu ÖKSÜZ KARADEMİR

YENİ MEDYADA AZINLIK KİMLİĞİNİN YENİDEN İNŞASI: GAZETECİLERİN TWITTER'DAKİ YAHUDİ KİMLİĞİ, TARİHİ VE KÜLTÜRÜ SÖYLEMLERİ VE KULÜP (2021-2022) 232
Melis ÖNEREN

THE ROLE OF DIGITAL PLATFORMS ON THE SUSTAINABILITY OF LIVE MUSIC SECTOR DURING PANDEMIC 233
Zeynep ÖZARSLAN, Nafise E. MOTLAGH

ULUSLARARASI HABER AJANSLARI VE DİJİTALLEŞME ÇABALARI 234
Mehmet ÖZDEMİR

REKLAMLARDA KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK: TURKCELL "TEKNO ATIKLARI #EĞİTİMEDÖNÜŞTÜR, ÇEVRE KORUNSUN" ÖRNEĞİ 235
Meltem ÖZEL

DİJİTAL ÇAĞDA YEREL OLANIN SESİNİ DUYURMA ÇABASI: İZMİR'E DAİR TV YOUTUBE KANALI 236
Serhat Turan ÖZEN

BELLEĞİN KORUYUCULARI BELGESEL SİNEMACILAR 237
Kurtuluş ÖZGEN

YENİ MEDYA SANATÇILARININ PAZARLAMA VE PAYLAŞIM YÖNTEMLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME 238
Eray ÖZKAN

LİSE ÖĞRENCİLERİNİN DİJİTAL BİLGİ FARKINDALIKLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 239
Selfiye ÖZKAN

BAUHAUS TİPOGRAFİSİNİN ETKİLERİNİ GÖSTEREN GÜNCEL YAZI TİPLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME 240
Adnan ÖZKAN, Bahar SOĞUKKUYU

CHANGELESS GENDER ROLES IN CHANGING DIGITAL MEDIA AGE: AN ANALYSIS OF THE NETFLIX SERIES "LUCIFER" IN TERMS OF FEMME FATALE 241
M. Özer ÖZKANTAR

TÜRKİYE'DE 2000-2021 YILLARI ARASINDA YENİ MEDYA ALANINDA YAPILAN DOKTORA TEZLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 242
Sena ÖZŞİRİN

COVID-19 PANDEMİSİNDE HABERİN UZAKTAN ÜRETİMİ-İMKÂN VE SINIRLILIKLAR: GAZETE RÜZGÂRLI ÖRNEĞİ 243
Şerife ÖZTÜRK

DİJİTAL ÇAĞDA İLETİŞİM ÇALIŞMALARI TEMEL GIDA AMBALAJ TASARIMLARINDA TİPOGRAFİ 244
Busenur PALTA

BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN GELİŞİMİNDE DÖNÜM NOKTALARI: TÜRKİYE VE E-DEĞİŞİM 245
İlknur PATAN

THE PURSUIT OF #HAPPINESS ON INSTAGRAM: A MULTIMODAL ANALYSIS OF HASHTAGS AND IMAGES 246
Thalia Irais RAMIREZ CARRERA, Admilson VELOSO DA SILVA

YAPAY ZEKÂ KULLANILARAK OLUŞTURULAN SANAT ESERLERİNDEKİ FARKLI ÜRETİM YÖNTEMLERİNİN İNCELENMESİ 247
Hilal SANSAR

HABERE MARUZ KALMAK: MOBİL HABER UYGULAMALARININ ANLIK BİLDİRİMLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME 248
Ceren SARAN

İNTERAKTİF BELGESEL FİLM ÜRETİMİNDE KULLANILAN KLYNT, KORSAKOW, PAGEFLOW RACONTR YAZILIMLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME: HANDMADE STORIES, PLANET GALATA, WALKING THE LINE, PASSEPORT POUR L´AVENTURA ÖRNEKLERİ 249
Hilal SATICI

TARİHYAZIMINDA YENİ DÖNEM: INSTAGRAM HİKÂYELERİNDEN TARİHE TANIK OLMAK 250
Banu SAYAR

COVID-19 PANDEMİ SÜRECİNDE SAĞLIK BAKANLIĞI'NIN YAYINLADIĞI SOSYAL MEDYA VİDEOLARININ GÖSTERGEBİLİMSEL AÇIDAN İNCELENMESİ 251
Tahsin Eren SAYAR

