

# InMECS21

1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı  
“Dijital Dünyada İletişim, Sanat ve Kültür”

1<sup>st</sup> International Media and Cultural Studies Conference  
“Communication, Art and Culture in Digital World”

## BİLDİRİ ÖZETLERİ KİTABI ABSTRACTS BOOK

6-7 Eylül 2021 - September 6<sup>th</sup>-7<sup>th</sup> 2021



ISBN 978-605-74046-0-2

**Hasan Kalyoncu Üniversitesi Yayınları ; 17**  
**İletişim Fakültesi Yayınları; 2**

"INMECS21, 1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı,  
"Dijital Dünyada İletişim, Sanat ve Kültür"  
6-7 Eylül 2021, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, GAZİANTEP,  
Bildiriler Kitabı

Eylül 2021

ISBN : 978-605-74046-0-2

© Hasan Kalyoncu Üniversitesi, 2021  
Sertifika № 23117

**Yazışma Adresi**

Havalimanı Yolu Üzeri 27410  
Şahinbey/GAZİANTEP  
Telefon : +90 (342) 211 80 80  
Faks : +90 (342) 211 80 81  
www.hku.edu.tr - yayin@hku.edu.tr

**Onursal Başkan**

Prof. Dr. Türkay DERELİ

**Editör**

Dr. Öğr. Üyesi Pınar TINAZ

**Düzenleme Kurulu**

Prof. Dr. Gül Rengin KÜÇÜKERDOĞAN  
Prof. Dr. Bülent KÜÇÜKERDOĞAN  
Prof. Dr. Ayhan ERDEM  
Dr. Öğr. Üyesi Yelda YANAT BAĞCI  
Dr. Öğr. Üyesi Pınar TINAZ  
Dr. Öğr. Üyesi Deniz TELEK  
Öğr. Gör. Batu DURU  
Öğr. Gör. Atiye GÜNER  
Arş. Gör. Ufuk GÜRBÜZDAL  
Arş. Gör. Büşra EREN KARALAR

**Konferans Sekreteri**

Mirza KINA

**Yayına Hazırlayan**

Hasan Kalyoncu Üniversitesi  
İletişim Fakültesi

**Kapak Tasarım ve Grafik Uygulama**

Uğur Servet KARALAR

Hasan Kalyoncu Üniversitesi  
Mütercim Asım Kütüphanesi  
tarafından kataloglanmıştır.

**Bilim Kurulu**

Prof. Arun Gupta / Anant National Üniversitesi  
Prof. Dr. Aykut Arıkan / Türk-Alman Üniversitesi  
Prof. Dr. Doru Nitescu / Romanya UNATC Üniversitesi  
Prof. Dr. Dragan Milincovic Fimon / Sırbistan Belgrad Sanat Akademisi  
Prof. Dr. Emre Köksalan / Gaziantep Üniversitesi  
Prof. Dr. Feyza Doyran / Hasan Kalyoncu Üniversitesi  
Prof. Dr. Gresi Sanje / İstanbul Nişantaşı Üniversitesi  
Prof. Dr. Gülay Öztürk / İstanbul Ticaret Üniversitesi  
Prof. Dr. Lubomir Halatchev / NATFA Bulgaristan  
Prof. Dr. Manuela Cernat / UNATC Romanya  
Prof. Dr. Neşe Kars / Fenerbahçe Üniversitesi  
Prof. Dr. Nilüfer Sarı Sezer / İstanbul Üniversitesi  
Prof. Dr. Ovidiu Georgescu / Romanya UNATC Üniversitesi  
Prof. Dr. Özge Hacifazlıoğlu / Hasan Kalyoncu Üniversitesi  
Prof. Dr. Volkan Ekin / Bandırma 17 Eylül Üniversitesi  
Prof. Dr. Yusuf Yurdigil / Kırgız-Türk Manas Üniversitesi  
Doç. Dr. Ali Sait Liman / Uludağ Üniversitesi  
Doç. Dr. Arif Can Güngör / İstanbul Aydın Üniversitesi  
Doç. Dr. Behiç Alp Aytekin / Aydın Adnan Menderes Üniversitesi  
Doç. Dr. Emine Şahin / Gaziantep Üniversitesi  
Doç. Dr. Gülay Er / İstanbul Üniversitesi  
Doç. Dr. Gülin Terek / İstanbul Üniversitesi  
Doç. Dr. Ömer Bağcı / Fatih Sultan Mehmet Üniversitesi  
Doç. Dr. Pelin Aytekin / Aydın Adnan Menderes Üniversitesi  
Doç. Dr. Vladimir Stojcevski / Macedoina International Europa Prime Üniversitesi  
Dr. Öğr. Üyesi Nicolas Khabbaz / Lebanon Dame De Sion Üniversitesi  
Dr. Öğr. Üyesi Saadet Uğurlu / İstanbul Medipol Üniversitesi  
Dr. Öğr. Üyesi Şenay Tanrıvermiş / İstanbul Nişantaşı Üniversitesi

"INMECS21, 1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı,  
"Dijital Dünyada İletişim, Sanat ve Kültür"  
6-7 Eylül 2021, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, GAZİANTEP,  
Bildiriler Kitabı

Hasan Kalyoncu University, Gaziantep-TURKEY

Editör: Dr. Öğr. Üyesi Pınar TINAZ  
Gaziantep: Hasan Kalyoncu Üniversitesi, 2021.

94 sayfa: tablo, grafik; 21x29,7 cm  
Hasan Kalyoncu Üniversitesi Yayınları; 17.  
İletişim Fakültesi Yayınları;2.  
ISBN : 978-605-74046-0-2

1. Medya ve Kültürel Çalışmalar  
2. Dijital Dünya  
3. Sanat ve Kültür

# İÇİNDEKİLER INDEX

**KONFERANS HAKKINDA** 4  
*ABOUT CONFERENCE*

**KONFERANS PROGRAMI** 11  
*CONFERENCE PROGRAM*

**BİLDİRİ ÖZETLERİ** 21  
*ABSTRACTS*

**6 Eylül PAZARTESİ** 22  
*September 6<sup>th</sup> Monday*

**7 Eylül SALI** 51  
*September 7<sup>th</sup> Tuesday*

**SONUÇ BİLDİRGESİ** 80  
*FINAL DECLARATION*



# KONFERANS HAKKINDA

Hasan Kalyoncu Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından bu yıl ilki düzenlenen INMECS21 1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı, 10 ülkeden 83 akademisyenin katılımı ile 6 - 7 Eylül 2021 tarihlerinde çevrimiçi olarak gerçekleştirilmiştir.

Konferansın alt başlığı "Dijital Dünyada İletişim, Sanat ve Kültür" olarak belirlenmiş, düzenleme komitesine ulaşan 115 bildiri, Hasan Kalyoncu Üniversitesi İletişim Fakültesi akademisyenlerinden oluşan Ön Jüri tarafından ana temaya uygunluk açısından değerlendirilmiş, seçilen metinler Bilim Kurulu'nun onayından sonra konferans programına alınmıştır.

Konferansın açılış konuşmalarını Hasan Kalyoncu Üniversitesi Rektörü ve INMECS21 Onursal Başkanı Prof. Dr. Türkay Dereli ve İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Gül Rengin Küçükdoğan yapmışlardır.

Konferansa Ege Üniversitesi Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Alev Parsa, Bulgaristan NATFA Üniversitesi'nden Prof. Dr. Lubomir Halatchev ve Romanya UNATC'den Prof. Dr. Manuela Cernat davetli konuşmacı olarak katkıda bulunmuştur.

Eşzamanlı 3 oturumda gerçekleştirilen konferansta, 72 bildiri sunumu yapılmış, tartışılan konular 10 başlık altında toplanmıştır.

- Sosyal Medya
- Dijital İçerik Üretimi
- Sinema - TV
- Habercilik ve İnternet Gazeteciliği
- Sanat ve Tasarım
- Müzecilik, Kütüphanecilik ve Festivaller
- Reklamcılık ve Marka Yönetimi
- Dijital Oyunlar - Medyada Dijital Teknoloji Alternatifleri
- Uzaktan Eğitim
- Dijital İletişim: Güncel Sorunlar ve Çözümler

Hasan Kalyoncu Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Gül Rengin Küçükdoğan tarafından yapılan kapanış konuşmasının ardından INMECS21 Kapanış Bildirgesi okunmuş ve konferans sona ermiştir.

INMECS Konferanslarının her yıl, iletişim, medya ve kültürel çalışmalar alanlarında, farklı alt başlıklar belirlenerek tekrarlanması planlanmaktadır.





# ABOUT CONFERENCE

*Organized for the first time this year by Hasan Kalyoncu University (HKU) Faculty of Communication, INMECS21 1st International Media and Cultural Studies Conference was held online on September 6-7, 2021 with the participation of 83 academicians from 10 countries.*

*The subheading of the conference was determined as “Communication, Art and Culture in Digital World”. From 10 countries, a total of 115 papers, submitted to the attention of the organizing committee, were evaluated by the pre-jury consisting of academicians from Hasan Kalyoncu University Faculty of Communication in terms of compliance with the main theme. The selected articles were included in the conference program after the approval of the Scientific Committee.*

*The opening speeches of the conference were made by Rector of Hasan Kalyoncu University and Honorary President of Inmecs21 Prof. Dr. Türkey Dereli and Dean of the Faculty of Communication of HKU Prof. Dr. Gül Rengin Küçükerođan.*

*Dean of Ege University Faculty of Fine Arts, Design and Architecture Prof. Dr. Alev Parsa, Prof. Dr. Lubomir Halatchev from NATFA University in Bulgaria, and Dr. Manuela Cernat from UNATC in Romania have contributed to the conference as guest speakers.*

*In the conference, which was held in 3 simultaneous sessions, 72 papers were presented and the discussed topics were gathered under 10 headings.*

- Social Media
- Digital Content Production
- Cinema - TV
- Journalism and Internet Journalism
- Art and Design
- Museology, Librarianship, Festivals
- Advertisement and Brand Management
- Digital Games - Alternatives of Digital Technology On Media
- Distance Learning
- Digital Communication: Current Problems and Solutions

*After the closing speech of Prof. Dr. Gül Rengin Küçükerođan, Dean of the Faculty of Communication of HKU, the closing declaration of INMECS21 has been proclaimed and the conference has been ended.*

*INMECS conferences are planned to be repeated every year by determining different sub-headings in the fields of communication, media and cultural studies.*

# AÇILIŞ KONUŞMALARI *OPENING SPEECHES*

## **Prof. Dr. Türkey DERELİ**

HKÜ Rektörü - Konferans Onursal Başkanı  
HKU Rector - Honorary President

Sayın katılımcılar, değerli akademisyenler, sevgili öğrenciler..

Hasan Kalyoncu Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından düzenlenen INMECS21 Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı'na hoş geldiniz.

Bu yıl ilkinizi gerçekleştirdiğimiz konferansımızın alt başlığını DİJİTAL DÜNYADA İLETİŞİM, SANAT ve KÜLTÜR olarak belirledik.

Son yıllarda dijital teknolojinin gelişme hızına bağlı olarak, dünyanın çehresi de gözle görünür biçimde değişmekte. Bu değişimin Covid - 19 Pandemi sürecinde daha da hızlandığını, eğitimden bankacılığa, yazılımdan sağlığa kadar neredeyse her alanı etkilediğini gözlemlemek mümkün. Dijitalleşmenin en çok etkilediği alanlardan biri de hiç şüphesiz iletişim ve medya.

İletişim kuramcısı Marshall McLuhan'ın vaktiyle ön gördüğü gibi, internet kullanımının yaygınlaşması, dünyamızı adeta global bir köye dönüştürmüş durumda. Sosyal medya ağlarının gelişmesi, e - ticaret olanaklarının artması, geleneksel medya araçlarının yerine interaktif yeni medyanın geçmesi, sinema ve televizyon alanında dijital üretimin artması veya film dağıtım ve gösterim ağlarının internete taşınması, yaşadığımız değişimlerden sadece bir kaçı.

Bize düşen ise içinde bulunduğumuz bu hızlı değişim - dönüşüm sürecini akademik bir bakış açısı ile değerlendirmek ve geleceğe yön verecek fikirlerimizi, araştırmalarımızı ve bulgularımızı bilim dünyası ile paylaşarak, yarının inşasına katkıda bulunmaktır.

2 gün sürecek olan INMECS21 Konferansımızın, birbirinden önemli konulardaki bildirilerle, iletişim alanına katkı sunacağına inanıyorum.

Konferansımızın Ülkemize ve tüm bilim camiasına hayırlı olması dileğiyle.



*Dear participants, academicians and students...*

*Welcome to the InMECS21 International Conference on Media and Cultural Studies, organized by Hasan Kalyoncu University, Faculty of Communication.*

*We have decided the subtitle of our conference, which we hold for the first time this year, as COMMUNICATION IN THE DIGITAL WORLD, ART and CULTURE.*

*In recent years, affiliated with the speed of development of digital technology, the figure of the world has changed perceptibly. It is possible to observe that this change accelerated during the Covid-19 Pandemic process, which affected almost every field from education to banking, from software to health. One of the areas most affected by digitalization is undoubtedly communication and media.*

*Marshall McLuhan, as a communication theorist, once predicted, the widespread use of the internet has turned our world into a global village. The development of social media networks, the increase in e-commerce opportunities, the replacement of traditional media tools by interactive new media, the increase in digital production in the field of cinema and television or the transfer of film distribution and screening networks to the internet are just a few of the changes we have experienced.*

*What we should do is to evaluate this rapid change-transformation process we are in from an academic point of view and to contribute to the construction of our tomorrow by sharing our ideas, researches and findings that will guide the future with the scholarly world.*

*I believe that our 2-day InMECS21 Conference will contribute to the field of communication with papers on important topics.*

*We wish our conference to be beneficial to our country and the entire scholar community.*

## Prof. Dr. Gül Rengin KÜÇÜKERDOĞAN

HKÜ İletişim Fakültesi Dekanı - Düzenleme Komitesi Başkanı

HKU Dean of Faculty of Communication - Organizing Committee Chairwoman

Değerli Rektörüm, fakültemin değerli hocaları, sayın konferans katılımcıları, sevgili akademisyenler;

INMECS21 '1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı'na hepiniz hoş geldiniz.

Sayın Türkey hocamın desteği ve cesaretlendirmesiyle INMECS21 '1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı'nı yapmaya karar verdik. Hasan Kalyoncu Üniversitesi İletişim Fakültesi olarak, Altın Baklava Film Akademisi - Uluslararası Öğrenci Film Festivali'nin ardından ikinci Uluslararası akademik etkinliğimizi gerçekleştiriyoruz.

Bugün çevrimiçi olarak açılışını yaptığımız INMECS21 '1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı'nın iletişim alanı için son derece önemli akademik ve bilimsel bir etkinlik olduğunu düşünüyoruz. Pandemi nedeniyle çevrimiçi olan bu etkinliği önümüzdeki yıl, yüz yüze gerçekleştirmeyi ve birbirimizle tanışma fırsatını yakalamayı umuyoruz.

Bu yıl ilkini gerçekleştirdiğimiz INMECS21 '1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı'nın alt başlığı DİJİTAL DÜNYADA İLETİŞİM, SANAT ve KÜLTÜR. Ve iletişim alanında özellikle de pandemi sürecinde gündeme oturan ve her şeyimizi bir süre tümüyle dijital ortamda gerçekleştirdiğimiz günlerden sonra, post pandemi döneminde, dijital iletişim, sanat ve kültür alanlarında neler yaşadık tartışmak ve düşünmek, sorunlar varsa çözüm aramak istedik. Konferansımızın temel amacı budur.

'1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı'mız için çok yoğun çalıştık. Çünkü 10 değişik ülkeden 155 başvuru aldık. Bu başvuruları hem Fakültemiz öğretim elemanlarından oluşan ön jüri hem de hakem kurulu inceledi. Hem alt başlıkta çizilen çerçeveye, hem de bilimsel kurallara uygun olanları seçtiler. Bu elemeler sonucunda bugün ve yarın 83 bildiri sunumunun gerçekleşmesine karar verildi. Konferansımızın yoğun bir katılımı gerçekleşecek olması nedeniyle, 3 eş zamanlı oturum açmayı uygun gördük. Açılış ve Kapanış konuşmaları ortak bir oturumda gerçekleştirilecek ve ardından sunumların yapılacağı eşzamanlı oturumlar başlayacak. Şu anda açılış konuşmalarını yapmak üzere bekleyen 3 değerli davetli konuşmacımız var. Ege Üniversitesinden Alev Parsa hocamız, Bulgaristan NATFA Üniversitesinden Prof. Dr. Lubomir Halatchev ve Romanya UNATC'den değerli ve çok sevdiğim hocamız Prof. Dr. Manuela Cernat. Hoş geldiniz hocalarım...

Bitirirken, başta her konuda destek aldığım Pınar Tınaz hocam olmak üzere, Uğur, Büşra, Ufuk, Mirza'ya ve Yelda hocaya, Bülent ve Batuya, Deniz, Atiye ve Emel'e çok teşekkür ederim. Bu iki günün iletişim alanına katkı sağlayacak bildirimlerle zenginleşeceğine inancım tamdır. Post pandemi sürecinde Dijital iletişim, kültür ve sanatla ilgili konular, sorunlar ve çözümlerinin tartışılacağı verimli bir 2 gün diliyorum. Sonuç bildirgesinde tekrar buluşmak dileğiyle...

Konferansımıza katılımınız için tekrar teşekkür ederiz.

Sevgi ve saygılarımla



*Dear Rector, dear scholars of our faculty, dear participants and academicians,*

*All of you welcome to the INMECS21 '1. International Media and Cultural Studies Conference.' With the support and encouragement of our rector Türkay Dereli, we've decided to hold INMECS21 '1. International Media and Cultural Studies Conference.'*

*As Hasan Kalyoncu University Faculty of Communication, this conference is our second international academic event after the Altın Baklava International Student Film Festival.*

*We think that this conference we are opening online today is a crucial academic and scientific event for the field of communication. We hope to hold this event face-to-face next year, which is online this year due to the pandemic, and have the opportunity to meet each other. The subheading of this conference, which we held for the first time this year, is COMMUNICATION, ART AND CULTURE IN DIGITAL WORLD. After the pandemic period in which we made everything digitally for a while, we aim to discuss and think about what we went through in the fields of digital communication, art and culture in the post-pandemic period and seek solutions for the problems. This is the main purpose of our conference.*

*We worked very hard to organize the INMECS21 '1. International Media and Cultural Studies Conference because we received 155 applications from 10 different countries. These applications were examined by both the preliminary jury consisting of our faculty members and the referee board. They chose the articles that fit both the framework drawn in the subheading of our conference and the scientific rules. As a result of the elimination process, it was decided to present 83 papers today and tomorrow.*

*Since our conference will be held with huge participation, we decided to open 3 simultaneous sessions. The opening and closing speeches will be held in a joint session, and then simultaneous sessions will start with presentations.*

*But first, we have 3 valuable invited speakers who are waiting to make their opening speeches. Dear Prof. Dr. Alev Parsa from Ege University, dear Prof. Dr. Lubomir Halatchev from NATFA University of Bulgaria, and dear beloved Prof. Dr. Manuela Cernat from National University of Theatre and Film of Romania. Dear professors, all of you welcome...*

*While finishing my speech, I would like to thank dear Dr. Pınar Tınaz for whom I received support in all matters, and Uğur, Bşra, Ufuk, Mirza, Yelda, Bülent, Batu, Deniz, Atiye and Emel. I fully believe that these two days will be enriched with papers that will contribute to the field of communication.*

*I wish you a productive two days in which issues, problems and solutions related to digital communication, culture and art will be discussed during the post-pandemic period. Hope to see you again in the final declaration...*

*Thank you again for your participation in our conference.  
With love and respect.*

HASAN KALYONCU  
UNIVERSITY



# InMECS21

1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı  
*"Dijital Dünyada İletişim, Sanat ve Kültür"*

1<sup>st</sup> International Media and Cultural Studies Conference  
*"Communication, Art and Culture in Digital World"*



## KONFERANS PROGRAMI

*CONFERENCE PROGRAM*

**6 Eylül PAZARTESİ** - September 6<sup>th</sup> Monday **10.00**

**ORTAK OTURUM**  
**JOINT SESSION**

**AÇILIŞ KONUŞMALARI** OPENING SPEECHES

Prof. Dr. Türkay Dereli

HKÜ Rektörü - Konferans Onursal Başkanı / HKU Rector - Honorary President

Prof. Dr. G.Rengin Küçükdoğan - HKÜ İletişim Fakültesi Dekanı - Düzenleme Komitesi Başkanı

HKU Dean of Faculty of Communication - Organizing Committee Chairman

**DAVETLİ KONUŞMACILAR** KEYNOTE SPEAKERS

Prof. Dr. Alev Parsa - Ege Üniversitesi

Prof. Dr. Lubomir Halatchev - NATFA Bulgaria

Prof. Dr. Manuela Cernat - UNATC Romania

**1. OTURUM** 1<sup>st</sup> SESSION

**SANAT - TASARIM** ART - DESIGN

**Moderatör** Moderator **Dr. Öğr. Üyesi Pınar Tınaz**

- 11.10 • **Dr. Öğr. Üyesi** / *Asst. Prof. Dr. Ebru Dede - Maltepe Üniversitesi*  
Students' Projects of Reproduction of the Art of Painting by the Photomanipulation Method
- 11.30 • **Öğr. Gör.** / *Lecturer Atiye Güner - Hasan Kalyoncu Üniversitesi*  
Çağdaş Sanatta Dijital Teknoloji ile Dönüşen Gerçeklik Algısı
- 11.50 • **Öğr. Gör. Dr.** / *Lecturer PhD Ufuk Çetin - Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi*  
Dijital Çağda Kanadalı Bir Ressam: Cornelius David Krieghoff
- 12.10 • **Öğr. Gör.** / *Lecturer İlke İlter Güven - Dokuz Eylül Üniversitesi*  
İlişkisel Estetik Bağlamında Etkileşim Fikrine Dayalı Güncel Sanat Projeleri
- 12.30 • **Işık Eflan Tınaz Doktora Öğrencisi** / *PhD Student - İstanbul Üniversitesi*  
Dijital Sanat'ta Yapıtın Biricikliği Kaygısı; Cripto Art Üzerine Bir Değerlendirme
- 12.50 • **ÖĞLE ARASI** LUNCH BREAK
- 13.10 • **Dr. Öğr. Üyesi** / *Asst. Prof. Dr. Mehmet Ali Büyükparmaksız - Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi*  
Dijital Çağda Kripto Sanat ve NFT
- 14.00 • **Dr.** / *Ph.D Eser Keçeci - Arkin Yaratıcı Sanatlar ve Tasarım Üniversitesi*  
Kıbrıs'ın, Akademik Eğitim Alan İlk Kadın Sanatçısı: Görül Özkan
- 14.20 • **Sarvenaz Luckinger** - *Near East University*  
Semiotics of Superstitions: A case Study of Evil Eye in Persian Culture



## 6 Eylül PAZARTESİ - September 6<sup>th</sup> Monday

### 1. OTURUM 1<sup>st</sup> SESSION

Moderatör Moderator **Dr. Öğr. Üyesi Pınar Tınaz**

**DİJİTAL OYUNLAR**  
**MEDYADA DİJİTAL TEKNOLOJİ ALTERNATİFLERİ**  
DIGITAL GAMES  
ALTERNATIVES OF DIGITAL TECHNOLOGY ON MEDIA

- 15.00 • **Dr. / PhD Derya Nil Budak - Bağımsız**  
The Digital Culture and Gamer Food Ads in Food Communications
- 15.20 • **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Selin Süar Oral - İstanbul Aydın Üniversitesi**  
Yeni Bir İletişim Ortamı Olan Dijital Oyunlarda Nostaljik Bir Araç Olarak Steampunk Alt Kültürü
- 15.40 • **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Veli Boztepe - İstanbul Aydın Üniversitesi**  
Artırılmış Gerçeklik uygulamalarının Televizyon Spor Programlarında Kullanımına İlişkin Bir Araştırma
- 16.00 • **Arş. Gör. / Res. Asst. Büşra Eren Karalar - Hasan Kalyoncu Üniversitesi**  
The Relationship Between Game Narrative and In-Game Rewards in Ludo-Semiotic Analysis Skills – GRIS The Game Example

### 2. OTURUM 2<sup>nd</sup> SESSION

Moderatör Moderator **Dr. Öğr. Üyesi Deniz Telek**

**HABERCİLİK - İNTERNET GAZETECİLİĞİ**  
JOURNALISM - INTERNET JOURNALISM

- 11.10 • **Handan Nuh Doktora Öğrencisi / PhD Student - Atatürk Üniversitesi**  
Representation of Seasonal Women Agricultural Workers in the Media / Mevsimlik Kadın Tarım İşçilerinin Medyada Temsili
- 11.30 • **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Göksel Basmacı - İstanbul Arel Üniversitesi**  
İnternet Gazetelerinin Etik İlkeler Üzerinden İncelenmesi
- 11.50 • **Öğr. Gör. Dr. / Lecturer PhD Hasan Altıncık - Dicle Üniversitesi**  
Kurumların Hedef Kitleleriyle Kurdukları İletişim Bağlamında Basın Bültenlerinin Yerel Haber Sitelerinde Yayınlanmaları Üzerine Bir İnceleme
- 12.10 • **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Ayşegül Akaydın Aydın & Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Eser Levi**  
*İstanbul Aydın Üniversitesi & İstanbul Bilgi Üniversitesi*  
Covid – 19 Pandemisine İlişkin kamu Spotlarındaki İletişim Yaklaşımlarının İçeriksel Analizi
- 12.30 • **ÖĞLE ARASI LUNCH BREAK**

## 6 Eylül PAZARTESİ - September 6<sup>th</sup> Monday

### 2. OTURUM 2<sup>nd</sup> SESSION

Moderatör Moderator **Dr. Öğr. Üyesi Deniz Telek**

### REKLAMCILIK - MARKA YÖNETİMİ ADVERTISEMENT - BRAND MANAGEMENT

- 14.00 • **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Ergün Köksoy - Marmara Üniversitesi**  
Dijital Çağda Markaların Kriz İletişimi: Pandemi Etkisi
- 14.20 • **Buğra Çavuşoğlu Doktora Öğrencisi / PhD Student - Sakarya Üniversitesi**  
Instagram Fenomenlerinin Tüketicilerin Marka Tercihleri Üzerindeki Etkisi
- 14.40 • **Öğr. Gör. / Lecturer Şule Eren & Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Ömer Çakın**  
*Hittit Üniversitesi & Ondokuz Mayıs Üniversitesi*  
Türkiye'nin En İyi 100 Markasının Pazarlama Stratejisi Olarak Instagram
- 15.00 • **Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Şermin Tağ Kalafatoğlu - Ordu Üniversitesi**  
Women Entrepreneurs' Information and Communication Technology Usage to Develop Their Enterprises in the United States
- 15.20 • **Öğr. Gör. / Lecturer Buse Özdirenç - Eastern Mediterranean University**  
Commercialisation and Promotion of Drugs in New Media
- 15.40 • **Fatma Özcan Yüksek Lisans Öğrencisi / MA Student - Hasan Kalyoncu Üniversitesi**  
Kadın Girişimcilerin Dijitalleşme Süreci: S.S. Zeugma Girişimci Kadınlar Üretim ve Kalkınma Kooperatifi Örneği
- 16.00 • **Prof. Ph.D. Christo Nikolov Kaftandjiev - Sofia University**  
The Image of Istanbul as a World Tourist Destination in the Global Marketing Communications and Transmedia – Semiotic, Narrative and Archetype Aspects

### 3. OTURUM 3<sup>rd</sup> SESSION

Moderatör Moderator **Dr. Öğr. Üyesi Yelda Yanat Bağcı**

### MÜZECİLİK - KÜTÜPHANECİLİK - FESTİVALLER MUSEOLOGY - LIBRARIANSHIP - FESTIVALS

- 11.10 • **Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Aytül Papila & Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Pelin Kilimci & Öğr. Gör. / Lecturer Zeynep Kahraman**  
*Beykent Üniversitesi & Beykent Üniversitesi & Çankırı Karatekin Üniversitesi*  
Dijital Çağda Müzecilik ve İletişim
- 11.30 • **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. İlkül Kaya - Yozgat Bozok Üniversitesi**  
Dijital Çağda Bizans Yazınına Erişmek - Vatikan Apostolik Kütüphanesi Yazma Eserleri Sayısallaştırma Projesi
- 11.50 • **Öğr. Gör. / Lecturer Özge Yıldız - İstanbul Aydın Üniversitesi**  
Dijital Tasarım Yöntemleriyle Geleceği Saklamak: Sanal Müze

## 6 Eylül PAZARTESİ - September 6<sup>th</sup> Monday

### 3. OTURUM 3<sup>rd</sup> SESSION

Moderatör Moderator **Dr. Öğr. Üyesi Yelda Yanat Bağcı**

SİNEMA - TV  
CINEMA - TV

- 12.10 • **Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Şermin Tağ Kalafatoğlu - Ordu Üniversitesi**  
Websites of Fine Art Museums in the Covid 19 Pandemic
- 12.30 • **Assoc. Prof. Vladimir Stojcevski - Macedonia International Europa Prime University**  
Online Editions of Macedonian Film Festivals in 2020
- 12.50 • **ÖĞLE ARASI LUNCH BREAK**
- 14.00 • **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Yunus Namaz - Fırat Üniversitesi**  
Kısa Filmler Yoluyla Metaforik Bir Söylem Biçimi: Dijital Yalnızlık
- 14.20 • **Öğr. Gör. / Lecturer Gökhan Topal & Zeynep Öztürk**  
Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi & Atatürk Üniversitesi  
An Archaeological Analysis at the Anthropocene Age: Cinema
- 14.40 • **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Ahmet Tarık Türkmenoğlu - Necmettin Erbakan Üniversitesi**  
Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Özgürlüğü Tehdidi ve Kontrol Mekanizmalarına Dönüşümü;  
Anon Filmi Üzerinden Bir Okuma
- 15.00 • **Öğr. Gör. / Lecturer Faruk Sadıç - Erciyes Üniversitesi**  
Religion in Netflix Series: Islam and Christianity in Elite
- 15.20 • **Nursultan Stanaliev - Kyrgyz - Turkish Manas University**  
Bolot Şamşiyev Sinemasının Dili ve Üslubu
- 15.40 • **Prof. Dr. Yusuf Yurdigül & Övünç Çelikezen**  
Atatürk Üniversitesi & Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi  
Sinema Eğitimi Bağlamında New York Film Akademisi
- 16.00 • **Cristian Nicolescu - Film Producer - UNATC Bucharest**  
The Impact of the Current Financial Models on Film Aesthetics in the Early 2020s
- 16.20 • **Enxhi Rista Doktora Öğrencisi / PhD Student - UNATC Bucharest**  
Film vs Digital: Emotions, Feelings and Experience
- 16.40 • **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Yelda Yanat Bağcı - Hasan Kalyoncu Üniversitesi**  
Dijitalleşen Film Yapım Süreçlerinin Belgesel Film Yapımına Etkileri

