The 2nd
INTERNATIONAL SYMPOSIUM

CIDA 2020

Communication in the Digital Age

Dijital Çağda İletişim

OCTOBER 26 -28 İZMİR, TURKEY

Abstract Book

Bildiri Özetleri Kitabı

İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERNEĞİ

İLDEK

İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ

iletişim fakültesi

The 2nd Communication in the Digital Age Symposium

October 26-28, 2020
İzmir University of Economics

Abstract Book

2. Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu

26-28 Ekim 2020
İzmir Ekonomi Üniversitesi

Bildiri Özetleri Kitabı

Organizasyon / Organized by
İzmir Ekonomi Üniversitesi İletişim Fakültesi
İletişim Araştırmaları Derneği (İLAD)
İletişim Fakültesi Dekanları Konseyi (İLDEK)

Yayımcı / Publisher
İletişim Araştırmaları Derneği (İLAD)

E-kitap olarak yayımlanmıştır. / Published as e-book.

ISBN 978-605-81001-1-4 **Copyright © 2020**

http://cida2020.ieu.edu.tr

Yayımcı (İLAD), bildiri özetlerinin içeriğinden sorumlu değildir. Sempozyum Bildiri Özetleri kitabında yer alan metinlerin tamamı yazarları tarafından hazırlanmıştır ve içerikleri ile telif hakkı gerektiren unsurların hukuki sorumluluğu da yazarlara aittir. Bu kitabın yayın hakkı İletişim Araştırmaları Derneği (İLAD)'ne aittir. Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz, izin almadan hiçbir yolla çoğaltılamaz.

The Publisher (İLAD) has no responsibility for the content of the abstracts. The abstracts contained in this symposium book have been provided by authors. Authors are responsible for the contents of their own abstracts and they are also responsible for copyrighted materials in their studies in terms of legal issues. All publishing rights of this book legally belongs to İLAD. No part of this publication may be reproduced in any material form (including photocopying or storing in any medium by electronic means) without the written permission of the copyright holder (İLAD).

DANIŞMA KURULU / Advisory Board

Prof. Dr. Ahmet Ayhan - Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Nezahat Altuntaş Duman - Aksaray Üniversitesi
Prof. Dr. Erhan Eroğlu - Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Zakir Avşar - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Abdülrezak Altun - Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Naci İspir - Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Mithat Üner - Atılım Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal Suher - Bahçeşehir Üniversitesi
Prof. Dr. Özcan Yağcı - Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuz Makal - Beykent Üniversitesi
Prof. Dr. Taha Niyazi Karaca - Bozok Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan Çelik - Bülent Ecevit Üniversitesi
Prof. Dr. Metin Kasım - Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Prof. Dr. Nüket Elpeze Ergeç - Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Sadettin Özçelik - Dicle Üniversitesi
Prof. Dr. Senih Çavuşoğlu - Doğu Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Dilek Takımcı - Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan Aydın - Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. A. Fulya Şen - Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. İnci Çınarlı - Galatasaray Üniversitesi
Prof. Dr. M. Emre Köksalan - Gaziantep Üniversitesi
Prof. Dr. Nazım Elmas - Giresun Üniversitesi
Doç. Dr. Neriman Saygılı - Girne Amerikan Üniversitesi
Prof. Dr. Müge Yılmaz - Gümüşhane Üniversitesi
Prof. Dr. Mutlu Binark - Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Arman Teksin Tevfik - Haliç Üniversitesi
Prof. Dr. Veysel Eren - Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi
Prof. Dr. Asaf Varol - İLDEK Konseyi Daimi Üyesi
Prof. Dr. Mehmet Önal - İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Selahattin Ganiz - İstanbul Arel Üniversitesi
Prof. Dr. Hülya Yenğin - İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Dr. Halil Nalçaoğlu - İstanbul Bilgi Üniversitesi
Prof. Dr. Şermin Tekinalp - İstanbul Esenyurt Üniversitesi
Prof. Dr. Kürşat Yalçiner - İstanbul Gelişim Üniversitesi

Prof. Dr. Uğur Tekin - İstanbul Kent Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Üstünipek - İstanbul Kültür Üniversitesi
Prof. Dr. Celalettin Aktaş - İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Ergün Yolcu - İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Aysel Aziz - İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi
Prof. Dr. Ebru Uzunoğlu - İzmir Ekonomi Üniversitesi
Prof. Dr. Sondan Durukanoğlu Feyiz - Kadir Has Üniversitesi
Prof. Dr. Vedat Baran - Kafkas Üniversitesi
Prof. Dr. Muharrem Çetin - Kastamonu Üniversitesi
Prof. Dr. Hamza Çakır - Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi
Prof. Dr. Nigar Pösteki - Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Faruk Kalkan - Lefke Avrupa Üniversitesi
Prof. Dr. Filiz Demir - Maltepe Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa Kurt - Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Ali Büyükaslan - Medipol Üniversitesi
Prof. Dr. Aslıhan Doğan Topçu - Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Ülkü Özbey - Munzur Üniversitesi
Prof. Dr. Tamella Aliyeva - Muş Alparslan Üniversitesi
Prof. Dr. Ziya Avşar - Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Prof. Dr. Uğur Yozgat - Nişantaşı Üniversitesi
Prof. Dr. Mithat Baydur - Okan Üniversitesi
Prof. Dr. Niyazi Usta - Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Prof. Dr. Halil Savaş - Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf Adıgüzel - Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet Kalender - Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Güven Delice - Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Prof. Dr. Ramazan Erdem - Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Hikmet Seçim - Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi
Prof. Dr. Murat Mustafa Öntuğ - Uşak Üniversitesi
Prof. Dr. Nazife Güngör - Üsküdar Üniversitesi
Prof. Dr. Ayhan Biber - Yakın Doğu Üniversitesi
Prof. Dr. Candan Cengiz Dedelioğlu - Yalova Üniversitesi
Prof. Dr. Ümit Atabek - Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Billur Ülger - Yeditepe Üniversitesi