ÜNİVERSİTELERİN YEREL KALKINMAYA VE TOPLUMSAL GELİŞMEYE ETKİSİ: BATMAN ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ 252
Ayşegül SAYLAN

SİNEMANIN DİJİTAL ÇAĞINDA FİLMLER ARASI ETKİLEŞİM: READY PLAYER ONE (2018) VE ARİF V 216 (2018) ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME 253
Emre Ahmet SEÇMEN

TIME TO ACT FOR CLIMATE CHANGE: ANALYSIS OF "WE DON'T HAVE TIME" MOBILE APPLICATION 254
Ilgar SEYIDOV

ARAYÜZDE FESTİVAL: ALTERNATİF BİR DİJİTAL PLATFORM OLARAK MUBI VE BELGESEL SEÇKİSİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME 255
Emel OTURAK SEYMEN, Sezer AĞGEZ

SOSYAL MEDYA OKURYAZARLIĞI ÇERÇEVESİNDEKİ YENİ KAVRAMLAR ÜZERİNE BİR HARİTALANDIRMA ÇALIŞMASI 256
Ayşe Aslı SEZGİN, Sevda ÜNAL

ÇERÇEVELEME PARADİGMASI BAĞLAMINDA DİJİTAL PROPAGANDA: KUZEY KIBRIS ÖRNEĞİ 257
Filiz SOYER, Dilara ÇİFTÇİ

TÜKETİM SÜRECİNDE DİJİTAL ORTAMLAR: AMAZON VE AMAZON PRİME ÖRNEĞİ 258
Yasin SÖĞÜT

AMERİKA'DA VE TÜRKİYE'DE SİYASAL PARTİLERİN SEÇİM ÇALIŞMALARINDA MEDYADAN YARARLANMA BİÇİMLERİ 259
Mehmet SUİÇMEZ

ŞANLIURFA BASIN TARİHİ VE DİJİTAL GAZETECİLİĞE GEÇİŞTE URFANATİK ÖRNEĞİ 260
İbrahim SÜLÜNTAY

ŞİRKETLERİN FİNANSAL PERFORMANSLARI İLE SOSYAL AĞ KULLANIMLARININ VERİ ZARFLAMA ANALİZİ İLE ETKİNLİKLERİNİN ÖLÇÜLMESİ: BIST 100 ŞİRKETLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA 261
Osman Nuri ŞAHİN, Emine KOYUNCU

İLETİŞİM BİLİMLERİNDE YENİ BİR ARAŞTIRMA YÖNTEMİ OLARAK NÖROBİLİM TEKNİKLERİNİN KULLANILMASI: NÖROPAZARLAMA ÖRNEĞİ 262
Zeynep ŞEHİDOĞLU

SOSYAL MEDYA KULLANCILARININ DEĞİŞEN SOSYAL MEDYA PRATİKLERİ: FACEBOOK ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 263
Nefise ŞİRZAD, Eda TURANCI

DİJİTAL REKLAMCILIK BAĞLAMINDA GOODVERTISING REKLAMLARINA YÖNELİK BİR DURUM ÇALIŞMASI 264
Özge ÖZKÖK ŞİŞMAN, Asena TEMELLİ COŞGUN

DİJİTAL ÇAĞDA TÜKETİM: ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN TÜKETİM ALIŞKANLIKLARINDA SOSYAL MEDYANIN ROLÜ 265
Veysel Karani ŞÜKÜROĞLU

STEALTH MARKETING IN DIGITAL ERA: ANALYSIS OF PRODUCT PLACEMENT EXAMPLES IN NETFLIX MOVIES 266
Ecem TANERİ

FİLM ELEŞTİRİSİ 2.0: SAYISAL ÇAĞDA FİLM ELEŞTİRİSİNİN DÖNÜŞÜMÜ VE LETTERBOXD ÖRNEĞİ 267
Halid Bilal TANRIKULU, Sibel ÇELİK NORMAN

