



INTERNATIONAL TRENDS AND ISSUES IN COMMUNICATION & MEDIA CONFERENCE

IQC2023

INTERNATIONAL QUALITY CONFERENCE

July 13-14, 2023

Nicosia/Turkish Republic of Northern Cyprus

ABSTRACT BOOK

ISSN: 2146-7366

www.iticam.net

www.icqh.net

Dear Colleagues,

ITICAM & IQC 2023 Conferences are now well-known international academic events and the number of paper submissions and attendees are increasing every year.

We have lots of participants from 18 different countries. These participants presented their papers during two days.

Also, we would like to thank to our distinguished guests, keynote speakers, reviewers for their collaborations and contributions to the success of these conferences. And we would like to thank all of you for coming, presenting, and joining in these academic activities.

Should you have any enquiries regarding conferences, please do not hesitate to contact with us for any additional information you may require.

Agust 04, 2023

Thank you...

Conference Organizing Committee

KEYNOTES



Prof. Dr. Muzaffer Elmas

Rector, Kocaeli Health and Technology University, Turkey

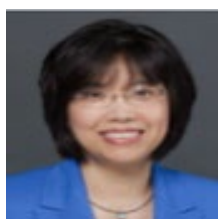
Speech Title: New horizons in quality in higher education



Prof. Dr. Douglas Franklin

Ohio University, United States

Speech Title: Commitment to Quality in the Digital Age



Prof. Dr. Guofang Wan

Loyola University Chicago, United States

Speech Title: International Graduate Student Sense of Belonging



Prof. Dr. John Hitchcock

University of Indiana, United States

Speech Title: Mixed Methods Survey Projects



Prof. Dr. Teresa Franklin

Ohio University, United States

Speech Title: Technology for Transforming the Quality of Teaching and Learning



Prof. Dr. Susan Copp

George Washington University, United States

Speech Title: Classroom Technology Initiatives through the Lens of the Reluctant Adopter

WORKSHOPS (ATÖLYELER)

Assoc. Prof. Dr. Mustafa Öztunç

Sakarya University, Türkiye

Speech Title: Sosyal Medya ve Psikolojik Etkileri

Assist. Prof. Dr. Hüseyin Eski

Sakarya University, Türkiye

Speech Title: İnternet Güvenliği

Assist. Prof. Dr. Osman Emiroğlu

Cyprus International University, Cyprus

Speech Title: Etkili Sınıf Yönetimi

Assoc. Prof. Dr. Nesrin Akıncı Çötök

Sakarya University, Türkiye

Speech Title: Eleştirel Medya Okuryazarlığında Yeni Eğilimler

Assoc. Prof. Dr. Dilan Çiftçi

Cyprus International University, Cyprus

Speech Title: Dijital Vatandaşlık

Assoc. Prof. Dr. Tolgay Karanfiller

Cyprus International University, Cyprus

Speech Title: Eğitim Ve Popüler Kültür

ITICAM & IQC 2023 CONFERENCES

Organizing Committee

General Coordinators

- ❖ Prof. Dr. Aytakin İŞMAN, Sakarya University, Turkey

Coordinators

- ❖ Prof. Dr. Jonathan Stubbs
- ❖ Prof. Dr. Ahmet ADALIER
- ❖ Assoc. Prof. Dr. Dilan ÇİFTÇİ
- ❖ Assoc. Prof. Dr. Nesrin AKINCI ÇÖTOK
- ❖ Assoc. Prof. Dr. Ayda SABUNCUOĞLU İNANÇ
- ❖ Assoc. Prof. Dr. İrfan ŞİMŞEK
- ❖ Assoc. Prof. Dr. Tolgay KARANFİLLER
- ❖ Assoc. Prof. Dr. Mustafa ÖZTUNÇ
- ❖ Assist. Prof. Dr. Bahar TAŞELİ
- ❖ Assist. Prof. Dr. Eda HANÇER AKKOR
- ❖ Assist. Prof. Dr. Göral ERİNÇ YILMAZ
- ❖ Assist. Prof. Dr. Sevilay ÖREN
- ❖ Assist. Prof. Dr. Engin ALUÇ
- ❖ Assist. Prof. Dr. Ece KAHRAMAN BULUT
- ❖ Assist. Prof. Dr. Ayşegül NACAĞ

Associate Coordinators

- ❖ Lect. GülDenHACİMEVLÜT ALYAZ
- ❖ Lect. Levent DURANLI
- ❖ Lect. Nurten AVTÜRK