7 Eylül SALI - September 7<sup>th</sup> Tuesday

## 1. OTURUM 1<sup>st</sup> SESSION

## UZAKTAN EĞİTİM DISTANCE LEARNING

**Moderatör** Moderator

**Dr. Öğr. Üyesi** / *Asst. Prof. Dr. Pınar Tınaz*

- 10.00 • **Öğr. Gör. Dr. / Lecturer PhD Mustafa Tefrik Hebebcı & Öğr. Gör. / Lecturer Yasemin Bertiz**  
*Necmettin Erbakan Üniversitesi & Kırklareli Üniversitesi*  
COVID-19 Sürecindeki Uzaktan Eğitim Faaliyetlerinin Öğrenci Velileri Tarafından Değerlendirilmesi
- 10.20 • **Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Ayşe Derya Eskimen - Kütahya Dumlupınar Üniversitesi**  
Yeni Medya Araçları ve Türk Dili ve Edebiyatı Eğitimi
- 10.40 • **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Abdullah Işık - Sinop Üniversitesi**  
Pandemi (Covid-19) Sürecinde Uygulamalı Alanlarda Eğitim ve Dijital Dünya
- 11.00 • **Arş. Gör. / Res. Asst. Çağatay Bilsel - Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Bahadır UÇAN**  
*Yıldız Teknik Üniversitesi*  
Uzaktan Eğitim Sürecinde Yıldız Teknik Üniversitesi İletişim Tasarımı 3B Modelleme Dersindeki AR Uygulamalarının İncelenmesi
- 11.20 • **Öğr. Gör. / Lecturer Gökhan Karaosmanoğlu & Öğr. Gör. / Lecturer İhsan Metinnam**  
*Ankara Üniversitesi*  
Üniversitelerde Okutulan Çevrimiçi Drama Derslerine Öğrenci Gözüyle Bir Bakış
- 11.40 • **Candan Yuka Yüksek lisans Öğrencisi / MA Student - Hasan Kalyoncu Üniversitesi**  
İletişim Fakültesinde Görev Yapan Akademisyenlerin Covid – 19 Sürecinde Uzaktan Eğitim Modelini Kullanarak Uygulamalı Dersleri İşleyiş Süreçlerinin İncelenmesi: Hasan Kalyoncu Üniversitesi Örneği
- 12.00 • **Dr. Elif Atamaz - Lefke Avrupa Üniversitesi**  
Pandemi Sürecinde Görsel İletişim Tasarımı Öğrencilerinin Uzaktan Eğitim Deneyimi
- 12.20 • **Prof. Dr. Bülent Küçükertoğan & Emeritus Prof. Dr. Dragan M. Fimon**  
*Hasan Kalyoncu University & Faculty of Temporary Arts, Belgrade, Serbia*  
Communication, Education, Art and Culture in Pandemic Era
- 12.40 • **ÖĞLE ARASI LUNCH BREAK**

7 Eylül SALI - September 7<sup>th</sup> Tuesday

## 1. OTURUM 1<sup>st</sup> SESSION

Moderatör Moderator  
Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Pınar Tınaz

## DİJİTAL İÇERİK ÜRETİMİ DIGITAL CONTENT PRODUCTION

- 14.00 • Öznur Akyılmaz Doktora Öğrencisi / PhD Student & Dr. Bilge Kalkavan & Dr. Öğr. Üyesi /  
Asst. Prof. Dr. Saadet Uğurlu - Hasan Kalyoncu Üniversitesi  
Dijital İçerik Üretimi ve Yönetiminde İnsan Merkezli İçeriklerin Etkileşimi: Instagram  
Gaziantep Hikayeleri Örneğiyle
- 14.20 • Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Nesli Tuğban Yaban - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Dijital İletişimde Bireyin Kendini İfade Etme Biçimi Olarak Öznel ve Araçsal İmge Üretimi
- 14.40 • Öğr. Gör. / Lecturer Serdar Çil - Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
Yeni Bir Ses: Podcast Yayıncılığı
- 15.00 • Özlem Karakoç Yüksek Lisans Öğrencisi / MA Student - Akdeniz Üniversitesi  
Sanal ve Gerçeklik Arasında Flulaşan Sınırlar: Dijital Influencer Örneği Olarak Türkiye'nin İlk  
Dijital İnsanı "Aypera"
- 15.20 • Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Pınar Tınaz - Hasan Kalyoncu Üniversitesi  
Dijital Platformlarda Meddahlık Geleneğinin İzleri: Aykut Elmas Komedi Üzerine Bir  
İnceleme

## 2. OTURUM 2<sup>nd</sup> SESSION

Moderatör Moderator  
Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Deniz Telek

## DİJİTAL İLETİŞİM: GÜNCEL SORUNLAR VE ÇÖZÜMLER DIGITAL COMMUNICATION: CURRENT PROBLEMS AND SOLUTIONS

- 10.00 • Arş. Gör. Dr. / Res. Asst. Dr. Nilüfer Pınar Kılıç & Prof. Dr. Melike Aktaş  
Prof. Dr. B. Pınar Özdemir & Prof. Dr. G. Senem Gençtürk Hızal  
Ankara Üniversitesi & Ankara Üniversitesi & Ankara Üniversitesi & Başkent Üniversitesi  
COVID-19 Pandemisinde 65 Yaş ve Üzeri Bireylerin Gözünden İnfodemi: "Nereden Teyit  
Edebilirim?"
- 10.20 • Prof. Dr. Ergün Yolcu & Öğr. Gör. / Lecturer Akın Yıldırım  
İstanbul Üniversitesi & Giresun Üniversitesi  
Medyada Gerçeklik Algısına Bir Müdahale Olarak Deepfake Teknolojisi
- 10.40 • Öğr. Gör. / Lecturer İhsan Metinnam & Öğr. Gör. Dr. / Lecturer PhD Gökhan  
Karaosmanoğlu - Ankara Üniversitesi  
CoviDrama: Dramanın Dijitalleşmesi ve Çağdaş Drama Derneği Deneyimi
- 11.00 • Ahmet Haşim Alagüney - Avukat / Lawyer - Eskişehir Barosu  
Dijital İletişim Çağında Mahremiyet ve Unutulma Hakkı

7 Eylül SALI - September 7<sup>th</sup> Tuesday

## 2. OTURUM 2<sup>nd</sup> SESSION

Moderatör Moderator

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Deniz Telek

DİJİTAL İLETİŞİM: GÜNCEL SORUNLAR VE ÇÖZÜMLER  
DIGITAL COMMUNICATION: CURRENT PROBLEMS AND SOLUTIONS

- 11.20 • Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Halit Buluthan Çetintaş & Hüsna Gizem Karaağaç  
Atatürk Üniversitesi & Hacettepe Üniversitesi  
Elektronik Bilgi Kaynaklarının Kullanımında Yaşanan Teknostrese Yönelik Bir Durum Analizi:  
Atatürk Üniversitesi Örneği
- 11.40 • Prof. Dr. Halime Yücel & Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Michel Bourse  
Galatasaray Üniversitesi  
Siyasal İletişim: Güncel Sorunlar
- 12.00 • Aslıhan Arslan Doktora Öğrencisi / PhD Student  
Atasözleri ve İnternet Kalıplarının Kuşaklararası Kullanımı Üzerine Deneysel Bir Çalışma
- 12.20 • Prof. Ivan N. Gallegos - Davao Del Norte State College  
Dimensions of Communication Practices of Non-Government Organizations to Community Stakeholders
- 12.40 • Cristian Nicolescu (Film Producer-PhD student) - UNATC  
How Could Self-Distribution Resuscitate Independent Production?
- 13.00 • ÖĞLE ARASI LUNCH BREAK
- 14.00 • Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Deniz Telek - Hasan Kalyoncu Üniversitesi  
A Study on Meaning in the Digital World With Reference to Wittgenstein's Concepts of Seeing and Aspect Seeing
- 14.20 • Arş. Gör. / Res. Asst. Ufuk Gürbüzdal & Ozan Siso - Hasan Kalyoncu Üniversitesi  
Intelligence and Counter – Intelligence in the Information Age

## 3. OTURUM 3<sup>rd</sup> SESSION

Moderatör Moderator

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Yelda Yanat Bağcı

SOSYAL MEDYA SOCIAL MEDIA

- 10.00 • Öğr. Gör. / Lecturer Elnaz Nasehi - Arkin University of Creative Art and Design  
Youth-Led Community Building Activities During the Covid-19 Pandemic: Bahá'í Perspective
- 10.20 • Onipede Festus Moses - University of Lagos  
Metaphor of Covid-19 among Nigerians: A Cognitive Metaphorical Analysis of Internet Memes
- 10.40 • Desmond Onyemechi Okocha - Bingham University  
Social Media, Ethics and Privacy in Nigeria – Issues and Challenges

7 Eylül SALI - September 7<sup>th</sup> Tuesday

### 3. OTURUM 3<sup>rd</sup> SESSION

### SOSYAL MEDYA SOCIAL MEDIA

Moderatör Moderator

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Yelda Yanat Bağcı

- 11.00 • **Admilson Veloso da Silva** - *Corvinus University of Budapest*  
Visual communication in the age of digital-networked images: an analysis of Instagram Stories features
- 11.20 • **Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Nuran Öze** - *Arkin University of Creative Arts and Design*  
Covid-19 Araştırması: Kuzey Kıbrıs'ta Sosyal Medya Kullanım Kalıplarında ve Kişilerarası İlişkilerde Değişim
- 11.40 • **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Ender Kazak** - *Düzce Üniversitesi*  
Sekizinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımının Nedenleri ve Etkileri
- 12.20 • **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. A. Elif Posos Devrani & Arş. Gör. Dr. / Res. Asst. Dr. İpek Kesici** - *Türk-Alman Üniversitesi*  
Dijital Çağda Ebeveynlerin Sosyal Medya Paylaşımları: Sharenting
- 12.40 • **Öğr. Gör. / Lecturer Nehir Devrim** - *Kastamonu Üniversitesi*  
Sosyal Medya Okuryazarlığı, Medyaya Güven ve Demokrasi
- 13.00 • **Öğr. Gör. Dr. / Lecturer Dr. Yusuf Zafer Can Uğurhan** - *Anadolu Üniversitesi*  
Instagram Kullanıcılarının Sponsorlu İçerik Algısı ve İçeriğe İlişkin Beklentileri Üzerine Bir Araştırma
- 13.20 • **ÖĞLE ARASI LUNCH BREAK**
- 14.00 • **Öğr. Gör. Dr. / Lecturer Dr. Yeliz Tuna** - *Ege Üniversitesi*  
Sosyal Medya Fotoğraflarında Beden Olumlama ve Kimlik İnşasının Temsili
- 14.20 • **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Uğur Baloğlu** - *İstanbul Gelişim Üniversitesi*  
Dijital Çağda Video Günlüklerle Gıdıklanan Arzu

7 Eylül SALI - September 7<sup>th</sup> Tuesday - 16.00

ORTAK OTURUM  
JOINT SESSION

#### KAPANIŞ KONUŞMALAR VE SONUÇ BİLDİRGESİ

CLOSING SPEECHES AND CONCLUDING STATEMENT

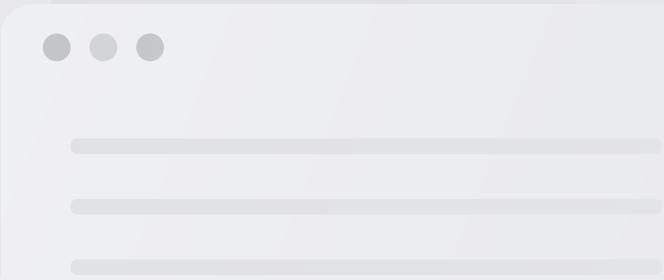
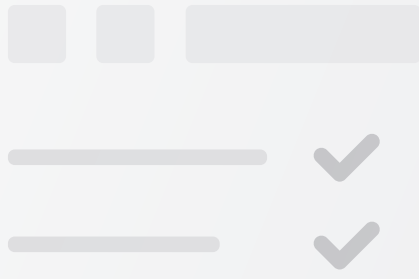
Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Deniz Telek - HKÜ İletişim Fakültesi

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Yelda Yanat Bağcı - HKÜ İletişim Fakültesi

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Pınar Tınaz - HKÜ İletişim Fakültesi

Prof. Dr. G.Rengin Küçükerdoğan - HKÜ İletişim Fakültesi Dekanı - Düzenleme Komitesi Başkanı  
HKU Dean of Faculty of Communication - Organizing Committee Chairman

HASAN KALYONCU  
UNIVERSITY





# InMECS21

1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı  
“Dijital Dünyada İletişim, Sanat ve Kültür”

1<sup>st</sup> International Media and Cultural Studies Conference  
“Communication, Art and Culture in Digital World”

## BİLDİRİ ÖZETLERİ ABSTRACTS

6 Eylül PAZARTESİ • September 6<sup>th</sup> Monday

SANAT - TASARIM ART - DESIGN

DİJİTAL OYUNLAR - MEDYADA DİJİTAL TEKNOLOJİ ALTERNATİFLERİ  
DIGITAL GAMES - ALTERNATIVES OF DIGITAL TECHNOLOGY ON MEDIA

HABERCİLİK - İNTERNET GAZETECİLİĞİ  
JOURNALISM - INTERNET JOURNALISM

REKLAMCILIK - MARKA YÖNETİMİ  
ADVERTISEMENT - BRAND MANAGEMENT

MÜZECİLİK - KÜTÜPHANECİLİK - FESTİVALLER  
MUSEOLOGY - LIBRARIANSHIP - FESTIVALS

SİNEMA - TV  
CINEMA - TV



# InMECS21

1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı

**"Dijital Dünyada İletişim, Sanat ve Kültür"**

1<sup>st</sup> International Media and Cultural Studies Conference

**"Communication, Art and Culture in Digital World"**

## 1. OTURUM 1<sup>st</sup> SESSION

Moderatör Moderator **Dr. Öğr. Üyesi Pınar Tınaz**

## SANAT - TASARIM ART - DESIGN

- **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Ebru Dede - Maltepe Üniversitesi**  
Students' Projects of Reproduction of the Art of Painting by the Photomanipulation Method
- **Öğr. Gör. / Lecturer Atiye Güner - Hasan Kalyoncu Üniversitesi**  
Çağdaş Sanatta Dijital Teknoloji ile Dönüşen Gerçeklik Algısı
- **Öğr. Gör. Dr. / Lecturer PhD Ufuk Çetin - Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi**  
Dijital Çağda Kanadalı Bir Ressam: Cornelius David Krieghoff
- **Öğr. Gör. / Lecturer İlke İlater Güven - Dokuz Eylül Üniversitesi**  
İlişkisel Estetik Bağlamında Etkileşim Fikrine Dayalı Güncel Sanat Projeleri
- **İşık Eflan Tınaz Doktora Öğrencisi / PhD Student - İstanbul Üniversitesi**  
Dijital Sanat'ta Yapıtın Biricikliği Kaygısı; Cripto Art Üzerine Bir Değerlendirme
- **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Mehmet Ali Büyükparksız - Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi**  
Dijital Çağda Kripto Sanat ve NFT

## STUDENTS' PROJECTS OF REPRODUCTION OF THE ART OF PAINTING BY THE PHOTOMANIPULATION METHOD

**Dr. Öğr. Üyesi / Assist. Prof. Dr. Ebru Dede**

**Maltepe University, Visual Communication Design Department**

Famous works in the history of Western painting, while being reproduced with today's technical possibilities, have being humorously reinterpreted and shared on social media. In his book *Ways of Seeing*, John Berger stated that the reproduction of works of art by the advertising industry gives a new meaning to these works and this changes their meaning and value in the history of art. Despite this negative effect, which is thought to be "the loss of the aura of art", some positive aspects can also be addressed. Today, when the culture of reading has weakened but following social media has become widespread, sharing art by revitalizing it provides an increase in the awareness of works of art and artists. It can be said that art lovers have increased in a different aspect with the contribution of the new and contemporary sense of humor. The fact that these works in history still remain on the agenda activates the art market. Collectors and museums that own the originals of the works get a premium from it. Queues form in front of museums for works of art which have being constantly published on social media, and the material value of these works of art has been gradually increasing. It is thought that the reproduction method is generally aimed at Western art works and thus these works are known by people around the world, whereas Turkish painting art is not known enough. Based on this thought, the students of Maltepe University's Visual Communication Design Department were asked for design studies to revive some examples of Turkish painting art by photomanipulation method. It is aimed to share the students' designs both on the digital exhibition platform and on social media. In this manner, it is intended to remember the related Turkish painting artworks by the students and the audience, who will watch these posts and the exhibition. The works of prominent artists in the history of Turkish painting, such as Osman Hamdi, Feyhaman Duran, Hale Asaf, Nurullah Berk, Izzed Ziya, Avni Lifj who contributed to the development of modern art in Turkey, have been reinterpreted by associating them with images, places and people of today's life.

**Keywords:** Turkish painting, revitalization, art market, art education, design education.

## ÇAĞDAŞ SANATTA DİJİTAL TEKNOLOJİ İLE DÖNÜŞEN GERÇEKLIK ALGISI

**Öğr. Gör. / Lecturer Atiye Güner**

**Hasan Kalyoncu Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü**

Çağdaş sanatın başlangıcı, ekonomik ve kültürel alanlarda küreselleşmenin hızlandığı, dijital teknolojilerin geliştiği dönemdir ve bunlara bağlı olarak çağdaş sanat çok katmanlı ve heterojen yapıya sahiptir. Tabi ki çağdaş sanatın modern ve postmoderni de kapsadığı düşünülürse yüzyıllardır, değişen ve farklılaşan algılar da sanatta aşikâr olarak görülür. 18. Yüzyıldan itibaren bilim, teknoloji düşünce alanlarında olagelen bir çok değişiklikle aşağı yukarı 250 yılı kapsayan bir süreçte aydınlanma felsefesine, rasyonalizme hümanizmaya ve sürekli ilerlemeci tarih anlayışına dayalı modernizm hakimiyetini sürdürmüştür. Modern

sanatta mekanla sanat nesnesi ve zaman birbirine bağlı bir doğrusallık içindedir. Modern sanatın zamanı öne çıkararak yapısının aksine postmodern sanat anlayışı içinde tarihin akışı, gelişme ve bunun evrenselliği yoktur. Hatta her türlü evrensellik iddiası anlamsız oldukları gerekçesi ile dışlanmaktadır. Eskinin yıkılıp gideceği yerine bir yeninin geleceği gibi düşünceler postmodern sanat anlayışında yer almamaktadır. Postmodern sanat estetiği için, şu anda burada ölçütü esas alınmaktadır. Yani postmodern sanatta doğrusal bir zaman mekan anlayışı da yoktur.

Modernizm sonrasında ya da postmodern dönemin önemli belirleyeni hızla gelişen bilişim ve iletişim teknolojileridir denilebilir. Bilişim ve iletişim alanlarında odaklaşan teknolojik bir başka deyişle dijital devrim zaman ve mekân boyutlarının da değişmesine yol açmıştır. Dijital teknolojiler kendine özgü sembol ve metoforlarla insanın kültürel çevresini yeniden üretmektedir. Sanat anlayışlarında mekâna bağlı değişkenlik kültürel süreçlerle paralellik göstermektedir. Günümüzde dijital teknolojiler ile gerçekleştirilen sanat, dijitalin tanımı doğrultusunda, zaman ve mekân anlayışlarında değişikliklere neden olmaktadır. Çok sayıda duyuyu eş zamanlı olarak uyaran dijital sanat yapıtlarının çoğaldığı görülmektedir. Dijital teknoloji ile eser-izleyici arasındaki karşılıklı etkileşim, sanat eserine yeni bir boyut getirmektedir. Sanal ortamda gerçekleştirilen etkileşimli iletişimle değişime uğrayan zaman-mekân kavramları "dijital sanat" çalışmalarında yansıma bulmaktadır. Sanatta olduğu gibi sergilemede de kullanılan dijital teknoloji çağdaş sanatı izleyicinin de katılımcı olduğu interaktif bir hale getirmektedir. Yanı sıra toplumun değişen gerçeklik algılarıyla yeniden tasarlanmasında çağdaş sanat önemli bir rol oynamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Çağdaş Sanat, Dijital Sanat, Dijital, AR teknolojisi, VR teknolojisi

## DİJİTAL ÇAĞ'DA KANADALI BİR RESSAM: CORNELIUS DAVID KRIEGHOFF

Öğr. Gör. Dr. / Lecturer PhD. **Ufuk Çetin**

**Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Çorlu Mühendislik Fakültesi**

Bu bildirinin konusunu Kanada Ulusal Galerisi (National Gallery of Canada) Dijital Koleksiyonunda resimleri bulunan ve ilk Kanadalı ressamlardan Cornelius David Krieghoff oluşturmaktadır. Son yıllarda yaşanan hızlı teknolojik değişikliklerle bireylerin ve toplumların alışkanlıkları da hızla değişime uğramıştır. Sanat da bu değişikliklere uyum sağlayarak daha çok kişi ve kültüre dijital dünya aracılığıyla ulaşma fırsatı yakalamıştır. Dijital çağ aslında insanların ortak yaşam izidir. Çoğumuz interneti bankacılık, ürün satın alma, sosyalleşme, iletişim ve araştırma gibi çeşitli işlerde kullanmaktayız. Sanatsal aktiviteler de kişilerin dijital ortamındaki izlerini oluşturmaktadır. Dijital sanat, yaratıcı veya sunum sürecinin bir parçası olarak dijital teknolojiyi kullanan sanatsal bir çalışma veya uygulamadır. 1960'lardan beri, bilgisayar sanatı ve multimedya sanatı da dâhil olmak üzere süreci tanımlamak için çeşitli isimlerle kullanılmıştır. Tüm dünyada, Covid-19 pandemisiyle 2020 yılının başlarından beri müzeler diğer sektörlerde olduğu gibi büyük zorluklarla karşı karşıya kalmıştır. Çoğu kurum ziyarete kapanmış, etkinlikler iptal edilmiş ve projeler ertelenmiştir. Küresel salgın nedeniyle dijital müzeler, çevrimiçi ortamda sürdürülen diğer sanatsal aktiviteler gibi internet ortamında faaliyetlerini sürdürmeye devam etmektedir. Dünyanın bir ucundan diğer ucuna yalnızca saniyeler içinde bir müzeyi ve koleksiyonlarını ücretsiz olarak ziyaret etmek dijital

çağ, dijital ortam ve sanatın buluşmasıyla mümkün olmaktadır. Cornelius David Krieghoff, 19 Haziran 1815 yılında doğmuş ve 5 Mart 1872 yılında ölmüş, Hollanda asıllı Kanadalı bir ressamdır. Kanada'nın popüler ilk resim sanatının gelişmesi sırasında Kanada'nın resimlerini yapmıştır. Krieghoff resimlerini yaparken ülke yeni kurulmuştu. Sanatçı, Kanada kültür tarihinde girişimci ve yenilikçi bir ressam olarak kabul edilmiştir. Ülkesinin popülist vizyonunu oluşturmuştur. Resimlerinde manzaralar ve insanlar, çeşitli yerli halkların gelenek ve göreneklerini, Fransız-Kanadalı yerleşimcileri görmek mümkündür. Çoğu eseri Kanada Ulusal Galeri'sinde yer almaktadır. Krieghoff, günümüz manzara resim sanatına ilgi duyan pek çok araştırmacıya ilham vermeye halen devam etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Çağ, Dijital Sanat, Resim,Kanada Resim Sanatı, Cornelius David Krieghoff

## İLİŞKİSEL ESTETİK BAĞLAMINDA ETKİLEŞİM FİKRİNE DAYALI GÜNCEL SANAT PROJELERİ

Öğr. Gör. / Lecturer İlke İlter Güven  
Dokuz Eylül Üniversitesi

Nicolas Bourriaud'un ilişkisel estetik kuramıyla ortaya koyduğu üzere, günümüzde kolektif olarak üretilebilen ve etkileşime açık bir sanat eseri ortaya konulması mümkündür. İlişkisel sanatta, geleneksel sanatta olduğu gibi bir başyapıttan, bitmiş bir işten, üstün bir sanatsal yetenekten söz etmeye ihtiyaç duyulmadığı gibi, asıl hedeflenen de sonuçtan daha çok sanatsal sürecin kendisidir.

Pandemi süreci ile gündeme gelen motivasyon ve iletişim ihtiyaçları, sanatçıların etkileşime dayalı projeler geliştirmeleri fikrini de tetiklemiştir. Böylece sanatçılar arasında kendi yaratım alanlarının içine başka sanatsal yaratım, düşünüş ve tavır farklılıklarını da dahil ederek yeni eserler ortaya koyma fikri doğmuştur. Sanatçılar arası ilişkileri güçlü tutmak, sanatçılara manevi destek sağlamak, iletişim ve yaratıcılık imkanlarının sınırlarını genişletmek amacıyla birçok sanatsal eyleme dayalı, böylece etkileşimi hedef alan proje geliştirilmiştir. Bu projelerin pandemi ile başedebilme süreci içinde motivasyon kaynağı olduğu görülmüştür. Projeler yoluyla sanatın iyileştirici gücünden faydalanan sanatçılar, dijital teknolojilerin sunduğu sonsuz iletişim imkanlarından da faydalanarak birçok sanatsal sınırın ortadan kalkmasını sağlamıştır.

Bu bağlamda çalışma kapsamında Nathan Langston küratörlüğünde geliştirilen uluslararası katılımlı, oyun temalı Telephone Art Game, Kristine Schomaker tarafından geliştirilen Call and Response gibi birbirinden farklı, birçok sanatçılar arası iletişim ve etkileşime dayalı olarak şekillendirilen sanatsal proje incelenecek olup, sanat ve oyun ilişkisi, dijital teknolojilerin sağladığı sanatsal etkileşim imkanları ve projeler yoluyla elde edilen kazanımlar tartışmaya açılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Oyun ve Sanat, Online Sergi Projeleri, Etkileşim, İlişkisel Estetik, Kolektif Sanat.

# DİJİTAL SANAT'TA YAPITIN BİRİCİKLİĞİ KAYGISI; CRIPTO ART ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

**Işık Efları TINAZ** Doktora Öğrencisi / PhD Student  
**İstanbul Üniversitesi Sanat Tarihi Bölümü**

Fotoğraf ile sanat yapıtının işlevi, zamansal-uzamsal değerleri, biricikliği ayrışma yaşar ve yapıtın teknik olanaklar ile çoğaltılması, orijinal ile kopya arasındaki ilişkinin yeniden kurgulanmasını gerektirir. Yüksek kültür ve kitle kültürü arasındaki sınırları eriten, sanatçının kitle kültürünün hem tüketicisi hem üreticisi olarak işlev kazanmasını ve seri üretimi önceleyen Pop Sanat sonrasında, tekil nesneyi dışlayıp yerine kavramları yerleştirerek sanatın geleneksel tanımını ve biçimini sorgulayan Kavramsal Sanat, yapıtın yayınlanması ile işlevinin tamamlandığını, bilinmesiyle şartık kendisinin değerinin kalmadığını önerir. Dijital dünya ise sanat yapıtının somut varoluşunu kendisinden tamamen ayırır. Böylece modern insan için sanat yapıtının kendisi ile çoğaltılan resmi arasındaki sınır bulanıklaşmış olur. Sanat yapıtının biricik, hakiki olma değerleri dijital dünya içinde 'bilinme' değeri ile yer değiştirir. Artık bir Neo-Klasik yapıt, hakikisini görmek için sanal müzeyi kullanan günümüz insanının odasında, kendisi için ifade ettiği değerleri yansıtarak bulunabilir olur.

Dijital dünyanın sunduğu bu yeni ilişki, 2015 yılında "Sanat eserlerinin özgünlüklerini doğrulamak için" başlığında Cripto Art olarak oluşturulmaya başlanan yeni bir düzenleme ile büyük bir kırılma yaşar. Somut sanat yapıtının biricikliğini kendi değerleri içinde eritmiş olan dijital dünya, kendi araçları ile üretilmiş dijital sanatın biricikliğinin peşine düşer. 2017 yılından itibaren aktif olarak kullanılan NFT uygulaması ile dijital sanat eserlerine, sanatçının imzasını, eser bilgilerini içeren bir şifreleme sistemi eklenir ve bu şifreli eserin sadece bir defa üretilmesi ve kopyalanamaması sağlanarak biricik olma değerinin kazandırılması amaçlanır. Dijital dünya, ilkelerinde tutarsızlık yaşamaksızın, orijinal olarak şifrelediği ama şifresini içermeyen kopyanın kopyalanmasını yasaklamaz. 2020 yılında bir pikselin satışa çıkması ile dijital dünya, kendi hakiki sanat yapıtının, gerçekliği şüpheli olan sanatçısı ile de tanışmış olur.

Çalışmada, Walter Benjamin'in önerdiği sanat yapıtındaki biriciklik değerinin dijital dünyadaki değişimi ve yeni uygulanmakta olan NFT sistemi ile Cripto Art kavramının oluşmaya başlaması arasındaki dengeler ele alınacak, somut ve dijital sanat yapıtının dijital dünyadaki varlığı üzerine değerlendirme yapılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Sanat, Kavramsal Sanat, Cripto Sanat, NFT, Popüler Kültür.

# DİJİTAL ÇAĞDA KRIPTO SANAT VE NFT

**Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Mehmet Ali Büyükparmaksız**

**Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Resim Bölümü**

Gelişen teknoloji yaşamın her alanında etkisini gösterirken, sanat alanında da sanatın üretim ve paylaşım şeklini değiştirmiştir. Satoshi Nakamoto, 2009'da Bitcoin ağını başlattıktan sonra Bitcoin, Ethereum ve Ripple derken, "değiştirilemez para" çılgınlığı yaygınlaşmaya başlamış, kendine özel yeni normları ve yeni değer algılarını ortaya çıkarmıştır. Bu noktada sanat ortamında yepyeni oluşumlarla karşılaşmakta ve sanat eserleri de bu değişimlerden etkilenmektedir. Bu değişimlerin sonucunda sanat alanında kripto sanat pazarı ortaya çıkmış ve hızlı bir şekilde büyümeye de devam etmektedir. Son birkaç yılda NFT, Crypto Art, Crypto Artist, Blockchain vb. gibi terimler gündeme gelmiş, sanat alanında kullanılan terminoloji ve jargon bile dönüşüme uğramıştır.

Kripto sanat, dijital sanat eserleri için alım, satım ya da birikim yapılan temel bir blokzincir teknolojisidir. "Non-fungible token" (NFT) ise kimin neye sahip olduğunun blokzincirde kaydını tutmaya yarayan bir token türüdür. NFT'ler; fotoğraflar, videolar, ses ve diğer dijital dosya türleri, müzik, spor, sanat eserleri, oyun kartları vb pek çok dijital varlıklardan oluşmaktadır. Bu varlıklar blokzincir üzerinden temsil edilmektedir. Aynı zamanda dijital varlıkların kopyalarını herkes elde edebilir. Fakat NFT'ler Ethereum blok zincirinin bir parçasıdır ve sahibine telif hakkından ayrı bir sahiplik kanıtı sağlamak için blok zincirlerinde izlenir. Kripto sanatçıları, dijital sanatın imkânlarından faydalanarak çalışmalarını üretmektedir. Bir pazar yeri uygulamasına üye olarak çalışmalarının bir görselini ya da animasyonunun linkini blokzincir üzerinde basılan NFT'ye eklemekte ve daha sonra bu tokenı bu uygulamalar üzerinden satışa sunmaktadır. Kripto sanatçılarının birçoğunun ortak özelliği, bir galeri tarafından temsil edilmeyen ve belli bir sanat eğitimi almamış olan sanatçılardan oluşmasıdır.