DİJİTAL ÇAĞDA GELENEKSEL MEDYANIN DÖNÜŞÜMÜ: NEW YORK TIMES ÖRNEĞİ 268
İnci TARI

PANDEMİ SÜRECİNDE ARAŞTIRMA ETİĞİ VE DİJİTAL BÖLÜNME EKSENİNDE BİR ÇALIŞMA ÖRNEĞİ: ENGELLİ BİREYLER VE ANNELERİNİN YAŞAM KALİTELERİ 269
N. Beril ÖZER TEKİN, Büşra SÜNGÜ, Aynur AKINCI AYDOĞAN, Dilara ÖZER

KENT ÇALIŞMALARI ALANINDA BİR HİBRİT MÜZE ÖRNEĞİ: OHB (OFFENES HEIMATMUSEUM BILLERBECK) 270
Dilara TEKRİN

YAPAY ZEKÂ, ROBOT GAZETECİLİK VE DİJİTALLEŞEN İLETİŞİMİN DOĞASINI TARTIŞMAK 271
Tolga TELLAN

DİJİTALLEŞMENİN EKONOMİK BOYUTU: E-TİCARET VE TÜRKİYE ÖRNEĞİ 273
Eylem TEMİZER

IS "CLASS" DEAD FOR DIGITAL YOUTH SUBCULTURES? 274
İlkay TUZCU TIĞLI

ADVERTISING WAY TO BECOME A LOVEMARK: A CONTENT ANALYSIS ON ADVERTISING APPEALS FROM 2019 ADS OF TURKEY'S LOVEMARKS 275
Mehmet TOKATLI

GRAFİK ANLATIDA TRANSMEDYA KULLANIMI AÇISINDAN SOSYAL MEDYANIN YERİ 276
Ayşe Nur TOPTAŞ

YENİ ÇAĞDA BAUDRILLARD BAĞLAMINDA HABERİ TANIMLAMA DENEMESİ: POST-HABER 277
Burak TORAMAN

TÜRKİYE'DE DİJİTAL REKLAMCILIK 278
Seçil TOROS

İNSAN VE TEKNOLOJİ İLİŞKİSİ: İNTERNET ÜZERİNE "ÜTOPİK" TAHAYYÜLLER 279
Aytül TAMER TORUN

KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÜRÜN TANITIM VE SATIŞINDA SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME 280
Osman TOSUN

DİJİTAL REKLAMCILIKTA GÖSTERGEBİLİMSEL UYGULAMALAR ÜZERİNE BİR ANALİZ: TÜRK HAVA YOLLARI "DIEGO", "ARNOLD" VE "FREDDIE" REKLAM ÖRNEKLERİ 281
Selen BUTGEL TUNALI

DİJİTAL EVRENDE MİMESİS VE REKLAMLARDA MİMETİK ARZU ÜÇGENİNİN İNŞA BİÇİMİ: GIRARDYEN TEORİYE SEMİYOTİK BİR YAKLAŞIM 282
Esra Saniye TUNCER

TÜRKİYE'DE COVID-19 PANDEMİ SÜRECİ KAPSAMINDA SAĞLIK BAKANI FAHRETTİN KOCA'NIN DEZENFORMASYONA KARŞI TWITTER PAYLAŞIMLARININ İNCELEMESİ 283
Süleyman TÜRKOĞLU, Hülya SEMİZ TÜRKOĞLU

GÖRSEL İLETİŞİM ÇALIŞMALARINDA EMOJİ KULLANIMININ ÇOVİD 19 ÇALIŞMA ÖRNEKLERİ ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ 284
Engin UĞUR

TÜRKİYE'DE E-PAZARYERLERİNİN İNDİRİM DÖNEMLERİNDEKİ SOSYAL MEDYA PAYLAŞIMLARINA YÖNELİK BİR İNCELEME 285
Demet ULUBAŞOĞLU, Şükrü GÜLER

SOCIAL MEDIA AND POLICING IN THE DIGITAL AGE: EMPIRICAL STUDY ON THE EFFECT OF NEGATIVE EMOTIONS ON DRIVING INTENTIONS OF GEN Z 286
Erna URICSKA