BİLİM KURULU / Scientific Committee

Prof. Dr. Sevda Alankuş - Yaşar Üniversitesi

Prof. Dr. Ümit Atabek - Yaşar Üniversitesi

Prof. Dr. Aysel Aziz - Yeni Yüzyıl Üniversitesi

Prof. Dr. Mutlu Binark - Hacettepe Üniversitesi

Prof. Dr. Nezih Erdoğan - İstanbul Şehir Üniversitesi

Prof. Dr. Senem Ayşe Duruel Erkılıç - Mersin Üniversitesi

Prof. Dr. Carlos Flavian - University of Zaragoza

Prof. Dr. Süleyman İrvan - Üsküdar Üniversitesi

Prof. Dr. Philip Kitchen - University of Salford Manchester

Prof. Dr. T C Melewar - Middlesex University

Prof. Dr. Semire Ruken Öztürk - Ankara Üniversitesi

Prof. Dr. Klement Podnar - University of Ljubljana

Prof. Dr. Ebru Uzunoğlu - İzmir Ekonomi Üniversitesi

Prof. Dr. Asaf Varol - İLDEK Konseyi Daimi Üyesi

Doç. Dr. Aysun Akan - İzmir Ekonomi Üniversitesi

Doç. Dr. Altuğ Akın - İzmir Ekonomi Üniversitesi

Doç. Dr. Burak Doğu - İzmir Ekonomi Üniversitesi

Doç. Dr. Sema Misci Kip - İzmir Ekonomi Üniversitesi

Doç. Dr. Ursa Golob Podnar - University of Ljubljana

Doç. Dr. Selin Türkel - İzmir Ekonomi Üniversitesi

Dr. Yeşim Kaptan - Kent State University

Dr. Pantelis Vatikiotis - Panteion University

Dr. Lyndon Way - University of Liverpool

Dr. Özgür İlke Şanlıer Yüksel - Çukurova Üniversitesi

Dr. Pantea Foroudi - Middlesex University

Dr. Zhongqi Jin - Middlesex University

DÜZENLEME KURULU / Organizing Committee

Prof. Dr. Ebru Uzunoğlu

Prof. Dr. Aysel Aziz

Doç. Dr. Y. Gökçen Karanfil

Dr. Öğr. Üyesi Serkan Şavk

Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Aksoy

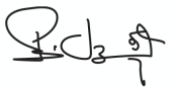
Araş. Gör. Burcu Yaman Akyar

SUNUŞ

İzmir Ekonomi Üniversitesi İletişim Fakültesi ev sahipliğinde İletişim Fakültesi Dekanları Konseyi (İLDEK) ve İletişim Araştırmaları Derneği'nin (İLAD) işbirliği ile 26-28 Ekim 2020 tarihlerinde **2. Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu'nu** çevrimiçi olarak gerçekleştirdik. Sempozyumda, ***Süreklilikler ve Kesintiler*** temasıyla, iletişim alanının farklı disiplin ve yaklaşımlarından gelen pek çok araştırmacı bir araya geldi. Belirlenen temaya ilişkin tartışmaların, günümüz toplumlarını ve bu toplumlara içkin iletişim süreçlerinin dinamiklerini daha iyi anlamak ve yorumlamak için önemli olduğu inancıyla yola çıktık. Son yıllarda, yeni iletişim teknolojilerinde tanık olduğumuz gelişmeler ve ortaya çıkan yeni medya ekolojileri bu görüşümüzün temelini oluşturmaktaydı. Sempozyumun organizasyon sürecinde ortaya çıkan küresel Covid-19 salgını ise, şimdiye dek soyut önermeler şeklindeki bu tartışmaları, bir anda günlük hayat pratikleri haline dönüştürdü.

Çevrimiçi ortamda gerçekleşen sempozyum, yeni iletişim pratiklerinin ve teknolojilerinin ne denli vazgeçilmez olduğunun; dijitalleşme ve sanal etkileşimli yaşam biçimlerinin gün geçtikçe hayatımızda daha fazla yer edineceğinin bir kanıtı oldu. Düzenleme Kurulu üyeleri ve katılımcıların birçoğu için yeni olan çevrimiçi sempozyum deneyimi, farklı disiplinlerden ve farklı coğrafi konumdan çok sayıda bilim insanının katılımıyla başarıyla tamamlandı. İletişimin farklı alanlarından, halkla ilişkiler ve reklamcılık, medya, kadın çalışmaları, sağlık iletişimi, sinema ve dijital medya ile dönemin gereğine uygun olarak Covid-19 salgınını kapsayan geniş bir yelpazede toplam 27 paralel oturum gerçekleştirildi. Azerbaycan, Kanada, Yunanistan ve Kuzey Kıbrıs ile birlikte ülkemizin pek çok iletişim fakültesinden toplam 130 akademisyenin katıldığı etkinlikte 107 bildiri sunumu yer aldı. Sempozyumda, uluslararası alanda önde gelen akademisyenlerden Prof. Dr. Guda van Noort, Prof. Dr. Philippe Meers ve Dr. Ece Algan davetli konuşmacı olarak yer aldı. Ayrıca bilimsel yayın yapma konusunda Akademik Yayıncılık özel paneli düzenlendi. Tamamı çevrimiçi olarak yürütülen sempozyumun, iletişim alanının gelişimine katkısının yanı sıra yakın gelecekte sıkça deneyimleyeceğimiz sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik gibi ileri teknolojilerle yürütülecek bilimsel etkinliklerin habercisi olduğuna inanıyoruz.

Sempozyumun gerçekleştirilmesinde katkıda bulunan iletişim fakülteleri dekanlarına, bilim kuruluna, bildirileriyle katkı veren akademisyenlere, hakemlere, oturum başkanlarına ve düzenleme kurulunda görev alan ve büyük bir özveriyle çalışan meslektaşlarımıza teşekkürlerimizi sunarız.



Prof. Dr. Ebru Uzunoğlu
İzmir Ekonomi Üniversitesi
İletişim Fakültesi Dekanı



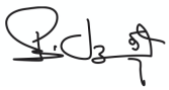
Prof. Dr. Aysel Aziz
İLAD Başkanı

Foreword

As the Faculty of Communication at İzmir University of Economics, we have organized the **2nd International Communication in a Digital Age Symposium** on 26-28 October 2020, with the collaboration of the Deans Council of Communication Faculty (ILDEK) and The Communication Research Association (ILAD). With the symposium theme (dis)Continuities, we set off to bring together researchers from different paradigms and disciplines, believing that discussions on issues of continuities and changes would contribute to our understanding of the communication processes inherent to contemporary societies. The developments we have been witnessing in recent years in communication technologies and the new media ecologies that stem from them formulated our basis for choosing this theme for the symposium. The Covid-19 global pandemic that emerged in the midst of the organization transformed our abstract and theoretical concerns into an integral part of our actual everyday life practices.

The symposium that took place on an online environment convinced us all once again how indispensable new communication technologies and practices have become, all the while proving that digitalization and virtual forms of socialization are to become ever more present in our lives. Despite the online symposium experience being a new one for almost all of the organizing committee members and the participants, it was a successful event with the involvement of a large number of researchers from around a variety of different geographies. A total of 27 panels have been organized on a large variety of topics that included public relations and advertising, media studies, women's studies, gender studies, health communication, cinema and digital media studies, and of course, related to the current conjuncture, the Covid-19 pandemic. 130 academics joined the symposium with 107 presentations from Azerbaijan, Canada, Greece, T.R.N.C. and many communication faculties from Turkey. Internationally renowned researchers Prof. Dr. Guda van Noort, Prof. Dr. Philippe Meers and Dr. Ece Algan joined the symposium as keynote speakers. Furthermore, a special Academic Publishing Panel has been organized where the struggles, processes and guidelines of academic publishing have been discussed. We truly believe that this symposium, which was realized fully on an online environment, will contribute to the development of the field of communication studies and will be the forbearer of many more academic activities that we will realize in the near future through contemporary technologies such as virtual reality and augmented reality.