ITICAM & IQC 2023 Editorial Board		
Prof. Dr. Abdullah KUZU	Anadolu University	Turkey
Prof. Dr. Ahmet ESKİCUMALI	Sakarya University	Turkey
Prof. Dr. Akihiro Yamamura	Akita University	Japan
Prof. Dr. Alejandro Rodriguez Valle	Universidad Veracruzana	Mexico
Prof. Dr. Ana Andrade	Instituto Politécnico de Viseu, CI & DETS, ESSV	Portegual
Prof. Dr. Antoinette J. MUNTJEWERFF	University of Amsterdam	Netherlands
Prof. Dr. António Madureira	Instituto Politécnico de Viseu, CI&DETS, ESSV	
Prof. Dr. Arvind SINGHAL	University of Texas	United States
Prof. Dr. Asaf VAROL	Firat Univerity	Turkey
Prof. Dr. Aytekin İşman	Sakarya University	Turkey
Prof. Dr. Brent G. WILSON	University of Colorado at Denver	United States
Prof. Dr. Buket AKKOYUNLU	Cankaya University	Turkey
Prof. Dr. Carmencita L. Castolo	Open University System of the Polytechnic University of the Philippines	Phillipines
Prof. Dr. Cengiz Hakan AYDIN	Anadolu University	Turkey
Prof. Dr. Chih-Kai CHANG	National University of Taiwan	
Prof. Dr. D.P. MISHRA	Indian Institute of Technology Kanpur	India
Prof. Dr. Don M. FLOURNOY	Ohio University	United States
Prof. Dr. Douglas D. BURLEIGH	La Jolla Cove Consulting, San Diego CA 92117, USA	USA
Prof. Dr. Eralp ALTUN	Ege University	Turkey
Prof. Dr. Fahad AlShahrani	Jubal Industrial College	Saudi Arabia
Prof. Dr. Feng-Chiao CHUNG	National Pingtung University	Taiwan
Prof. Dr. Ferhan ODABAŞI	Anadolu University	Turkey
Prof. Dr. Feza ORHAN	Yıldız Technical University	Turkey
Prof. Dr. Finland CHENG	National Pingtung University	Taiwan
Prof. Dr. Francine Shuchat SHAW	New York University	United States
Prof. Dr. Frank S.C. TSENG	National Kaohsiung First University os Science and Technology	Taiwan
Prof. Dr. Gianni Viardo VERCELLI	University of Genova	Italy
Prof. Dr. Gilbert Mbotho MASITSA	Univerisity of The Free State	South Africa
Prof. Dr. Giuseppe Visaggio	Università di Bari	Italy
Prof. Dr. Gregory ALEXANDER	University of The Free State	South Africa
Prof. Dr. Gwo-Dong CHEN	National Central University Chung-Li	Taiwan

Prof. Dr. Gwo-Jen HWANG	National Taiwan University of Science and Technology	Taiwan
Prof. Dr. Han XIBIN	Tsinghua University	China
Prof. Dr. Hao-Chiang LIN	National University of Tainan	Taiwan
Prof. Dr. Hao-Chiang LIN	National University of Tainan	Taiwan
Prof. Dr. Heli RUOKAMO	University of Lapland	Finland
Prof. Dr. Henry H.H. CHEN	National Pingtung University	TAIWAN
Prof. Dr. Hülya ÇALIŞKAN	Istanbul University	Turkey
Prof. Dr. Hüseyin YARATAN	Final International University	TRNC
Prof. Dr. Ing. Giovanni ADORNI	University of Lapland	Finland
Prof. Dr. J. Ana DONALDSON	AECT Former President	United States
Prof. Dr. J. Michael SPECTOR	University of North Texas	United States
Prof. Dr. Jaroslav Vesely	BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY	Czech Republic
Prof. Dr. Jerry WILLIS	Manhattanville College	United States
Prof. Dr. Jie-Chi YANG	National Central University	Taiwan
Prof. Dr. João Duarte	Instituto Politécnico de Viseu, CI&DETS, ESSV	Portugal
Prof. Dr. José Gijón Puerta	Faculty of Education, Granada University	Spain
Prof. Dr. Julia Bello	UIUC	United States
Prof. Dr. KAHIT Fatima Zahra	Université Badji Mokhtar Annaba	Algeria
Prof. Dr. Karel RYDL	Pardubice University	Czech Republic
Prof. Dr. Kay A. PERSICHITTE	Elected AECT President	United States
Prof. Dr. Kiyoshi NAKABAYASHI	Chiba Institute of Technology	Japan
Prof. Dr. Kumiko AOKI	The Open University of Japan	Japan
Prof. Dr. Kuo-En CHANG	National Taiwan Normal University	Taiwan
Prof. Dr. Kuo-Hung TSENG	Meiho Institute of Technology	Taiwan
Prof. Dr. Kuo-Robert LAI	Yuan-Ze University	Taiwan
Prof. Dr. Liu MEIFENG	Beijing Normal University	China
Prof. Dr. Luis Dourado	University of Minho	Portugal
Prof. Dr. Marina Stock MCISAAC	Arizona State University	United States
Prof. Dr. MAURIZIO RIJA	Università della Calabria	Italy
Prof. Dr. Mei-Mei CHANG	National Pingtung University	Taiwan
Prof. Dr. Min JOU	National Taiwan Normal University	Taiwan