ÇOCUK HAKLARI AÇISINDAN VERİLEŞTİRME VE ÇEVRİMİÇİ MAHREMİYET 287
Ruhdan UZUN

APPLE'IN GÖZETİMİ YIKAN 1984 MACINTOSH REKLAMINDAN BUGÜNE MAHREMİYET VE GÖZETİM 288
Adeviye UZUNOĞLU

DUYGULARLA OLMAK: İRADE, ÖZGÜRLÜK VE HİSSETME EKSENİNDE DETROIT BECOME HUMAN ÜZERİNE BİR İNCELEME 289
Merve Betül ÜÇER

TÜRK DRAMALARINDAKİ ÇOCUK OYUNCULARIN İKİNCİL EKRANDAKİ GÖRÜNÜMLERİNİN KIDFLUENCER KAVRAMI BAĞLAMINDA İNCELENMESİ 290
Türkan Türkay ÜNLÜ, Elif KARAKOÇ KESKİN

BİR DİJİTAL DÖNÜŞÜM ÖRNEĞİ OLARAK "ANATOLIAN ROCK REVIVAL PROJECT" 291
Cahit ÜSTÜN

SANAL GERÇEKLİKTE DENEYSEL TASARIM ÇALIŞMALARI: EKRANIN İÇİNDE TASARIM 292
Özlem VARGÜN

ÇOCUKLARDA DİJİTAL OKURYAZARLIK FARKINDALIĞI: DİJİTAL TAYFA ÖRNEĞİ 293
F. Betül AYDIN VAROL, Zeynep EKMEKÇİ

DİJİTAL DİPLOMASİ VE KÜLTÜRLERARASI ETKİLEŞİM: GO TÜRKİYE ÖRNEĞİ 294
Ömer VATANARTIRAN

THE PROSPECTS OF DIGITAL TRANSITION IN GREEK NEWS MEDIA 295
Pantelis VATIKIOTIS

TIK ODAKLI HABERCİLİK: TÜRK DİJİTAL GAZETELERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME 296
Deniz Elif YAVALAR

BİLGİ TOPLUMU KURAMLARI VE DİJİTAL TEKNOLOJİ BAĞLAMINDA GELECEK VE GAZETECİLİK 297
Merve FİLİZ YAVUZ

LİNÇ KÜLTÜRÜNDEN HAD BİLDİRMEYE: AŞI KARŞITLARININ TWITTER GÜNDEMİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA 298
Tülay YAZICI

USING SOCIAL MEDIA IN EVENT MANAGEMENT: A STUDY ON SELCUKLU MUNICIPALITY 299
Nagihan TUFAN YENİÇIKTI, Havva Nur TARAKCI

METAVERSE DÜNYASINDA İLETİŞİM: EMZİKLİ BEBEKLERDEN GÖZLÜKLÜ BEBEKLERE 300
Ali YILDIRIM

TÜRKİYE'DE OTOMOBİL DERGİLERİNİN ELEKTRONİK DÖNÜŞÜMÜ: TARİHSEL VE EKONOMİ POLİTİK BİR DEĞERLENDİRME....301
Ümit Can YILDIRIM, Mehmet Emir YILDIZ

DİJİTAL HİKÂYE ANLATISINDA HABERİN OYUNLAŞTIRILMASI VE HABER OYUNLARI..... 302
Serdar Kuzey YILDIZ

GELENEKSEL VE DİJİTAL MECRA ENTEGRASYONU ÖRNEĞİ OLARAK TELEVİZYON REKLAMLARINDA QR KOD KULLANIMI 303
Serdar YILDIZ

ESPORA YÖNELİK GERÇEKLEŞTİRİLEN EĞİTİM PROGRAMLARININ İNCELENMESİ 304
Aysel YILDIZ

GAZETECİLİK VE SANAL EVRENLER: METAVERSE GAZETECİLİK İÇİN NE ANLAMA GELİYOR?....305
Mehmet Ramazan YILDIZGÖRÜR

AFRİKA'DA EMEK DÖNGÜSÜNÜN DİJİTAL KOLONYALİZM BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: SÖMÜRÜNÜN ENFORMASYONEL ALANDA YENİDEN ÜRETİMİ 306
Özgür YILMAZ

TÜKETİCİLERİN DİJİTAL ETKİLEYİCİLERİ TAKİP ETME MOTİVASYONLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 307
Nurcan YILMAZ