Günümüzde Non-Fungible Token ve bitcoin ile satılan sanat eserleri rekor kırarak NFT'lerin gelecekte güçlü bir yatırım aracı olacağı söylenebilir. Fakat şimdilik şişirilmiş fiyatlar olduğu için her türlü borsa yatırımı gibi bu NFT'ler de riskleri içinde barındıracaktır. Sonuç olarak Kripto sanat piyasasının sanatçılara ve sanat piyasasına maddi açıdan doğrudan ve dolaylı büyük katkılar sağlayacağı söylenebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Çağdaş Sanat, Dijital Sanat, Kripto Sanat, Ethereum, Nft

## KIBRIS'IN, AKADEMİK EĞİTİM ALAN İLK KADIN SANATÇISI: GÖRAL ÖZKAN

Dr. / PhD. Eser Keçeci

Arkın Yaratıcı Sanatlar ve Tasarım Üniversitesi

Akademik anlamda sanat eğitimi alan ilk kadın sanatçı olan Özkan, 1938 yılında Lefkoşa'da dünyaya gelir. Özkan'ın ilk ve orta öğretim yılları Kıbrıs'ın İngiliz idaresinde olduğu yıllardır. Daha sonra 15 yaşında, Türkiye Cumhuriyeti'nin vermiş olduğu bir burs imkanıyla Ankara'ya, İsmet Paşa Kız Enstitüsüne, sonrasındaysa Ankara Kız Teknik Öğretmen Okuluna gider ve lise sonrasındaysa üniversite eğitimini tamamlar. 1959 yılında sanatçı mezun olup adaya döner ve akademik eğitimini yurtdışında tamamlayan ilk Kıbrıslı Kadın sanatçı olur. Sanatçı, almış olduğu klasik sanat eğitimi ile desenlerini ve modern sanatı birleştirerek soyut çalışmalarını ortaya koyar. Aynı zamanda yapıtlarında soyut ekspresyonist stili özellikle de nü çalışmalarında gözlemlemek mümkündür. Özkan'ın iki kişisel sergisi yanı sıra 90'lı yıllardan günümüze hiç sergilenmemiş bir de 'Mavi' serisi bulunmaktadır. Günümüzde halen çalışmalarını sürdüren sanatçının yapıtları yurt içi ve yurt dışında pek çok sergide ve özel koleksiyonda yer almaktadır.

Bu çalışmanın temelinde niteliksel araştırma yönteminin bir veri toplama tekniği olan derinlemesine görüşme yöntemi kullanılırken aynı zamanda Erwin Panofsky'nin ikonografik ve ikonolojik yöntemlerine başvurulmuştur. Böylelikle de sanatçının eserlerin biçimsel anlamda analizleri yapılırken sanatçının kendi coğrafyalarında siyasal bağlamlar ortaya konulmuştur. Söz konusu çalışma ile ilgili yazılı herhangi bir akademik kaynak olmaması ve Özkan'ın adının gelecek nesillere aktarılmasında büyük önem taşıdığı göz önünde bulundurulduğunda çalışmanın özgün değer taşımakta olduğu düşünülmektedir.

## SEMIOTICS OF SUPERSTITIONS: A CASE STUDY ON EVIL EYE IN PERSIAN CULTURE

Öğr. Gör. / Lecturer Sarvenaz Luckinger

Near East University

The Evil Eye is a very ancient superstition characterized by the belief that certain individuals may, by virtue of their gaze, cause another person, animal, plant or other property, to become ill, or suffer grievous harm. Belief in the Evil Eye is ancient and ubiquitous and occurred in ancient Greece and Rome, Persia, in Jewish, Islamic, Christian, and also Buddhist and Hindu traditions.

In this article, the author tries to investigate on Evil Eye based on semiotic approach. This research limited in Iranian beliefs and Iranian culture. After an introduction about the history of Evil Eye in Iranian culture, a possible world is considered that the Evil Eye is applicable and the deterrent tools is working against this disastrous gazes.

The writer of this article showed that knocking on wood, wearing or hanging anti-Evil Eye accessories, saying something in Persian or Arabic, burning armal seeds, and so on are some of the tools that acting as protections against Evil Eye, even when the users don't believe in Evil Eye, but act to respect the believers. Each protective object, as a sign selected from language sign system or other systems, has its own form of using with the same content.

**Keywords:** Semiotics, Superstition, Evil Eye, Persian Culture





# InMECS21

1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı

**“Dijital Dünyada İletişim, Sanat ve Kültür”**

1<sup>st</sup> International Media and Cultural Studies Conference

**“Communication, Art and Culture in Digital World”**

## 1. OTURUM 1<sup>st</sup> SESSION

Moderatör Moderator **Dr. Öğr. Üyesi Pınar Tınaz**

DİJİTAL OYUNLAR  
MEDYADA DİJİTAL TEKNOLOJİ ALTERNATİFLERİ

DIGITAL GAMES  
ALTERNATIVES OF DIGITAL TECHNOLOGY ON MEDIA

- **Dr. / PhD Derya Nil Budak - Bağımsız**  
The Digital Culture and Gamer Food Ads in Food Communications
- **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Selin Sürar Oral - İstanbul Aydın Üniversitesi**  
Yeni Bir İletişim Ortamı Olan Dijital Oyunlarda Nostaljik Bir Araç Olarak Steampunk Alt Kültürü
- **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Veli Boztepe - İstanbul Aydın Üniversitesi**  
Artırılmış Gerçeklik uygulamalarının Televizyon Spor Programlarında Kullanımına İlişkin Bir Araştırma
- **Arş. Gör. / Res. Asst. Büşra Eren Karalar - Hasan Kalyoncu Üniversitesi**  
The Relationship Between Game Narrative and In-Game Rewards in Ludo-Semiotic Analysis Skills – GRIS The Game Example

## THE DIGITAL CULTURE AND GAMER FOOD ADS IN FOOD COMMUNICATIONS

Dr. / PhD. **Derya Nil Budak**

**Bağımsız**

In Turkey and Turkish culture, the most common source of information is the media. Turks are most often influenced by advertising when buying food.<sup>1</sup> The concept of food can be defined as in the context of culture term "the distinctive customs, values, beliefs, knowledge, art, and language of a society or a community. These values and concepts are passed on from generation to generation, and they are the basis for everyday behaviors and practices".<sup>2</sup> Perhaps the most obvious way to explore whether food communications can themselves be agents of change would be to look at food advertising.<sup>3</sup> This paper will examine the framing of gamer food advertisements in food communications through message framing by considering food as a cultural indicator of postmodernism. It also assumes that hyperreality is a major characteristic of digital culture, and this paper thereby assumes that this is also prominent in esports, video gaming and food consumption. The paper will also evaluate the discourses that are framed by messages in gamer food advertising within the context of hyperreality and digital culture.

**Keywords:** Digital culture, Gamer food, Hyperreality, Food communication, Message framing.

<sup>1</sup> The Ministry of Trade, The Consumer Profile and Level of Consciousness Research Report. Ankara, 2018. p. 64 - p. 156-157. Accessed on May 5, 2021. <https://ticaret.gov.tr/data/5cca9f5c13b8760c08096092/17-12-2018%20tuketici%20baski.pdf>.

<sup>2</sup> American Psychological Association (APA) Dictionary of Psychology, "Culture". Accessed on June 25, 2021. <https://dictionary.apa.org/culture>

<sup>3</sup> Nathalie Cooke, "Lessons from Generations Past: Timely and Timeless Communication Strategies of Some Canadian Cook of Note", Food & Communication, Proceedings of the Oxford Symposium on Food and Cookery, ed., Mark McWilliams, Prospect Books: Great Britain, 2016, p.134.

## YENİ BİR İLETİŞİM ORTAMI OLAN DİJİTAL OYUNLARDA NOSTALJİK BİR ARAÇ OLARAK STEAMPUNK ALT KÜLTÜRÜ

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. **Selin Süar Oral - Öğr. Gör. / Lecturer Okaner Okan**

**İstanbul Aydın Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Dijital Oyun Tasarımı Bölümü**

Başta eğlence olmak üzere eğitim, sağlık, savunma, sanayi ve hizmet sektörlerinde kullanılan dijital oyunlar, kullanıcılarına sağladığı katılım ve etkileşim alanı sayesinde günümüzde önemli bir iletişim ortamı olma yolunda hızla ilerlemektedir. Teknoloji alanında yaşanan gelişmeler, dijital oyunların gerçekçilik düzeyinin günden güne artmasına imkân tanımakta; hızla ilerleyen gerçekçi oyun trendine karşın, dijital oyunların toplumun farklı kesimlerine yayılması ile kullanıcıların farklı talepleri oluşmaktadır. Bu durum dijital oyunların günümüzde hiç olmadığı kadar çeşitli hale gelmesine ve farklı alt kültürlerden yararlanan dijital oyunların ortaya çıkmasına olanak tanımaktadır. Bunlardan biri olan bilim-kurgu edebiyatının alt türü Steampunk, ortak bir ideolojik ve estetik duyarlılıkla birlikte alt kültürel bir kimlik olarak Viktorya Dönemi'nin fantastik ve idealize edilmiş bir vizyonunu içinde barındırmaktadır. Çeşitli medya formları aracılığıyla tasarım, yapım ve kurgusal bir temsil olarak kendini gösteren steampunk, Viktorya Dönemi estetiği ve malzemeleriyle alternatif bir tarihi çağrıştırmaları açısından nostaljik bir duruma da vurgu yapmaktadır. Steampunk estetiğinin popüleritesindeki artışın bir alt kültür hareketini doğurmasıyla birlikte

hayali bir alternatif geçmiş, şimdi ve gelecek arasında köprü kurarak tarihi idealize etmeyi, onu yeniden yazmayı ve mitselleştirmeyi içermektedir. Bu sayede geçmiş, çeşitli objeler, materyaller ve gelenekler yoluyla ayrıntılı bir şekilde inşa ederek onu yeniden yaratma girişimine dayanmakta ve nostaljinin onarıcı yönüne vurgu yapmaktadır. Steampunk bu sayede Halbwachs'un ortaya attığı sosyal çerçeve kavramı üzerinden, toplumsal grupların kendi içinde geliştirdikleri özgün sosyal ilişki biçimlerini de şekillendirerek iletişimsel hafızayı etkin kılmaktadır. Çalışma, yeni bir medya ortamı olarak dijital oyunlarda steampunk alt kültürünün hangi araçlar vasıtasıyla kullanıcıların ortak bir imaja ve kolektif bir hafızaya sahip olarak kendi özgünlüklerinin bilincine vardıklarını söylem analizi ile tartışmayı ve nostaljinin kurucu öğelerinin steampunk alt kültüründe nasıl bir alternatif söylem oluşturduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** İletişim, Dijital oyunlar, Nostalji, Kolektif hafıza, Alt kültür

## ARTIRILMIŞ GERÇEKLIK UYGULAMALARININ TELEVİZYON SPOR PROGRAMLARINDA KULLANIMINA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA

**Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Veli Boztepe**  
**İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi**

Geçmişte yayıncılık standartlarının belirleyen, yayıncılığı şekillendiren televizyon yeni medya teknolojilerinin gelişimiyle büyük bir değişim içine girdi. Televizyon yayıncılığında ortaya çıkan IPTV, WEB TV, Mobil TV gibi yeni teknolojiler, yeni iş modelleri, yeni görüntüleme modelleri "İnternet çağında televizyon nedir?" sorusunun sorulmasına yol açıyor. Televizyon yayıncılığındaki köklü değişimi sağlayan teknolojilerden biri son yıllarda adından sıkça söz ettiren Arttırılmış Gerçeklik (AG) teknolojisidir. Bilgisayar grafiklerinin gerçek dünya üzerine bindirilmesini içeren yeni bir teknoloji olan Arttırılmış Gerçeklik, ekran alanını televizyonların katı çerçevelerinin ötesine taşıma potansiyeline sahip bir teknolojidir. Televizyon yayıncılığında, AG giderek daha fazla kullanılmakta; sunum ve hikâye anlatımları sırasında yerleştirilen animasyonlar ve grafik nesnelere ile daha iyi bir yayıncılık hedeflenmektedir. AG teknolojisinin en sık kullanıldığı televizyon program türlerinden biri spor programlarıdır. AG teknolojisi, spor yayıncıları için daha gerçekçi görüntülerle izleyicilerin dikkatini çekmek, anlatımı kolaylaştırmak, derinlemesine analiz etmek ve izleyiciyi eğlendirmek için yeni fırsatlar sunuyor. AG teknolojisi sayesinde izleyicinin evlerinin rahatlığında spor programı izleme deneyimi de yeniden biçimleniyor.

Bu çalışmada AG teknolojisinin televizyon spor programlarında yarattığı yenilikler incelendi. Örneklem olarak Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun (TRT) 2020 UEFA Avrupa Futbol Şampiyonası'yla ilgili programları seçildi. Çalışmada söz konusu teknolojinin TRT'nin spor programlarına getirdiği yenilikler ve televizyon spor programcılığının geleceğine nasıl ışık tuttuğu tartışıldı. Çalışmanın bulguları AG teknolojisinin televizyon spor yayıncılığında ve izleme deneyimlerinde köklü değişiklikler yaptığını, bu teknolojinin asıl varacağı yer olan hologram teknolojisinin televizyon yayıncılığında yaratacağı değişikliklerin ise çok daha kapsamlı olacağını ortaya koydu.

**Anahtar Kelimeler:** Arttırılmış Gerçeklik, Televizyon, Spor programları, TRT, EURO 2020

# THE RELATIONSHIP BETWEEN GAME NARRATIVE AND IN-GAME REWARDS IN LUDO-SEMIOTIC ANALYSIS SKILLS - GRIS THE GAME EXAMPLE

Arş. Gör. / Res. Asst. **Büşra EREN KARALAR**

**Hasan Kalyoncu University, Faculty of Communication, Visual Communication Design**

Digital games, as one of the visual consumption products of postmodern culture, create a meaning, even though it is not a full-format narrative, it is obvious that games can carry the characteristics of a narrative. Paidea rules, which are a part of ludology studies and one of the elements that emerges the game story, are in the abstract layer of the game gameplay, as well as the ludus rules, which engender with the influence of the "fabula" from the narrative layer (Ang, 2006). Paidea rules form the game narrative in games, which do not contain any storytelling in oral or written format.

There is no verbal or written narrative in the GRIS game, which was developed by Nomada Studio in 2018. The main character, who lost her voice and the colors in the world at the beginning of the game, travels in the world she belongs in and tries to find the colors she lost before. Beyond this meaning which we reach by solving the puzzles in the game, we cannot understand why she lost colors and her voice, what that black void is in which she is lost at the end of the game, and above all, "who" the shattered and crumbling statues are, without collecting all the memories in the game. However, it is quite possible to finish the game without collecting these memories. Therefore, the success achieved when the game is finished and the success of the in-game reward revealed by the game mechanics (paidea rules) are completely different.

In this study, the importance of in-game rewards in ludo-semiotic decoding skills of digital games will be emphasized with the example of GRIS game.

**Keywords:** ludology, ludo-semiotics, game studies, GRIS the game



# InMECS21

1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı

**“Dijital Dünyada İletişim, Sanat ve Kültür”**

1st International Media and Cultural Studies Conference

**“Communication, Art and Culture in Digital World”**

## 2. OTURUM 2<sup>nd</sup> SESSION

Moderatör Moderator **Dr. Öğr. Üyesi Deniz Telek**

## HABERCİLİK - İNTERNET GAZETECİLİĞİ JOURNALISM - INTERNET JOURNALISM

- **Handan Nuh Doktora Öğrencisi / PhD Student - Atatürk Üniversitesi**  
Representation of Seasonal Women Agricultural Workers in the Media / Mevsimlik Kadın Tarım İşçilerinin Medyada Temsili
- **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Göksel Basmacı - İstanbul Arel Üniversitesi**  
İnternet Gazetelerinin Etik İlkeler Üzerinden İncelenmesi
- **Öğr. Gör. Dr. / Lecturer PhD Hasan Altıncık - Dicle Üniversitesi**  
Kurumların Hedef Kitleleriyle Kurdukları İletişim Bağlamında Basın Bültenlerinin Yerel Haber Sitelerinde Yayınlanmaları Üzerine Bir İnceleme
- **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Ayşegül Akaydın Aydın & Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Eser Levi**  
İstanbul Aydın Üniversitesi & İstanbul Bilgi Üniversitesi  
Covid – 19 Pandemisine İlişkin kamu Spotlarındaki İletişim Yaklaşımlarının İçeriksel Analizi

## REPRESENTATION OF SEASONAL WOMEN AGRICULTURAL WORKERS IN THE MEDIA

**Handan Nuh** Doktora Öğrencisi / PhD Student  
**Atatürk Üniversitesi Gazetecilik Doktora Programı**

This study deals with how seasonal women agricultural workers in Turkey are represented in internet news and visual elements in digital media. The aim of the study is to examine the representation of agricultural workers in the news, to determine the connection of the representations with the dominant discourses, and to evaluate them within the scope of gender roles and gender-based division of labor. The study focuses on female agricultural workers. The main center of this focal point is the representation of women in the media in the rural area, who are exposed to all kinds of discrimination and deprivation in the category of invisible labor. Women living in rural areas experience deprivation in a wide range from education to health, from aggravated working conditions to the responsibilities they undertake at home. While these women work as "unpaid family workers", they are defined as "women in the house" and "workman in the field" as a result of the gender-based division of labor.

From this point of view, what kind of discrimination do the wage differences according to ethnic, geographical and gender create? And how do these differences reflect on women's unpaid labor in daily life practices? Answers to their questions were sought. In the study, Hürriyet, Milliyet, which defends liberal thought; the Republic, which defends the leftist ideology; Internet news and news photos of rightwing Yeni Şafak and Turkey newspapers were chosen as examples. The study was limited to the months of March and May, when the migration movements of agricultural workers began, and to December, when the migration ended, and the news published between 2014-2018 were examined. The news was analyzed using Teun Van Dijk's critical discourse analysis.

**Keywords:** Seasonal Women Agricultural Workers, Poverty, Migration, Gender Inequality, Gender-Based Division of Labor, Representation

## EXAMINING INTERNET NEWSPAPERS BASED ON ETHICAL PRINCIPLES

**Dr. Öğr. Üyesi** / Asst. Prof. Dr. **Göksel Basmacı**  
**İstanbul Arel Üniversitesi, Gazetecilik Bölümü**

Ethical principles developed for individuals and institutions to do their jobs correctly are of great importance as they guide the working people. These values, which are valuable for all sectors, are of particular importance when it comes to journalism. It is essential that the press, which provides content about developments to the society and determines the public's agenda in this respect, has ethical values and abides by it. So much so that with the rise of internet journalism today, it has become more important to have ethical principles. Based on this importance, internet newspapers in Turkey were examined in the context of ethical principles in this study. In this direction, it is aimed to determine whether the internet newspapers discussed in the research include ethical principles in their corporate sites. In addition to this, another goal of the study is to reveal which principles the internet newspapers, which have ethical codes,

focus on. In the study, which is important because it reflects the sensitivity of internet newspapers to ethics, newspapers in which monopolization is seen were excluded from the analysis. In this direction, the news channels discussed in the study were examined over two categories and interpreted on the basis of the findings. As a result of the research in which 37 different internet environments were examined, it was determined that the number of newspapers that included ethical principles was 10, while the number of newspapers that did not have ethical codes was 27. On the other hand, in internet newspapers that include ethical principles; It was seen that the basic values of journalism such as impartiality, independence, accuracy, freedom were emphasized.

**Keywords:** Internet Journalism, Ethics, News Sites, Journalism Principles

## KURUMLARIN HEDEF KİTLELERİYLE KURDUKLARI İLETİŞİM BAĞLAMINDA BASIN BÜLTENLERİNİN YEREL HABER SİTELERİNDE YAYINLANMALARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Öğr. Gör. Dr. / Lecturer PhD **Hasan Altıncık**  
Dicle Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Hedef kitlelerle karşılıklı iletişim kurmayı ve sürdürmeyi amaçlayan halkla ilişkiler bunu gerçekleştirirken belli başlı araçlar kullanmaktadır. Bu araçlar iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle kimi zaman kendisini ona göre uyarlamakta kimi zaman ise büsbütün değişikliğe uğramaktadır. Basın bültenleri halkla ilişkilerde ilk zamanlardan beri hedef kitlelerle iletişim kurmak için kullanılan bir teknik olarak karşımızda durmaktadır. Kurum içindeki gelişmelerin duyurulması amacıyla hazırlanan bültenler genel olarak belli bir formatta hazırlanarak kitle iletişim araçlarına gönderilmektedir. Geçmişte posta yoluyla, fax'la veya elden iletilen bültenler günümüzde e-posta yoluyla ya da e-posta aracılığıyla bilgilendirme yapılarak kurumun web sitesindeki link aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda kurumlar için bültenlerin haber olarak yayınlanması hedef kitlelerine ulaşabilmeleri açısından değerlidir. Belediyeler de yapmış oldukları veya yapacakları çalışmalarını duyurmak için bültenlerden faydalanmaktadır. Yerel haber siteleri ise yerel gelişmeleri duyuran ve o bölgedeki insanların genel olarak şehirleriyle ilgili gelişmeleri takip ettikleri haber siteleridir. Belediyelerin bültenlerini gönderdikleri yerel medya araçlarından olan yerel haber sitelerinde bu bültenlerin yayınlanması hizmette buldukları hedef kitleye ulaşmalarını sağlaması açısından önemli bir avantaj olmaktadır. Bu nedenle çalışmada Diyarbakır Büyükşehir Belediye'sinin web sayfasında yayınladığı bültenlerin genel özelliklerine bakılacak ve yerel haber sitesi olan Tigris Haber'de kaç bültenin haber olarak yayımlandığı içerik analizi yöntemiyle belli başlı unsurlara göre irdelenerek halkla ilişkiler bağlamında bir sonuca varılmaya çalışılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Halkla İlişkiler, Basın Bülteni, Belediye, Haber, Yerel Medya.



# A CONTENT ANALYSIS ON THE COMMUNICATION APPROACHES USED IN PUBLIC SERVICE ADVERTISEMENTS REGARDING THE COVID-19 PANDEMIC

**Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Ayşegül Akaydın Aydın - İstanbul Aydın Üniversitesi, Gazetecilik**  
**Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Eser Levi - İstanbul Bilgi Üniversitesi**

The first COVID-19 case in Turkey was seen on March 11, 2021. On the same day, COVID-19 was declared a pandemic by the World Health Organization. Starting from this date, the Ministry of Health carried out various communication activities to raise the awareness of the society about the pandemic. The public service advertisements, which are used to inform the public on various social issues and involve them in the processes, constituted an important part of these communication efforts. So far, the ministry has broadcasted 51 public service advertisements. This study aims to examine these public service advertisements using the content analysis method in purpose of revealing the communication approaches applied by the ministry in the struggle against the pandemic crisis. Both the technical features and content-related features (including all visual, textual, and audio elements) of 51 advertisements will be examined. The criteria are the duration of the public service advertisement, the format of the public service advertisement (testimonial, fictional narrative, etc.), the use of figures (expert, celebrity endorser, narrator, etc.), the demographic characteristics of the main character or speaker (age and gender), the use of space (outdoor, interior, studio, etc.), the tone used in the advertisement (positive or negative), production techniques or design-related elements (use of voiceover, use of music, use of text, use of symbols, use of infographics, use of animation, etc.), and other communication strategies that target behavioral change (use of statistical data, use of cultural elements, use of fear appeal, use of call to action statement, etc.). The significance of the study lies in the understanding it provides regarding the communication approaches implemented by Ministry of Health to raise social awareness during the fight against COVID-19, which is one of the periods in which communication activities are carried out in the most intense way.

**Keywords:** Pandemic, Health Communication, Public Service Advertisement, Social Advertising, Content Analysis





# InMECS21

1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı  
“Dijital Dünyada İletişim, Sanat ve Kültür”

1st International Media and Cultural Studies Conference  
“Communication, Art and Culture in Digital World”

## 2. OTURUM 2<sup>nd</sup> SESSION

Moderatör Moderator **Dr. Öğr. Üyesi Deniz Telek**

**REKLAMCILIK - MARKA YÖNETİMİ**  
ADVERTISEMENT - BRAND MANAGEMENT

- **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Ergün Köksoy - Marmara Üniversitesi**  
Dijital Çağda Markaların Kriz İletişimi: Pandemi Etkisi
- **Buğra Çavuşoğlu Doktora Öğrencisi / PhD Student - Sakarya Üniversitesi**  
Instagram Fenomenlerinin Tüketicilerin Marka Tercihleri Üzerindeki Etkisi
- **Öğr. Gör. / Lecturer Şule Eren & Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Ömer Çakın**  
Hitit Üniversitesi & Ondokuz Mayıs Üniversitesi  
Türkiye'nin En İyi 100 Markasının Pazarlama Stratejisi Olarak Instagram
- **Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Şermin Tağ Kalafatoğlu - Ordu Üniversitesi**  
Women Entrepreneurs' Information and Communication Technology Usage to Develop Their Enterprises in the United States
- **Öğr. Gör. / Lecturer Buse Özdirenc - Eastern Mediterranean University**  
Commercialisation and Promotion of Drugs in New Media
- **Fatma Özcan Yüksek Lisans Öğrencisi / MA Student - Hasan Kalyoncu Üniversitesi**  
Kadın Girişimcilerin Dijitalleşme Süreci: S.S. Zeugma Girişimci Kadınlar Üretim ve Kalkınma Kooperatifi Örneği
- **Prof. Ph.D. Christo Nikolov Kaftandjiev - Sofia University**  
The Image of Istanbul as a World Tourist Destination in the Global Marketing Communications and Transmedia – Semiotic, Narrative and Archetype Aspects

## CRISIS COMMUNICATION OF BRANDS IN THE DIGITAL AGE: THE IMPACT OF PANDEMIC

**Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Ergün Köksoy**  
**Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi**

Digitalization and the use of digital technologies affect and change the dynamics of both social and corporate life in every aspect. While digitalization is seen as a difficult process for many people and institutions to adapt, it is seen as a value that creates competitive advantage and new opportunities for many. The common opinion is that the importance and necessity of digitalization have been better understood during the Covid-19 pandemic process, which the world has been in for the last 1 year. In this process, while people were exposed to social isolation, institutions significantly restricted their activities and services. During the pandemic period, digital technologies and related communication, production and distribution systems have allowed individuals and institutions to communicate with their interlocutors and to maintain their commercial activities and services from a distance, albeit limited.

Based on this fact, in this paper, the importance of digitalization and the opportunities created by digital communication and social media in the current crisis conditions are discussed in terms of institutions and brands. For this discussion, Turkish Airlines (TA), one of the actors of airline transportation, which is one of the most affected sectors due to travel restrictions applied all over the world during the pandemic process, was chosen. The understanding of crisis communication that TA has followed from the beginning of the Covid-19 pandemic process to the present, the purposes of using digital and social media, and the roles played by these tools in this process were generally questioned. In this query, the method of semi-structured interview with the relevant managers from TA Corporate Communications Department was used. According to the findings obtained as a result of the interview, TA has chosen to use digital and social media platforms and tools intensively in overcoming the constraints created by the crisis and in establishing communication and relations with its target audiences, while positioning it at the center of its crisis communication strategy and activities during the pandemic process.

**Keywords:** Digitalization, Social media, Crisis communication, Covid-19 Pandemic, Turkish Airlines

## INSTAGRAM FENOMENLERİNİN TÜKETİCİLERİN MARKA TERCİHLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

**Buğra Çavuşoğlu** Doktora Öğrencisi / PhD Student  
**Sakarya Üniversitesi, İletişim Bilimleri**

İnternet teknolojilerinde yaşanan gelişmelere bağlı olarak yeni medya ortamları günlük yaşam pratiklerimizin önemli bir parçası haline gelmeye başlamıştır. İnternet altyapısındaki gelişmeler ve kolay erişim imkanı ile birlikte yeni medya ortamlarının hayatımızın merkezinde yer almaya başlamasına bağlı olarak markaların pazarlama çalışmalarında da dönüşümler yaşanmaya başlamıştır. Markalar, geçmiş dönemlerde gerçekleştirmiş oldukları pazarlama çalışmalarından farklı olarak yeni medya ortamları üzerinden hedef kitleleri ile daha hızlı bir iletişim kurma imkanına sahip olmuşlar ve karşılıklı etkileşim ile birlikte pasif konumda yer alan tüketiciler aktif birer hedef kitle haline gelmişlerdir.

Pazarlama çalışmalarında markalar tarafından etkin bir şekilde kullanılan yeni medya ortamları bir yandan markaların farklı alanlarda da görünür olmasını sağlarken bir yandan da dinamik bir iletişim süreci sunmaktadır. Günümüzün yeni kanaat önderleri olan sosyal medya fenomenlerinin sahip oldukları geniş takipçi kitlesi ve takipçilerinin davranışları üzerinde değişiklik yapabilme etkileri markaların pazarlama çalışmalarında fenomenlere önemli bir yer vermesine hatta çoğu zaman markaların kendi fenomenlerini yaratmasına neden olmuştur.

Yeni kanaat önderleri olarak ifade edebileceğimiz sosyal medya fenomenleri sahip oldukları geniş takipçi kitlesi ile günümüzde markalar tarafından pazarlama çalışmalarında oldukça yoğun bir şekilde kullanılıyor olmasına rağmen fenomenlerin tüketicilerin ürün tercihleri üzerindeki etkisi halen tam olarak tespit edilememiştir. Bu çalışmada da sosyal medya fenomenlerinin tüketicilerin ürün tercihleri üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla Instagram kullanıcılarına yönelik bir anket çalışması yapılacaktır. Çalışma sonucunda elde edilecek olan verilere bağlı olarak tüketicilerin ürün tercihleri ile fenomenlerin paylaşımları arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması planlanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Marka İletişimi, Marka Tercihi, Influencer, Fenomen, Instagram,

## TÜRKİYE’NİN EN İYİ 100 MARKASININ PAZARLAMA STRATEJİSİ OLARAK: INSTAGRAM

**Öğr. Gör. / Lecturer Şule Eren - Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü**  
**Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Ömer Çakın - On Dokuz Mayıs Üniversitesi, Gazetecilik Bölümü**

İletişimin geleneksel pazarlamada genellikle tek yönlü olması, artan müşteri odaklı işletmeler, işletmeler arası rekabetin artması, müşteriler tarafından başlatılan diyalog ile çift yönlü iletişimi zorunlu kılmıştır. Sosyal medyanın ürün ve hizmet tanıtımında firmalar tarafından kullanımı ile birlikte pazarlama alanında sosyal medya kullanımının önemi artmıştır.