We offer our thanks to all those who have contributed to this event, including the deans of the communication faculties who have supported the symposium, the scientific committee, academics who have contributed with their presentations, referees, panel chairs, and our colleagues who have worked in the organization committee with the utmost devotion.



Prof. Dr. Ebru Uzunoğlu
İzmir University of Economics
Dean, Faculty of Communication



Prof. Dr. Aysel Aziz
President, ILAD

İÇİNDEKİLER / Table of Contents

DAVETLİ KONUŞMACILAR / KEYNOTE SPEAKERS.....1
ÖNCEDEN ORGANİZE EDİLMİŞ PANEL / PRE-ORGANIZED PANEL.....2
TÜRKİYE SİNEMA ÇALIŞMALARINDA DİJİTAL YÖNTEM VE ARAÇLAR.....2
DIGITAL METHODS AND APPROACHES IN TURKISH CINEMA STUDIES
Oturum başkanı/Chair: Serkan Şavk

YENİ/YEREL SİNEMA TARİHİ ÇALIŞMALARINDA SAYISAL YÖNTEMLER:
MEKÂNI VE HAFIZALARI HARİTALAMAK.....4
DIGITAL METHODS ON NEW/LOCAL CINEMA HISTORY STUDIES:
MAPPING THE SPACE AND THE MEMORIES
Aydın Çam, İlke Şanlıer Yüksel

TİYATROCULARDAN SİNEMACILARA KANUN NAMINA (1952):
GÖRSEL ÜSLUP VE DÖNEMLENDİRME SORUNU ÜZERİNE.....6
KANUN NAMINA (1952) FROM THEATER PEOPLE TO THE FILMMAKERS:
ON THE QUESTION OF VISUAL STYLE AND PERIODIZATION
Çağrı İnceoğlu

ARŞİV ARZUSU VE DİJİTAL OLARAK ÜRETİLEN MATERYALLERİN KALICILAŞTIRILMASI
ÇABASI.....8
ARCHIVE DESIRE AND THE ENDEAVOR FOR MAKING DIGITALLY PRODUCED MATERIALS PERMANENT
Emre Yeksan

TÜRK SİNEMASINA YENİ BİR BAKIŞ: FİLM ENDÜSTRİSİ VE AKTÖRLERİ ÜZERİNE AĞ
ANALİZİ UYGULAMASI.....10
REVISITING TURKISH CINEMA: APPLYING NETWORK ANALYSIS ON A FILM INDUSTRY AND ITS ACTORS
Serkan Şavk, Burak Doğu

ÖNCEDEN ORGANİZE EDİLMİŞ PANEL / PRE-ORGANIZED PANEL.....12
COMMUNICATION FOR DEVELOPMENT AND SOCIAL CHANGE:
DEFINING THE RESEARCH AGENDA IN TURKEY.....12
Oturum başkanı / Chair: Altuğ Akın

COMMUNICATION FOR DEVELOPMENT AND SOCIAL CHANGE:
DEFINITIONS AND RESEARCH-IMPLEMENTATION AGENDA IN TURKEY.....13
Altuğ Akın

MOBILIZATION FOR ENVIRONMENT VIA SOCIAL MEDIA: TWITTER, THE MOUNT IDA PROTESTS AND NATIONALISM....14
Burak Doğu, Hayriye Özen

BEHAVIOUR CHANGE FOR GOOD: NEUROPOLITICS OF VIRTUAL REALITY AND EMPATHY....15
Burak Erdeniz, Ege Tekgün

NEW COMMUNICATION TOOLS FOR SOCIAL INNOVATION: THE ROLE OF SOCIOLOGICAL IMAGINATION IN SEARCHING FOR ALTERNATIVES TO DEVELOPMENT....16
Derya Nizam

SELF-REPORTED COMPETENCIES OF UNIVERSITY STUDENTS AFTER A CIVIC ENGAGEMENT EXPERIENCE: A SEMANTIC NETWORK ANALYSIS....17
Selin Türkel, Ebru Uzunoğlu, Pınar Umul Ünsal

BİLDİRİ ÖZETLERİ / ABSTRACTS....19

Z KUŞAĞIYLA EĞİTİM İLETİŞİMİNİN SORUNLU ALANLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ....20
PROBLEMATIC ASPECTS OF EDUCATIONAL COMMUNICATION WITH GENERATION Z AND SOLUTION PROPOSALS
Abdülkadir Erhan Ayberk

TÜRK SİNEMASINDA FENOMENLERİN ETKİSİ: YOUTUBER FİLMLERİ....22
THE EFFECT OF INFLUENCERS TO TURKISH CINEMA: YOUTUBER MOVIES
Adem Ayten, Cahit Üstün

YAPAY ZEKÂ KULLANAN ŞİRKETLER VE INSTAGRAM'DAKİ DİYALOJİK İLETİŞİM BİÇİMLERİ: BİR İÇERİK ANALİZİ ÇALIŞMASI....24
AI-USING COMPANIES AND DIALOGIC COMMUNICATION ON INSTAGRAM: A CONTENT ANALYSIS STUDY
Ahmet Ayhan, Hediye Aydoğan

STREAMING MEDIA PLATFORMS AND THE TRANSFORMATION OF AUDIENCE ACTIVITY....26
Aras Özgün, Andreas Treske

DİASPORA MEDYASINDA "ÇERKES" KİMLİĞİNİN KURGULANIŞI: JINEPS GAZETESİ ÖRNEĞİ....27
THE CONSTRUCTION OF THE "CIRCASSIAN" IDENTITY IN THE DIASPORA MEDIA: THE EXAMPLE OF JINEPS NEWSPAPER
Ayça Demet Atay

SİNEMADA DİSTOPYAN ANLATILAR VE EKOFEMİNİZM.....29
DYSTOPIAN NARRATIVES AND ECOFEMINISM IN CINEMA
Aygün Şen

TÜRKİYE'DE İZLEYİCİ, TELEVİZYON REYTİNGLERİ VE DİJİTAL PLATFORMLARLA İLGİLİ KISA BİR TARTIŞMA.....31
A SHORT DISCUSSION ON THE AUDIENCE, TV RATINGS AND DIGITAL PLATFORMS IN TURKEY
Aylin Dağsalgüler