YAPAY ZEKÂ VE İLETİŞİM....308
Merve YILMAZ

DİJİTALLEŞEN SİNEMADA QUEER TEMSİL: TANGERINE (2015) FİLMİ....309
Esra YILMAZ

KURUMSAL İLETİŞİM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA: DİJİTAL PLATFORMLARDA ÜNİVERSİTELERİN GÖRÜNÜMÜ....310
Oğuzcan YILMAZ

SOSYAL MEDYADA SİMÜLASYON: DOVE "REVERSE SELFIE" ÖRNEĞİ....311
Sevgi YILMAZ, Ayşe SUCU

METAVERSE EVRENİNDE GÖZETİMİN KAMUSALLAŞMASI 312
Selin YILMAZ, Deniz YENGİN

TÜRKİYE'DE SAĞLIK HİZMETLERİNİN DİJİTALLEŞMESİ VE E-SAĞLIK UYGULAMASI ÖRNEKLERİ 313
Mehmet YUMRUTAŞ

MEDYADA DÖNÜŞÜM: KAMU YARARI - TİCARİ YAKLAŞIM AYRIMINA İLİŞKİN TARİHSEL BİR DEĞERLENDİRME....314
Erman YÜCE

DİJİTAL ÇAĞDA İKLİM KRİZİNE YÖNELİK REKLAMLAR: "SAVE THE SEASONS" ÖRNEĞİ İNCELEMESİ

İrem HAKSEVER*

Doğal bir süreç içerisinde iklim, Dünya'nın oluşumundan itibaren değişim göstermektedir. Sanayi Devrimi ile fosil yakıtlarının kullanımı, insan etkisiyle normal sürecin dışında iklim değişikliğine ve küresel sorunlara sebep olmaktadır. Bu durumun ekosistem ve insan yaşamı üzerindeki yıkıcı etkilerinin, görmezden gelinemeyecek boyutlara ulaştığı bilinmektedir. Aynı zamanda popüler kültür, etik, ekonomi ve siyaset çevresinde tartışılarak gündeme gelmektedir. İklim krizi ve buna bağlı olarak yaşanan aşırı doğa olaylarının, insan davranışlarıyla birbirine paralel olduğu gözlenmektedir. Bu bağlamda, iklim krizinin önüne geçmek için davranış değişikliğinin önemli bir adım olduğu bilinmekte ve toplumun bu konuda bilinçlendirilmesi gerektiği görülmektedir. Gelişen teknolojilere bağlı olarak, iletişimin üst düzeyde olduğu bir dönemdeyiz. Dijitalleşen iletişim kanallarının kitleler arası bilgi aktarımında oldukça etkin olması, toplumun bilinçlendirilmesi için fırsat olarak düşünülmektedir. Reklamlar ise iletişim amacıyla değerlendirildiğinde bilgiye ulaşılması için güçlü yöntemlerden biridir. Toplumun iklim değişikliğine dair algı ve tutumlarının şekillendirilmesinde, medya ve reklam kampanyaları önemli bir rol üstlenmektedir. Bu araştırma, iklim krizine dikkat çeken reklam kampanyalarının incelenmesini içermektedir. Çalışma, toplumu bilinçlendirerek doğa dostu ürün tanıtımında kullanılan reklamların, tüketici davranışını değiştirmek adına hangi yollar izlediğini kavramsal açıdan ele almaktadır. Nitel araştırma yöntemi kullanılarak örnek incelemesi yapılan bu araştırmada, içerik analizinden faydalanılmıştır. Araştırmada, 2020 yılında iklimlerin Unesco Dünya Mirası'na dâhil edilmesi kapsamında başlatılan "Save the Seasons" reklam kampanyası esas alınarak incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: iklim krizi, reklam kampanyaları, dijital iletişim.

* Araştırma Görevlisi, Maltepe Üniversitesi, iremhaksever@maltepe.edu.tr, Orcid:0000-0003-3501-8887

Etkileşim Dergisi,
ulusal ve uluslararası düzeyde
İletişim ve Sosyal Bilimler alanlarında
katkı vermeye devam ediyor.
www.etkilesimdergisi.com



ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI-56

ISBN: 978-605-9596-60-2