Prof. Dr. Ming-Puu CHEN	National Taiwan Normal University	Taiwan
Prof. Dr. Mingchang WU	National Yunlin University of Science and Technology	Taiwan
Prof. Dr. Mohamed El Homrani	Faculty of Education, Granada University, Spain	Turkey
Prof. Dr. Mustafa S. DUNDAR	Sakarya University	Turkey
Prof. Dr. Nabi Bux JUMANI	International Islamic University	Pakistan
Prof. Dr. Nian-Shing CHEN	National Sun Yat-Sen University	Taiwan
Prof. Dr. Paolo Di Sia	University of Padova	Italy
Prof. Dr. Pi-Hsia HUNG	National University of Tainan	Taiwan
Prof. Dr. Prof. Dr. Manuel Fernández Cruz	Faculty of Education, Granada University, Spain	Turkey
Prof. Dr. Roger HARTLEY	University of Leeds	United Kingdom
Prof. Dr. Rozhan M. IDRUS	University Sains Malaysia	Malaysia
Prof. Dr. S. Sadi SEFEROĞLU	Hacettepe University	Turkey
Prof. Dr. Saedah SIRAJ	University of Malaya	Malaysia
Prof. Dr. Sandrina Teixeira	ISCAP/IPP	Portugal
Prof. Dr. Servet BAYRAM	Yeditepe University	Turkey
Prof. Dr. Shan-Ju Lin CHANG	National Taiwan University	Taiwan
Prof. Dr. Sharon SMALDINO	Northern Illinois University	United States
Prof. Dr. ShenQuan YU	Beijing Normal University	China
Prof. Dr. Shi-Jer LOU	National Pingtung University	Taiwan
Prof. Dr. Shu-Hsuan CHANG	National Changhua University of Education	Taiwan
Prof. Dr. Shu-Sheng LIAW	China Medical University	Taiwan
Prof. Dr. Stefan AUFENANGER	University of Mainz	Germany
Prof. Dr. Stephen J. H. YANG	National Central University	Taiwan
Prof. Dr. Steve HARMON	Georgia Institute of Technology	United States
Prof. Dr. Sun FUWAN	China Central Radio and TV University	China
Prof. Dr. Sunny S.J. LIN	National Chiao Tung University	Taiwan
Prof. Dr. Teresa FRANKLIN	Ohio University	United States
Prof. Dr. Terry ANDERSON	Athabasca University	Canada
Prof. Dr. Toh Seong CHONG	University of Sains Malaysia	Malaysia
Prof. Dr. Toshio OKAMOTO	University of Electro-Communications	Japan
Prof. Dr. Tzu-Chien LIU	National Central University	Taiwan
Prof. Dr. Xibin HAN	Tsinghua University	China
Prof. Dr. Yavuz AKPINAR	Boğaziçi University	Turkey

Prof. Dr. Yen-Hsyang CHU	National Central University	Taiwan
Prof. Dr. Yuan-Chen LIU	National Taipei University of Education	Taiwan
Prof. Dr. Yuan-Kuang GUU	National Pingtung University	Taiwan
Prof. Dr. Zhao XINGLONG	Beijing Normal University	China
Prof. Dr. A. Aşkim KURT	Anadolu University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Anthony Y. H. LIAO	Asia University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Betül ÖZKAN	University of Arizona	United States
Assoc. Prof. Dr. Birova Jana	Pegas Journal	Slovakia
Assoc. Prof. Dr. Chen-Chung LIU	National Central University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Chen-Huei LIAO	National Taichung University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Cheng-Huang YEN	National Open University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Ching Hui Alice CHEN	Ming Chuan University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Ching-Fan CHEN	Tamkang University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Chiung-Sui CHANG	Tamkang University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Danguole RUTKAUSKIENE	Kauno Technology University	Lithuania
Assoc. Prof. Dr. David Tawei KU	Tamkang University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Dawood Al Hamdani	Sohar University	Oman
Assoc. Prof. Dr. Eric MENG	National Pingtung University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Erkan TEKİNARSLAN	Bolu Abant İzzet Baysal University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Ezendu ARIWA	London Metropolitan University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Hakan TÜZÜN	Hacettepe University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Hsin-Chih LIN	National University of Tainan	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Huey-Ching JIH	National Hsinchu University of Education	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. I-Wen HUANG	National University of Tainan	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Ian SANDERS	University of the Witwatersrand	South Africa
Assoc. Prof. Dr. Iman OSTA	Lebanese American University	Lebanon
Assoc. Prof. Dr. İNANÇ İŞİL YILDIRIM	Beykent University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Işıl KABAKÇI	Anadolu University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. John I-Tsun CHIANG	National Changhua University of Education	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Ju-Ling SHIH	National University of Tainan	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Kateřina Vitásková	Palacký University, Faculty of Education, Institute of Special Education Studies	Czech Republic
Assoc. Prof. Dr. Kuo-Chang TING	Ming-hsin University of Science and Technology	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Kuo-Liang OU	National Hsinchu University of Education	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Larysa M. MYTSYK	Gogol State University	Ukraine
Assoc. Prof. Dr. Levent Eraslan	Anadolu University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Li YAWAN	The Open University of China	China
Assoc. Prof. Dr. Li-An HO	Tamkang University	Taiwan