ALTERNATIVE MEDIA PRACTICES IN RELATION TO ENVIRONMENTAL ISSUES: THE CASE OF SOUR DICTIONARY.....33
Aysun Akan

DİJİTAL OKURYAZARLIK TARTIŞMALARI GÖLGESİNDE VE SEÇMELİ DERS ÇIKMAZINDA MEDYA OKURYAZARLIĞI.....34
MEDIA LITERACY IN THE SHADOW OF DIGITAL LITERACY DEBATES AND ELECTIVE COURSE IMPASSE
Ayşe Aslı Sezgin, Nüket Elpeze Ergeç

CONSUMERS' PERCEPTIONS OF ONLINE GROCERY APPLICATIONS: 'GETIR' A CASE STUDY IN TURKEY.....36
Ayşe Barış, Tuğçe Yılmaz

TÜRKİYE'DE MİLLİYETÇİ MOTİFLERİN TEMSİLİNDE KOPUKLUKLAR VE SÜREKLİLİKLER: 2000'ler SİNEMASI VE 2010'lar TELEVİZYON DİZİLERİ.....37
(DIS)CONTINUITIES IN NATIONALISM AND ITS REPRESENTATIONS IN POPULAR CULTURE IN TURKEY: CINEMA IN EARLY 2000s AND TV SERIES IN 2010s
Aytunç Erçifci, Gökçen Karanfil

NEW MEDIA AND OPEN SCIENCE OVER THE COURSE OF A PANDEMIC ERA.....39
Bahar Muratoğlu Pehlivan

YERLİLEŞTİRME BAĞLAMINDA GÜNEY KORE VE TÜRK SİNEMASI: "MIRACLE IN CELL NO 7" VE "7. KOĞUŞTAKİ MUCİZE" FİLMLERİNİN ANALİZİ.....40
SOUTH KOREAN AND TURKISH CINEMA IN THE CONTEXT OF LOCALIZATION: ANALYSIS OF FILMS "MIRACLE IN CELL NO 7" AND "7th MIRACLE IN THE WARD"
Bahar Öztürk, Beyler Yetkiner

TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ BAĞLAMINDA DİJİTAL ÇAĞDA REKLAMIN DİLİ.....42
THE LANGUAGE OF ADVERTISING IN THE DIGITAL AGE IN THE CONTEXT OF GENDER EQUALITY
Belgin Yazıcı

INSTAGRAM ÇEKİLİŞLERİNİN MARKAYA YÖNELİK TUTUMA ETKİSİ.....44
THE IMPACT OF INSTAGRAM GIWEAVAYS ON ATTITUDE TOWARDS BRAND
Bike Alizade

(DIS)CONTINUITY OF ADVERTISING AGENCIES AND MANAGING KNOWLEDGE.....46
Burak Amirak

18-25 YAŞ ARALIĞINDAKI KADINLARIN KORE DİZİSİ İZLEME PRATİKLERİ ÜZERİNE KEŞFEDİCİ BİR ARAŞTIRMA.....48
AN EXPLORATORY RESEARCH ON KOREAN DRAMA WATCHING PRACTICES OF WOMEN BETWEEN THE AGES OF 18-25
Burçin Bıyıklıoğlu Sarı

TÜKETİM TOPLUMUNDA HEDİYE VERME DAVRANIŞI:
EVRİMSEL PSİKOLOJİ PERSPEKTİFİNDEN BİR ANALİZ.....50
GIFT GIVING BEHAVIOR IN THE CONSUMPTION SOCIETY:
AN ANALYSIS FROM THE PERSPECTIVE OF EVOLUTIONARY PSYCHOLOGY
Burcu Yaman Akyar, Sevgi Akça Güleş

POST-TRUTH SİYASET: GERÇEKLİĞİN RADİKAL DEĞİŞİMİ Mİ? ARAÇLARIN ETKİSİ Mİ?.....53
POST-TRUTH POLITICS: A RADICAL CHANGE OF REALITY? OR EFFECTS OF THE MEDIUM?
Cem Çalışkan

POLİTİK OYUNLARLA TOPLUMSAL OLGULARI YENİDEN DENEYİMLEMEK:
"DETROIT: BECOME HUMAN" ÖRNEĞİ.....55
RE-EXPERIENCING THE SOCIAL PHENOMENON VIA POLITICAL GAMES:
"DETROIT: BECOME HUMAN"
Cemile Tokgöz-Şahoğlu

SESLİ BETİMLEME DENEYİMLERİ BAĞLAMINDA ERİŞİLEBİLİR MEDYA VE
İLETİŞİM EĞİTİMİ ÜZERİNE BİR TARTIŞMA.....57
A DISCUSSION ON ACCESSIBLE MEDIA AND COMMUNICATION EDUCATION WITHIN THE FRAMEWORK OF AUDIO DESCRIPTION PRACTICES
Çiğdem Yasemin Ünlü

ÜRETÜKETİCİ KÜLTÜRDE DENEYİM EKONOMİSİNİN ROLÜ: YEMEĞİ DENEYİM OLARAK SUNAN RESTORANLAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....60
THE ROLE OF EXPERIENCE ECONOMY IN PROSUMER CULTURE: A STUDY ON RESTAURANTS SERVING FOOD AS EXPERIENCE
Deniz Benzer

KAHRAMANLIĞI İŞGAL EDEN KADINLAR: GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE ÇİZGİROMAN UYARLAMASI HOLLYWOOD FİLMLERİNDE KADIN TEMSİLİ.....63
WOMEN INVADING HEROISM: THE WOMEN REPRESENTATION IN COMIC-BOOK ADAPTATION HOLLYWOOD MOVIES FROM PAST TO PRESENT
Deniz Özyurda Ergen

BİR DİJİTAL KAMUSAL ALAN OLARAK TWITTER'DA İSTANBUL SÖZLEŞMESİ TARTIŞMALARI.....65
ISTANBUL CONVENTION DISCUSSIONS ON TWITTER AS A DIGITAL PUBLIC SPACE
Didem Narmanlı

DİJİTAL AKTİVİZM: KADINA YÖNELİK ŞİDDETE KARŞI GELİŞTİRİLEN #CHALLENGEACCEPTED HASHTAG AKTİVİZMİ ÜZERİNE BİR ANALİZ.....67
DIGITAL ACTIVISM: AN ANALYSIS OF #CHALLENGEACCEPTED HASHTAG ACTIVISM DEVELOPED FOR VIOLENCE AGAINST WOMEN
Didem Özşenler

KRİZ DÖNEMLERİNDE YARATICI BİR İLETİŞİM OLARAK TROL: COVID-19 ÖRNEĞİ.....69
TROL AS A CREATIVE COMMUNICATION DURING CRISIS PERIODS: THE EXAMPLE COVID-19
Dilan Çiftçi

MÜLTECİLERE YÖNELİK NEFRET SÖYLEMİ: TOPLUMSAL OLAYLAR ÜZERİNDE MÜLTECİLERE YÖNELİK NEFRET SÖYLEMİNİN İNCELENMESİ.....71
EXAMINATION OF HATE SPEECH AGAINST REFUGEES ON PUBLIC EVENTS: HATE DISCOURSE TOWARDS SYRIAN REFUGEES IN TURKISH TWEETS
Ebru Gökaliler, Özlem Alikılıç, İnanç Alikılıç