Pazarlamanın gelişimi ve sosyal medya araçlarından instagram kullanımının pazarlama sürecine etkisine dair literatür taraması yapılmıştır. Çalışmasının evrenini Türkiye'nin en değerli 100 markası oluşturmaktadır. Bu markalardan instagram kullanan 85 firmanın Şubat 2020 boyunca Instagram hesaplarını ürün, hizmet tanıtımı ve pazarlama alanında kullanımları değerlendirilmiştir.

Çalışmada ilk olarak markaların promosyon duyurumu yapıp yapmadığına, paylaşımların ürün tanıtımı içerip içermediğine, markaların kurumsal siteye bağlantısına, müşteriler tarafından yapılan yorumlara markaların cevap verme oranına, yapılan yorumların özelliklerine, markalar tarafından yorumlara verilen cevapların özelliklerine, fotoğrafların altındaki metnin dil özelliklerine, paylaşımların dil türüne ve paylaşılan fotoğrafların mesaj içeriklerine bakılmıştır. Araştırma da içerik analizi yöntemi uygulanmış, oluşturulan içerik analizi kodlama cetveline kodlanmış elde edilen veriler SPSS21 programı ile frekans analizi testine tabi tutularak araştırma sorularına yanıt aranmıştır. İkinci olarak Ki kare testi uygulanmış, firmaların buldukları sektör ve takipçi sayılarının çapraz tablosunda firmaların faaliyet gösterdikleri

sektör ile takipçi sayıları arasında ilişki var mıdır? Sorusuna cevap aranmıştır. SPSS21 programı ile analiz edilen Ki kare testi sonuçlarına göre firmaların takipçi sayıları buldukları sektöre göre anlamlı fark göstermiş ve gözlenen değerler ile beklenen değerler arasında önemli farklılıklar olduğu görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** medya, instagram, pazarlama, sosyal medya, sosyal medya pazarlama,

## **WOMEN ENTREPRENEURS' INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY USAGE TO DEVELOP THEIR ENTERPRISES IN THE UNITED STATES**

**Doç.Dr. / Assoc. Prof. Dr. Şermin Tağ Kalafatoğlu**  
**Ordu Üniversitesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü**

The contribution of women entrepreneurs to the economies of the countries have a great importance. It is crucial for women to overcome the difficulties they face due to gender inequality in the success of their enterprises. These challenges include access to financial resources, problems in accessing male-dominated networks, and difficulties in selling and marketing certain products. In addition, the ethnic identity and geographical location of women may have a negative effect on these barriers. In some regions, racist behavior towards women belonging to various events may be an obstacle to the successful continuation of their commercial initiatives.

Information and communication technologies can contribute positively to overcome some of the various obstacles that women entrepreneurs experience due to their gender identity or ethnic identity. While the information and communication technologies constitute the technological dimension of globalization, it influences many different fields from communication to trade, from education to management. The positive contribution of information and communication technologies in increasing the profitability of commercial enterprises is expressed in the studies carried out. While information and communication technologies contribute positively to the development and increase of commercial activities, it contributes to reduce the financial burden of enterprises on various budget items and to reduce the labor force requirement.

In this study, the use of information and communication technologies by women entrepreneurs in order to increase the profitability of their commercial enterprises in the United States and to maintain their continuity successfully was investigated. In order to fulfill this purpose, literature review is used as a method and studies carried out in the field are used.

**Keywords:** Women entrepreneurs, information and communication technologies, literature review.

## COMMERCIALISATION AND PROMOTION OF DRUGS IN NEW MEDIA

Öğr. Gör. / Lecturer **Buse Özdirenc**  
**Eastern Mediterranean University**

With the beginning of the new technologic area, advertisement, promotion, and commercialization of drugs became more manageable and more accessible. Social media represents drug use as a regular habit; however, it affects so many young people's lives in a negative way. Reports in the media on drugs and drug use are widespread, and they have caused a considerable amount of attention and discussion. There is valuable information that teenagers and young adults are significantly subjected to drug use depictions and that these depictions are linked to later drug use. The visibility of drugs through new media (social networks, commercial websites) has increased dramatically. Television shows, magazines, movies, public service advertisements and brand advertising campaigns are examples of media, including the Internet world, which includes YouTube and web forums. Marijuana, hard drugs like heroin, cocaine, amphetamine, and, more generally, drug misuse and addictions are studied using a range of approaches from the social sciences and humanities. In order to address this issue, I will discuss the possible effects that new media has on drug use, and to explain it, I will use subtopics such as Drug Culture, Popular Culture, Commercialization of drugs. Also, I will explain how drugs promote, commercialized, and advertised in new media, especially in social media.

**Keywords:** Drug use, New Media, Drug Culture, Popular Culture, Commercialization of Drugs

## KADIN GİRİŞİMCİLERİN DİJİTALLEŞME SÜRECİ "S.S. ZEUGMA GİRİŞİMCİ KADINLAR ÜRETİM VE KALKINMA KOOPERATİFİ ÖRNEĞİ"

**Fatma Özcan** Yüksek Lisans Öğrencisi / MA Student  
**Hasan Kalyoncu Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı**

Covid-19 pandemisi tüm dünyada dijital mecraların kullanımını yaygınlaştırmıştır. Çoğu kişi için dijital; bilgi, eğlence ve konfor alanı oluştururken dijital ağların ticari amaçlı kullanımı pandemi sürecinde büyük artış göstermiştir. İnsan isteklerinin sonsuz, kaynakların kıt olduğu dünya düzeninde kaynakları verimli kullanmak ve kar elde etmek zamanın olanaklarını iyi değerlendirmeye bağlıdır. Çağın gelişimine paralel olarak ekonomi dijitalleşmeyle doğrusal bir düzlemde büyüme kaydetmektedir. Endüstri 4.0 ve Web 2.0 teknolojileri ticaretin gelişimine etki etmektedir. Dijitalleşmeyle birlikte yatırımcı ve girişimciler için pazara ulaşmak kolaylaşmaktadır. Dijital hedef kitleye doğrudan erişim imkânı sunmaktadır. Bu da dijitalin önemini arttırmaktadır. Dijital gelişmeler ekseninde kadın girişimcilerin varlığı da artış göstermektedir. Kadınların dijitali kullanarak ekonomik karlılık elde etme oranları küçümsenmeyecek kadar çoktur. Türkiye'de son yıllarda kadın girişimci sayısı giderek artmaktadır. Kadın girişimcilerin ekonomiye katılımı ülkelerin gelişmişlik göstergesi açısından önem arz etmektedir. Bu bağlamda kadın girişimciler çeşitli destek programlarıyla desteklenmektedir. Gelişen teknoloji farklı dijital platformlarda satış olanağı sunmaktadır. Teknolojinin imkanlarını kullanan girişimciler, pazara erişimde kullanmayanlara göre avantaj sağlamaktadır. Bu çalışmada Covid-19 pandemi sonrası artan e-ticaret ağına katılan kadın girişimcilerin dijital mecraları kullanım biçimleri araştırılmıştır. Çalışma kapsamında, Gaziantep'te 2020 yılında kurulan S.S. Girişimci Kadınlar Üretim ve Kalkınma Kooperatifi'nin dijital faaliyetleri incelenmiştir. Dijital ağları kullanarak pazara erişimleri ve hedef kitleyle iletişimleri ortaya konmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik, dijital, kadın girişimci, e-ticaret, sosyal medya.

# THE IMAGE OF ISTANBUL AS A WORLD TOURIST DESTINATION IN THE GLOBAL MARKETING COMMUNICATIONS AND TRANSMEDIA – SEMIOTIC, NARRATIVE AND ARCHETYPE ASPECTS

Prof. Ph.D. Christo Nikolov Kaftandjiev  
Sofia University – Bulgaria

## Goal of the Presentation

The goal is to analyze in a pleasant and interactive way efficient global advertising and other marketing communications and marketing transmedia with regard to Istanbul's image as a world tourist destination from the standpoints of semiotics, narratives and archetypes.

## Tasks and Structure of Presentation

The tasks of a presentation determine its structure, namely:

- The image of Istanbul, interpreted in some of James Bond's films (From Russia with Love, The World is not Enough, Skyfall) - the storytelling and narrative aspects of marketing transmedia;
- The image of Istanbul, interpreted in Jackie Chang's film "Accidental Spy" - the storytelling and narrative aspects of marketing transmedia;
- The image of Istanbul, interpreted by some documentaries - the contribution of Turkish Airlines, The "Cats of Istanbul", Agatha Christie and Pera Palace Hotel - PR activities with the help of documentary films;
- The image of Istanbul interpreted by different events - Happiness Trucks of Coca Cola; Hearing Heads of Samsung; Basketball Miracles of Turkish Airlines; the Parcour of Istanbul of Canon.;
- The image of Istanbul interpreted by music video - "Lost in Istanbul" by Brianna; "Fell Feat" and "Without You" by Mahmut Orhan - the transmedia activities.

**Keywords:** Istanbul, marketing communications, tourism, semiotics, narrative, archetype

# InMECS21

1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı

**“Dijital Dünyada İletişim, Sanat ve Kültür”**

1st International Media and Cultural Studies Conference

**“Communication, Art and Culture in Digital World”**

## 3. OTURUM 3<sup>rd</sup> SESSION

Moderatör Moderator **Dr. Öğr. Üyesi Yelda Yanat Bağcı**

MÜZECİLİK - KÜTÜPHANECİLİK - FESTİVALLER

MUSEOLOGY - LIBRARIANSHIP - FESTIVALS

- **Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Aytül Papila & Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Pelin Kilimci & Öğr. Gör. / Lecturer Zeynep Kahraman**  
*Beykent Üniversitesi & Beykent Üniversitesi & Çankırı Karatekin Üniversitesi*  
Dijital Çağda Müzecilik ve İletişim
- **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. İlgül Kaya - Yozgat Bozok Üniversitesi**  
Dijital Çağda Bizans Yazınına Erişmek - Vatikan Apostolik Kütüphanesi Yazma Eserleri Sayısallaştırma Projesi
- **Öğr. Gör. / Lecturer Özge Yıldız - İstanbul Aydın Üniversitesi**  
Dijital Tasarım Yöntemleriyle Geleceği Saklamak: Sanal Müze
- **Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Şermin Tağ Kalafatoğlu - Ordu Üniversitesi**  
Websites of Fine Art Museums in the Covid 19 Pandemic
- **Assoc. Prof. Vladimir Stojcevski - Macedonia International Europa Prime University**  
Online Editions of Macedonian Film Festivals in 2020



## DİJİTAL ÇAĞDA MÜZECİLİK VE İLETİŞİM

**Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Aytül Papila - Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Pelin Kilimci - Beykent University, Faculty of Fine Arts**  
**Öğr. Gör. / Lecturer Zeynep Kahraman - Çankırı Karatekin University, Faculty of Fine Arts, Textile and Fashion Design Department**

Bu çalışmanın amacı, dünyanın önemli kültür-sanat kurumları olan müzelerin iletişim teknikleri ve yöntemlerinin, dijital iletişim tekniklerinin gelişiminden sonra geçirdiği değişimi incelemektir.

Günümüz müzelerini, "halka açık, taşınabilir ve taşınamaz insanlık mirasını ve çevresini, eğitim, araştırma ve eğlendirme amacıyla koruyan, kazandıran, araştıran, iletişim kuran, sergileyen, topluma hizmet eden ve gelişimini destekleyen, kâr amacı gütmeyen, kalıcı kurumlar" olarak tanımlayabiliriz.

Müzelerin en önemli işlevlerinden olan, izleyicileriyle gerçekleştirdikleri iletişim ve teknikleri, müzelerin tarihsel gelişimine bağlı olarak değişmiştir.

Müzeciliğin başlangıcı, M.Ö.300'li yıllara tarihlense de, müzeler, kültür-sanat kurumları olarak Avrupa'da 16. Yüzyıl'da ortaya çıkmıştır. Başlangıçta, üst toplumsal sınıftan Avrupalıların ilginç, değişik ve alışılmadık nesnelere, biriktirdikleri koleksiyonlar, zamanla ilk müzelerin temellerini oluşturmuştur. Müzeler, 20. Yüzyıldan itibaren, önce Batı ülkelerinde, daha sonra da tüm dünyada yaygınlaşmıştır.

19. Yüzyıldan başlayarak, 20. Yüzyılın ikinci yarısına kadar, müzeler, halka açık olmakla birlikte, daha çok, eğitimi, seçkin ve alanında uzman kişilere yönelik kurumlar olarak faaliyet göstermiştir. 1970'lerden sonra, müzeler, daha çok sayıda izleyiciyi çekebilmek için, etkinliklerinde ve iletişim tekniklerinde önemli değişiklikler yapmışlardır. Müzeler, 2000 yılı sonrası, "eşit erişim" kavramının etkisiyle, buldukları toplumun tüm bireylerine, cinsiyet, ırk, yaş, kültür ve fiziksel engellere dayalı ayrımcılık yapılmadan ulaşma amacı edinmişlerdir.

Müzeler, sahip oldukları ya da geçici temin ettikleri koleksiyonları ve nesnelere sergileme ve halka sunma süreçlerinde, temel olarak, "görsel iletişim tekniklerini" kullanırlar. İşitsel iletişim teknikleri, ikinci sıradayken, dokunma, koklama ve tad almaya dayalı iletişim teknikleri, sınırlı kullanılan tekniklerdir.

1980 sonrası Batı'da ortaya çıkan dijital devrim, müzecilikte kullanılan görsel ve işitsel iletişim tekniklerini değiştirmiş, geliştirmiş ve yeni olanaklar sunmuştur. Müzelerin iletişiminde dijital tekniklerin kullanımı 1990 sonrasında başlamıştır. Müzelerin web sayfaları kurulmuş, izleyicilerle internet üzerinden iletişim sağlanmış, bu yeni medya için içerik (kısa videolar, sanal sergiler, v.b.) üretilmeye başlanmıştır. Bu önemli değişimin etkisi ve gücü, özellikle, Mart 2020 sonrası covid-19 kısıtlamalarında ortaya çıkmış, dünya üzerindeki farklı ülkelerden milyonlarca izleyici, dünyanın önemli müzelerinde düzenlenen sanal sergileri izleyebilmişlerdir.

**Anahtar Kelimeler:** İletişim, müzecilik, görsel iletişim, internet, sanal müze



# MANUSCRIPT DIGITIZATION PROJECT OF THE VATICAN APOSTOLIC LIBRARY

**Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. İlkül Kaya**  
**Yozgat Bozok Üniversitesi**

The history of the Vatican Apostolic Library dates back to the early period of the Roman Church, to the 4th century. Over the centuries, the library reached its present position with the efforts and supports of the Popes taking over the administration of the Catholic Church. The Vatican Apostolic Library containing the world's rare collections, stands out with its continuous self-renewal and being an institutional library by taking advantage of the opportunities offered by technology nowadays.

The library holds a rich manuscript (MS) collection made up of 126 collections including 80,000 codices mostly from the Middle Ages and the Renaissance and the archival records (Regesta). The collections are made up of 180.000 volumes totally. Among these, there are Greek MSS, some of which belong to the Byzantine period, placed in ten collections: Barberiniani, Borghesiani, Ottoboniani, Palatini, Reginensi, Reginensi Pio II, Rossiani, Urbinati, Vaticani and Papiri Vaticani Greci. Among the digitized Byzantine MSS, there are 45 illuminated ones scribed between the 9th and 14th centuries. These MSS are in six collections: Barberiniani, Borghesiani, Reginensi, Rossiani, Urbinati and Vaticani Greci.

The MSS kept in the library have been scanned in high resolution and transferred to digital media since 2010 within the scope of the digitization project. Since 2010, 21.345 MSS have been scanned. This number is just over ¼ of the total number of codices. The digitized MSS have been added to the online collection and made available at the "digi.vatlib.it".

The aim of this proceeding is to evaluate the digitized Byzantine MSS in the context of the project of digitizing the MSS in the collection of the Vatican Apostolic Library and to discuss the advantage and contributions of the outputs of the project to the scientific world.

The digitization project, carried out in a laboratory within the library itself, has been an important step in the transfer of MSS, which are easily affected by heat and humidity, produced from organic materials such as parchment/vellum, to future generations, through technological opportunities. In particular, digitizing the illustrated MSS is also extremely important in terms of documenting the miniatures made with paints that can peel off over time from the folio surface. On the other hand, the availability of MSS online thanks to the digitization project has provided great easiness for scientists working in fields such as paleography, philology, art history, and history.

**Keywords:** Vatican Apostolic Library, Digitization Project, Byzantine Manuscripts, Online Collection

## DİJİTAL TASARIM YÖNTEMLERİYLE GELECEĞİ SAKLAMAK: SANAL MÜZE

Öğr. Gör. / Lecturer **Özge Yıldız**  
**İstanbul Aydın Üniversitesi**

İnsanoğlu, ilk çağlardan bu yana daima çevresinde olan biteni öğrenmek, haberleşmek ya da kendi ile ilgili durumları başkalarına anlatmak ve aktarmak ihtiyacı duymuştur. Bu ihtiyaç onları, arayışlara yöneltmiş ve iletişim kurma yöntemleri geliştirmelerini sağlamıştır.

Zihnin karmaşasına ve doğanın unutmama! emrine karşılık insan müzeyi yapmıştır. Müzeler her uygarlığın birbiri ile karşılaştığı ve bizimle diğerleri arasında kalan kendi varlık alanımızı gördüğümüz mekanlardır. Toplumsal belleği ve kültürü korumak için kurulan müzeler aslında geçmişi değil geleceği saklamak adına yapılmaktadır. Bir müzenin sanallaşması bilginin özgürleşmesini sağlamaktadır.

Panoramik fotoğraflarla hazırlanmış bir üç boyutluluğunun dışına çıkmak ve artırılmış gerçekliğin tasarlanması amacıyla teknolojik alt yapıyı "dijital tasarım yöntemleri" bağlamında incelemek hedeflenmektedir. Dijital tasarım programlarının sürekli güncellenmesi ve teknoloji ile birebir gelişmesi " Üç Boyutlu Sanal Müze " fikrini en çok destekleyen platform olmaktadır.

Bu çalışmada görsel hikayeleme yönteminden yararlanarak Sivas, Zara, Bolucan Köyü eski mezar taşlarının dijital tasarım program ve yöntemlerinin sağladığı imkanlarla sanal müze yaratmanın ve kültürel mirasların nesiller boyu aktarılmasında sanal müzenin önemi üzerinde durulmuştur. Sanal müze içerisindeki atmosferin yaratılması için ise görüntü ve ses alanlarının kullanımı araştırılmıştır. Özellikle çağımızın en güncel konusu olan pandemi ile teknolojiye olan bağımlılığın artması, kültürel turizmin bile sanal olarak yapılmasına insanları teşvik etmektedir. Makalede anlatılan dijital tasarım yöntemleriyle sanal müzenin gerçekliğe yakın olabilecek etkileyciliği anlatılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** sanal müze, atmosfer yaratma, görsel hikayeleme, dijital tasarım, kültürel miras

## WEBSITES OF FINE ART MUSEUMS IN THE COVID 19 PANDEMIC

**Doç.Dr. / Assoc. Prof. Dr. Şermin Tağ Kalafatoğlu**  
**Ordu Üniversitesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü**

The crisis in the field of health, which emerged with the coronavirus epidemic, has affected many different areas such as production, consumption, communication, education and travel. In order to control the epidemic, countries have struggled with measures and restrictions on a national scale, while they have made efforts to stop the spread globally with cooperation in the international arena. In the atmosphere created by the pandemic, the rules to be followed in social life have become the new "normal" of individuals' lives. In the shadow of Covid 19, it was not possible to continue the practices of daily life as before the epidemic.

In order to slow down the effect of the epidemic, long-term closure measures and precautions taken to prevent people from approaching physically have transformed cultural activities as in every field. Within the framework of the study, the focus is on fine arts museums. Due to the pandemic, the activities of museums all over the world have been interrupted. The closure practices, which are applied for other places where people are together and shaped according to the situation of the pandemic, are also valid for museums. With the closure of these places, which are open to millions of people, there has been a transformation in terms of employees, the economic situation of the museum, visibility in the digital environment and interaction with visitors. The museums welcomed their visitors online when it was not possible to visit physically.

With this study, the websites of five of the world's most visited museums were examined in detail. These museums include the Louvre (France), Van Gogh (Netherlands), Rijksmuseum (Netherlands), State Hermitage (Russia) and British Museum (England). It has been examined how these museums use the advantages of new media on their websites when their doors are closed to their visitors. Through their websites, museums have had the opportunity to share their valuable art collections, their work in the field of art history, and the efforts of museum staff to preserve the exhibited artifacts with their visitors through photographs, videos and virtual tours. Thanks to these websites, they have allowed their supporters to participate in paid or free events organized online. In addition, they have also created opportunities for those who want to support themselves financially, both through online shopping opportunities and options such as donations.

**Keywords:** Covid 19, fine arts museums, website, Louvre, Van Gogh, Rijksmuseum, State Hermitage, British Museum

## "COMMUNICATION, ART AND CULTURE IN DIGITAL WORLD" ONLINE EDITIONS OF MACEDONIAN FILM FESTIVALS IN 2020

**Assoc. Prof. Vladimir Stojcevski**  
**Macedonia International Europa Prime University**

The organizers of the Macedonian film festivals were unprepared for the pandemic with Covid19. However, this crisis situation stimulated their creativity and almost all of them managed to adapt very quickly and to find alternative ways to maintain the 2020 editions.

In that situation, the key role was played by the VOD platform Cinesquare, which was used by almost all festivals for online screening of entire or part of the program and it was used not only by Macedonian film festivals, but also by festivals from the Balkan region.

In a situation when all indoor events were canceled, an adjustment period was needed, so the "Skopje Film Festival", which is traditionally held at the end of April, when it was supposed to have its 23rd edition, was the first festival to be postponed and rescheduled for September 2020. On the other hand, the first festival to be adapted and held in a completely online edition was the "Philosophical Film Festival" at the end of May 2020, followed immediately by the "SEE Film Festival" 2020, with its online editions in Paris and Berlin (done with using of geo-locating of accessibility of the films from the program).

As early as June 2020, Macedonian film festivals used the opportunity to organize outdoor screenings with limited audience capacity (up to 30%) and during the summer, the only festival held with only a physical presence was the "Beach Film Festival" in Ohrid, while the Documentary Film Festival "MakeDox" had a combined edition with outdoor and online screenings.

As the best example I would like to point out the "Cinedays" festival, organized by the Youth Cultural Center, which under the motto "Film on every screen", had open screenings in all Skopje neighborhoods, bringing the film to the audience and offering an original concept, which from the design, logo, program selection and approach to the audience, was perfectly adapted to the given situation. Unfortunately, the only festival that failed to organize a dignified edition was the largest Macedonian festival, "Manaki Brothers" in Bitola.

The experiences of the Macedonian festivals from the last year showed that by presenting the whole or part of the program online, the number of the audience increased many times, and even the online numbers exceeded the number of visitors to the physical screenings. This raises many questions about the direction in which festivals should move, and although nothing can replace the feeling of watching a movie on a big screen, it remains to be concluded that in the future more and more will be used all the possibilities offered by digital technology, in order to reach as large film audience as possible.



# InMECS21

1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı  
"Dijital Dünyada İletişim, Sanat ve Kültür"

1<sup>st</sup> International Media and Cultural Studies Conference  
"Communication, Art and Culture in Digital World"

## 3. OTURUM 3<sup>rd</sup> SESSION

Moderatör Moderator **Dr. Öğr. Üyesi Yelda Yanat Bağcı**

SİNEMA - TV  
CINEMA - TV

- 14.00 • **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Yunus Namaz - Fırat Üniversitesi**  
Kısa Filmler Yoluyla Metaforik Bir Söylem Biçimi: Dijital Yalnızlık
- 14.20 • **Öğr. Gör. / Lecturer Gökhan Topal & Zeynep Öztürk**  
Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi & Atatürk Üniversitesi  
An Archaeological Analysis at the Anthropocene Age: Cinema
- 14.40 • **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Ahmet Tarık Türkmenoğlu - Necmettin Erbakan Üniversitesi**  
Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Özgürlüğü Tehdidi ve Kontrol Mekanizmalarına Dönüşümü;  
Anon Filmi Üzerinden Bir Okuma
- 15.00 • **Öğr. Gör. / Lecturer Faruk Sadıç - Erciyes Üniversitesi**  
Religion in Netflix Series: Islam and Christianity in Elite
- 15.20 • **Nursultan Stanaliev - Kyrgyz - Turkish Manas University**  
Bolot Şamşiyev Sinemasının Dili ve Üslubu
- 15.40 • **Prof. Dr. Yusuf Yurdigül & Övünç Çelikezen**  
Atatürk Üniversitesi & Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi  
Sinema Eğitimi Bağlamında New York Film Akademisi
- 16.00 • **Cristian Nicolescu - Film Producer - UNATC Bucharest**  
The Impact of the Current Financial Models on Film Aesthetics in the Early 2020s
- 16.20 • **Enxhi Rista Doktora Öğrencisi / PhD Student - UNATC Bucharest**  
Film vs Digital: Emotions, Feelings and Experience
- 16.40 • **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Yelda Yanat Bağcı - Hasan Kalyoncu Üniversitesi**  
Dijitalleşen Film Yapım Süreçlerinin Belgesel Film Yapımına Etkileri

## KISA FİLMLER YOLUYLA METAFORİK BİR SÖYLEM BİÇİMİ: DİJİTAL YALNIZLIK

**Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Yunus Namaz**

**Fırat Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü**

Kısa filmler günümüzde giderek önem kazanan, amatör ve profesyonel sinemacıların uğraş verdiği bir alana, hatta bir sektöre dönüşmüştür. Bu filmler yoluyla herhangi bir mesajın hedef kitlelere ulaştırılmasında söz konusu yapımların mahiyeti ve muhtevası öne çıkmaktadır. Çünkü olay örgüsü, zaman ve mekân sınırlılığı, karakter sayısının az olması nedeniyle kısa filmler, ele aldıkları temayı daha güçlü ve daha etkin biçimde işlemektedir. Film çalışmalarında bulunan yönetmenler ise öne çıkardıkları tema ve düşünceleri pek çok kısa film yarışmasına başvurarak iletmeyi tercih edebilmektedir. Ulusal ve uluslararası düzeyde düzenlenen kısa film yarışmaları ise genç sinemacıların ilgi duyduğu, kazanç ve kazanım sağladığı, eserlerini paylaştığı önemli bir sektöre dönüşmektedir. Bu yarışmalardan biri de Sabancı Vakfı'nca 2016'dan itibaren düzenli olarak yapılan ve 2019'da dördüncüsü gerçekleştirilen "Kısa Film Uzun Etki" adlı kısa film yarışmasıdır.

Sabancı Vakfı Kısa Film Platformu ilk olarak 2016 yılında "Mülteci Kadınlar" temasıyla bir kısa film yarışması başlatmıştır. Bu platform, 2017'de "Çocuk İşçiler", 2018'de "Ayrımcılık" ve 2019'da "Dijital Yalnızlık" temasıyla yarışmanın dördüncüsünü organize etmiştir. Toplumsal konularda farkındalık oluşturmak için etkili bir araç olan sanatın gücünden yararlanmak adına tertip edilen bu yarışma, dijital yalnızlık temasının kısa filmlerde nasıl irdelendiğini ve bu temanın, bir anlamıyla da dijital iletişimde nasıl karşılık bulduğunu sorgulamaktadır. Gündelik hayatta dijital iletişimin hayatımızdaki yerini ve yalnızlık temasını farklı açılardan ele alan 13 kısa film, 2019'da "Dijital Yalnızlık" temalı yarışmada finale kalmış ve 4 film ödüle layık görülmüştür.

"Parti, Nasıl Bilirdiniz, Dijital Pizza ve Girdap" adlı dört kısa film, Kare Kare Film Çözümleme ile (Ryan ve Lenos, 2014) analiz edilecektir. Bu çözümleme; kompozisyon, görüntü yönetimi, kurgu, sanat yönetimi, anlatı ve stil olmak üzere altı ana başlıktan oluşmaktadır. Kısa filmlerin analizinde ayrıca, Ryan ve Lenos'un eleştirel çözümleme bölümünde yer verdiği Post-yapısalcı bir film okuması da filmlerin genel değerlendirmesinde ele alınacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Kısa film, dijital yalnızlık, dijital dil, kare kare çözümleme, Post-yapısalcı okuma.

## AN ARCHAEOLOGICAL ANALYSIS AT THE ANTHROPOCENE AGE: CINEMA

Öğr. Gör. / Lecturer **Gökhan Topal** - Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Radyo ve Televizyon Teknolojisi Programı  
Zeynep Öztürk Yüksek Lisans Öğrencisi / MA Student - Atatürk Üniversitesi, Gazetecilik Anabilim Dalı

The Anthropocene is a geological epoch created by humans with their own hands, representing a new phase in world history where natural forces and human forces intertwine in such a way that the fate of one determines the fate of the other.

The Anthropocene, a formation that emerged in the Industrial Revolution; in other words, the age of humanity has caused direct and indirect destructions on the ecosystem. Climate change, unlimited use of natural resources, mega-cities, overpopulation, unavoidable developments in the industry, extinction of many animal species and plant species provide examples of an anthropogenic world-building. At this point, Jennifer Fay has established a connection between the Anthropocene era and cinema. Cinema is a cultural construct that helps us see and experience the world with different aesthetic and philosophical implications. For this purpose, Fay focuses on the cinematic codes of ecological crises regarding the undesirable consequences of human-made structures and the audience's recognition of anthropogenic environments as a design object through the artificial atmospheres created in the cinema. In this context, the study's primary purpose is to reveal the connections on the history of Anthropocene film theory due to human-induced designs. Adhering to the literature review method, the cinema codes that constitute the essential elements of the Anthropocene narrative will be examined through cinema theorists such as Siegfried Kracauer, Walter Benjamin, and André Bazin, within the scope of Jennifer Fay's *Inhospitable World Cinema in the Time of the Anthropocene* (2018).

**Keywords:** Human, Anthropocene, Cinema, Theory, Jennifer Fay

## BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN ÖZGÜRLÜĞÜ TEHDİDİ VE KONTROL MEKANİZMALARINA DÖNÜŞÜMÜ; ANON FİLMİ ÜZERİNDEN BİR OKUMA

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. **Ahmet Tarkan Türkmenoğlu**  
Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Halkla İlişkiler

Aydınlanma insana akli işaret ederek bu akıl ile kendi geleceğini kendisinin inşa edeceğini vaat etti. Bu vaatlerin en belirgin olanı ise özgürlüktü. Aydınlanma ile birlikte insan kendi aklını kullanarak yaşamın öznesi konumuna gelecek ve onu yaşamın nesnesi haline getiren bütün yapılardan kurtulacaktı. Bu aşamadan sonra yaşamın merkezine konulmuş insan bütün yapıp etmelerini kendi akli ekseninde tasarladı ve bunların tümüyle yaşamı organize ve kontrol etmeye yöneldi. Özellikle toplumun refah ve özgürlüğünü sağlamak adına geliştirilen bütün araçlar aydınlanma için birer umuttu. Bu araçlarla toplum tüm doğayı kontrol altına alacak ve doğanın kendisine boyun eğmesini sağlayarak ona daha yaşanabilir bir dünya sunacaktı. Tarihsel süreç içerisinde aydınlanmanın bu iddialarının ve bunlara yönelik kurgularının başta düşünüldüğü şekli ile gerçekleşmediği görüldü ve Frankfurt Okulu düşünürleri başta olmak üzere entelektüel dünya aydınlanmayı eleştirel bir bakışla tartışmaya başladı. İnsan akıyla gerçekleştirdiği



şeylerin insanın özgürleşimine yol açacağı iddiaları gelinen noktada tersine bir gidişle insanın tutsaklığına neden oldu. Bir başka deyişle insanın kendi özgürleşimi için kendi aklıyla gerçekleştirdiği bütün faaliyetler onu tutsak olmaya sürükledi. Özellikle günümüzde insana refah ve özgürleşim vaadiyle sunulan teknoloji bu tutsaklığın en göze çarpan sorumlusu haline geldi. Nitekim bugün özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler insanların bütün mahrem alanlarına ait sınırları ihlal etti ve onları şeffaflaştırarak daha kontrol edilebilir, daha çok denetlenebilir hale getirdi.