Assoc. Prof. Dr. Mike JOY	University of Warwick	United Kingdom
Assoc. Prof. Dr. Ming-Charng JENG	National Pingtung University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Murat ATAİZİ	Anadolu University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Norazah Mohd SUKI	University Malaysia Sabah	Malaysia
Assoc. Prof. Dr. Partow IZADI	University of Lapland	Finland
Assoc. Prof. Dr. Ping-Kuen CHEN	National Defense University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Pramela KRISH	University Kebangsaan Malaysia	Malaysia
Assoc. Prof. Dr. Razvan-Lucian ANDRONIC	Spiru Haret University	Romania
Assoc. Prof. Dr. Selma KOÇ	Cleveland State University	United States
Assoc. Prof. Dr. Tang Keow Ngang Tang	Khon Kaen University	Thailand
Assoc. Prof. Dr. Tulen SANER	Neareast University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Tzu-Hua WANG	National Hsinchu University of Education	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Wellington Didibhuku THWALA	University of Johannesburg	South Africa
Assoc. Prof. Dr. Wu-Yuin HWANG	National Central University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Ya-Ling WU	National Pingtung University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Zhi-Feng LIU	National Central University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. ALICIA GONZALEZ-PEREZ	UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA	Spain
Assist. Prof. Dr. Andreja Istenic STARCIC	University of Primorska	Slovenia
Assist. Prof. Dr. Anita G. WELCH	North Dakota State University	United States
Assist. Prof. Dr. Antonis LIONARAKIS	Hellenic Open University	Greece
Assist. Prof. Dr. Cara Williams	Emirates College for Advanced Education	United Arab Emirates
Assist. Prof. Dr. Chiaki IWASAKI	Kansai University	Japan
Assist. Prof. Dr. Chiu-Pin LIN	National Hsinchu University of Education	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Chun-Ping WU	Tamkang University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Chun-Yi SHEN	Tamkang University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Chung-Yuan HSU	National Pingtung University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Dararat KHampusaen	KKU	Thailand
Assist. Prof. Dr. Denis Mušić	Faculty of Infromation Technologies	Bosnia and Herzegovina
Assist. Prof. Dr. Fahme DABAJ	EMU	Turkey
Assist. Prof. Dr. Guan-Ze LIAO	National Hsinchu University of Education	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Hsiang CHIN-HSIAO	Shih-Chien University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Hsieh PEI-HSUAN	National Cheng Kung University	Taiwan

Assist. Prof. Dr. Huei-Tse HOU	National Taiwan University of Science and Technology	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Jagannath. K DANGE	Kuvempu University	India
Assist. Prof. Dr. K. B. PRAVEENA	University of Mysore	India
Assist. Prof. Dr. Kanvaria Vinod KUMAR	University of Delhi	India
Assist. Prof. Dr. Marko RADOVAN	University of Ljubljana	Slovenia
Assist. Prof. Dr. Mustafa ÖZTUNÇ	Sakarya University	Turkey
Assist. Prof. Dr. Özlem Atalan	Celal Bayar university	Turkey
Assist. Prof. Dr. Pavlina Částková	Palacky University in Olomouc	
Assist. Prof. Dr. Pey-Yan LIOU	National Central University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Phaik Kin. CHEAH	University Tunku Abdul Rahman	Malaysia
Assist. Prof. Dr. Ping-yeh TSAI	Tamkang University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. S. ARULCHELVAN	Anna University	India
Assist. Prof. Dr. Shiful ISLAM	University of Dhaka	Bangladesh
Assist. Prof. Dr. Tsung-Yen CHUANG	National University of Tainan	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Vahid MOTAMEDI	Tarbiat Moallem University	Iran
Assist. Prof. Dr. WonJoon Chung	Carleton University	
Assist. Prof. Dr. Xiongyi Liu	Cleveland State University	United States
Assist. Prof. Dr. Yu-Ju LAN	National Taiwan Normal University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Zachary Walker	National Institute of Education, Singapore	Singapore
Assist. Prof. Dr. Zerrin AYVAZ REIS	Istanbul University	Turkey
Dr. Ahmad Mohammad AL-SHABATAT	Al-Baha University	Saudi Arabia
Dr. Aijaz Ahmed GUJJAR	Sindh Madressatul Islam University	Pakistan
Dr. Ali AL MAZARI	Alfaisal University	Saudi Arabia
Dr. Anwer Al-Zahrani	Royal Commission for Jubail and Yanbu	Saudi Arabia
Dr. Brendan TANGNEY	Trinity College	Ireland
Dr. Chan Shiau Wei	Universiti Tun Hussein Onn Malaysia	Malaysia
Dr. Chin-Yeh WANG	National Central University	Taiwan
Dr. Chun-Hsiang CHEN	National Central University	Taiwan
Dr. Elnaz ZAHED	University of Waterloo	United Arab Emirates
Dr. Farhan OBISAT	University of Bank. and Finan. Sci	Jordan
Dr. Farrah Dina YUSOP	University of Malaya	Malaysia
Dr. Fawaz AL-QARNI	Memorial University of Newfoundland	Canada
Dr. Han-Chieh CHAO	Natioanal Ilan University	Taiwan
Dr. HJ. Mohd Arif Hj. ISMAIL	National University of Malaysia	Malaysia
Dr. Ira Irawati	Padjadjaran University	Indonesia
Dr. Issham ISMAIL	University of Sains Malaysia	Malaysia
Dr. Jan Kubrický	Department of Technical education and Information technology	Czech Republic
Dr. Jarkko SUHONEN	University of Eastern Finland	Finland

Dr. Jialin YI	Indiana University at Bloomington	United States
Dr. JordanEa JordanEa	JordanEa	Chile
Dr. Li YING	China Central Radio and TV University	China
Dr. Maha Atallah Salman	Kuwait University	Kuwait
Dr. Marcela Göttlichová	Tomas Bata University in Zlín	Czech Republic
Dr. Milla Sepliana Setyowati	University of Indonesia	
Dr. Muhammad SAFDAR	International Islamic University	Pakistan
Dr. Nadeem SAQLAIN	Memorial University of Newfoundland	Canada
Dr. Norlidah ALIAS	University of Malaya	Malaysia
Dr. Paivi Perkkila	Kokkola University Consortium Chydenius	
Dr. Sheng-Yi WU	National Central University	Taiwan
Dr. SUKUMAR SENTHILKUMAR	Vellore Institute of Technology-University	India
Dr. Tam Shu SIM	University of Malaya	Malaysia
Dr. Tiong GOH	Victoria University of Wellington	Afghanistan
Dr. Tomas Moravec	University of Economics in Prague	
Dr. Velciu Magdalena	National Research Institute for Labour and Social Protection	
Dr. Yazid BEDOUH	BADJI Mokhtar University	Algeria