"I AM NO LONGER A PASSIVE PATIENT": WHAT ARE THE COMMUNICATION COMPETENCE EXPECTATIONS FROM PHYSICIANS?.....74
Ebru Uzunoğlu, Selin Türkel, Serra Evci

DİJİTAL ÇAĞDA SİNEMAYI YENİDEN DÜŞÜNMEK: PARÇALANMA MI GENİŞLEME Mİ?.....76
RETHINKING CINEMA IN THE DIGITAL AGE: IS IT FRAGMENTATION OR EXPANSION?
Emrah Cevher

DİJİTALLEŞEN SİNEMA KAMERALARI VE YÖNETMENİN SİNEMATOGRAFİK BİÇİMİNİN DÖNÜŞÜMÜ: JAMES CAMERON FİLMLERİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI.....79
DIGITALIZING CINEMA CAMERAS AND TRANSFORMATION OF THE DIRECTOR'S CINEMATOGRAPHIC FORM: A FIELD RESEARCH ON JAMES CAMERON FILMS
Emre Ahmet Seçmen

DİJİTAL BENLİĞİN SUNUMU KAPSAMINDA SOSYAL MEDYADA BEĞENİ KÜLTÜRÜNÜN İNCELENMESİ: "THE CIRCLE" ÖRNEĞİ.....81
'LIKE' CULTURE IN SOCIAL MEDIA IN THE SCOPE OF THE PRESENTATION OF THE ONLINE SELF: "THE CIRCLE" EXAMPLE
Emre Kemal Kılıç, Recep Ünal

NİYAZİ BERKES'İN "TÜRK AYDINI" KAVRAYIŞI: YÖN DERGİSİNDEKİ YAZILARI ÜZERİNE.....83
"TURKISH INTELLECTUAL" CONSEPTUALIZATION OF NIYAZI BERKES: ON HIS ARTICLES IN YÖN JOURNAL
Eren Ekin Ercan

DİJİTAL ÇAĞIN ALTERNATİF RADYOLARI:
FRANSA'DA TÜRKÇE YAYIN YAPAN İNTERNET RADYOLARI.....85
ALTERNATIVE RADIOS OF THE DIGITAL ERA:
INTERNET RADIOS WITH TURKISH BROADCAST IN FRANCE
Ersoy Soydan

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND IMPORTANCE OF SUSTAINABILITY COMMUNICATION PRACTICES ABOUT GENDER EQUALITY.....87
Esra Bayhantopçu

AHLAK – SINIF İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA "PARAZİT" ADLI FİLMİN ELEŞTİREL ANALİZİ.....88
A CRITICAL ANALYSIS OF THE FILM "PARASITE" WITHIN THE CONTEXT OF MORAL – CLASS RELATION
Eşref Akmeşe

KURUMSAL İTİBAR VE YENİ AKLAMA ETİKETLERİ: TWITTER ÜZERİNE BİR İNCELEME.....90
CORPORATE REPUTATION AND NEW WASHING HASHTAGS: AN EXAMINATION ON TWITTER
Ferah Onat, Asuman Özer

ÜNİVERSİTE RADYOLARININ BİLGİLENDİRİCİ (EĞİTSEL, SÖZ) YAYIN İÇERİKLERİNE YAKLAŞIMLARI: AVUSTRALYA VE TÜRKİYE KARŞILAŞTIRMASI.....93
PERSPECTIVES OF UNIVERSITY RADIOS ON INFORMATIVE BROADCASTING CONTENTS: A COMPARATIVE STUDY BETWEEN AUSTRALIA AND TURKEY
Fırat Tufan, Zeynep Ekin Bal, Sedat Kökat

GENDER-BASED DISCRIMINATION AND VIOLENCE WOMEN JOURNALISTS FACE IN THE TURKISH MEDIA: EVIDENCE FROM QUALITATIVE IN-DEPTH INTERVIEWS.....95
Gizem Melek

AN ANALYSIS OF ALAIN DE BOTTON'S 'THE SCHOOL OF LIFE' THROUGH THE CONCEPTS OF 'STRATEGY' AND 'TACTIC'.....96
Gökçen Karanfil, A. Özgür Gürsoy

READING A CITY'S SELF-IDENTIFICATION PROCESS OVER DESIGN:
A CASE STUDY OF IZMIR'S JOURNEY FROM A CITY LOGO TO CITY TYPEFACE.....97
Gözde Çeviker Çınar, Nazlı Sözer, Hazal Bayar

SOSYAL MEDYA ATEŞ FIRTINALARININ MERKEZİNE YOLCULUK: ELİDOR #Bizyokuz 2019 KADINLAR GÜNÜ KAMPANYASI VAKASININ GÖSTERDİKLERİ.....98
BEING IN THE EYE OF A SOCIAL MEDIA FIRESTORM: EVIDENCES FROM ELİDOR'S #Weareout 2019 WOMEN'S DAY CAMPAIGN CASE
Gül Şener

POLİTİK SÖYLEMİN SOSYAL MEDYADAKİ MİZAHİ YANSIMASI.....100
HUMOUROUS REFLECTION OF POLITICAL DISCOURSE ON SOCIAL MEDIA
Gülşah Başlar

POSTMODERN ÇAĞDA SİNEMANIN KİMLİĞİ: MELEZLİK.....102
THE IDENTITY OF CINEMA IN THE POSTMODERN ERA: HYBRIDITY
Hakan Aşkan

COVID-19 PANDEMİSİ SÜRECİNDE DİJİTAL PLATFORMLARIN YÜKSELİŞİ: SİNEMA DEĞER ZİNCİRİNDEKİ DEĞİŞİM SİNEMA ENDÜSTRİSİNİ NASIL ETKİLER?.....104
THE RISE OF DIGITAL PLATFORMS IN DAYS OF COVID-19 PANDEMIC: HOW DOES THE CHANGE IN FILM VALUE CHAIN AFFECT THE FILM INDUSTRY?
Hakan Erkılıç, Senem A. Duruel Erkılıç

DİJİTAL MEDYADA SUÇA YÖNELMİŞ ÇOCUKLARIN HABER METİNLERİNDEKİ TEMSİLİ.....107
DIGITAL MEDIA REPRESENTATION OF CHILDREN DIRECTED TO CRIME
Halide Tonga

KUZEY KIBRIS'TA COVID-19 SÜRECİNDE SOSYAL MEDYA AKTİVİZMİ.....109
SOCIAL MEDIA ACTIVISM IN COVID-19 PROCESS IN NORTHERN CYPRUS
İbrahim Özejder