Çalışma söz konusu bu durumu herhangi bir mahremiyetin, cahilliğin ve anonimliğin yer almadığı bir dünyayı anlatan yönetmenliğini Andrew Niccol'un yaptığı 2018 yapımı "Anon" filmi üzerinden değerlendirmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Özgürlük, Kontrol, Şeffaflık, İletişim, Teknoloji

## RELIGION IN NETFLIX SERIES: ISLAM AND CHRISTIANITY IN ELITE

Öğr. Gör. / Lecturer **Faruk Sadıç**

**Erciyes University, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü**

Religion related cultural representation is one of the leading codes which has been under investigation by the communication sciences researchers. In line with this endeavor, Islam and related perceptions like Islamophobia have not only been widespread in the minds of the people but also in the outputs by those who have been in the production process of mass media by all means. Following the transformation of the mass media by the abrupt and thrilling developments in the technology and internet, TV series have begun to be molded into products of the local media producers like NETFLIX, Exxen, etc. Besides, the local-produced media products by NETFLIX carry strong traits from the cultural background of the home country. In the Islamophobia context, NETFLIX local series are great examples due to the fact that these series are cultural representations of cultural perceptions regarding certain issues that have been under question like understanding of Islam, Islam, and its perception by the western culture, etc. To better understand the perceptions regarding Islam, 'Elite' produced by NETFLIX has been a world-wide known example because not only in its origin country, Spain has it been in Top 10 list, but also in Turkey it has been one of the most-watched series. To touch upon the perception of Islam and Christianity, Elite series and the characterization are well-designed sources as there is an antagonist character who is Muslim and wearing a head-scarf, carrying Islamic values-oriented sensation vs other Spanish protagonists who are sharing the values of Iberia. The characterization of these Muslim and Christian people from the antagonist's family to Spanish high-level families are quite an example from the Spanish perspective regarding Islam and Christianity values and cultural inheritance by the young generation in Spain. To understand the perception, some certain chapters from the serial have been selected in line with the aim of the study, and the subtext concerning Islam and Christianity were questioned through the representation in the production. In this sense, a total of 24 episodes of 3 seasons were analyzed through content analysis. The findings were favoring the Islamophobic approach to some extent no matter how the main character has changed gradually throughout the serial. Eurocentric perception was portrayed as positive however the orient associated with Islam was located just opposite.

**Keywords:** Islamophobia, Netflix, Elite



## BOLOT ŞAMŞİYEV SİNEMASININ DİLİ VE ÜSLUBU

**Nursultan Stanaliev (Visiting Lecturer)**  
**Kyrgyz-Turkish Manas University**

Kırgız sinema tarihinde Bolot Şamşiyev filmleri önemli bir yere sahiptir. Bolot Şamşiyev, filmi çalışmalarında çok sayıda filmin yönetmenliğini üstlenmiştir. Bazı filmlerini çekerken Kırgız edebiyat yazarı Cengiz Aytmatov'un eserlerini sinemaya uyarlamıştır. Bu çalışmada Şamşiyev filmlerinin Kırgız, Sovyet ve dünya sinemasında yeri ve önemi, filmleri hangi sinema akımlarının unsurlarından esinlendiği, Şamşiyev sinemasında bu unsurların nasıl bulunup bulunmadığını ortaya çıkarmak ve sinema akımlarının dili ve üslubu Şamşiyev sinemasında nasıl kullanıldığı ile ilgili sorulara açıklık getirmek amaçlanmıştır.

Ortaya koyulmuş soruları yanıtlamak için Sovyet sinemasının dili ve üslubu açısından Sovyet sinema akımlarına bakılmıştır. Sinema ortaya çıktıktan sonra Avrupa, ABD ve özellikle Sovyetler Birliğinde sanatçılar sinema dilini bulmaya çalışmışlardır ve Sovyet Birliğinde Sovyet Montaj Okulu ve Yeni Sovyet Dalgası gibi sinema akımları ortaya çıkmıştır. İşte Kırgız sinemasının sinema akımını açıklamak için Kırgız sinemasının büyük temsilcisi olan Bolotbek Şamşiyev'in sineması ele alınmıştır.

Çalışmada Sovyet sinema akımlarının diline ve üslubuna bakılacaktır. En önemli ve yönetmenin çalışmalarına etki eden sinema akımların tarihçesi ve ortaya çıkma nedeni kısaca bahsedilecektir. Ondan sonra Bolot Şamşiyev sinemasını bu sinema akımlarının kapsamında örneklem olarak seçilmiş "Beyaz Gemi" filmin çözümlemesi gerçekleştirilecektir.

Çalışmanın problemi, temel ve alt amaçlar göz önünde bulundurulduğunda araştırmanın ele aldığı konunun nasıl, neden sorularına cevap olduğu görülmektedir. Bu nedenle bu çalışma nitel araştırma kapsamında yer alan bir araştırma modeliyle incelenecektir. Bolot Şamşiyev'in Sineması incelerken kullanılacak araştırma modeli İçerik Analizdir. Bolot Şamşiyev'in örneklem filmleri içerik ve biçim olarak değerlendirilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Bolot Şamşiyev, Kırgız sineması, sinema akımları, sinema dili, sinema üslubu.

## SİNEMA EĞİTİMİ BAĞLAMINDA NEW YORK FİLM AKADEMESİ

**Prof. Dr. Yusuf Yurdigül - Atatürk Üniversitesi**  
**Övünç Çelikezen - Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi**

Sinemanın tarihi süreci bağlamında, önceden geliştirilmiş öncü yaklaşımların sinemanın metodolojik temelini oluşturduğunu söylemek mümkündür. Sinema eğitiminde kilit rol oynayan bu metodolojik temel ilk başlarda usta-çırak ilişkisi üzerine kurulmuştur. François Truffaut'nın Roberto Rossellini'nin asistanlığını yaparak sinemaya başlaması, Visconti'nin Jean Renoir'in yanında yetişmesi, Jim Jarmusch'un, Nicholas Ray ve Tom DiCillo'un yanında sinema deneyimi kazanması gibi örnekler sinema eğitiminin bu yönünü ortaya koymaktadır.

Set ortamında usta- çırak ilişkisine dayanan bir anlayışla başlayan sinema eğitimi; daha sonra yeni dalgacıların 'Cahiers du cinéma' dergisi etrafında toplanılmasıyla birlikte akademik bir nitelik kazanmış, bu sayede IDHEC gibi önemli film okulları doğmuştur. Film okullarının doğuşuyla birlikte; sinemanın biçim ve tekniği pedagojik araçlarla desteklenerek öğretici ve eğitici bir araç haline dönüşmüştür. Sinema; okullarda, kurslarda, atölyelerde öğretilen bir ders haline gelmiştir. Özellikle teknolojik gelişmeler, sinemaya

dair tüm olanakları genişletmiş, bu genişlemeye bağlı olarak yeni bir planlama, iş birliği ve eğitim anlayışı doğmuştur.

Teknolojik gelişmeler ve tarihsel ve toplumsal değişime bağlı olarak şekillenen film teorisi, sinemaya yeni yaratıcı yaklaşımlar kazandırmıştır. Bu yaratıcı yaklaşımlar sinema eğitimini belirleyen yapıyı oluşturmuştur. Önceleri sanat okullarında bir ders olarak yer alan sinema daha sonra biçim, teknik ve pedagojik araçlarla desteklenen başlı başına bir eğitim pratiğine dönüşmüştür. Sovyetler Birliği, Amerika ve Avrupa'da açılan okullarda sinema akademik nitelik kazanmış sinema eğitimine dair yaklaşımlar ve metotlar inşa edilmiştir.

Çalışmanın merkezinde yer alan New York Film Akademisi'nin sinema eğitimindeki yeri ise genel itibarla bağımsız sinemaya ilişkin bir konudur. New York Film Akademisi; teknolojik araç ve gereçlerinin herkes tarafından erişilmesine bağlı olarak bağımsız sinemanın ortaya çıkışıyla gelişmiştir.

Temel felsefesini gençlerin mümkün olan en kısa sürede öğrenmelerini sağlayarak pratik bir eğitimle mükemmel sonuçlar ve deneyimler elde etme prensibine dayandıran akademi, 1922 yılında Jerry Sherlock tarafından kurulan uygulamalı bir sinema okuludur.

Bu konular ışığında çalışma, New York Film Akademisi'nin sunduğu programlar, eğitim tekniği, uygulamalı eğitim anlayışı, okuldaki eğitmenler ve okulun gerçekleştirdiği yapımlar bağlamında sinema eğitimine bir yaklaşım denemesi gerçekleştirecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Sinema, Eğitim, Sinema Eğitimi, New York Film Akademisi, Film Kuramları

## THE IMPACT OF THE CURRENT FINANCIAL MODELS ON FILM AESTHETICS IN THE EARLY 2020s

**Cristian Nicolescu**

**Film Producer, PhD student U.N.A.T.C. Bucharest**

The international film market has been at a crossroads in recent years, especially in terms of technological change and consumption habits. The recent pandemic has also accelerated the pace of change in this area. The biggest change is related to the model of launching a new film production on the market. In short, a film was traditionally released for the first time in cinemas and only then was it broadcast on television or other operating media channels. With the increasing popularity of internet distribution platforms that attract a large number of users, it has also been experimented with the launch in parallel with the premiere in cinemas of some titles on the new online platforms. In most cases, a larger number of viewers were attracted both in cinemas and online without cannibalizing audiences but on the contrary.

Last year was the first year in which the big studios launched their blockbusters predominantly online, given the pandemic. The breaking of the traditional windows of distribution is a historic moment for the film industry as a whole, which, properly managed, can mean that during the golden age of TV series, a golden age of auteur film and independent film, produced outside the big studios, can be foreshadowed. At least in the first instance, the revolution is expected to take place mainly in the mode of distribution - in the way the authors will meet their audience and perhaps less in production - in the type of films that the industry found outside the direct influence of the studios in Hollywood will produce it.

There is now a clear shift in the spheres of influence in global film production and distribution.

A decade ago, the digitalization of cinemas could have brought the liberalization of the film distribution market since then, but what happened was the opposite. Will we assist soon in the liberalization of relevant audience and market data ? Whether the independent producers play it right this time or if they really have a fair chance now remains to be seen.

**Keywords:** theatrical windows, independent cinema, online platforms

## FILM vs DIGITAL: EMOTIONS, FEELINGS AND EXPERIENCE

**Enxhi Rista PhD Student**

**U.N.A.T.C. Bucharest**

The differences between film and digital. Are there only technical differences or do they go deep inside feelings and emotions? While most of the directors from our generation are choosing digital, there are still some directors who prefer film. Why? Is it only a personal choice or has it got to do with the movie genre, style and the budget? Does genre and budget effect the choice of film or digital?

In the film industry, there has long been a discussion about the merits of filming on film versus digital, with each side believing that one technology is superior to the other. For example, one of the advantages of digital is its immediacy: video can be watched instantly on location, but film is favored for the realistic and rich color it creates.

During my cinema studies, I had the opportunity to shoot both in film and digital and I noticed big differences that included not only the technical side, because the entire process was different: pre-production, production and post-production. The most important thing during this process was about feelings and emotions: my feelings, the crew's feelings and in the end: the public's feelings.

**Keywords:** film, digital, technique, genre, emotions.

## DİJİTALLEŞEN FİLM YAPIM SÜREÇLERİNİN BELGESEL FİLM YAPIMINA ETKİLERİ

**Dr. Yelda Yanat Bağcı**

**Hasan Kalyoncu Üniversitesi, İletişim Fakültesi**

Günümüzde teknolojik gelişmeler sonucunda film yapımının büyük bir bölümü gerek kolay gerekse ekonomik olması sebepleriyle dijital ortama kaymıştır. Kayıt aşamasından gösterim aşamasına kadar tüm süreçleri dijital ortamda gerçekleşen bu film üretim mantığı, her şeyden önce tecimsel filmlere oranla bütçe bulmakta zorlanan belgesel filmin üretiminin artmasına sebep olmuştur. Aynı zamanda gösterim aşamasında yine tecimsel filmler karşısında yer bulamayan ve izleyici ile festivaller dışında buluşamayan belgesel film, özellikle dijital platformların devreye girmesiyle kendisine yeni bir mecra bulmuştur. Dijitalleşmenin belgesel filmde yol açtığı bir diğer önemli değişim ise daha önce sadece oyuncularla ve gerçek mekanlarda gerçekleştirilebilen canlandırmaların dijital ortamlarda çok daha az maliyetle ve kolayca yeniden yaratılmasıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Belgesel Film, Belgesel Film Yapımı, Dijitalleşme

HASAN KALYONCU  
UNIVERSITY



# InMECS21

1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı  
“Dijital Dünyada İletişim, Sanat ve Kültür”

1<sup>st</sup> International Media and Cultural Studies Conference  
“Communication, Art and Culture in Digital World”

## BİLDİRİ ÖZETLERİ ABSTRACTS

7 Eylül SALI • September 7<sup>th</sup> Tuesday

UZAKTAN EĞİTİM

*DISTANCE LEARNING*

DİJİTAL İÇERİK ÜRETİMİ

*DIGITAL CONTENT PRODUCTION*

DİJİTAL İLETİŞİM: GÜNCEL SORUNLAR VE ÇÖZÜMLER

*DIGITAL COMMUNICATION: CURRENT PROBLEMS AND SOLUTIONS*

SOSYAL MEDYA

*SOCIAL MEDIA*



# InMECS21

1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı  
"Dijital Dünyada İletişim, Sanat ve Kültür"

1st International Media and Cultural Studies Conference  
"Communication, Art and Culture in Digital World"

## 1. OTURUM 1st SESSION

## UZAKTAN EĞİTİM DISTANCE LEARNING

Moderatör Moderator

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Pınar Tınaz

- **Öğr. Gör. Dr. / Lecturer PhD Mustafa Tevfik Hebebcı & Öğr. Gör. / Lecturer Yasemin Bertiz**  
*Necmettin Erbakan Üniversitesi & Kırklareli Üniversitesi*  
COVID-19 Sürecindeki Uzaktan Eğitim Faaliyetlerinin Öğrenci Velileri Tarafından Değerlendirilmesi
- **Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Ayşe Derya Eskimen** - *Kütahya Dumlupınar Üniversitesi*  
Yeni Medya Araçları ve Türk Dili ve Edebiyatı Eğitimi
- **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Abdullah Işık** - *Sinop Üniversitesi*  
Pandemi (Covid-19) Sürecinde Uygulamalı Alanlarda Eğitim ve Dijital Dünya
- **Arş. Gör. / Res. Asst. Çağatay Bilsel - Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Bahadır UÇAN**  
*Yıldız Teknik Üniversitesi*  
Uzaktan Eğitim Sürecinde Yıldız Teknik Üniversitesi İletişim Tasarımı 3B Modelleme Dersindeki AR Uygulamalarının İncelenmesi
- **Öğr. Gör. / Lecturer Gökhan Karaosmanoğlu & Öğr. Gör. / Lecturer İhsan Metinam**  
*Ankara Üniversitesi*  
Üniversitelerde Okutulan Çevrimiçi Drama Derslerine Öğrenci Gözüyle Bir Bakış
- **Candan Yuka Yüksek Lisans Öğrencisi / MA Student** - *Hasan Kalyoncu Üniversitesi*  
İletişim Fakültesinde Görev Yapan Akademisyenlerin Covid – 19 Sürecinde Uzaktan Eğitim Modelini Kullanarak Uygulamalı Dersleri İşleyiş Süreçlerinin İncelenmesi: Hasan Kalyoncu Üniversitesi Örneği
- **Dr. Elif Atamaz** - *Lefke Avrupa Üniversitesi*  
Pandemi Sürecinde Görsel İletişim Tasarımı Öğrencilerinin Uzaktan Eğitim Deneyimi
- **Prof. Dr. Bülent Küçükerođan & Emeritus Prof. Dr. Dragan M. Fimon**  
*Hasan Kalyoncu University & Faculty of Temporary Arts, Belgrade, Serbia*  
Communication, Education, Art and Culture in Pandemic Era

## COVID-19 SÜRECİNDEKİ UZAKTAN EĞİTİM FAALİYETLERİNİN ÖĞRENCİ VELİLERİ TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Öğr. Gör. / Lecturer **Dr. Mustafa Tevfik Hebebcı - Necmettin Erbakan Üniversitesi**

Öğr. Gör. / Lecturer **Yasemin Bertiz - Kırklareli Üniversitesi**

Bu araştırmanın amacı COVID-19 pandemi sürecinde öğrenci velilerinin uzaktan eğitime yönelik görüşlerinin incelenmesidir. Nitel araştırma yöntemleri kullanılarak yapılan araştırma da durum çalışması deseni kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu farklı kademelerde eğitim gören öğrenci velileri oluşturmaktadır. Verilerin analizinde ise nitel araştırma yöntemlerinde sıklıkla kullanılan içerik analizi kullanılmıştır. Pandemi nedeniyle veriler çevrim içi bir platform aracılığıyla oluşturulan yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla toplanmıştır. Daha sonra iki araştırmacı tarafından analiz edilerek tema ve kodlar oluşturulmuştur. Araştırma sonuçları velilerin uzaktan eğitim uygulamalarına yönelik olumlu ve olumsuz düşünceler içinde olduğunu göstermektedir. Eğitim faaliyetlerinin aksamıyor olması pek çok katılımcı tarafından olumlu olarak değerlendirilirken; alt yapı ve sistem sorunları dile getirilen önemli aksaklıklar arasındadır.

**Anahtar Kelimeler:** COVID-19, uzaktan eğitim, e-öğrenme

## (YENİ) MEDYA ARAÇLARI VE TÜRK DİLİ VE EDEBİYATI EĞİTİMİ

Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. **Ayşe Derya Eskimen**

**Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Eğitim Fakültesi**

Günümüzde gelişen teknoloji, yeni iletişim teknolojileri ve medya araçları tüm alanlarda olduğu gibi eğitimde de önemli konumdadır. Eğitim öğretimde geleneksel ve klasik sayılabilecek yöntemlerin yerini teknoloji ve yeni medya araçları almaktadır. Gelişen teknoloji ile birlikte öğrencilerin de öğretmenden ve öğretim ortamlarından beklentileri değişmiştir. Nitekim günümüz eğitim öğretim ortamlarında bilginin aktarılmasından ziyade öğrencilerin aktif olduğu, yaratıcı yollarla bilgiye ulaştığı, bilgiyi yapılandırdığı, işbirlikli ve etkileşimli öğrendiği eğitim öğretim sürecine dâhil olmaları beklenmektedir. Buna yönelik olarak çalışmada, Türk Dili ve Edebiyatı dersi öğretim programı (2018) kazanımlarından hareketle, Türk dili ve edebiyatı (9-12) dersi özelinde, bu dersin okuma, yazma, sözlü iletişim ve dilbilgisi alanlarının öğretiminde bilgi iletişim teknolojileri ve yeni medya araçlarının nasıl kullanılabileceğine ilişkin örnekler sunulmuştur. Ayrıca çalışmada Türk Dili ve Edebiyatı dersi öğretim programında (2018) medya araçlarına yer verilme durumu da değerlendirilerek bu bilgi iletişim teknolojileri ve yeni medya araçlarının kullanımının Türk Dili ve Edebiyatı (9-12) dersi özelinde eğitim öğretim sürecine sağlayacağı katkılar ve sınırlılıklar tartışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** (Yeni) medya araçları, Türk dili ve edebiyatı eğitimi, teknoloji



## PANDEMİ (COVID-19) SÜRECİNDE UYGULAMALI ALANLARDA EĞİTİM VE DİJİTAL DÜNYA

**Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Abdullah Işık**  
**Sinop Üniversitesi**

This study aims to discuss the situation of applied fields, as one of the difficulties experienced in education during the covid-19 pandemic process, within the scope of the digitalized world. In this context, it is planned to evaluate the subject in a multi-dimensional way, such as determining the difficulties experienced, making alternative evaluations and developing solution proposals, based on different theoretical and practical approaches in social work as an applied profession and discipline. Because the pandemic process we have been experiencing recently, the emergence of new norms / normals in education and the effect of this situation on the understanding of education, it is thought that the importance of evaluating the subject is obvious, and the correct management of this process, which is considered a threat to education, is equally important. In addition, it is critical that the process in question negatively affects both (in-service) training in the field and lifelong learning. When the literature is scanned, it is seen that such situations affect the individual and society in different dimensions, especially education and training, in the historical process. While the sources mostly discuss alternative education models in the face of similar disasters, they point out that the models discussed in practical education are limited in terms of effectiveness and sustainability. With the pandemic, it is clear that there is and will be a new order in education, like many other issues in the world. Therefore, the need for such a study comes to the fore. Therefore, this study focuses on revealing strong propositions in education in the face of pandemic challenges. It is thought that the study will help policies and practices in education.

**Keywords:** Digital world, the pandemic, COVID-19, applied fields, social work education

## UZAKTAN EĞİTİM SÜRECİNDE YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM TASARIMI 3B MODELLEME DERSİNDEKİ AR UYGULAMALARININ İNCELENMESİ

**Arş. Gör. / Res. Asst. Çağatay Bilsel - Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Bahadır UÇAN**  
**Yıldız Teknik Üniversitesi**

İletişim tasarımı, görsel iletişim tasarımı, yeni medya, vb. alanlarda yenilikçi uygulamalar üzerinden günümüz tasarım dünyasının endüstriyel ve akademik ihtiyaçlarına yönelik ders içeriklerini ve programlarını güncellemek önem arz etmektedir. Özellikle COVID-19 sonrası farklılaşan dünya düzeninde dijitalleşme süreçlerinin hızlanması, eğitim araçlarında da dijital yöntemlerin kullanımını mecbur kılmaktadır. COVID-19 sonrası pek çok mecr, dijital yönelim ve eğilimlere yönelik atılımlar gerçekleştirmiştir. Eğitim alanında ise uzaktan eğitim süreci yaygınlaşmış ve güzel sanatlar eğitiminin atölye gibi uygulama ağırlıklı dersleri dahil uzaktan eğitim platformlarına uyarlanmak durumunda kalmıştır. Bilgisayar programları üzerinden yürütülen grafik, iletişim, görsel iletişim tasarımı ve buna benzer bölüm ve bölüm dersleri, şüphesiz adaptasyonu en hızlı gerçekleşen ders içeriklerini oluşturmaktadır. Öyle ki, uzaktan eğitim modüllerinin ekran paylaşımına izin veren yapısı ve hatta öğrenci bilgisayarına erişim sağlanabilen yapısı göz önünde



bulundurulduğunda, doğrudan geleneksel araçlarla (boya, resim, heykel, vb.) sürdürülmesi zorunluluğu bulunan eğitim içeriklerine kıyasla bilgisayar programı anlatımına dayalı animasyon, modelleme, grafik tasarım araçları, interaktif tasarım araçları başlıklı derslerde uyum daha çabuk ve mümkün olmuştur. Uzaktan eğitim üzerinden derslerin yürütülmesi, COVID-19 öncesi dönemde kısmi dersler üzerinden (Atatürk İlke ve Devrimleri Tarihi, Türkçe) uygulanmakta iken COVID-19 sonrası tüm dersler ve bütün müfredat kısa bir zaman diliminde uzaktan eğitime dönüştürülmüştür.

COVID-19 sonrası uzaktan eğitim üzerinden derslerin sürdürülmesi, bilgisayar ve program/yazılım anlatma temelli dersler için daha uygun gözükse de uzaktan eğitimin kendi doğasına has birtakım zorlukları, bu dersler üzerinden de gözlemlenir olmuştur. Şüphesiz bu zorlukların başında öğrencilerin derse ilgisini sağlamadaki zorluk ve bunun ötesinde öğrencilerin derse ilgisi ölçmekteki güçlük başı çekmektedir. "Kamera" açma gerekliliği, kişisel görüntülerin kayıt altına alınması sebebiyle özel hak ihlali kapsamında iken öğrencinin mevcut dersteki aktifliğini ölçmek başka yöntemler geliştirilmesi gereği doğurmaktadır. Bunun ötesinde, fiziksel ders ortamından farklı olarak eğitimcinin kendisi de kayıt altında olmanın zorluğunu yaşamak durumundadır. Bu çerçevede değerlendirildiğinde hem eğitimcinin hem de öğrencilerinin ilgi ve yönelimini yükseltmek, yeni ve farklı eğitim içerikleri üzerinden dersleri zenginleştirmekle mümkündür. Yıldız Teknik Üniversitesi İletişim Tasarımı "3B Modelleme" dersi kapsamında geliştirilen AR uygulamaları, hem eğitimcinin hem de öğrencilerin ilgisini artırmak, öğrencilere yeni deneyim alanları kazandırmak ve mevcut müfredatı dijital ve teknolojik araçlarla donatmak anlamında bir zemine oturmaktadır. AR (Augmented Reality), Türkçeleştirdiğinde artırılmış gerçeklik gibi bir tanımlama ile anılmaktadır. Artırılmış gerçeklik teknolojisi, fiziksel ortamdaki gerçekliğe adapte edilmiş bir başka sanal gerçeklik alanı oluşturmaktadır ve öyle ki, geleceğin yeni teknolojilerini aktarmayı hedefleyen iletişim, görsel iletişim, interaktif medya tasarımı gibi alanların bu teknolojik gelişmelerden uzakta kalması ya da eğitim içeriklerine dahil edememesi, çağdaş eğitim araçlarından uzaklaşmış bir eğitim anlamına gelecektir. Özellikle iletişim, görsel iletişim, interaktif medya tasarımı, çizgi film tasarımı, yeni medya ve bununla ilişkili bölümlerin ders programlarına artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik gibi çağdaş uygulamalara dayanan araçları eklemeleri bir tercihten çok zorunluluktur. Bu bakış ekseninde Yıldız Teknik Üniversitesi İletişim Tasarımı "3B Modelleme" dersi kapsamında öğrencilerin artırılmış gerçeklik uygulamaları ve denemeleri, eğitimin çağdaş araçlarla güncellenmesi noktasında bir anlam kazanmaktadır. COVID-19 süreciyle birlikte bu yeni deneyim alanı, hem eğitimcinin hem de öğrencilerin derse ilgi ve katkısının artmasına neden olmuştur. Yıldız Teknik Üniversitesi İletişim Tasarımı "3B Modelleme" dersi artırılmış gerçeklik uygulamaları için iki program ve yazılımdan faydalanılmıştır. Modelleme ve tasarım için özgür yazılım olması sebebiyle Blender 2.80 kullanılmıştır. Blender 2.80 üzerinde yapılan tasarım, modelleme ve animasyonların artırılmış gerçeklik ortamına aktarılması ise Artivive üzerinden sağlanmıştır. Öğrencilerin artırılmış gerçeklik uygulamalarının teması ise Türk mitolojisi olmuştur. Böylelikle öğrencilerin kültürel belleğin izlerini kendi tasarımcı bakışlarıyla tanımlamaları beklenmiştir. Ders bu anlamda öğrencileri kültürel farkındalık ve aidiyet noktasında araştırmalar yapmaya itmiştir.

# ÜNİVERSİTELERDE OKUTULAN ÇEVİRİMİÇİ DRAMA DERSLERİNE ÖĞRENCİ GÖZÜYLE BİR BAKIŞ

Öğr. Gör. / Lecturer **Gökhan Karaosmanoğlu** - Öğr. Gör. / Lecturer **İhsan Metinnam**  
Ankara Üniversitesi

Yüz yüze gerçekleştirilen eğitim içeriklerinin çevrimiçi ortamda sunulması konusunda kapsamlı değişikliklerin gerçekleştiği COVID-19 sürecinde üniversitelerde gerçekleştirilen drama derslerinde de bazı değişimlere gidilmiştir. Normal şartlarda yüz yüze, rol oynamaya ve doğaçlamaya dayalı etkinliklerin gerçekleştirildiği seçmeli drama derslerinde çeşitli oyunlar oynanmakta, iletişime, etkileşime dayalı, grup dinamiğini sağlamaya yönelik etkinlikler gerçekleştirilmektedir. COVID-19 sürecinde, drama dersi eğitim programlarında bazı değişiklikler yapılmış, çevrimiçi ortam olarak farklı platformlar kullanılmış, ağırlıklı olarak mikrofonun ya da kameranın kullanıldığı etkinlikler uygulanmıştır. Bu araştırmanın amacı COVID-19 sürecinde üniversitelerde seçmeli olarak okutulan drama dersine yönelik öğrenci görüşlerini belirlemektir. Yorumlayıcı nitel araştırma deseninin kullanıldığı çalışmada farklı lisans programlarında eğitim alan öğrencilerin görüşlerini belirlemek amacıyla *Çevrimiçi Drama Dersini Değerlendirme Formu* kullanılmıştır. Hazırlanan formu 43 öğrenci yanıtlamıştır. Araştırmada elde edilen nitel verilerin çözümlenmesinde betimsel analiz kullanılmış, çevrimiçi ortamda gerçekleştirilen drama dersleriyle ilgili öğrencilerin görüşleri, dersin kendilerine sağladığı katkı, derste kullanılan içerikler konusunda yorumlar, çevrimiçi ortamda gerçekleştirilen doğaçlama çalışmaları konusunda düşünceleri ortaya konulmuştur. Araştırma sonuçlarına göre çevrimiçi drama dersi süresince üzerinde konuşulan filmlerin, dramatik kurguyu oluşturmaya yönelik kullanılan ön metinlerin, mikrofon kullanılarak gerçekleştirilen doğaçlamaların öğrencileri olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Öğrenciler çevrimiçi ortamda iletişimin ya da etkileşimin az olmasının, kamera kullanımı oranının sınırlı olmasının, çalışmaların yüz yüze yapılmasının, bağlantı hızının düşük olmasının kendilerini olumsuz yönde etkilediğini belirtmişlerdir. Katılımcılar aynı zamanda çevrimiçi drama dersinde kullanılan filmlerin ve öğrendikleri dramatik kurgunun bileşenlerinin günlük yaşamda işlerine yaradığını, tiyatrolar, sinema filmlerini ya da dizileri daha bilinçli izlediklerini ifade etmişlerdir.