Table Of Contents

A GLOCAL BRAND DESCRIPTION: "DR. OETKER"	1
<i>Aylin Talu</i>	
A REVIEW ON THE INTERACTION CREATED BY CONTENT PRODUCTION IN PURPOSE-FOCUSED PROJECTS IN SOCIAL MEDIA: INSTAGRAM GAZİANTEP STORIES 'HAPPINESS PACKAGES'	2
<i>Saadet Uğurlu, Zeynep Abacı</i>	
A STUDY OF MATHEMATICAL PROBLEM SOLVING ON PRISM AND CYLINDERS BY USING OPEN APPROACH	3
<i>Aukkarawut Kanhapong</i>	
ADVANCEMENTS IN ICT AND CHANGING HEALTH COMMUNICATION: WEBSITES AND TWITTER USE IN HEALTH COMMUNICATION	4
<i>Sevilay Ören, Praise Olabisi Oladitan</i>	
ANALYZING THE RELATIONSHIP BETWEEN PERCEIVED SERVICE QUALITY, STUDENT SATISFACTION, BRAND TRUST, AND WORD-OF-MOUTH: A CASE OF TURKISH REPUBLIC OF NORTHERN CYPRUS PRIVATE HIGHER EDUCATION	5
<i>Dagnu Haile Tessema, Figen Yeşilada, Iman Aghaei, Japheth Nuhu Ahmed</i>	
AVRUPA'DA MEDYA ETİK İHLALLERİ VE ÖZDENETİM	6
<i>Eda Hançer Akkor, Engin Aluç, Özen Çatal</i>	
BATI AKDENİZ (TR61) BÖLGESİ'NDEKİ DEVLET ÜNİVERSİTELERİNDE HEDEF ODAKLI ULUSLARARASIŞMA: AZERBAJCAN CUMHURİYETİ ÖZELİNDE BİR ANALİZ	7
<i>Sibel Mehter Aykin, Emel Kahraman, Bahar Şahin</i>	
BILINGUALISM IN CYPRIOT MEDIA: THE CASE OF PENNA	8
<i>Arda Çileker</i>	
BİR İLETİŞİM ARACI OLARAK BİTKİSEL ÖRÜCÜLÜK: KIBRIS SESTA MOTİFLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ	9
<i>Ece Kahraman Bulut</i>	
BOUDRİLLARD'IN "SEMBOİK DEĞİŞ TOKUŞ" KAVRAMSALLAŞTIRMASI BAĞLAMINDA VOCALOİD TEKNOLOJİSİ KULLANAN KÜLTÜR ENDÜSTRİSİNE YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME: DİVA HATSUNE MİKU ÖRNEĞİ	10
<i>Nesrin Akinci Çötök, Ümmü Akkuş</i>	

CHANGING REPRESENTATIONS OF WOMEN IN TURKISH TV ADVERTISEMENTS	11
<i>Bahar Taşeli</i>	
COMMUNICATION BETWEEN STUDENTS IN A VR ENVIRONMENT	12
<i>Lior Solomovich</i>	
COOPERATIVE LEARNING AS AN INNOVATIVE METHOD IN TEACHING ENGLISH	13
<i>Sharifjon Nematjonov</i>	
CREATIVE PROBLEM SOLVING TO DEVELOP STUDENTS' PROBLEM SOLVING SKILL IN 21ST CENTURY	14
<i>Nathamon Suthanakiattikan</i>	
DEVELOPING 21ST DIGITAL CITIZENSHIP SKILL THROUGH PROBLEMBASED LEARNING INCLUDING DIGITAL TECHNOLOGY MEDIAS IN SOCIAL STUDY SUBJECT	15
<i>Anurak Kulwongsa</i>	
DEVELOPING DIGITAL COMPETENCE IN PRE-SERVICE TEACHERS: SELFREFLECTION WITH DIGCOMPEDU	16
<i>Mehmet Çağlar</i>	
DIFFUSION OF FACEBOOK A PLATFORM FOR POLITICAL DISCOURSE IN GHANA	17
<i>Stephen Kwame Owusu-Amoh, Dilan Çiftçi, Aytekin İşman</i>	
DIFFUSION OF TELEGRAM AS A TOOL OF ALTERNATIVE MEDIA IN PALESTINE	18
<i>Almuthana Deek, Aytekin İşman</i>	
DIGITAL MEDIA AND ENGINEERING OF CONSENT; THE USE OF DIGITAL PLATFORMS IN ENGINEERING THE ATTITUDES AND ORIENTATIONS OF PALESTINIAN JOURNALISTS	19
<i>Abdullatif Najim, Osama Kanaker</i>	
DİJİTAL MEDYADA GÜNCEL SORUNLARIN AVRUPA BİRLİĞİ (AB) DİJİTAL HİZMETLER YASASI KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ	20
<i>Berrin Kalsin</i>	
DİSTOPYADAN ÜTOPYAYA, HAYALDEN GERÇEĞE: HOLLYWOOD FİMLERİNDE METAVERSE	21
<i>Serkan Fundalar, Göral Erinç Yılmaz</i>	
ENCOURAGING STUDENTS' CREATIVITY THINKING THROUGH DESIGN THINKING PROCESS	22
<i>Chittiwit Pitak, Direk Khunpino, Patcharin Jampanon, Siraphop Chermram</i>	