KLASİK ANLATI BİÇİM YAPISI İÇİNDE FARKLI BİR DENEME: "SAUL'UN OĞLU".....111
A DIFFERENT TRIAL AS THE NARRATIVE FROM STRUCTURE: SAUL FIA
İbrahim Tarkan Doğan

RİSK YÖNETİMİNDE SOSYAL MEDYA GAZETECİLİĞİ: KORONAVİRÜS (COVID-19) PANDEMİ SÜRECİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIM PRATİKLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....113
SOCIAL MEDIA JOURNALISM ON RISK MANAGEMENT: RESEARCH RELATED WITH SOCIAL MEDIA USAGE PRACTICES IN THE COURSE OF CORONAVIRUS (COVID 19) PANDEMIC
İlknur Aydoğdu Karaaslan, Yağmur Karadağ

YOUTUBE FOR MASSES OF PEOPLE OR YOUTUBE FOR MASSES BY PATRONS: A CRITICAL STUDY ABOUT HOW YOUTUBE IS TRIED TO BE MADE A DEVICE OF USER DATA COLLECTION BY HEGEMONIC INSTITUTIONS....116
İlknur Kalay

THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON FASHION DIVERSITY....117
Lena Çavuşoğlu, Deniz Atik

SELF, SPIRIT, AND SMARTPHONE: THE COMMODIFICATION OF SPIRITUALITY THROUGH SMARTPHONE APPLICATIONS....118
Leona Nikolić

ERKEK OL(!): TARAFTARLIK....119
BEING MAN(!): SUPPORTERSHIP
Mehmet Boran

RISK TAKING BEHAVIOR AS AN ANTECEDENT OF SUSCEPTIBILITY TO PERSUASION STRATEGIES AND BRAND LOYALTY....120
Mehmet Özer Demir, Zuhal Gök Demir

YAPAY ZEKÂ VE GAZETECİLİK: GAZETECİLİĞİN GELECEĞİNE DAİR BİR ÇALIŞMA....121
ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND JOURNALISM: A STUDY OF THE FUTURE OF JOURNALISM
Mehmet Ramazan Yıldızgörür

DİJİTAL ÇAĞDA SÖZLÜ TARİHİ YENİDEN TARTIŞMAK....123
REDISCUSSING ORAL HISTORY IN THE DIGITAL AGE
Mehtap Özsoy

SEXUALISATION OF CHILDREN THROUGH MEDIA AS MERCHANDISED COMMODITIES: AN URGENT CALL FOR MEDIA LITERACY ATTENTION....125
Meltem Kânoğlu

COVID-19 PANDEMİ KRİZİ SIRASINDA ÇİN'DE PARTİ-DEVLETİN ÜRETTİĞİ "ZHONGGUOJİAYOU" VE "WUHANJİAYOU" (中国加油-武汉加油) VİDEO ANLATILARI: ULUSAL BİRLİK, BAŞARI VE FEDAKÂRLIK SÖYLEMİ....126
"ZHONGGUOJIAYOU" AND "WUHANJIAYOU" (中国加油-武汉加油) VIDEO NARRATIVES PRODUCED BY CHINESE PART-STATE DURING COVID-19 PANDEMIC CRISIS: NATIONAL UNION, SUCCESS AND DEVOTION DISCOURSE
Mutlu Binark, Sevda Ünal

DIGITAL INEQUALITIES AND FILM VIEWING EXPERIENCE DURING COVID-19 PANDEMIC...128
Nil Yüce, Senem Duruel Erkılıç

#evdekal ZAMANLARINDA ŞEHİR MARKALAMAK: NEW YORK VE LONDRA ŞEHİRLERİNİN INSTAGRAM STRATEJİLERİİNDEKİ COVID-19 İZLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....129
BRANDING CITIES in #stayhome TIMES: TRACING COVID-19 WITHIN INSTAGRAM STRATEGIES OF NEW YORK CITY AND LONDON
Nilüfer Geysi, Ü. Laçin Yalçınkaya

NOIR'IN YÜKSELİŞİ: DİJİTAL PLATFORM DİZİLERİNDE TÜR.....132
NOIR THAN EVER: GENRE IN LOCAL SERIES OF STREAMING SERVICES IN TURKEY
Nisa Yıldırım

KURUMSAL SOSYAL SORUMLUK İLETİŞİMİ İÇERİĞİNDE KÜLTÜREL BOYUTLAR.....134
CULTURAL DIMENSIONS IN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY COMMUNICATION
Nurcan Yılmaz

BAĞIMSIZ SİNEMA İLE DİJİTAL PLATFORMLAR ARASINDAKİ İLİŞKİYE YAKINDAN BAKMAK: TÜRKİYE ÖRNEĞİ.....136
READING TO RELATIONSHIP BETWEEN INDEPENDENT CINEMA AND DIGITAL PLATFORMS: THE CASE OF TURKEY
Onur Aytaç

KAMUSALLIK VE YENİ KAMUSALLIK ARASINDAKİ AÇMAZLAR: YENİ KAMUSALLIĞIN İKTİSADİ VE SİYASİ YAPILANIŞININ YARATTIĞI SORUNLAR.....138
DILEMMAS BETWEEN PUBLICITY AND NEW PUBLICITY: THE ISSUES ARISING FROM ECONOMIC AND POLITICAL STRUCTURING OF NEW PUBLICITY
Onur Dursun, Filiz Yıldız

TOPLUMSAL DEĞİŞİMDE 360 DERECE VİDEONUN OLASI ETKİLERİ: EXILED (2019) VE BEHIND THE FENCE (2016) BELGESEL FİLMLERİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ.....140
POSSIBLE EFFECTS OF 360 DEGREE VIDEO ON SOCIAL CHANGE: A COMPERATIVE ANALYSIS OF THE DOCUMENTARY FILMS EXILED (2019) AND BEHIND THE FENCE (2016)
Önder M. Özdem

KISA FİLM REKLAMLARA YÖNELİK GÖSTERGEBİLİMSEL BİR ANALİZ: DARDANEL TON "UNUTULMAZ TONLAR".....142
A SEMIOLOGICAL ANALYSIS FOR SHORT FILM ADVERTISEMENTS: DARDANEL TON "UNFORGETTABLE TONES"
Özal Karadeniz

CONFRONTING HISTORY, REPAIRING MEMORY(IES): POLITICS AND AESTHETICS OF RECYCLING IMAGES IN PAYS BARBARE, GULYABANİ AND SANS SOLEIL.....144
Özge Erbek Kara

SAĞLIK İLETİŞİMİNDE ÜNLÜLER.....145
CELEBRITIES IN HEALTH COMMUNICATION
Özgür Kılınç

HABER TWEETLERİNDE KADIN CİNAYETLERİNİN ÇERÇEVELENMESİ:
SANSASYONELLEŞTİRME Mİ RUTİNLEŞTİRME Mİ?.....148
FRAMING OF FEMICIDE IN NEWSTWEETS: SENSATIONALIZATION OR ROUTINIZATION?
Özlem Akkaya