**Anahtar Kelimeler:** Yaratıcı drama, Covid-19, çevrimiçi drama, çevrimiçi doğaçlama, dramatik kurgunun bileşenleri

# İLETİŞİM FAKÜLTESİNDE GÖREV YAPAN AKADEMİSYENLERİN COVID-19 SÜRECİNDE UZAKTAN EĞİTİM MODELİNİ KULLANARAK UYGULAMALI DERSLERİ İŞLEYİŞ SÜREÇLERİNİN İNCELENMESİ: HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

**Candan Yuka** Yüksek Lisans Öğrencisi / MA Student  
**Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Görsel İletişim Tasarımı**

Pandemiler geniş coğrafyalara, kıtalara yayılan; insanlarda, hayvanlarda ölümlere sebep olan bulaşıcı hastalıklardır. (Aslan, R. 2020) Bu çalışmada, Covid-19 pandemi döneminde iletişim alanında eğitim veren akademisyenlerin, uzaktan eğitim sisteminde uygulamalı derslere bakış açıları, çevrim içi eğitim ile ilgili yeterlikleri ve uzaktan eğitimle yürütülen uygulamalı derslere ilişkin görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Belirlenen amaçlar doğrultusunda Hasan Kalyoncu Üniversitesi İletişim Fakültesi akademisyenleriyle 20 sorudan oluşan, yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın görüşme soruları hazırlanırken uzman yardımı alınmıştır. Alan taraması yapılmış, onam formu kullanılmış, görüşme sonrası görüşmecilerin beyanlarının, geri bildirim yöntemiyle doğruluğu teyit edilmiştir. Fakültede çalışan 9 akademisyen gönüllülük esasıyla çalışmaya katkı sağlamıştır. Görüşmecilerin verdiği cevaplar incelendiğinde; akademisyenlerin %22'si öğrencinin donanımları yeterliyse uzaktan eğitim yürütülebilir derken, %78'i alanın gereklilikleri dikkate alındığında uzaktan eğitimle uygulamalı derslerin işlenmesinin yetersiz olacağını ifade etmiştir. Bu çalışmada akademisyenlerin sistemle ilgili yeterlilikleri ele alındığında herhangi bir problem yaşamadıkları ortaya çıkmıştır. Öğrencilere asgari düzeyde donanım desteği (Fotoğraf makinesi, kamera, yazılım, internet paketi gibi) sağlana bilirse uygulamalı derslerin uzaktan eğitimle daha başarılı bir öğrenme sürecine gireceği anlaşılmıştır. Hasan Kalyoncu Üniversitesi akademisyenlerinin pandemi sürecinde eğitim ve öğretim faaliyetlerini başarılı yürüttükleri sonuçlarına ulaşılmış, pandemi sonrası uygulamalı eğitimlerin yansımalarının küresel eğitim ve küresel iletişim dahilinde araştırılmasının alana katkı sağlayacağı önerisi oluşmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Covid-19, uzaktan eğitim, akademisyen, iletişim, uygulamalı dersler

## PANDEMİ SÜRECİNDE, GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI ÖĞRENCİLERİNİN UZAKTAN EĞİTİM DENEYİMİ

**Dr. / PhD. Elif Atamaz**  
**Lefke Avrupa Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı**

Covid-19 pandemi nedeniyle, Lefke Avrupa Üniversitesi, 2019-20 akademik yılı bahar dönemi mart ayından itibaren yüzyüze eğitime ara verip online eğitime hızlı bir geçiş yapmıştır. Hem öğretmenlerin hem de öğrencilerin hazırlıksız yakalandığı bu yeni uzaktan eğitim sistemi ile eğitimin sınırlarının olmadığı, teknolojinin sunduğu imkanlar ile yeni kapıların açılabilirdiği gözlemlenmiştir.

İletişim Bilimleri Fakültesinde, özellikle müfredatı ağırlıklı uygulamalı derslerden oluşan Görsel İletişim Tasarımı Bölümünde, eğitimdeki temel yaklaşım, öğrencilerin görsel iletişim gereksinimlerini çözerken

teknolojinin imkanlarını en iyi biçimde faydalanmalarıdır. Bilgisayar ortamında her türlü programa hakim, teknolojinin dilini iyi bilen ve gelişmeleri takip ederek kendini yenileyebilip konumlandırabilen genç tasarımcılar yetiştirmek, bölümün temel misyonudur. Uygulamalı derslerde eğitim pandemiye dek, öğretmenlerin öğrenciler ile birebir ilgilendiği, başında durarak yardımcı olduğu, yüzyüzenin ötesinde usta-çırak ilişkisi ile sürdürüldüğü bir eğitimdi ve öğrenci okulun sunduğu bilgisayar laboratuvar ortamından yararlanarak kendini geliştirebilmekteydi. Pandemi sonrası bu eğitim uzaktan sürdürülmek zorunda kalındığında, ilk başlarda öğrenciler pekçok problemi aşmak zorunda kaldılar; kullanacakları bilgisayar olmayışı, bilgisayar olsa bile kullanacakları programları edinebilmek, yaşadıkları yerde internetin çekmemesi gibi. Bu sıkıntıların yanı sıra avantajlı yanlarının da olduğu zamanla anlaşılmıştır.

Uzaktan eğitimin üçüncü dönemi sonunda; İletişim Bilimleri Fakültesi, akademisyenler ile öğrencilerin fikirlerini ve deneyimlerini paylaşabilecekleri online bir toplantı düzenledi. Bu toplantıda fakültenin 4 bölümünden (Radyo Tv ve Sinem Bölümü, Halkla İlişkiler Bölümü, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü ve Yeni Medya ve Gazetecilik Bölümü) öğrenciler söz alarak neler yaşadıklarını ve gelinen noktada ne hissettiklerini ve gelecekte nasıl bir eğitim hayal ettiklerini anlattılar. Buna ek olarak, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü hocası olarak kendi uygulamalı derslerim için öğrencilere anket çalışması yaptırdım ve benzer sorular ile toplantıda edinilen görüşleri istatistiklere dönüştürülebilir istedim.

Bu sunumun amacı; İletişim Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin ve özellikle dersleri ağırlıklı uygulamalı sürdürülen Görsel İletişim Tasarımı öğrencilerinin, uzaktan eğitim sürecindeki deneyimlerini, onların düşüncelerini ve gelecekte beklentilerini değerlendirip paylaşmaktır. Bu süreçten edinilen öğretiler gelecekte nasıl bir eğitim sistemine ihtiyaç duyulacağını ipuçlarını taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** tasarım, online eğitim, görsel iletişim, uzaktan eğitim, iletişim

## COMMUNICATION, EDUCATION, ART AND CULTURE IN PANDEMIC ERA

**Prof. Dr. Bülent Bahri Küçükerođan - Hasan Kalayoncu University**

**Emeritus Prof. Dr. Dragan M. Fimon - Faculty of Temporary Arts, Belgrade, Serbia**

As different pandemics did it numerous times earlier in human history, newest one of Coronavirus 2020, raised many complicated medical and public health warnings, but also specific moral, legal, political, philosophical and other questions. Most of them were already known to the nowadays doctors, researchers, scientist, social leaders and politicians, but this time they appear in different forms, questioning the whole modern concept of life and health systems, and putting also in focus eternal issues of human freedom, autonomy and responsibility.

Among the theories of manipulation about the health and social disaster shocking the world, there are plenty of answers to the questions from many different experts, including ordinary people, publicists and journalists: Where, When, How and Why did it all start? Given the various concepts and ideas about the world of corona future, it is important to constantly ask questions and still not adhere to simple and dull answers. The world of media has also reached or crossed the turning point - can we get rid of the illusion that we deserve a new normal.

On the contrary, as a world of new normalities awaits us, because specific pandemic changes will change not only our way of behaving, but also our way of thinking, reasoning, and perceiving the world inside and outside us. Why could philosophy of media help with this challenge of opinion? Are we going to learn something? If yes, we should remember the world of pre-pandemic era, including the fact that still we are mostly without basic media literacy knowledge, for which we should prepare our children and young generations.

In this paper we are trying to discuss pandemic as a symptom on a new McLuhanian way, mentioning and asking the questions about many deeper problems we are faced with, as a contemporary civilization, culture and society.

**Keywords:** Virus media saturation, Pandemic as a Symptom, Media literacy, Media education, The impact of Online Teaching, Arts and Culture in the Pandemic era, Collaborative learning



# InMECS21

1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı

**"Dijital Dünyada İletişim, Sanat ve Kültür"**

1st International Media and Cultural Studies Conference

**"Communication, Art and Culture in Digital World"**

## 1. OTURUM 1st SESSION

Moderatör Moderator

**Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Pınar Tınaz**

## DİJİTAL İÇERİK ÜRETİMİ

DIGITAL CONTENT PRODUCTION

- **Öznur Akyılmaz Doktora Öğrencisi / PhD Student & Dr. Bilge Kalkavan & Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Saadet Uğurlu - Hasan Kalyoncu Üniversitesi**  
Dijital İçerik Üretimi ve Yönetiminde İnsan Merkezli İçeriklerin Etkileşimi: Instagram Gaziantep Hikayeleri Örneğiyle
- **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Nesli Tuğban Yaban - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi**  
Dijital İletişimde Bireyin Kendini İfade Etme Biçimi Olarak Öznel ve Araçsal İmge Üretimi
- **Öğr. Gör. / Lecturer Serdar Çil - Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi**  
Yeni Bir Ses: Podcast Yayıncılığı
- **Özlem Karakoç Yüksek Lisans Öğrencisi / MA Student - Akdeniz Üniversitesi**  
Sanal ve Gerçeklik Arasında Flulaşan Sınırlar: Dijital Influencer Örneği Olarak Türkiye'nin İlk Dijital İnsanı "Aypera"
- **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Pınar Tınaz - Hasan Kalyoncu Üniversitesi**  
Dijital Platformlarda Meddahlık Geleneğinin İzleri: Aykut Elmas Komedi Üzerine Bir İnceleme

## DİJİTAL İÇERİK ÜRETİMİ VE YÖNETİMİNDE; İNSAN MERKEZLİ İÇERİKLERİN ETKİLEŞİMİ (INSTAGRAM GAZİANTEP HİKAYELERİ ÖRNEĞİYLE)

Öznur Akyılmaz Doktora Öğrencisi / PhD Student - Dr. / PhD. Bilge Kalkavan - Hasan Kalyoncu Üniversitesi Görsel İletişim Tasarımı Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Saadet Uğurlu - Medipol Üniversitesi

Teknoloji, insanların kendilerini ifade etme şeklini, davranışları değiştirdi. Paylaşım ve katılım çağında sosyal medyanın yükselmesiyle kendini daha da göstererek; haberleri, fikirleri ve eğlenceyi insanlar yaratır ve yine kendileri tüketir oldular. Yeni dalga teknoloji insanların, tüketiciden üretici- tüketiciye dönüşmesini mümkün kılmıştır. Burada önemli olan; yeni dünya düzenini kullanırken, internetin sonsuz bilgi denizinin sanal dünyaya değil, gerçek yaşama odaklanmasıdır.

Teknolojik yenilikler insanın ve toplumun yaşamını kolaylaştırmak içindir. Ancak tek başına yeterli olmayacaktır. Bu teknolojik imkanlarla kuruluşlardan sağlam değerlere sahip olmaları, eski ve yeninin buluşmasını; toplum, çevre, insanlar ve gelecek dünya için dijital bellek oluşturma çalışmalarını talep etmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin, uygulamaları nasıl ve ne amaçla kullanacağımız bizler için üzerinde tartışacağımız en önemli konu olmalıdır. "Bilgiye erişmenin değil, onu kullanabilmenin önem kazandığı bir dönemin başladığı vurgulanmaktadır" (Peltekoğlu, 2007:307) Castells'in tanımındaki gibi küresel olarak üretilip, yerel olarak dağıtılan, kişiye özel mesajlarla 'toplumsallık' daha da gelişmektedir. Kent yaşamı ve teknolojik ilerlemenin beraberinde getirdiği tüketicideki bireyselleşme eğilimi, tüketim alışkanlıklarını ve beklentilerini de farklılaştırmakta; tüketiciyi müşteriye dönüştürecek düzeyde dikkat çekici iletişim uygulamaları başarılı sonuçlar vermeye başlamaktadır (İnan, 2004: 168).

Sosyal medya da içerik üretimi ve yönetimi artık yükselen değer değil, her şeyin merkezinde. Görsel içerikler, video ile anlatımlar, gerçek hikayelerin aktarımı, hikaye anlatıcılığı, mini belgeselci olmak durumundayız. Bu bağlamda Hasan Kalyoncu Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerimizle beraber oluşturduğumuz instagram sosyal medya hesabımızda iki yıldır ürettiğimiz içeriklerimizle Gaziantep kültürünü yaymak, anlatmak ve dijital bellek oluşturmayı amaçladık. Bu dönem doktora programı öğrencilerimizle yeni bir bakış açısı getirerek 'İnsan merkezli hikaye anlatımı' içerikler oluşturduk. Kaybolan zanaatlar, eski kültürümüzü anlatan insanlarla röportajlarla mini belgeseller oluşturduk. Kongre de bu sayfamızda ürettiğimiz içerikleri ve etkileşimlerini aktaracağız.

**Anahtar Kelimeler:** yeni medya, sosyal medya, dijital içerik üretimi, insan hikayeleri,

# DİJİTAL İLETİŞİMDE BİREYİN KENDİNİ İFADE ETME BİÇİMİ OLARAK ÖZNEL VE ARAÇSAL İMGE ÜRETİMİ

**Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Nesli Tuğban Yaban**

**Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Temel Sanat Bilimleri Bölümü**

İletişim, bireyin doğduğu andan itibaren çevresindekilere verdiği tepkiden, kendini ifade etme biçimine kadar uzanan geniş ve kapsamlı bir sosyalleşme sürecini ya da yöntemini ifade etmektedir. Farklı iletişim yöntemleriyle kendini ortaya koyup toplum tarafından kabul görmeyi ve onaylanmayı bekleyen bireyin bu süreçte başvurduğu yöntem ise onun imgesi ya da uzun vadede oluşturacağı imajıdır. Kelime anlamı olarak görüntü/görünüm anlamına gelen imge, özellikle görüntünün paylaşılma hızının ön plana çıktığı dijital ya da teknolojik dünyada bireyin kendini ve yaşamını belgeleme aracı olarak kullanılmaktadır. Bireyin bu noktada kendisini ve yaşamını, iletişim kurmak için öznel bir perspektifle ürettiği imgelerle sunduğu ve bizzat kendisini ve yaşam kültürünü bir araç olarak kullandığı görülmektedir. Ürettiği imgesini çoğunlukla sosyal medya ortamında paylaşan bireyin, bu sürece gönüllü olarak girdiği ve ilk aşamada toplum tarafından tanınıp tanınmamasının bir öneminin olmadığı da görülmektedir. Bu durumda her bireyin kendi hedef kitleyle iletişim ve etkileşim halinde olma ve belki de çok sayıda kişiye ulaşarak kendisini ifade etme peşinde olduğu söylenebilir. Bu çalışmanın amacı, dijital iletişim ortamında iletişim kurmak amacıyla kendi imgesini üretirken öznel olduğunu düşünen ve farkında olmadan kendisine bir araç niteliği kazandıran bireylerin kültürel dönüşümde oynadıkları rolü ortaya koymaktır. Çalışma, gazetelerde haber olarak yer alan görsel sosyal medya metinlerini kapsamaktadır. Söz konusu görsel metinler veya imgeler betimsel analiz yöntemi ile ele alınacak ve kültürel çalışmalar çerçevesinde değerlendirilecektir. Çalışma sonunda elde edilen bulgular, iletişimin ve kültürel dönüşümün birer çıktısı olarak kabul edilmekle birlikte, dijitalleşen dünyada yalnızlaşan bireyin sosyalleşme ve iletişim kurma ihtiyacını da ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** İmge, İletişim, Dijitalleşme, Öznellik, Araçsallık.

## YENİ BİR SES: PODCAST YAYINCILIĞI

**Öğr. Gör. / Lecturer Serdar Çil**

**Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi**

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte hem yeni medya türlerinin hem de geleneksel medyanın özelliklerini bir arada taşıyan melez medya türleri de ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda podcast yayıncılığı da internet radyoculuğunun ve geleneksel karasal radyo yayıncılığının bazı karakteristik özelliklerini taşıyan melez bir medya türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Podcast yayıncılığı işitsel bir medya türü olması ve ilk dönemlerinde geleneksel radyo yayıncılığının içeriklerini aktarması nedeniyle radyo yayıncılığının bir uzantısı olarak düşünülmektedir. Ancak podcast yayıncılığı teknik altyapısı, içerik zenginliği, tüketim motivasyonları ve davranışları gibi farklı özellikleri ile radyodan farklılaşan yeni bir medya türüdür. 2000'li yılların başında RSS teknolojisi ile merkezlessiz bir şekilde yapılanan ve yapımcılarla dinleyiciler için alternatif bir medya alanı oluşturan podcast yayıncılığı, Güney Kore, Amerika ve Avrupa ülkeleri başta olmak üzere tüm dünyada giderek yaygınlaşmaktadır. Ülkemizde ise henüz yeterince yaygınlaşmasa da



son dönemlerde adından sıkça söz ettirmektedir. Türkiye pandemi sürecinin de etkileriyle 2020 yılında podcast dinleme artışının en fazla olduğu ülkedir. Dünyada ve ülkemizde giderek yaygınlaşan bu yeni medya türü reklam verenlerin, medya ve teknoloji devlerinin de ilgisini çekmekte ve bu alana yapılan yatırımlar her geçen gün artmaktadır. Farklı ve yeni özellikleriyle öne çıkan podcast yayıncılığı işitsel medyanın yeni merkezi olma yolunda ilerlemektedir. Bu gelişmelerden yola çıkan çalışmada podcast yayıncılığının tanımlaması yapıldıktan sonra dünyada ve ülkemizde podcast yayıncılığının durumu karşılaştırmalı olarak ele alınacaktır. Böylece ileride ülkemizde podcast yayıncılığı ve podcast dinleyicileri üzerine yapılacak çalışmalara bir zemin oluşturulmak amaçlanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Podcast, Yeni Medya, Medya, İletişim Teknolojileri, İşitsel Medya

## SANAL VE GERÇEKLIK ARASINDA FLULAŞAN SINIRLAR: DİJİTAL İNFLUENCER ÖRNEĞİ OLARAK TÜRKİYE’NİN İLK DİJİTAL İNSANI “AYPERA”

**Özlem Karakoç** Yüksek Lisans Mezunu / MA Graduate

**Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı**

Günümüzde sosyal medya kullanımının artmasıyla “influencer”lara (etkileyici) yönelik çalışmalar, medya içeriklerinde ve akademik çalışmalarda önemli ölçüde görünür olmaya başlamıştır. Influencer, bireyler arasında etkileşimli bir şekilde iletişim faaliyetleri yürüten, fikir ve tutumların ortaya konulmasına zemin hazırlayan, pazarlama sektörünün “kanaat önderleri” olarak da tanımlanabilen bir kavramdır. Teknolojinin hızlı bir biçimde gelişmesi ise influencer kavramını da farklı boyutlara taşımış, “dijital influencer”ların hayatımıza girmesine olanak sağlamıştır.

Dijital influencer’lar 2016 yılında tanınır olmaya başlayarak pazarlama iletişimde önemli bir yer edinmiştir. Bu bağlamda Trevor McFedries ve Sara DeCou tarafından yaratılan, kısa sürede reklam ve iş birlikleriyle popülerliğini arttıran Lil Miquela, dijital influencer olarak post dijital gelişmelerin örneklerinden biridir. Türkiye’de ise ilk dijital insan; Bager Akbay, Tefik Uyar ve Zeynep Nal Sezer’in aralarında bulunduğu bir grup tarafından üretilen “Aypera”dır. Yapay zeka yazılımı LSTM ve GPT-3’ten üretilen Aypera, aktif bir şekilde kullandığı sosyal medya hesapları, çıkardığı “Işıl Işıl” şarkısı ve 2022 yılında vizyona girecek “Digital Human” filmi ile anlaşma sağlaması sonucunda popülerliğini arttırarak dikkatleri üzerine çekmiştir.

Bu çalışmada amaçlanan, teknolojinin gelişmesiyle birlikte gündelik yaşamımıza dahil olan “sanal influencer”ların gerçek-sanal ayrımını zorlaştırdığını ve özellikle genç kitlenin ilgisini çekerek yaratılan sanal dünyada bireyleri, farklı iletişim stratejileriyle etkilediğini ortaya koymaktır. Çalışmada, Aypera’nın kullanıcılarla etkileşiminin detaylı bir şekilde incelenebilmesini mümkün kılan dijital etnografi (netnografi) yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın evrenini sosyal medya oluştururken örneklem olarak ise Aypera’nın aktif bir şekilde kullandığı Instagram ve Twitter uygulamaları tercih edilmiştir. Çalışmanın sonucunda, algoritmik dijital influencerların yarattığı güçlü “gerçeklik” olgusuyla, sosyal medya ortamlarında ilgi çekici paylaşımlarda bulunduğu, kullanıcılar arasında eksik bilgi aktarımına yol açtığı gözlenmiştir. Dijital influencerların yarattığı “gizem” ve hitap ettikleri genel beğeni algısı ise pazarlama stratejisi olarak birtakım etik sorunlara yol açmış, gerçek ve sanal arasındaki ayrımı güçleştirmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Dijitalleşme, İletişim, Sosyal Medya, Influencer, Dijital Influencer

# DİJİTAL PLATFORMLARDA MEDDAHLIK GELENEĞİNİN İZLERİ "Aykut Elmas Komedi Üzerine Bir İnceleme"

**Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Pınar Tınaz**

**Hasan Kalyoncu Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo - Televizyon ve Sinema Bölümü**

Meddahlık, geleneksel Türk tiyatrosunun önemli bir parçasıdır. Arapçada "Metheden" anlamına gelen Meddah, halka açık alanlarda tek kişilik bir gösteri sergileyen, sopa, peşkir, takke, fes, eşarp gibi basit aksesuarlar kullanarak farklı tipler yaratılan bir hikaye anlatıcısıdır. Hikayeler tarihsel olabileceği gibi, gündelik yaşamı hicveden yapıda da olabilir. Ana metin belirlidir ancak sanatçının performansı doğaçlama olarak ilerler. Osmanlı Devleti'nin kuruluş döneminde başlamış olan meddahlık, yapısal olarak göçebelik döneminin yaşamsal pratiklerine uyumludur. Özel bir sahne tasarımı gerektirmez, kullanılan aksesuarlar kolayca taşınabilir, kalabalık ekipler ile çalışmayı zorunlu kılmaz.

Yüzyıllar boyunca en sevilen halk eğlencelerinden biri olan Meddah gösterileri, Batı menşeli tiyatro anlayışının ön plana çıkması, film ve televizyon izleme alışkanlıklarının baskın hale gelmesi ile eski popülerliğini yitirmiş, TRT tarafından tasarlanan Ramazan ayına özel eğlence programlarında kendine yer bulsa da, nostaljik bir ilginin sınırlarını aşamamıştır. Meddahlığı geleneksel formu ile yaşatmaya çalışan tiyatro sanatçıları arasında Münir Özkul, Erol Günaydın, Rasim Öztekin, Levent Kırca, Hakkı Karadayı, Altan Erkekli, Nejat Uygur, Zihni Göktay gibi isimler sayılabilir.

Günümüzde, sosyal medyanın gelişmesi ve farklı izleme taleplerini karşılamaya yönelik dijital platformların ortaya çıkması ile özellikle komedi alanında hızlı bir çeşitlenme yaşanmaktadır. Kişisel Youtube hesaplarından sınırsız video paylaşımı yapılabilmekte, kısa videoların yüklendiği Tiktok'un yanı sıra Periscope, Instagram veya Facebook üzerinden canlı performanslar yayınlanabilmektedir.

İlk videolarını 2014 yılında Vine uygulaması aracılığıyla izleyiciye sunan Aykut Elmas, bu araştırmanın ana konusudur. Vine'in 6 saniyeyi aşmayan videolar ile sınırlı olması, oyuncuyu slapstick komediye yönlendirmiş, 2017'de platformun kapanması ile önce Instagram'a, ardından Youtube'a geçen Elmas, tarzını değiştirmiştir. Youtube videolarında hiciv içeren güncel hikayeler anlatmakta, basit aksesuarlar kullanarak farklı tipler yaratmakta, bu tarzı ile kökleri meddahlığa uzanan modern bir komedi icra etmektedir. Youtube özelinde 1.230.000 abone sayısına sahip olan Elmas'ın kurgu tekniklerini meddahlık ile birleştirdiği videoları araştırma kapsamında incelenecek ve geleneksel tiyatromuzla bağı sorgulanacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Meddah, Türk Tiyatrosu, Komedi, Dijital Platformlar, Aykut Elmas.

## 2. OTURUM 2<sup>nt</sup> SESSION

Moderatör Moderator

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Deniz Telek

DIJİTAL İLETİŞİM: GÜNCEL SORUNLAR VE ÇÖZÜMLER  
DIGITAL COMMUNICATION: CURRENT PROBLEMS AND SOLUTIONS

- **Arş. Gör. Dr. / Res. Asst. Dr. Nilüfer Pınar Kılıç & Prof. Dr. Melike Aktaş** ● ● ●  
**Prof. Dr. B. Pınar Özdemir & Prof. Dr. G. Senem Gençtürk Hızal**  
*Ankara Üniversitesi & Ankara Üniversitesi & Ankara Üniversitesi & Başkent Üniversitesi*  
COVID-19 Pandemisinde 65 Yaş ve Üzeri Bireylerin Gözünden İnfodemi: “Nereden Teyit Edebilirim?”
- **Prof. Dr. Ergün Yolcu & Öğr. Gör. / Lecturer Akın Yıldırım**  
*İstanbul Üniversitesi & Giresun Üniversitesi*  
Medyada Gerçeklik Algısına Bir Müdahale Olarak Deepfake Teknolojisi
- **Öğr. Gör. / Lecturer İhsan Metinnam & Öğr. Gör. Dr. / Lecturer PhD Gökhan Karaosmanoğlu - Ankara Üniversitesi**  
CoviDrama: Dramanın Dijitalleşmesi ve Çağdaş Drama Derneği Deneyimi
- **Ahmet Haşim Alagüney - Avukat / Lawyer - Eskişehir Barosu**  
Dijital İletişim Çağında Mahremiyet ve Unutulma Hakkı
- **Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Halit Buluthan Çetintaş & Hüsna Gizem Karaağaç**  
*Atatürk Üniversitesi & Hacettepe Üniversitesi*  
Elektronik Bilgi Kaynaklarının Kullanımında Yaşanan Teknostrese Yönelik Bir Durum Analizi: Atatürk Üniversitesi Örneği
- **Prof. Dr. Halime Yücel & Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Michel Bourse**  
*Galatasaray Üniversitesi*  
Siyasal İletişim: Güncel Sorunlar
- **Aslıhan Arslan Doktora Öğrencisi / PhD Student**  
Atasözleri ve İnternet Kalıplarının Kuşaklararası Kullanımı Üzerine Deneysel Bir Çalışma
- **Prof. Ivan N. Gallegos - Davao Del Norte State College**  
Dimensions of Communication Practices of Non-Government Organizations to Community Stakeholders
- **Cristian Nicolescu (Film Producer-PhD student) - UNATC**  
How Could Self-Distribution Resuscitate Independent Production?
- **Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Deniz Telek - Hasan Kalyoncu Üniversitesi**  
A Study on Meaning in the Digital World With Reference to Wittgenstein's Concepts of Seeing and Aspect Seeing
- **Arş. Gör. / Res. Asst. Ufuk Gürbüzdal & Ozan Siso - Hasan Kalyoncu Üniversitesi**  
Intelligence and Counter – Intelligence in the Information Age

# COVID-19 PANDEMİSİNDE 65 YAŞ VE ÜZERİ BİREYLERİN GÖZÜNDEN İNFODEMİ: "NEREDEN TEYİT EDEBİLİRİM?"

**Ars. Gör. Dr. / Res. Asst. Dr. Nilüfer Pınar Kılıç - Prof. Dr. Melike Aktaş - Prof. Dr. B. Pınar Özdemir - Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi**

**Prof. Dr. G. Senem Gençtürk Hızal - Başkent Üniversitesi, İletişim Fakültesi**

TUBİTAK tarafından 1001 Programı kapsamında desteklenen 120K663 numaralı "Türkiye'de COVID-19 Pandemisinde Kırılgan Kamular ve Risk İletişimi: 65 Yaş ve Üzeri Risk Grubunun Risk Algıları Üzerine İletişim Odaklı Bir Analiz" başlıklı projenin bulgularından hareketle hazırlanan bu çalışma 65 yaş ve üzeri bireylerin infodemi deneyimlerini ve belirsizlikle başa çıkma stratejilerini anlamayı amaçlamaktadır. COVID-19 pandemisi gibi belirsizlik koşullarında bireylerin enformasyon ihtiyacı ve arayışı artmaktadır. COVID-19 risk iletişimi sürecinde ortaya çıkan bilgi açığı, virüse ilişkin birçok enformasyonun farklı kaynaklardan dolaşıma girmesine neden olmuştur. Bu süreçte infodemi olarak tanımlanan, medyada görülen misenformasyon ve dezenformasyonun yarattığı bilgi kirliliği kamuların gerçekte yalancı birbirinden ayırmasını güçleştirmiştir. Kırılgan kamular COVID-19'u çevreleyen bu infodemikten çeşitli şekillerde daha orantısız ve olumsuz etkilenmişlerdir. Pandemide hastalığın olumsuz sonuçlarını ağır derecede yaşama ihtimallerinin yüksekliği nedeniyle öncelikli risk gruplarından biri olarak tanımlanan ve tüm dünyada 'kırılgan' (vulnerable) gruplar arasında gösterilen 65 yaş ve üzeri bireyler de bu süreçte enformasyon arayışına girişmişlerdir. Bu sürecin anlaşılabilmesi için tasarlanan araştırmada Ankara'da ikamet eden 65 yaş ve üzeri 65-89 yaşları arasında, farklı eğitim seviyelerine sahip toplam 47 kişiyle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada bireylerin geleneksel ve dijital medyadan gelen bilgi kirliliği nedeniyle kafa karışıklığı ve güven problemi yaşadıkları görülmüştür. Bu durumla başa çıkabilmek için bireylerin kanaat önderi olarak kabul ettikleri bilim insanları ya da güvendikleri televizyon kanallarına yöneldikleri tespit edilmiştir. 65 yaş ve üzeri bireylerin kişilerarası iletişim ve enformasyon kaynağı olarak kullandıkları sosyal medyadan eriştikleri bilgilere mesafeli yaklaştıkları ve oradan edindikleri her bilgiye inanmadıkları görülmüştür. Ayrıca 65 yaş ve üzeri bireylerin teyit mekanizmalarının olmaması nedeniyle kaygı yaşadıkları belirlenmiştir. Sonuç olarak risk iletişiminde kamuların perspektifini gözetken, iletişimsel ihtiyaçları ve beklentilerine odaklanan ve "risk" anlayışlarının değişimine bağlı olarak zaman içinde yeniden şekillenen etkili iletişimin kurulması gerekliliği anlaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** COVID-19, 65 yaş ve üzeri bireyler, risk iletişimi, infodemi, belirsizlik.