ENHANCING JOB PERFORMANCE THROUGH QUALITY HUMAN RESOURCES: UNDERSTANDING THE IMPLICATIONS OF EMPLOYEE LOYALTY AND TRAINING AND DEVELOPMENT OPPORTUNITIES	23
<i>Hayford Asare Obeng, Tarik Atan, Dagnu Haile Tessema, Japheth Nuhu Ahmed, Jeneba Joy Tucker</i>	
EXAMINING THE PORTRAYAL OF TRANSGENDER INDIVIDUALS IN FOX NEWS ARTICLES	24
<i>Pegah Hazari</i>	
EXPLORING THE FACTORS INFLUENCING THE DIFFUSION OF FACEBOOK AS AN INNOVATIVE COMMUNICATION TOOL IN MOROCCO: A STUDY OF USER ADOPTION AND MOTIVATIONS	25
<i>Houda El Mrassni, Aytekin İşman</i>	
FACT, FICTION AND THE LIVES OF OTHERS: THE UNAUTHORISED DEPICTION OF PUBLIC FIGURES IN US FILM AND TV DRAMA	26
<i>Jonathan Stubbs</i>	
FACTORS AFFECTING THE ADOPTION OF TIKTOK PLATFORM THROUGH THE LENS OF DIFFUSION OF INNOVATION THEORY	27
<i>Rayhan Yahya, Aytekin İşman</i>	
FANTASTİK SINEMADA ÇOCUKLUKTAN YETİŞKİNLİĞE GEÇİŞ VE KAHRAMAN OLGUSU: "STARDUST" FİLM ANALİZİ	28
<i>Gönül Cengiz</i>	
GENDER INEQUALITY: WOMEN'S REPRESENTATION AS AN INTERLOCUTOR IN TELEVISION SHOWS	29
<i>Mirela Vučko</i>	
GÖRME ENGELLİLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM DÜZEYİ	30
<i>Esin Çolak</i>	
HABER YAZI VE FOTOĞRAF İLİŞKİSİNİN ETİK AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ; TWITTER ÖRNEĞİ	31
<i>Fetih Mücahit Çiftçi</i>	
İÇECEK ENDÜSTRİSİNDE YALIN ALTI SİGMA UYGULAMASI	32
<i>Burcu Özdemir</i>	
INNOVATION FOOD MOBILE ORDERING APPLICATIONS. THE KFC ORDERING APP CASE IN JORDAN	33
<i>Ahmed Alqaoud</i>	
İNSAN-YAPAY ZEKA İLETİŞİMİNDE YENİ BİR PARADİGMA: PROMPT MÜHENDİSLİĞİ	34
<i>Sevinc Kahveci</i>	
K.K.T.C İLKÖĞRETİM OKULLARINDA GÖREV YAPAN ÖĞRETMENLERİN HARMANLANMIŞ	35

ÖĞRENME MODELİNE KARŞI TUTUMLARI

Fatma Tacoy, Eylem Menteşoğulları, Şevket Şafakoğulları, Melih Yıldız

KADINLARIN MOBİLİTESİNİN MEDYADA GÖRÜNÜRLÜĞÜ: BIANET ERKEK ŞİDDETİ ÇETELESİ ÖRNEĞİ 36

Hanife Aliefendioglu, Duygu Onay Çöker

KAHRAMAN MARAŞ MERKEZLİ DEPREM FELAKETİ SONRASI "ŞAMPİYON MELEKLER TAKIMI" HAKKINDA DEZENFORMASYON HALLERİ 37

Nuran Öze

KAHRAMANMARAŞ DEPREMLERİ ÖZELİNDE "SOSYAL MEDYANIN TOPLUMSAL ETKİLERİ" 39

Atakan Çelik

KAMU KURUMLARINDA SOSYAL MEDYA KULLANIMI: SAKARYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ TWİTTER ÖRNEĞİ 40

Ayşe Tuğba Burucu

KAMUOYU OLUŞTURMADA MEDYA ÇALIŞMALARI: 2023 TÜRKİYE SEÇİMLERİ ÖRNEĞİ 41

Belis Gülay

KASHMİR ISSUE IN GLOBAL NEWS MEDIA – A CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS OF COVERAGE OF ABROGATION OF ARTICLE 370 42

Sonia Zeeshan, Hanife Aliefendioglu

KAVRAMSAL VE TEORİK BOYUTLARIYLA HALKLA İLİŞKİLER TOPLUMU 43

Çetin Murat Hazar, Özkan Avcı

KIBRIS TÜRK MEDYASINDA DİJİTAL DÖNÜŞÜM SÜRECİ 44

Emin Akkor

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ OLUŞTURDUĞU BEDEN ALGISİNİN BEDEN FOLKLORU AÇISINDAN ELE ALINMASI 45

Didem Altun Uzun

KİTLELERDEN BİREYİN MEDYASINA BİR GÖSTERİ MECRASINDA KİMLİK EDİNMEK: METAVERSE DÜNYALARI ÜZERİNE 46

Yasin Söğüt

KİTLESEL ÇEVİRİMİÇİ ÖĞRENME PLATFORMLARINDA HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNE YÖNELİK KURSLAR: UDEMY ÖRNEĞİ 47