ÜNLÜ ETKİSİ KULLANIMI ÇERÇEVESİNDE PANDEMİ İLETİŞİMİ:
INSTAGRAM MİKRO ÜNLÜLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME.....150
PANDEMIC COMMUNICATION WITHIN THE USE OF CELEBRITY INFLUENCE MODEL:
EXAMINING MICRO CELEBRITIES' INSTAGRAM ACCOUNTS
Özlem Aşman Alikılıç, Asuman Özer

LOCAL JOURNALISM IN THE DIGITAL ARENA: CHALLENGES AND QUESTIONS -
THE CASE OF GREECE.....153
Pantelis Vatikiotis

HABER ÜRETİMİ VE DAĞITIMI BAĞLAMINDA TİKTOK UYGULAMASI NE VAAT EDİYOR?.....154
WHAT DOES TIKTOK APPLICATION PROMISE IN THE CONTEXT OF NEWS PRODUCTION AND DISTRIBUTION?
Recep Ünal, Alp Şahin Çiçeklioğlu

İNTERNET GAZETECİLİĞİNDE NEFRET SÖYLEMİNİN GÖRÜNÜMÜ.....156
THE APPEARANCE OF HATE SPEECH IN INTERNET JOURNALISM
Rengim Sine Nazlı, Arzu Kalafat Çat

ALTERNATİF MEDYA BAĞLAMINDA DEUTSCHE WELLE TÜRKÇE ÖRNEĞİ.....158
DEUTSCHE WELLE TÜRKÇE AS AN EXAMPLE IN THE CONTEXT OF ALTERNATIVE MEDIA
Seda Nur Çınar

TEMASSIZ YAŞAM, İZOLE KİMLİKLER.....160
CONTACT-FREE LIFE, ISOLATED IDENTITIES
Seda Tunalı, Onur Ülkü

COVID-19'UN ORTAYA ÇIKIŞINA İLİŞKİN TÜRK BASININDA YER ALAN HABERLERDE
ÖTEKİLEŞTİRME: ÇİN İLE İLGİLİ HABERLER ÜZERİNE BİR ANKET.....162
OTHERING IN THE NEWS IN THE TURKISH PRESS REGARDING THE EMERGENCE OF COVID-19:
A SURVEY ON NEWS ABOUT CHINA
Selin Maden

DOĞAL REKLAM VE ETİK: TÜRKİYE'DEKİ ADÖLESANLARIN DOĞAL REKLAMA YÖNELİK ETİK ALGISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....164
NATIVE ADVERTISING AND ETHICS: A RESEARCH ON THE ETHICAL PERCEPTIONS OF ADOLESCENTS TOWARDS NATIVE ADVERTISING IN TURKEY
Sema Misci Kip, Zeynep Aksoy

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ÇEVRİMİÇİ ÇOK OYUNCULU OYUN OYNAMA MOTİVASYONLARI: KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI ÇERÇEVESİNDE BİR ARAŞTIRMA.....167
UNIVERSITY STUDENTS' MOTIVATIONS TO PLAY ONLINE MULTIPLAYER GAMES: A RESEARCH IN THE FRAMEWORK OF USES AND SATISFACTION APPROACH
Serkan Biçer, Halil İbrahim Koç

DİJİTAL PLATFORMLARDA ETKİLEŞİMLİ HABERCİLİK VE DİJİTAL DÖNÜŞÜMDE YOUTUBE ÖRNEĞİ.....170
INTERACTIVE JOURNALISM ON DIGITAL PLATFORMS AND THE YOUTUBE EXAMPLE IN DIGITAL TRANSFORMATION
Serkan Bulut

YENİ İMKÂNLAR'IN GETİRDİĞİ HOMOJENLİK: DİJİTAL PLATFORM DİZİLERİ VE İZLEYİCİLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA.....172
HOMOGENITY BROUGHT BY NEW OPPORTUNITIES: A RESEARCH ON DIGITAL PLATFORM SERIALS AND AUDIENCES
Seyhan Aksoy

SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM SÖYLEMİNİN REKLAM MESAJLARINA YANSIMASI: FAIRY VE FINISH REKLAMLARI ANALİZİ.....174
REFLECTION OF SUSTAINABLE CONSUMPTION DISCOURSE ON ADVERTISING MESSAGES: ANALYSIS OF FAIRY AND FINISH ADVERTISEMENTS
Şefika Özdemir

YENİ MEDYA ÇAĞINDA MİZAHİ "MENTION" KÜLTÜRÜ: SANAL HAZIRCEVAPLAR.....176
HUMOROUS CULTURE OF "MENTION" IN THE NEW MEDIA ERA: VIRTUAL REPARTEE
Tahsin Emre Fırat

HOW NEW MEDIA AFFECTS TRADITIONAL FOUNDATIONS OF JOURNALISM IN AZERBAIJAN: THE INCREASING OF EMOTIONALITY IN NEWS AND MEDIA CONTENTS.....178
Terane Mahmudova

YENİ MEDYA ARACILIĞIYLA "BEN ODAKLI KARAKTER"E DÖNÜŞEN DİJİTAL YERLİLER: TÜRKİYE'DE ÇOK TAKİPÇİLİ Z KUŞAĞI YOUTUBER'LARIN KANAL İÇERİKLERİNİN "POST-MODERN BEN ODAKLI KARAKTER EĞİLİMİ" BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ.....179
DIGITAL NATIVES WHO TURN INTO "SELF-ORIENTED CHARACTER" THROUGH NEW MEDIA: EVALUATING THE CHANNEL CONTENT OF MULTI-FOLLOWER GENERATION Z YOUTUBERS IN TURKEY IN THE CONTEXT OF "POST-MODERN SELF-ORIENTED CHARACTER INCLINATION"
Tuba Sel

YENİ SİNEMANIN YENİ ANLATI DENEYİMLERİ: AİDİYET FİLMİ.....181
NEW NARRATIVE EXPERIENCES OF NEW TURKISH CINEMA: AİDİYET
Tuğba Elmacı

SAVAŞI RENKLENDİRMEK: KOLEKTİF BELLEĞİN İMGELERİ VE TEMSİLİN ETİĞİ.....183
COLORING WAR: IMAGES OF COLLECTIVE MEMORY AND ETHICS OF REPRESENTATION
Tuğba Taş, Burcu Sümer

GENÇ, SAĞLIKLI, FİT: YERLİ GENÇLİK DİZİLERİNDEKİ ANA KARAKTERLERİN BESLENME TUTUM VE ALIŞKANLIKLARI ÜZERİNE BİR ANALİZ.....186
YOUNG, HEALTHY, FIT: AN ANALYSIS OF NUTRITIONAL ATTITUDES AND HABITS OF MAIN CHARACTERS IN TURKISH TEEN DRAMAS
Ürün Yıldıran Önk