# MEDYADA GERÇEKLIK ALGISINA BİR MÜDAHALE OLARAK DEEFAKE TEKNOLOJİSİ

**Prof. Dr. Ergün Yolcu - İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi**  
**Öğr. Gör. / Lecturer Akın Yıldırım - Giresun Üniversitesi TBMYO**

Günümüzde iletişim teknolojilerinin sunduğu hızlı ve etkileşimli internet ortamı, bilginin dijital medya ortamları üzerinden yaygınlaşmasının en önemli aracı haline gelmiştir. Dijital ortamlar üzerinde yaratılan sınırsız içerikler, gerçekliğin her geçen gün bağlamından kopmasına, kaynağının belirsizleşmesine, bireyin gerçeğe olan güvenini kaybetmesine ve bilginin gerçek ya da sahte oluşu ile ilgili tartışmalara yol açmaktadır. Son yıllarda hızla gelişen yapay zeka teknolojileri eliyle yaratılan deepfake türü yazılımlar Baudrillard'ın dile getirdiği hiper gerçekliklerin de ötesinde derin sahte gerçekler inşa etmekte ve gerçekliğin sınırlarının daha da belirsizleşmesine neden olmaktadır. İnsanoğlunun tarihsel serüveninde gerçeğin görüntüsü ya da varlığı hiç bu kadar dönüşüme uğramamış, var olmayan gerçekler inşa edilmemiştir.

Deepfake teknolojisi bir yandan sinema, reklam, sanat gibi dallarda yaratıcı içerikler üretilebilmesini mümkün kılarken diğer taraftan politik, pornografik, şantaj, haber gibi manipülasyona dayalı içerikler de yaratılmasına neden olan bir teknolojidir. Türkçeye "derin sahte" olarak çevirebileceğimiz deepfake kavramı, yapay zekâ teknolojilerinin derin öğrenme ve yapay sinir ağları tekniklerini kullanarak gerçeğin kusursuz kopyalarını yaratırken, gerçeği taklit etmenin de ötesinde gerçekliğe yeni bir biçim kazandırmaktadır.

İlgili literatür için henüz yeni bir kavram olan deepfake konusunu merkeze alan bu çalışma deepfake videolarının ve yapay zekâ tarafından yaratılan sahte gerçekliklerin hangi yöntemlerle oluşturulduğunu, bu medya teknolojilerinin bireye birtakım imkânlar sunarken diğer taraftan toplumsal açıdan yaşanabilecek tehditlerin neler olabileceğini ortaya koymaya çalışmaktadır. Bu bağlamda dijitalleşme, deepfake ve yapay zeka gibi konular çerçevesinde bir kavramsal çerçeve oluşturulan çalışmada bu kavramların ortaya konulması için literatür taraması yöntemi kullanılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Deepfakes, Yapay Zekâ, Dijitalleşme, Derin Öğrenme, Gerçeklik

# COVIDRAMA: DRAMANIN DİJİTALLEŞMESİ VE ÇAĞDAŞ DRAMA DERNEĞİ DENEYİMİ

**Öğr. Gör. / Lecturer İhsan Metinnam - Öğr. Gör. Dr. / Lecturer PhD. Gökhan Karaosmanoğlu**  
**Ankara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi**

Bir konuyu canlandırmaya yönelik olarak gerçekleşen bir sanat formu, sanat eğitimi yöntemi ve disiplini olan drama, tıpkı tiyatrodaki performans sanatlarında olduğu gibi doğası gereği insanların fiziksel bir mekanda, gerçek bir temasta bulunabilecekleri koşullarda bir araya gelmesini gerektirir. COVID-19 öncesinde, sözü edilen gerekliliklerden kaynaklı olarak dramanın uzaktan yapılabilirliğine ilişkin tutumun yaygın biçimde olumsuz olduğu söylenebilir. COVID-19'la beraber drama için de dijitalleşme bir zorunluluk haline gelmiştir. COVID-19 öncesinde drama ve teknoloji ilişkisi; projeksiyon, müzik çalar, video, kamera gibi araçların drama sürecini etkili kılmayacağı üzerine odaklanan tartışmalardan oluşmaktadır. Diğer bir deyişle, teknoloji, dramanın eğitsel ve estetik açıdan daha etkili olabilmesi amacıyla işe koşulacak yardımcı bir bileşen olarak görülmektedir. Dramanın uzaktan yapılabilirliği ise doğrudan reddedilen bir görüştür. Salgın koşulları yeni normalin dinamiklerine uyum sağlama süreçlerini beraberinde getirmiştir. Türkiye'de yeni normale uyum sağlamak için en hızlı tepki veren alanlardan biri drama, kurumlardan biri Çağdaş Drama Derneğidir (ÇDD). Drama eğitmeni yetiştirmeyi amaçlayan ÇDD, ilk olarak eğitmenlik programının son aşaması olan bitirme projesini çevrimiçi ortama uyarlamıştır. İkinci olarak drama eğitmenliği programını çevrimiçi ortamda uygulamaya başlamış; farklı aşamalardan oluşan programdaki oyunlar, fiziksel etkinlikler ve canlandırma süreci çevrimiçi ortama uyarlanmıştır. ÇDD bünyesinde düzenlenen "Drama Günleri, "Konulu Atölyeler" gibi gelenekselleşmiş etkinlikler dijital ortama uyarlanmış, Covid-19 süreci drama derslerinin uzaktan verilebilmesi için dijital ortamın etkin kullanıldığı bir araştırma ve eğitim birikimine dönüşmüştür. Türkiye'nin bu çabaları drama eğitimi alanındaki en büyük oluşum IDEA'nın (International Drama/Theatre and Education Association) dikkatini çekmiş, dünyanın farklı ülkelerinden uzmanların katıldığı çevrimiçi bir seminerde bu birikimler paylaşılmıştır. Bu çalışmanın amacı, drama alanındaki dijitalleşme deneyimini Çağdaş Drama Derneği'nin çalışmaları odağında aktarmaktır. Bu çalışmada temel nitel araştırma kullanılmış, çalışmanın verileri doküman incelemesi yoluyla toplanarak betimsel olarak çözümlenmiştir. Bu yolla, bir sanat eğitimi disiplini ve yöntemi olan dramanın dijitalleşme sürecine ilişkin deneyimin betimlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma sonunda, dramanın dijitalleşmesine ilişkin alanda çalışan eğitimcilere, araştırmacılara ve sanatçılara çeşitli öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Yaratıcı drama, CoviDrama, COVID-19, Çağdaş Drama Derneği, Sanat Eğitimi

# DİJİTAL İLETİŞİM ÇAĞINDA MAHREMİYET ve UNUTULMA HAKKI

**Av. Dr. Ahmet Haşim Alagüney**  
**Eskişehir Barosu**

Bilişim ve iletişim teknolojisindeki yeniliklerin günlük yaşamın her aşamasına sirayet etmesi bu teknolojiler aracılığıyla kişisel verilerin yoğun biçimde işlenmesine neden olmaktadır. Elde edilen verilerin geliştirilmiş algoritmalarla kapsamlı biçimde analiz edilebilmesi günlük hayatı bir yandan kolaylaştırırken bir yandan da kişilerin özel hayatlarını daha görünür ve erişilebilir kılarak mahremiyet ihlallerine yol açmaktadır. Bu çalışma dijital iletişim çağının yarattığı bu mahremiyet sorununa karşı unutulma hakkının temel bir insan hakkı olarak tanınması gerekliliğini vurgulamak ve uygulamada yaşanan sorunlara dikkat çekmek amacıyla kaleme alınmıştır.

Çalışmada öncelikle kavramsal çerçeve kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır. Unutulma hakkı kavramının; mahremiyet hakkı, kişisel verilerin korunması hakkı, ifade özgürlüğü hakkı, silme hakkı gibi kavramlar ile kesiştiği hususlar olmakla birlikte bu hakkın temel bir insan hakkı olarak değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Çalışmanın devamında unutulma hakkının tarihsel gelişimi ele alınmış ve unutulma hakkına ilişkin yargı kararları tartışılmıştır.

Bu kararlar incelendiğinde unutulma hakkının birçok metinde farklı anlamları karşılar şekilde kullanıldığı ve her ne kadar unutulma hakkının doktrinde temel bir insan hakkı olarak görülme eğilimi daha baskın ise de yargı kararlarında unutulma hakkının başka haklarla ilişkilendirilerek ele alındığı gözlenmektedir. Bu durum da hakkın kullanımı ile ilgili olarak birtakım engeller doğurmaktadır.

İnternet üzerinden paylaşılan bir verinin yayılma hızı ve birçok farklı platformda iz bırakıyor oluşu birlikte düşünüldüğünde dijital iletişim çağında en çok tartışılacak insan haklarından birisinin unutulma hakkı olması kaçınılmazdır. Bu nedenle uluslararası metinlerde bu hakka ilişkin ortak tanımlama sorunu giderilmeli, başta Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi olmak üzere uluslararası otoriteler ve ülkelerin yargı mekanizmaları bu hakkı temel ve bağımsız bir insan hakkı olarak ele almalı ve pratikte unutulma hakkına ilişkin taleplerin hızlı ve etkin bir şekilde gerçekleştirilmesine ilişkin başvuru yolları oluşturulmalıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Unutulma Hakkı, Mahremiyet Hakkı, Kişisel Verilerin Korunması Hakkı, İfade Özgürlüğü Hakkı, Silme Hakkı



# ELEKTRONİK BİLGİ KAYNAKLARININ KULLANIMINDA YAŞANAN TEKNOSTRESE YÖNELİK BİR DURUM ANALİZİ: ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

**Doç.Dr. / Assoc. Prof. Dr. Halit Buluthan Çetintaş - Atatürk Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü**  
**Hüsna Gizem Karaağaç Yüksek Lisans Öğrencisi / MA Student - Hacettepe Üniversitesi, Bilgi ve Belge Yönetimi**

Bilginin en değerli meta olduğu Enformasyon Çağ'ında gelişen bilgi teknolojileri elektronik bilgi kaynaklarının gelişmesini de sağlamıştır. Bilgi teknolojilerinde dolayısıyla da elektronik bilgi kaynaklarında yaşanan gelişmeler, bireylerde teknolojiyi yeterince kullanamamaya bağlı olarak teknostres olgusunu ortaya çıkarmıştır. Teknostres, bireyin bilgi ihtiyacını giderememe ve buna bağlı olarak teknolojiye karşı gelişen stres gibi birtakım olumsuzluklardan oluşmaktadır. Bireyde gelişen teknostres olgusu zamanla kronikleşerek teknolojiye karşı oluşan fobi durumunu ortaya çıkarmaktadır. Bireyde gelişen teknostres ve buna bağlı olarak gelişen teknofobi durumunu giderebilmek ancak bireye teknostres farkındalığı oluşturmak ile mümkün olacaktır. Bu çalışma ile Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsüne bağlı fakültelerde yüksek lisans ve doktora yapan araştırma görevlilerinin bilgi teknolojilerine ve elektronik bilgi kaynaklarına bağlı olarak gelişen teknostres durumlarını tespit etmek amaçlanmaktadır. Bu amaç kapsamında Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsüne bağlı fakültelerde yüksek lisans ve doktora yapan araştırma görevlilerinden iki farklı grup oluşturulmuştur. İlk grup olan yüksek lisans öğrencileri 46 kişi ve ikinci grup olan doktora öğrencileri ise 54 kişiden oluşmaktadır. Çalışmada, yüksek lisans ve doktora eğitimi gören araştırma görevlilerinin teknostres durumlarını ölçmek için 24 sorudan oluşan anket uygulaması yapılmıştır. Böylece araştırma görevlilerinin teknostres durumları tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen verilere göre, yüksek lisans ve doktora eğitimi gören araştırma görevlilerinin elektronik kaynak kullanımında teknostres yaşadıkları belirlenmiştir. Elektronik kaynak kullanamama durumuna bağlı olarak gelişen teknostres, araştırma görevlilerinin bilgi gereksinimlerini gidermelerinde de olumsuz etkisi olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın sonuç bölümünde, araştırma görevlilerinde oluşan/oluşabilecek teknostres durumunun giderilebilmesi ve bu durum karşısında bireyde farkındalık oluşabilmesi için birtakım önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Teknofobi, Teknostres, Elektronik kaynaklar, yüksek lisans öğrencileri, doktora öğrencileri.



## SIYASAL İLETİŞİM: GÜNCEL SORUNLAR

**Prof. Dr. Halime Yücel - Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Michel Bourse**  
**Galatasaray Üniversitesi**

Siyasal iletişim tüm yurttaşların toplumların yönetimine katılacak yetkinlikte oldukları inancına dayanır. Web 2.0'ın gelişimiyle bu kavram sosyal ağlar bağlamına yayılır. Artık "siber demokrasiden" söz edilmektedir. Elverişli yönü doğrudan etkileşimselliği sağlamasıdır, böylece politikayla bağıntılar dönüşmüştür. Çalışmamızda sanal demokrasinin risklerini tartışma amacını taşımaktayız. Yeni iletişim araçları hızlılıkları ve anonim nitelikleri nedeniyle politik konuları incelemek ve kimi kararların sonuçlarını düşünmek için her zaman yeterince süre tanımamaktadır. Ayrıca sosyal ağlar ilk enformasyon kaynağı durumuna gelmiş olsa da yanlış enformasyonlar ve güvenilirmez kaynaklar giderek artmaktadır ve "sahte haber" sorunu artık politik tartışmaları kutuplaştırmaktadır. Son olarak algoritmaların önemli etkileri olabileceği göz ardı edilmemelidir: Hem enformasyonun filtrelenmesini hem de internet kullanıcısının İnternette bilgi ararken içinde bulunduğu düşünsel ve kültürel yalıtılmışlığı dile getiren filtre balonu kavramı da bunu gösterir. Öte yandan çalışmamızda siber demokrasinin yurttaşların kamu politikalarının üretimine sürekli katılımını meşrulaştırdığını da ortaya koymaya çalışacağız. "Sürekli demokrasi" düşüncesinin amacı, örneğin yurttaş meclisleri yoluyla, yurttaşın bir aktör durumuna gelmesini sağlamaktır. Böylece günümüzde sosyal ağların ve başka görüşlerini dile getirme araçlarının (bloglar, forumlar vb.) politik anlatımın ve harekete geçmenin vaz geçilmez alanları sorunsuz olmasa da vaz geçilmez alanları durumuna gelmiştir. Bununla birlikte sorun, siber demokrasinin, demokratik pratikleri yenileyip yenilemeyeceği, ne ölçüde katkıda bulunabileceğidir.

**Anahtar Kelimeler:** siyasal iletişim, siber demokrasi, filtre balonu, sahte haber, sürekli demokrasi

## AN EXPERIMENTAL STUDY ON THE INTERGENERATIONAL USE OF PROJECTS AND INTERNET PATTERNS

**Aslıhan Arslan** Doktora Öğrencisi / PhD Student

Culture is in constant change and transformation. In this context, oral cultural products are among the elements that undergo the most change during intergenerational transmission. From this point of view, there has been a widespread belief that young generations have been indifferent to many traditional elements, especially proverbs. However, no scientific research has been conducted to determine whether this is the current situation. This research was conducted to fill such a gap in the field. The stereotypes used by the people around him for 1 month, whether these patterns were folklore or newslore patterns, and by which generation the pattern was used were recorded by the researcher. It has been researched how much individuals need to use patterns, how they use patterns in which situations, and which generation uses these patterns more. The most important point here is to observe the usage in the natural flow of daily life. Because while it is clear that almost all of them will answer yes when asked "Do you know the proverb "Ak akçe is for a black day?" as in the current studies, it is clear that if they use proverbs spontaneously in daily life, it will yield more realistic results. For this reason, participant observation method was used in the research, and everyone who had a dialogue with the researcher within 1 month was selected as a

sample. Their use was recorded without the knowledge of the participants; source persons are coded with their birth dates, not their names. X, Y and Z generations were included in the study. According to the data obtained as a result of the research, a total of 228 patterns were used; 135 of them were folklore patterns and 93 of them were newslore patterns. The distribution of these patterns according to generations is; Generation X 56 folklore patterns, 2 newslore patterns; Generation Y 29 folklore patterns, 74 newslore patterns; Generation X used 4 folklore patterns and 17 newslore patterns. As it can be understood from these data, while the younger generation knows and uses traditional patterns, the older generation has almost never used newslore patterns. While these data destroy the argument that the younger generation is ignorant of traditional culture, they reveal that if there is an intergenerational language incompatibility, the reason for this conflict is the older generation.

**Keyword:** Folklor, Newslore, Project, Generation, Culture Transfer

## **DIMENSIONS OF COMMUNICATION PRACTICES OF NON-GOVERNMENT ORGANIZATIONS TO COMMUNITY STAKEHOLDERS**

**Prof. Ivan N. Gallegos**

**Davao Del Norte State College, Philippines**

The study aimed to determine the dimensions of communication practices of non-government organization to community stakeholders and to develop a framework utilizing Exploratory Factor Analysis (EFA) technique. The sampling procedure used in the study was purposive sampling. The study was conducted in Davao City with 150 participants as sample respondents. A questionnaire was created and used as the research instrument in gathering the data and was checked by an examiner for content validity. Rotated component matrix discarded 1 item out of 30 and categorized the remaining 29 items into 4 dimensions.

Results revealed that there are four dimensions of communication practices of non-government organizations to community stakeholders based on the Eigen values of not less than 0.4. These are application of participatory communication approach, utilization of digital media tools and strategies, used of traditional communication channels and organizing events and Public communication. Every Non-Government Organization should always apply participatory communication approach as it is proven vital in every NGO's success and helps in empowering the community. Moreover, the availability of different digital media tools should also be utilized to widen the scope of NGOs in terms of information dissemination and to promote collaboration although, traditional communication channels should not be rejected amidst the convenience given by these new technologies. Traditional communication channels like print, radio and face-to-face communication can be applied especially in most of the far-flung communities where internet is not available. Also, in a community of indigenous people these technologies may not have sense for them which may lead to ineffective communication. Hence, application of participatory communication is necessary to come up with culturally sensitive projects and strategies and NGOs should develop some structured standard operating procedures to develop communication practices for community mobilization.

**Keywords:** Communication Practices, Non-Government Organizations, Exploratory Factor Analysis, Community Stakeholders, Participatory Communication

## HOW COULD SELF-DISTRIBUTION RESUSCITATE INDEPENDENT FILM PRODUCTION?

**Cristian Nicolescu**

**Film Producer-PhD student U.N.A.T.C. Bucharest**

For the first time in the relatively short history of the film industry, we are assessing a departure from the Hollywood fortress. The influence of the big studios is fading, and it is reshaped by the power of online distribution only to take a new form. Will this transformation change the core of the film industry as we know it? The vertically integrated model where studios owned cinema venues and film production facilities where the talented artists were exclusively doing works based mainly on the taste of the studio owners seems to have disappeared long ago. So has the model where artists formed entities to control their interest like the United Artists was. What is the new shape the film industry took? How many of the lessons of the past can we apply today? How are the other creative industries operating in the digital world?

After UA-United Artists formed in the early '20s, the star system defined Hollywood in the following decades. In the late '50, the extraordinary meeting of Hitchcock and Truffaut, the melange of the classic Hollywood and European film, the commercial and the art paved the way for the French New Wave and democratised the business and art in the '70s. Technology has always influenced cinema language and aesthetics as well as its business model. More artists could be putting today using the latest digital tools and social media their singular work together in the hands of audiences by means only controlled by the artists themselves only. Collective self-distribution is more accessible in a digital world than ever—last time this happened 100 years ago, when Charles Chaplin, Mary Pickford, D.W. Griffith and then Orson Welles decided to make their films under their brand - United Artists. Now is the best time ever to embrace again the UA model.

**Keywords:** united artists, online, social media, together we are powerful

## WITTGENSTEIN'İN GÖRÜŞ NESNESİ VE GÖRME KAVRAMLARINDAN HAREKETLE DİJİTAL DÜNYADA ANLAM ÜZERİNE BİR İNCELEME

**Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Deniz Telek**

**Hasan Kalyoncu Üniversitesi, İletişim Fakültesi**

Canlı söz ve yazılı söz arasındaki ilişki felsefe tarihi boyunca gündemde olmuş önemli bir tartışma konusudur. Bu tartışma Sokrates'in yazıyı felsefi tartışma alanının dışına itmesi ile başlar. Filozofa göre, yazı anlamı saklama yetisine sahiptir ve bu bakımdan felsefe yapılırken yazı yerine diyaloga dayalı konuşmanın tercih edilmesi gerekir. Dijital dünyaya baktığımızda ise yeni dönem felsefesinin ve yaşam kavrayışının ne yazı ne de canlı söz ekseninde ortaya çıktığı görülür. Yeni dünya kavrayışı yazı ve sözden ziyade görme ilişkileri üzerinden şekillenmektedir. Buradan bakıldığında yazı, söz ve görüntü (görme) arasındaki merkezi bağıntının anlam olduğu ortaya çıkar. Bu bağlamda yeni dünya kavrayışı ekseninde anlam ilişkileri çözümlenirken görme kavramının da açıklanmış olması gerekmektedir. Görme durumu Ludwig

Wittgenstein'a göre olağan dışı görsel deneyimler içermektedir. Wittgenstein bu tarz bir deneyimi kimi zaman "bir görünüş fark etmek" (noticing an aspect), "olarak görmek"(seeing-as), "bir görüş görmek"(seeing an aspect) olarak adlandırır. Buradaki temel keşif bakılan bir objede ya da ona bakan kişide bir değişiklik olmamasına rağmen objenin birden fazla görüşü içeriyor olmasıdır. Filozofa göre, burada soruşturulması gereken şey ne obje ne de ona bakan öznedir. Anlam açısından soruşturulması gereken, görme eyleminin kendisidir. Bu çalışmanın amacı dijital dünya merkezinde ortaya çıkan anlam problemlerini Wittgenstein'ın Felsefi Soruşturmalar adlı eserinde ortaya koyduğu görüş nesnesi ve görme kavramlarından hareketle çözümlenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Görme, Bakış, Görüş Nesnesi, Görüş Körlüğü, Anlam

## INTELLIGENCE AND COUNTER-INTELLIGENCE IN THE INFORMATION AGE

**Arş. Gör. / Res. Asst. Ufuk Gürbüzdal - Hasan Kalyoncu University, Faculty of Communication**

**Ozan Siso - Independent Researcher**

Since the purported Russian interference in the 2016 U.S. presidential election, hoax headlines, or so-called "fake news", have come to widespread attention of American public, and under heavy criticism of politicians at the highest levels of the U.S. government. The increasing political and social discord has not been limited with the United States; in fact, similar concerns have been raised in relation to European countries, where extreme-right has reportedly been provided with an online arsenal of carefully fabricated news and other disinformative content by certain foreign entities. Use of media, in general, and social media, in particular, by foreign intelligence services to influence the electorate has revived debates on infiltrative and manipulative use of internet. Gathering and exploitation of online information of confidential nature by military, police and civilian intelligence agencies has been substantiated several times, most notably by former CIA employee Edward Snowden, whose disclosures revealed global surveillance programs and illegal spying activities. More recently, it was revealed that Cambridge Analytica, a political consulting firm based in the UK, had illicitly harvested the personal data of tens of millions of Facebook users. Today a growing number of companies as well as governments are perpetually accused of misappropriation of digital assets, collecting private data, and conducting mass surveillance through technological devices, mobile applications, and online platforms. However, there also exist media organizations and collective initiatives such as Wikileaks that release prominent documents on political corruption, illegal and extralegal military operations, financial crimes, and restrictions of civil liberties and human rights. All these developments undoubtedly point to internet's (counter-)hegemonizing utility and attest to many opportunities internet bestows upon contesting groups of power. This paper, therefore, discusses said emerging forms of (counter-)intelligence in the context of Poulantzas' providential conception of authoritarian statism by tackling their manifold implications for social balance of power.

**Keywords:** Poulantzas, Surveillance, Intelligence, Hegemony, Internet

### 3. OTURUM 3<sup>rd</sup> SESSION

### SOSYAL MEDYA SOCIAL MEDIA

Moderatör Moderator

Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Yelda Yanat Bağcı

- **Öğr. Gör.** / Lecturer **Elnaz Nasehi** - *Arkin University of Creative Art and Design*  
Youth-Led Community Building Activities During the Covid-19 Pandemic: Bahá'í Perspective
- **Onipede Festus Moses** - *University of Lagos*  
Metaphor of Covid-19 among Nigerians: A Cognitive Metaphorical Analysis of Internet Memes
- **Desmond Onyemechi Okocha** - *Bingham University*  
Social Media, Ethics and Privacy in Nigeria – Issues and Challenges
- **Admilson Veloso da Silva** - *Corvinus University of Budapest*  
Visual communication in the age of digital-networked images: an analysis of Instagram Stories features
- **Doç. Dr.** / Assoc. Prof. Dr. **Nuran Öze** - *Arkin University of Creative Arts and Design*  
Covid-19 Araştırması: Kuzey Kıbrıs'ta Sosyal Medya Kullanım Kalıplarında ve Kişilerarası İlişkilerde Değişim
- **Dr. Öğr. Üyesi** / Asst. Prof. Dr. **Ender Kazak** - *Düzce Üniversitesi*  
Sekizinci Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımının Nedenleri ve Etkileri
- **Dr. Öğr. Üyesi** / Asst. Prof. Dr. **A. Elif Posos Devrani & Arş. Gör. Dr.** / Res. Asst. Dr. **İpek Kesici** - *Türk-Alman Üniversitesi*  
Dijital Çağda Ebeveynlerin Sosyal Medya Paylaşımları: Sharenting
- **Öğr. Gör.** / Lecturer **Nehir Devrim** - *Kastamonu Üniversitesi*  
Sosyal Medya Okuryazarlığı, Medyaya Güven ve Demokrasi
- **Öğr. Gör. Dr.** / Lecturer Dr. **Yusuf Zafer Can Uğurhan** - *Anadolu Üniversitesi*  
Instagram Kullanıcılarının Sponsorlu İçerik Algısı ve İçeriğe İlişkin Beklentileri Üzerine Bir Araştırma
- **Öğr. Gör. Dr.** / Lecturer Dr. **Yeliz Tuna** - *Ege Üniversitesi*  
Sosyal Medya Fotoğraflarında Beden Olumlama ve Kimlik İnşasının Temsili
- **Dr. Öğr. Üyesi** / Asst. Prof. Dr. **Uğur Baloğlu** - *İstanbul Gelişim Üniversitesi*  
Dijital Çağda Video Günlüklerle Gıdıklanan Arzu

## YOUTH-LED COMMUNITY BUILDING ACTIVITIES DURING THE COVID-19 PANDEMIC: A Bahá'í Perspective

Öğr. Gör. / Lecturer **Elnaz Nasehi**

**Arkin University of Creative Art and Design**

Bahá'í educational programs are systematized worldwide with the aim of fostering individuals' spiritual growth (empowerment) and their participation in social advancement and community building. These educational programs host children and youth from different religious and socio-cultural backgrounds. With the outbreak of Covid-19, Bahá'ís around the world have moved most of their activities online. That's how the combination of participatory social media and youth-led community building activities have opened a path for youth to play their vital role as protagonist of transformation.

The current research is an ongoing research which employs digital ethnography and semi-structured interviews in order to answer two central questions: first, what role do Bahá'í educational programs play in the lives of youth who are attending them? Second, what is the role and potential of participatory social media in enhancing social participation of youth? These two main questions are interconnected as the group of youth who are attending Bahá'í programs integrate these newly-developed perspective, capacities and skills into their online and digital activities. This research structures its theoretical and conceptual perspective on the interconnection of theories of youth participation, participatory media, and relevant concepts such as social media, youth empowerment, power relation, community and inclusion. Each of these concepts will be integrated into the research in relations to Bahá'í perspectives as the foundation for youth activities.

**Keywords:** Participatory Media, Community Building, Bahá'í Faith, Youth Empowerment, Youth Participation, Digital ethnography

## METAPHOR OF COVID-19 AMONG NIGERIANS: A COGNITIVE METAPHORICAL ANALYSIS OF INTERNET MEMES

**Onipede Festus Moses** Student

**University of Lagos, Nigeria**

The study is concerned with the analysis of COVID-19 memes in Nigeria to uncovering the roles of metaphor in multimodal platforms such as COVID-19 Internet Memes, metaphors used in expression of emotions in COVID-19 Internet memes, and the ideological meanings construed by these metaphors, using insights from Lakoff & Johnson's (2003) conceptual metaphor. Fourteen memes were selected at random from Nigerians' Facebook pages and individual facebook account. The memes are categorised into five sections, namely; metaphor of satire, metaphor of healing, metaphor of embezzlement, metaphor of economy and naira devaluation, and metaphor of education decadence. We can infer from the analysis of data that Nigerians have metaphorised the current global pandemic into Internet Memes to generate their cognition and ideological assumptions about the novel pandemic in Nigeria. The analysis reveals



that Nigerians purposively used COVID-19 memes to metaphorically reflect their cognition of Corona virus in the portrayal of the satirical situation, religious attachment to healing, criticism of Nigeria political leaders, economic recession, and decadence in Nigeria education. Finally, this study has demonstrated that COVID-19 Internet Memes can do more than just instantiating cognitive metaphors; they are capable of making direct comparison with current happening in religion, politics, economy, and state of education in Nigeria.

**Keywords:** Cognitive metaphor, Internet Memes, COVID-19, pandemic, ideology, embezzlement, decadence

## **SOCIAL MEDIA, ETHICS AND PRIVACY IN NIGERIA – ISSUES AND CHALLENGES**

**Senior Lecturer Desmond Onyemechi Okocha - Department of Mass Communication, Bingham University, Nigeria**

**Lecturer Mirian Ngozi Alike - Department of Philosophy, Nnamdi Azikiwe University Awka, Nigeria**

One of the astonishments of this millennium is the emergency of disruptive technology including social media, which has markedly redefined our social engagement and created borderless societies. As at January 2021, there were 4.66 billion active internet users and 4.2 billion active social media users in the world. These unprecedented developments have engendered debates bordering on thorny matters of ethics and privacy. In the light of the above, this study sets out to examine the associated ethical and privacy issues in social media usage in Nigeria. Scholarship in the areas include debates over the value and function of deontological, virtue, and consequentialist frameworks, and also has fixated attention on how to adequately articulate a global ethic suitable for media systems in a range of cultural contexts. While the paper is anchored on contextual integrity, which is a theory of privacy developed by Helen Nissenbaum, it adopted triangulation methodology as the researchers conducted in-depth interviews of 50 social media users and supplemented the data with discourse analysis of selected media contents that critiqued questions of media ethics and privacy effect on audiences as well as moral decision making that shape the behavior of social media users. Contextually, the research is organized around six decision-making questions—the "5Ws and H" of media ethics. Findings from the study show that besides the gross ignorance of social media ethics by netizens, the cyberspace in Nigeria is not well-regulated with code of conducts and ethical guidance and the most common issues confronting users include data mining, privacy paradox, and publishing user data without their consent. The study recommended that government must enact media privacy protection laws as well as punish offenders, while non-state actors have to invest in the training of netizens on the three main principles of social media ethics which are authenticity, transparency and communication.