İbrahim Çataldaş

KRİZ DURUMLARINDA SOSYAL MEDYANIN BİREY VE TOPLUM DAVRANIŞLARINA ETKİSİ: KAHRAMANMARAŞ DEPREMİ ÖRNEĞİ 48

Elif Aksüt

KÜRESELLEŞME VE GLOKAL REKLAMCILIĞIN KÜLTÜREL DÖNÜŞÜMLERİ: LAY'S REKLAMLARI ÖRNEĞİ 49

Filiz Soyer, Elif Asude Tunca

MARKALARIN SOSYAL MEDYADA MÜŞTERİLERLE ETKİLEŞİMLERİNİN MARKA İMAJI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ 50

Parisa Alizade

METAVEVERSE RADICALLY CHANGE THE WORLD; INTEGRATED SUBJECTS, SCIENCE, SOCIAL STUDY, CRAFTWORK, THAI AND ENGLISH SUBJECTS 51

Prapaporn Udomsiang, Somchok Kaewuthat, Ladda Chaihatup, Sasi Wattanaparuda, Chattrakant Pithong

MICHELIN YILDIZI VE GASTRO TURİZM'E ETKİSİ: İSTANBUL ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN SOSYAL MEDYA'DA TÜKETİCİ YORUMLARINA DAİR BİR ARAŞTIRMA 53

Gabriela Oana Olaru

MİLLETVEKİLİ SEÇİMLERİNDE ADAY TANITIM VE RETORİK: 2023 KUZAY KIBRIS ÖRNEĞİ 54

Gül den Hacımevlüt Alyaz, Dilan Çiftçi

ÖZEL EĞİTİM ÖĞRETMEN ADAYLARININ ÇOCUK CİNSEL İSTİSMARINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ 55

Behcet Öznacar, Gamze Avcı

PARENTAL INVOLVEMENT IN MOTHER TONGUE AND SECOND LANGUAGE EDUCATION: HOW THEY SUPPORT THEIR YOUNG CHILDREN? 56

Esra Karakaş, Serife Özbiler

POLITICAL CARICATURES FRAMING IN THE PALESTINIAN-ISRAELI STRUGGLE, SEMIOTICS ANALYSIS 57

Samer I M Awad, Aytekin Isman

REFLECTIVE PRACTICE IN DESIGN MAJOR COURSE 58

Shahryar Mirzaalikhani, Bahire Efe Özad

RUSSIAN-UKRAINIAN WAR _THE EFFECT OF PERSPECTIVE DIFFERENCES ON THE MEDIA COVERAGE 59

Ahmed Hussin Al-Sharif

SIYASAL SİSTEMLERİN BASIN ÖZGÜRLÜĞÜ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ 60

Mehmet Emin Begtimu

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ, NARSİZM İLE İLİŞKİSİ VE LİSE DÖNEMİNDEKİ Z KUŞAĞINA ETKİLERİ 61

Ayşe Özkul

SOSYAL MEDYA KULLANIMININ ÖĞRENCİLERİN BİREYLERARASI İLETİŞİMİ ÜZERİNE ETKİLERİ: SAKARYA ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ 62

Aytekin İşman, Emine Yıldız

SOSYAL MEDYA PLATFORMLARINDA DİJİTAL EMEK SÖMÜRÜSÜ: KULLANICI FARKINDALIĞINA VE KABULLENME DURUMUNA YÖNELİK BİR İNCELEME 63