DİJİTAL MEDYA VE KOMPLO TEORİLERİ: COVİD 19 SONRASI ARTAN DEZENFORMASYON PRATİKLERİNİN ELEŞTİREL OKURYAZARLIK ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ.....188
DIGITAL MEDIA AND CONSPIRACY THEORIES: A STUDY ON INCREASED DISINFORMATION PRACTISES AFTER COVID 19 EPIDEMIC WITHIN THE FRAMEWORK OF CRITICAL LITERACY
Zeliha Hepkon, Oya Şakı Aydın

TÜRKİYE'DE ÇOCUK TELEVİZYONU, KAMU YAYINCILIĞI VE TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTSİZLİĞİ.....190
CHILDREN'S TELEVISION, PUBLIC BROADCASTING, AND GENDER INEQUALITY IN TURKEY
Zeynep Gültekin Akçay

DİJİTAL AĞDA ROMANTİK İLİŞKİLER: KULLANICILARIN TİNDER DENEYİMLERİ.....192
ROMANTIC RELATIONSHIPS IN DIGITAL NETWORK: USERS' TINDER EXPERIENCES
Züleyha Özbaş Anbarlı

DAVETLİ KONUŞMACILAR / Keynote Speakers



Prof. Dr. Guda van Noort, University of Amsterdam
Communication in a digital age:
(Un)balanced consumer-brand relationships

Prof. Dr. Philippe Meers, University of Antwerp
(Dis)continuities for/in cinema audiences:
Reflections from studies on analogue and digital young viewers in Belgium





Dr. Ece Algan, Loughborough University
Quarantining with our media and before:
Some observations and questions about digital inequalities

YAPAY ZEKÂ KULLANAN ŞİRKETLER VE INSTAGRAM'DAKİ DİYALOJİK İLETİŞİM BİÇİMLERİ: BİR İÇERİK ANALİZİ ÇALIŞMASI

Ahmet Ayhan[1], **Hediye Aydoğan**[2]

Toplum 5.0, Endüstri 4.0'ın gelişmesiyle birlikte değişen toplumun ihtiyaçlarını belirleyen ve gideren bir toplum olarak tanımlanmaktadır. Bu insan merkezli toplumun amacı, siber alanı fiziksel alan ile bütünleştirmek ve böylece dengeleyici bir sistem aracılığıyla toplumsal sorunların ortaya çıkmasını önlemektir. Bu toplumla birlikte, toplumun her üyesinin bir diğerine saygı duyduğu ve bir lider olma potansiyelinin olduğu eğlenceli ve etkinlik bir insanlık düzeyine ulaşmak planlanmaktadır. Bunun gerçekleşebilmesi amacıyla, büyük miktarlardaki veriler, siber ortamlardaki kullanıcılardan fiziksel alanlarına dönük olarak toplanmakta ve daha sonra yapay zekâ yoluyla analiz edilmektedir ve bu analiz sonuçları kullanıcıların fiziksel alanlarında çok çeşitli amaçlarla uygulamaya geçirilecek eylemler için dikkate alınmaktadır. Bu durum, özellikle yapay zekâ kullanan şirketlerin diyalojik iletişim ilkeleri bağlamında Instagram'da hedef kitleleri ile nasıl iletişim kurduğu sorusunu gündeme getirmektedir. Bu bağlamda, bu çalışma Forbes listesinde ilk onda yer alan yapay zekâ şirketlerinin Instagram sayfalarını Kent ve Taylor'ın (1998) geliştirdiği diyalojik iletişim ilkelerini kullanarak içerik analizi ile incelemektedir. Bu inceleme yoluyla çalışma şirketlerin genel eğilimlerine yönelik bilgiler sunmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Yapay zekâ, toplum 5.0, Instagram, diyalojik iletişim, içerik analizi

Kaynakça

Arslan, C. (2019). An analysis of Instagram's dialogical communication building potential in Turkish Theater Institutions. *Sanat & Tasarım Dergisi*, 84-98.

Kent, M. L. & Taylor, M. (1998). Building dialogic relationships through the world wide web. *Public Relations Review, 24*(3), 321-334. DOI: 10.1016/S0363-8111(99)80143-X.

Silkü Bilgilier, H. A. & Kocaömer, C. (2020). Instagram in the Context of Dialogic Communication: A Content Analysis for Top Performing Brands on Instagram. *Global Media Journal TR Edition, 10*(20), 114-129.

Taylor, M. & Kent, M. L. (2004). Congressional Web Sites and Their Potential for Public Dialogue. Atlantic Journal of Communication, 2, 59-76. DOI: 10.1207/s15456889ajc1202_1.

AI-USING COMPANIES AND DIALOGIC COMMUNICATION ON INSTAGRAM: A CONTENT ANALYSIS STUDY

Society 5.0 is described as a society which determines and meets the needs of a society changing with the development of Industry 4.0. The objective of this human-centered society is to integrate the cyber space with the physical one, and to hinder the emergence of social problems via a balancing system. With this society, it is planned to reach an entertaining and active level of humanity, in which each member of the society has respect for each other and has the potential to become a leader. In order to make this happen, big amounts of data are collected from the users on cyber space regarding their physical space, and later analyzed through artificial intelligence (AI), and the analysis results are taken into account for actions to be taken in various way in the physical space of these users. This prompts the question of how the AI-using companies communicate with their target audience on Instagram with regard to dialogic communication principles. Accordingly, this study content-analyses the Instagram pages of the top ten companies using AI technology listed by Forbes,

[1] Prof. Dr., Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, ahmetayhan@akdeniz.edu.tr

[2] Araştırma Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, hediyeaydogan@akdeniz.edu.tr

utilizing the dialogic communication principles by Kent and Taylor (1998). This study provides information regarding the general trends of companies.

Keywords: Artificial intelligence, society 5.0, Instagram, dialogic communication, content analysis

References

Arslan, C. (2019). An analysis of Instagram's dialogical communication building potential in Turkish Theater Institutions. *Sanat & Tasarım Dergisi*, 84-98.

Kent, M. L. & Taylor, M. (1998). Building dialogic relationships through the world wide web. *Public Relations Review, 24*(3), 321-334. DOI: 10.1016/S0363-8111(99)80143-X.

Silkü Bilgilier, H. A. & Kocaömer, C. (2020). Instagram in the Context of Dialogic Communication: A Content Analysis for Top Performing Brands on Instagram. *Global Media Journal TR Edition, 10*(20), 114-129.

Taylor, M. & Kent, M. L. (2004). Congressional Web Sites and Their Potential for Public Dialogue. Atlantic Journal of Communication, 2, 59-76. DOI: 10.1207/s15456889ajc1202_1.