**Keywords:** Social Media, Nigeria, Media Ethics, Privacy, Cyberspace

## VISUAL COMMUNICATION IN THE AGE OF DIGITAL- NETWORKED IMAGES: AN ANALYSIS OF INSTAGRAM STORIES FEATURES

**Admilson Veloso da Silva**  
**Corvinus University of Budapest**

Digital images and social media usage have become trending research topics in visual communication and new media studies in the past decades, yet many questions and concepts within their interconnection remain undiscussed. Hereby, this paper aims at examining how add-on features in ephemeral content platforms such as Instagram impact on notions and uses of contemporary images. In order to approach this interrogation, the article is divided into two parts: first it provides a theoretical discussion and possible definition for digital-networked images (Kasra, 2017a) from a visual communication perspective (Worth, S, & Gross, 1974;

Gross, 1980; Lester, 1995; Mitchell, 1986; 2005) and social media visualities (Serafinelli and Villi, 2017; Karsa, 2017a, 2017b; Manovich, 2017; Highfield and Leaver, 2016); elaborated on the previous ideas, a second part brings on an empirical qualitative descriptive analysis of Instagram Stories features with the use of netnography (Kozinets, 2015). As a result, it is understood that digital-networked images need to be analyzed and defined within their context; the studied platform presents changes on structural aspects of contemporary visual content production and affordances; and the technical characteristics found are directly interrelated to socio-cultural aspects. Despite ephemerality becoming ubiquitous in online digital images sharing, further research is still needed from Communication Science scholars to fully understand its relationship with other visual communication practices online.

## COVID-19 PANDEMİ DÖNEMİNDE KUZAY KIBRIS'TA SOSYAL MEDYA KULLANIM KALIPLARINDA VE KİŞİLERARASI İLİŞKİLERDE DEĞİŞİM ARAŞTIRMASI

**Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Nuran Öze**  
**Visual Communication Design, Faculty of Communication, Arkin University of Creative Arts and Design**

Covid-19'un DSÖ tarafından pandemi olarak ilan edilmesiyle birlikte dünya genelinde yaşam pratiklerinde değişimler yaşandı. Pandemi ilanı ve Covid-19'un yaygınlaşması ile birlikte ülke genelinde sokağa çıkma yasağından, seyahat kısıtlamasına, seyahat edilecekse karantina kurallarına, evden çalışma, online eğitim ve bunlar gibi günlük yaşam rutinlerinde ani ve olağanüstü değişikliklere yol açmıştır ve açmaya da devam etmektedir. Bu çalışmadaki amacı, Covid-19 pandemisi sırasında sosyal medya kullanım kalıplarındaki değişimi ve bunun Kuzey Kıbrıs'ta karantina sırasında kişiler arası iletişime etkisini araştırmaktır. İnsanların sosyal medya kullanım kalıplarını anlamak için elektronik anketlerde yarı yapılandırılmış sorular kullanılarak veri toplamak amacıyla 198 kişiye çevrimiçi anket uygulanmıştır. Bu karma araştırma yönteminin (nitel ve nicel) sonucunda elde edilen bulgular, Covid-19'un sosyal medya kullanımını üzerinde kaçınılmaz bir etkisi olduğunu göstermektedir. Covid-19, karantina döneminde insanların sosyal medyada daha fazla zaman geçirmesine neden olmuş, yeni kurallar sosyal medya kullanım motivasyonlarını



değiştirmiş ve sosyal medya platformları üzerinden akrabaları veya sevdikleriyle iletişim halinde kalmaya çalışmışlardır. Covid-19 pandemi dolayısıyla kısmi sokağa çıkma yasağı sırasında sosyal medya kullanımını Kuzey Kıbrıs'ta yaşayanlar için iki ucu keskin bir kılıç olarak değerlendirilmektedir. İnsanlar daha çok sosyal medya platformlarını iletişim kurmak ve vakit geçirmek için kullanıyor olsa da bu durum kısmi sokağa çıkma döneminde bir izolasyon hissine de yol açmış ve kişilerarası ilişkileri de etkilemiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Covid-19, Kişilerarası İlişkiler, Sosyal Mesafe, Sosyal Medya, Kuzey Kıbrıs

## SEKİZİNCİ SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMININ NEDENLERİ VE ETKİLERİ

**Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Ender Kazak**

**Düzce Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Eğitim Yönetimi ve Denetimi Anabilim Dalı**

Bu çalışmanın amacı, sosyal medyanın nedenlerini ve sekizinci sınıf öğrencileri üzerindeki etkilerini ebeveynlerin görüşleri ile ortaya koymaktır. Çalışma, nitel yöntemde yürütülmüştür. Çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden birisi olan olgubilim deseninde tasarlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubu, 2020-2021 eğitim-öğretim yılında Düzce İl Merkezi'nde bulunan ortaokullarda okuyan 8.sınıf öğrencilerinden 5 tanesi kız 5 tanesi erkek olmak üzere, 10 tane öğrenci velisinden oluşmaktadır. Araştırmada, amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Görüşme sürecinde yarı yapılandırılmış görüşme soruları kullanılmıştır. Verilerin analizinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonunda sorular bağlamında üç tema elde edilmiştir. Birinci tema, öğrencileri sosyal medya kullanımına iten nedenlere ilişkindir. Bu temada, eğlence aracı olarak görme, arkadaşlarla iletişim, rol model aldığı kişileri takip etme, boş zaman değerlendirme, sosyal medya fenomeni olma ve çevrim içi ortamın verdiği özgürlük kodlarına ulaşılmıştır. İkinci tema, öğrencilerinin sosyal medya kullanımının olumlu ve olumsuz etkilerine ilişkindir. Bu temada, iletişimde bulunduğu kişilerin takibini yapabilme, genel kültürü artırma, arkadaşları ile bilgi paylaşımında bulunabilme, proje ve ödevleri için yeni fikirler bulma gibi olumlu kodlara ulaşılmıştır. Olumsuz kodlar ise sağlık sorunlarına neden olma, ders çalışmasını engelleme, uygunsuz içerikler, gerçek hayattan kopma ve tembellik ve sabırsızlık oluşturması şeklindedir. Üçüncü tema, öğrencilerinin sosyal medya kullanımını azaltmaya ve olumsuz etkilerinden kurtulmaya yönelik çözüm önerileri ile ilgilidir. Bu temada, aile ile kaliteli zaman geçirme, saat sınırlaması, hobi kazandırma, farklı aktivitelere yönlendirme, uzman desteği alma ve okul rehber öğretmeni ile görüşme kodlarına ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Aile, Medya, Okul, Öğrenci, Sosyal medya

## DİJİTAL ÇAĞDA EBEVEYNLERİN SOSYAL MEDYA PAYLAŞIMLARI: SHARENTING

**Dr. Öğr. Üyesi / Asst Prof. Dr. A. Elif Posos Devrani - Arş. Gör. / Res. Asst. İpek Kesici**  
**Türk-Alman Üniversitesi, Kültür ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Kültür ve İletişim Bilimleri**

Günümüzde ebeveynlik deneyimde dijitalleşmenin bir yansıması/uzantısı olarak ele alınan "sharenting" kavramı, ebeveynlerin çocuklarına dair bilgi ve deneyimlerinin çevrimiçi olarak özellikle sosyal medya platformlarında yayınlanmasını ifade etmektedir. Sosyal medya kullanımının artması ve platformlardaki paylaşım türlerinin çoğalması küresel olarak ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili paylaşımlarının da dijital medyada görünürlük ve erişilebilirliğinin artmasına neden olmaktadır. Bu çalışmada, ebeveynlerin dijitalleşmeye ile birlikte gelişen ve şekillenen sharenting deneyimleri ana başlığı altında, ebeveynlerin paylaşım yapma sıklıkları, motivasyonları, yetkinlikleri, paylaşımlardaki risk algıları ve etik sınırları tartışılmaktadır. Araştırmadaki değişkenler ise hane halkının sosyo-ekonomik düzeyi ve ebeveynlerin cinsiyetleri olarak belirlenmiştir. Çalışma Türkiye evreninde, 0-6 yaş arası çocuğu olan 1000 ebeveyn örneklemini ile yürütülen betimsel ve nicel bir araştırmadır. Araştırmadaki veriler Nisan - Ağustos 2020 zaman aralığında CATI metodu kullanılarak elde edilmiş ve veriler SPSS 25.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma, katılımcı ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili paylaşım yapma eğiliminin genel olarak giderek arttığını öte yandan refah seviyesi daha yüksek olan ebeveynlerin, paylaşım yapma sıklığının daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, ebeveynlerin sharenting uygulamaları için çocuklarının yaşlarının belirgin bir kıstas olmaması, kadın ebeveynlerin erkeklere oranla daha yoğun bir sharenting deneyimine sahip olması, çocukları ile ilgili paylaşım yapma konusunda ebeveynlerin kendilerini yetkin görmeleri öte yandan sharenting deneyimlerinin çocukları üzerindeki gelecekteki olası etkilerinin farkında olmaları araştırmada vurgulanan diğer sonuçlardandır. Genel sharenting deneyiminde ise mutlu anların paylaşılması, zorlanan anların paylaşılmasından kaçınılması ve son olarak çocuklara dair yapılan paylaşımlarda rahatsız edici bulunan unsurların çocukların fiziksel mahremiyetlerine zarar veren, şiddet içeren ve zararlı davranış örnekleri içeren, utandırıcı ve kişisel verilerin yer aldığı unsurlar olduğu ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sharenting, Dijital Ebeveynlik, Dijital Ayak İzi, Sosyal Medya, Paylaşım

"Bu çalışma Türk - Alman Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonunca kabul edilen 2019BK017 nolu "Türkiye'de Dijital Ebeveynlik" isimli proje kapsamında desteklenmiştir"

## SOSYAL MEDYA FOTOĞRAFLARINDA BEDEN OLUMLAMA VE KİMLİK İNŞASININ TEMSİLİ

**Öğr.Gör.Dr. / Lecturer PhD. Yeliz Tuna**  
**Ege Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi**

Beden, yüzyıllar boyunca üzerinde daima egemenlik kurulmaya çalışılan, toplumsal güç inşası ve dengelerinin her değişiminde stratejik konumda yer alan bir nesnedir. Bedenin bu yüzyılda en çok sosyal medya üzerinde inşa edildiği, gözetlendiği ve aynı zamanda ideal beden algısının da farklı şekillerde sunularak sanal ortamlarda var edildiği görülmektedir. Sosyal medya üzerinde paylaşılan fotoğraflar üzerinden ortaya konulan 'benlik' aslında bireyin diğer kişiler tarafından nasıl görünmesinin arzulandığı üzerinedir. Bu bağlamda, kapitalist üretim-tüketim ilişkileri açısından toplumsal normlara yön veren küresel markalar da, beden algısını biçimlendirmede görsel imgelerden yararlanmakta, medya

okuryazarlığının en bilinen özelliklerinden olan "doğallaştırma ve olağanlaştırma" sürecini bu sunulan imgeler aracılığıyla pekiştirmektedir. Görselliğin zihinlere işlenebilen bir yanının bulunması küresel markalar tarafından bilinerek başarıyla uygulamalarında kullanılmaktadır. Ürünler, markalar ve kurumlar için kimlik oluşumunda etkisinin oldukça önemli olduğu gözlenen fotoğrafın, imaj oluşturma ve imge üretme gücü açıkça görülmektedir. Tüketimdeki ilk yönelimin önce zihinlerde oluşturulduğunu bilen bu küresel firmaların sosyal medyanın görsel alanına ağırlık vermesi, değişime gitmesi asla tesadüf değil tamamen bilinçli bir stratejinin ürünüdür.

Son yıllarda ideallik anlayışına karşıt gelişen beden olumlama hareketi ile yeni bir gözetlenme süreci ve kimlik arayışı durumu ile karşılaşmaktadır. Beden olumlama hareketi'nin özellikle görsel söylem alanında sürdürdüğü mücadele ile ideal olanın karşısına tepki olarak ortaya konduğu ileri sürülmektedir. Bu mücadele alanında öteki konumuna getirilen bedenin erkek bedeninden daha çok yine tüketime yön veren kadın bedeni üzerinden inşa edildiği gözlenmektedir. Dolayısıyla bu bağlamda, beden olumlama hareketi ile değişimin mevcut güç ve iktidar anlayışının devamına hizmet ettiği, kurmaya çalıştığı söylem alanında hala tüketim kültürünün egemen izlerinin görüldüğü çok açıktır.

Çalışmada amaca yönelik örneklem ile belirlenen küresel markaların resmi Instagram sayfaları incelenerek, sosyal medya üzerinde "ideal beden algısının" nasıl işlendiği ve son yıllarda beden olumlama hareketiyle paralelinde nasıl bir dönüşüm gösterdiği ortaya konulmaktadır. Markaların görsel söylemlerindeki var olan bu değişimlerin incelenmesi çalışmanın temel sorunsalını oluşturmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Fotoğraf, Beden, Tüketim Kültürü, Sosyal Medyada Bedenin Temsili, Beden Olumlama Hareketi

## SOSYAL MEDYA OKURYAZARLIĞI, MEDYAYA GÜVEN VE DEMOKRASİ

Öğr. Gör. / Lecturer **Nehir Devrim**  
**Kastamonu Üniversitesi**

İnsanlar bilginin kendisine, bilgi kaynaklarına ve bilgiye erişim sağladıkları kanallara güvenemezlerse demokrasinin işleyebileceğine nasıl güvenebilirler?

Web 2.0'ın yaygınlaşması ve insanların sosyal medyada aktif rol almasıyla birlikte medya üretim ve tüketim pratikleri de değişime uğramıştır. Yeni medya, çoksesli, çok katılımcılı ve geleneksel medyaya kıyasla daha özgürlükçü bir platform olmasına rağmen, değişime uğrayan yeni medya üretim ve tüketim pratiklerinde eşik bekçilerinin yoksunluğu ve sınırsız, zamansız ve anonim üretim dolayısı ile bilgi kirliliği, dezenformasyon, mezenformasyon gibi olgular yaygınlaşmış, bireylerin medyaya duydukları güven sarsılmıştır.

Bu çalışma, toplumların demokratikleşme süreci için güven algısının önemini vurgulayarak medya okuryazarlığının medyaya güven konusunda nasıl işlevselleştirilebileceğini vurgulamayı amaçlamaktadır. Güven algısı demokratik süreçlerin işlemesi için çok önemlidir. Ancak, insanlar bilgi kaynaklarına, kendilerine o bilgiyi ileten araca ve bilginin kendisine güvenmediklerinde ve kendilerine gelen bilgileri doğru değerlendirme becerilerinden yoksun olduklarında, diğer bir deyişle, medya okuryazarlığı konusunda hakimiyet sahibi olmadıklarında demokrasinin işlerliği tartışmaya açık bir hale gelmektedir.

Keza, demokrasi ancak bireylerin doğru bir şekilde bilgilendirilmiş, manipülasyondan uzak değerlendirme süreçlerine ve eleştirel bakış açısına sahip olduğu ön kabulüyle sağlıklı bir yönetim biçimi olarak değerlendirilebilir. Medya okuryazarlığı, bilgi sağlayan araçlara güvenli erişimden başlayarak bilgiyi seçme, eleme, değerlendirme becerilerine sahip olmaya; bilginin kim tarafından hangi amaçla, hangi kitleyi hedef alarak üretildiğini irdelemeye, mesajın alt metinlerini okuyabilmekten, ideolojik, sosyolojik, ekonomi-politik çözümler yapabilmeye kadar uzanan geniş kapsamlı, disiplinlerüstü bir alan olup, çağımızın gerektirdiği en önemli beceri setlerinden biridir. Medya okuryazarlığı, eleştirel düşünebilen, olgular arasında anlamlı ilişkiler kurabilen ve topluma olumlu katkılar sunabilen bilinçli vatandaşlar yetiştirmede önemli rol oynar. Ancak, kullanıcıların medya okuryazarlığı konusunda aldıkları bireysel önlemler yeterli olmadığı için medya okuryazarlığı becerilerinin her bir bireye kazandırılmasında kurumsal destek sağlanmalı ve medya okuryazarlığı bir devlet politikası haline gelmelidir. Medya okuryazarlığının nihai hedefi, doğru bilgilere erişerek anlamlı çıkarımlar yapabilen sağlıklı toplumların demokratikleşme sürecini desteklemektir.

**Anahtar Kelimeler:** medya okuryazarlığı, sosyal medya okuryazarlığı, medyaya güven, medya ve demokrasi, medyaya güven algısı

## INSTAGRAM KULLANICILARININ SPONSORLU İÇERİK ALGISI VE İÇERİĞE İLİŞKİN BEKLENTİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Öğr. Gör. Dr. / Lecturer PhD. **Yusuf Zafer Can Uğurhan**  
**Anadolu Üniversitesi**

Günümüzde sosyal medya platformları markalarla tüketicileri bir araya getirirken, fenomenler tarafından üretilen sponsorlu içeriklerin yükselişine de olanak sağlamıştır. Nitekim bilgi iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve akıllı telefon kullanım oranlarının artmasıyla birlikte kullanıcıların sosyal medya platformlarındaki içeriklere erişimleri kolaylaşmıştır. Marka-fenomen işbirliği neticesinde ortaya çıkmış bir içerik türü olan sponsorlu içeriklerde fenomenler, sponsor olan markalara ilişkin ürünlerin veya hizmetlerin reklamını yapmakta ve takipçilerinin tüketimle ilgili kararlarını etkilemeye çalışmaktadır. Geleneksel reklam anlayışıyla karşılaştırıldığında, sosyal medya fenomenleri aracılığıyla gerçekleşen iletişimin kullanıcılar tarafından daha güvenilir olarak değerlendirildiği ve tüketici karar verme sürecinde önemli bir etkisi olduğu bilinmektedir. Benzer biçimde markalar, ürünler ya da hizmetler hakkında kullanıcıların, fenomenlerin görüş ve önerilerinden etkilendikleri belirtilirken fenomenleri bir bilgi kaynağı olarak kabul ettikleri savunulmaktadır. Öte yandan, sosyal medya platformları temelde birbirlerine benzer özellikler taşısa da her biri kendine özgü birer karaktere sahiptir. Bu platformlardan biri olan Instagram, ağırlıklı olarak görsel olmak üzere görsel-ışitsel paylaşımları desteklemektedir. Platformda fenomenler çeşitli filtreler aracılığıyla içerikleri düzenleyip paylaşabilmekte ve ürünleri/hizmetleri çekici bir biçimde sergileyebilmektedir. Dolayısıyla Instagram, markaların reklamlarını sponsorlu içerikler vasıtasıyla tüketicilere ulaştırabildiği bir pazarlama kanalı olarak görülebilir. Fenomenleri takip eden kullanıcıların sayıları ve büyüklüğü göz önüne alındığında, sponsorlu içerikler markaların bilinirliği açısından kritik bir öneme sahiptir.

Bu çalışmada Instagram kullanıcılarının, takip ettikleri fenomenler tarafından paylaşılan sponsorlu içeriklere ilişkin deneyimleri incelenmektedir. Kullanıcıların sponsorlu içerikleri nasıl algıladıkları ve içeriklerin nasıl olması gerektiği hususlarında yaklaşımları belirlenmeye çalışılmaktadır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış olup, fenomenolojik desenden yararlanılmıştır. Araştırma verisi kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak ulaşılan 22 kullanıcıyla yarı-yapılandırılmış görüşme yapılarak toplanmıştır. Çalışma sonuçları katılımcıların sponsorlu içerikleri olumlu ve olumsuz olmak üzere iki grupta değerlendirdiğini ortaya koymuştur. Olumlu değerlendiren katılımcıların markalara ilişkin ürünlerin/hizmetlerin tanıtılmasından memnun oldukları belirlenirken olumsuz değerlendiren katılımcıların, içeriklerde yer alan ürünlerin/hizmetlerin gerçeği yansıtmadığını düşündükleri görülmüştür. Diğer taraftan katılımcılar, içeriklerde yer alan ürün/hizmetlerin fenomenler tarafından deneyimlenerek paylaşılması gerektiğini ifade etmiştir. Bu bağlamda fenomenlere, ürünleri/hizmetleri deneyimleyerek içeriklerde paylaşımları önerilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Fenomen, Sponsorlu İçerik, Instagram, Takipçi

## DİJİTAL ÇAĞDA VIDEO GÜNLÜKLERLE GIDIKLANAN ARZU

**Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr. Uğur Baloğlu**  
**İstanbul Gelişim Üniversitesi**

Yeni iletişim teknolojilerinin gündelik yaşam pratiklerinin üzerindeki etkisi yadsınamaz. Bugün küresel kapitalist söylemin belirleyiciliği altında emeğin değişen biçimiyle sosyal medya platformları üzerinden bugüne kadar hiç olmamış pratikleri deneyimliyoruz. Söz konusu yeni pratikler kültürün, sanatın, siyasetin, ticaretin aynı potada eritildiği bir ortaklık çerçevesinde anlam kazanır. Bu ortaklık artık her şeyin metalaşma süreci içinde deneyimlendiğini niteler. Diğer bir deyişle, günümüz küresel kapitalist söylemde metalaşma, yaşamın bütün alanlarına sızmıştır. Bu noktada arzunun sınırsızlığı ile yaşamın metalaşması arasında kurulacak bağıntı günümüz yeni tüketim pratiklerini anlamlandırmamıza yardımcı olabilir.

Bugün hala en baskın sosyal medya platformu olmaya devam eden Youtube, geleneksel yayıncılık anlayışından farklı olarak kullanıcılarına yayın yapabilme olanağı sunar. Kitle kültürünün küreselleşmesine katkıda bulunan bu yeni yayıncılık biçiminde içerik üretimine özel önem atfedilir. Genellikle standartlaşma, tek tipleşme eleştirileri getirilen kitle kültüründe biçimsel olarak üretilen içerikler birbirinden farklı gibi görünse de özde üretilen aynı 'şey'dir, tüketilmesi arzulanan bir nesnedir.

Bu çalışmada Vlog paylaşımları çerçevesinde Vlogger'ların metalaşan izleyiciyi tüketim toplumuna yaşamın her anında nasıl entegre etmeye çalıştıklarına odaklanılmıştır. Arzunun sınırsızlığı ve seyirsel nesneleşme arasındaki ilişki üzerinden Vlogger'ların paylaşımları incelenerek hangi temalar çerçevesinde yaşamlarını metalaştırdıkları araştırılmıştır. Çalışmada, en fazla izlenen gündelik yaşam paylaşımı yapan YouTube içerik üreticilerinin videolarına yönelik betimsel bir analiz gerçekleştirilmiştir.

# SONUÇ BİLDİRGESİ

Bu yıl ilki düzenlenen INMECS21 1. Uluslararası Medya ve Kültürel Çalışmalar Konferansı, 10 ülkeden 83 akademisyenin katılımı ile 6 - 7 Eylül 2021 tarihlerinde çevrimiçi olarak gerçekleştirilmiştir. İki gün boyunca yapılan sunumlar ve akademik tartışmalar neticesinde yazılan sonuç bildirgesi aşağıdaki gibidir.

1. Dijitalleşme dünyayı hızla değiştirmiş, buna paralel olarak sanatın malzemesine de etki etmiştir.
2. Özellikle plastik sanatlar, müzik ve sinema dijital malzemeyi kullanma konusunda öncüdür.
3. Sanat koleksiyonculuğu, eserlerin dijital ortamda üretilmesi ve saklanmasına olanak tanıyan NFT ile bambaşka bir çehreye bürünmüştür.
4. Dijital oyunlar, Ludoloji adında ayrı bir alanda incelenmeye başlanmış, başlı başına bir anlatı türü olarak görülmeye başlanmıştır.
5. Dijital oyun oynama alışkanlığı, oyun oynayanlara (gamer) yönelik yeni pazarların ortaya çıkmasına neden olmuştur.
6. Dijital içerik üretimi konusunda yepyeni bir estetiğin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu estetik için öngörülen kavram Dijitografidir.
7. Pandemi ile gündeme oturan uzaktan eğitim, yeni neslin de talepleri ile sürekli gelişmektedir ve gelecekte eğitim sisteminin önemli bir parçası olması muhtemeldir.
8. Uzaktan eğitim, dünyanın her köşesinden insanın mesafeleri aşarak bilgi paylaşmasına olanak tanınması açısından ufuk açıcı olmuştur.
9. Medya okuryazarlığı artık dijital medya okuryazarlığı ile ayrı bir anlam kazanmıştır.
10. Sanal yaşam, sanal agoraları doğurmuş, sanal zorbalıklardan bahsedilir olmuş ve sanal demokrasi kavramı öne çıkmıştır.
11. Sanal yaşam, dijital bir dilin ve bu dile dayalı yeni bir iletişim biçiminin ortaya çıkmasına neden olmuştur.
12. Sosyal medya insanların benlik oluşturma süreci üzerinde son derece etkili hale gelmiştir. Bedene ve karaktere yabancılaşma önemli bir sorun olarak görülmektedir.
13. Dijital dünyaya doğan yeni neslin okuma alışkanlıkları e kitaplara, yazma pratikleri ise sosyal medyaya, bloglara ve watsapp'e yönelmektedir.
14. Dijitalleşme sinema alanında da etkili olmuş, görsel efektler, üç boyutlu görseller, sanal mekanlar ve artırılmış gerçeklik uygulamaları ön plana çıkmıştır.
15. Sosyal medya her vatandaşın bir muhabir konumuna taşınmış, haber akışını hızlandırmış ve filtreleme mekanizmalarını köreltmıştır.

16. Ağ toplumu döneminde, siyasal iletişim sürecinin daha demokratik bir hal alabileceği ve yeni toplumsal olanaklar yaratabileceği öngörülmüştür.

17. Öte yandan, denetim mekanizmalarını güçlendirerek anti-demokratik uygulama ve yaptırımlara kapı aralayabilmesi de mümkündür.

18. Deep Fake teknolojisinin toplumsal dezenformasyon ve siyasi manipülasyon amacı ile kullanılabilmesi, bu olgu üzerine temkinli olunması gerektiği öngörülmüştür.

19. Dijital teknoloji turizm alanını da etkilemiş, artırılmış gerçeklik uygulamaları ile sanal seyahatler yapılabilir hale gelmiştir.

20. Sosyal medya, marka tanıtımı ve pazarlama alanlarında daha fazla kullanılmaya başlanmıştır.

21. Ürünün hem tanıtımı, hem satışı sanal ortamda gerçekleşebilmekte, aynı zamanda kullanıcıların geribildirimleri aynı mecrada üzerinden toplanabilmektedir. Bu durum, ticaret hayatını hızla değiştirmektedir.

22. Dijital teknolojilerin hızla gelişmesi, kullanıcılarda günün gerisinde kalma hissini beslemektedir. Bu durum, Teknostres kavramını hayatımıza dahil etmiştir.

23. Dijitalleşme sürecinde, iletişim, sanat ve kültür alanlarında ortaya çıkan olumsuzlukların yanı sıra, olumlu bazı değişimler de yaşanmaktadır. Dolayısıyla her yeniliği tüm yönleri ile tartmak önemlidir.

Sonuç bildirgesini birkaç soru ile bitirmek istiyoruz.

- Gerçeklik sorunsalı pandemi ve post pandemi süreçlerinde daha da karmaşık bir hal almıştır. Dijital dünyada gerçeklik anlayışı nedir?
- “Gerçek” kavramı içerik olarak değişime mi uğramıştır? Artık sanal gerçeklerimiz mi vardır?
- İletişimin hızlandığı ve enformasyon kanallarının çoğaldığı bu yeni çağda, bilginin güvenilirliği nasıl sağlanacaktır?

Soruların yanıtlarını bir sonraki konferansımızda ele alabilmek ümidiyle, tüm katılımcılarımıza teşekkür ederiz.

INMECS21

Hasan Kalyoncu Üniversitesi

Gaziantep / Türkiye



# FINAL DECLARATION

*Organized for the first time this year by Hasan Kalyoncu University (HKU) Faculty of Communication, INMECS21 1st International Media and Cultural Studies Conference was held online on September 6-7, 2021 with the participation of 83 academicians from 10 countries. The final declaration written as a result of the presentations and academic discussions made over two days is as follows.*

- 1. Digitalization has changed the world rapidly, and in parallel, it has also affected the material of art.*
- 2. Especially plastic arts, music and cinema are pioneers in using digital material.*
- 3. Art collecting has taken on a completely different face with NFT, which allows works to be produced and stored digitally.*
- 4. Digital games started to be studied in a separate field called Ludology and started to be seen as a narrative genre in its own right.*
- 5. The habit of playing digital games has led to the emergence of new markets for gamers.*
- 6. It is seen that a brand new aesthetic has emerged in digital content production. The predicted concept for this aesthetic is Digitography.*
- 7. Distance education, which is on the agenda with the pandemic, is constantly developing with the demands of the new generation and is likely to be an important part of the education system in the future.*
- 8. Distance education has been seminal in terms of allowing people from all over the world to share information by crossing distances.*
- 9. Media literacy has gained a different meaning with digital media literacy.*
- 10. Virtual life gave birth to virtual agoras, it became possible to talk about cyber bullying and the concept of virtual democracy came to the fore.*
- 11. Virtual life has led to the emergence of a digital language and a new form of communication based on this language.*
- 12. Social media has become extremely influential on people's self-building process. Alienation from body and character is seen as an important problem.*
- 13. The reading habits of the new generation born into the digital world are steered for e-books and their writing practices are for social media, blogs, and watterpad.*
- 14. Digitalization has also been effective in the field of cinema, and visual effects, 3D visuals, virtual spaces, and augmented reality applications have come to the fore.*
- 15. Social media has made every citizen a reporter, accelerated the news flow and blunted the filtering mechanisms.*





*16. In the age of network society, it is envisaged that the political communication process could become more democratic and create new societal opportunities.*

*17. On the other hand, it is possible that the age of network society may open the door to anti-democratic practices and sanctions by strengthening the control mechanisms.*

*18. It is envisaged that Deep Fake technology can be used for social disinformation and political manipulation, and it is necessary to be cautious about this phenomenon.*

*19. Digital technology has also affected the field of tourism, and virtual travels have become possible with augmented reality applications.*

*20. Social media has begun to be used more in the areas of brand promotion and marketing.*

*21. Both the promotion and the sale of the product can be realized in the virtual environment, and at the same time, the feedbacks of the users can be collected through the same channel. This situation is rapidly changing the business life.*

*22. The rapid development of digital technologies feeds the feeling of being behind the day in users. This situation has included the concept of Technostress in our lives.*

*23. In the digitalization process, there are some positive changes as well as negativities in the fields of communication, art and culture. Therefore, it is important to weigh every innovation in all its aspects.*

*We would like to end the final declaration by asking a few questions.*

- The problem of reality has become more complex in the pandemic and post-pandemic periods. What is the understanding of reality in the digital world?*
- Has the concept of "truth" changed regarding its content? Do we have virtual realities from now on?*
- How will the reliability of information be ensured in this new age where communication accelerates and information channels increase?*

*We would like to thank all our participants in the hope that we will be able to address the answers to the questions at our next conference.*

*INMECS21*

*Hasan Kalyoncu University*

*Gaziantep / Turkey*



[www.hku.edu.tr](http://www.hku.edu.tr)

Havalimanı Yolu Üzeri 8. km 27410 Şahinbey/GAZİANTEP

**T:** +90 (342) 211 80 80 **F:** +90 (342) 211 80 81

[info@hku.edu.tr](mailto:info@hku.edu.tr)