Halil Saç

SOSYAL MEDYA VE NEFRET SÖYLEMİ; TWİTTER ÖRNEĞİ 64

Hatice Köybaşı

SOSYAL MEDYADA DEZENFORMASYON :KAHRAMANMARAŞ DEPREMİ ÖRNEĞİ 65

Orhan Gevrek

SOSYAL MEDYADA DİJİTAL AKTİVİZME HAYVAN HAKLARI ÇERÇEVESİNDE BAKIŞ: PAW GUARDS ÖRNEĞİNDE BİR İNCELEME 66

Rabia Uçar

SOSYAL MEDYADA ÖZEL HAYATIN GİZLİLİĞİ: BENLİK SUNUMLARI VE ETİK PROBLEMLER 67

Elif Aksüt

SÖYLEMSEL PSİKOLOJİYİ OYUNCU YÖNETİMİNDE BİR TEKNİK OLARAK KULLANMA DENEMESİ: AHLAT AĞACI FILMİ ÖRNEĞİ 68

Serdar Gezer

TALKING THE QUALITY TALK, WALKING THE QUALITY WALK: DEVELOPING AN ONLINE QUALITY ASSURANCE TRAINING PROGRAM 69

Abdullah Saykili, Deniz Taşcı, Elif Toprak, Feyza İpekten

TBMM'DE TEMSİL EDİLEN SİYASİ PARTİ LİDERLERİNİN TWİTTER KULLANIMI ÜZERİNE MAXQDA İLE NİTEL VERİ ANALİZİ 70

Ramazan Çelik

THE CHALLENGE OF DISTRIBUTED LEADERSHIP IN COLLEGES OF EDUCATION IN NIGERIA 71

Monday Uijiakhien Okojie

THE IMPORTANCE OF THE SOCIAL MEDIA OF THE COUNCIL OF EUROPE ISTANBUL CONVENTION 72

Negin Haghshenaslakani, Dilan Çiftçi

THE RELATIONSHIP BETWEEN EDUCATION QUALITY AND ECONOMIC GROWTH 73

Nihat Doğanalp

THE USEFULNESS OF ONLINE-MERGE-OFFLINE (OMO) LEARNING APPROACH TO EDUCATION IN THE POST COVID-19 ERA 74

Chika Ebere Okojie, Monday Uijiakhien Okojie

TÜRK MEDYA SEKTÖRÜNDE YAŞANAN DEĞİŞİMLER VE TEKELLEŞME SORUNU: DOĞUŞ MEDYA GRUBU ÖRNEĞİ ÜZERİNE BİR İNCELEME 75

Miranşah Köse

TÜRK SİNEMASINDA İŞÇİ FİLMLERİ VE SENDİKA HAKKI 76

Eda Evlioğlu Gezer

TÜRK SİNEMASINDA ÖĞRETMEN TEMSİLİ: DOĞU ANADOLU'DA GÖREV YAPAN 'BATILI ÖĞRETMEN' 77

Hülya Öztekin, Esra Kandemir

UNESCO EVRENSEL DEĞERLERİ BAĞLAMINDA ÇİZGİ FİLMLERİNİN KÜLTÜR İÇERİĞİ: KELOĞLAN VE ARI MAYA ÖRNEĞİ 78

Mustafa Öztunç, Nesrin Akinci Çötök, Melike Çokol

UZAYDAKİ AVALON YA DA ÜTOPYA KURMAK ARTIK MÜMKÜN DEĞİL: PASSENGERS FİLMİNİN SİNEFİLOZOFİK ANALİZİ 79

Deniz Kurtyilmaz

WHATSAPP DURUM ÖZELLİĞİ ARACILIĞIYLA BENLİĞİN YENİDEN SUNUMU 80

Feyza Dalaylı

YAPAY ZEKANIN PAYLAŞIM EKONOMİSİNDE GÜVEN VE İTİBAR YÖNETİMİNDE ROLÜ 81

Ayhan Şengöz

Mustafa Öztunç, Hatice Köybaşı

A GLOCAL BRAND DESCRIPTION: “DR. OETKER”

Aylin Talu
aylintalu@maltepe.edu.tr

ABSTRACT

The term “glocalization”, which is defined by the combination of the words “local” and “global”, has been discussed in the field of economy, international relations, marketing, and communication sciences both in the world and in our country. In recent years, in the context of glocalization, internationalization has become a frequently mentioned concept in branding. This concept is used to describe a product or service that is developed and distributed globally but is also created to meet consumer expectations in a local market. In this study, the inner dynamics of brand and culture are discussed in the context of the glocal perspective.

Every brand reflects the culture it belongs to. In other words, brands become a communication tool by conveying their culture. Accordingly, culture and glocalization which very often refer to a society's lifestyle, emerge as two factors that mutually affect each other.

It can be stated that the culture we live in shapes values and behaviors. Culture, which encompasses values such as language, literature, and works of art, has a wide variety. Therefore, it should be taken into account for those who want to manage a brand in its cultural elements in order to become a successful brand.

In this context, this study focuses on the formation of brands at the intersection of global and indigenous culture flows, in other words, it aims to highlight the significance of global brand and local culture in glocalization.

In this study, Dr. Oetker, as a global business and a glocal food brand operating beyond national borders, is examined and evaluated as a glocal marketing example in terms of product strategies implemented in the Turkish market with its wide product range.

Keywords: brand, culture, glocalization

A REVIEW ON THE INTERACTION CREATED BY CONTENT PRODUCTION IN PURPOSE-FOCUSED PROJECTS IN SOCIAL MEDIA: INSTAGRAM GAZİANTEP STORIES 'HAPPINESS PACKAGES'

Saadet Uğurlu
sugurlu@medipol.edu.tr

Zeynep Abacı
zeynepabacix@gmail.com

ABSTRACT

Social media, which has entered our lives with the development of new wave information technologies, is the interactive sharing of people's ideas, perceptions, experiences and predictions about technology and applications with each other as multimedia. Especially with these technologies that enable people to transfer their individual responsibilities to social responsibility, society members have undertaken the task of preparing, participating and disseminating social responsibility content in order to create their own awareness of social problems.

In this study, we have developed content by establishing Gaziantep traditions and urban cultural elements on our 'Instagram: Gaziantep Stories' page created with HKU students between 2019-2023 in order to announce them to the whole world and to become the digital memory of this Deconstructed city. We have prepared a total of 499 content, we have gained 1972 followers. After the great disaster that took place on February 6, 2023, we have implemented the 'Happiness Package' project, which was started and spread on social media by organizing offline activities as well as online content with our students in the earthquake and which resulted in the field. May April 23 and May 19, 2023, we have examined all the project execution processes, contents and interactions of this project, which aims to celebrate the official holidays and to make children smile in the earthquake.

February - June 2023 In the review / research we have carried out in this context, a descriptive analysis of the content that receives the highest interaction rate (likes, reads, spreads) in the content production of this social responsibility project that we are conducting with our students will be carried out.

Keywords: Social Responsibility in Social Media, Interactive Content, Online-Offline Campaign Management

A STUDY OF MATHEMATICAL PROBLEM SOLVING ON PRISM AND CYLINDERS BY USING OPEN APPROACH

Aukkarawut Kanhapong
aukkka@kku.ac.th

ABSTRACT

The purpose of this research was to study Mathematical Problem Solving on Prism and Cylinders by Using Open Approach of Grade 8 Students, where at least 80% of the students achieve the determined criteria, which is 80% of the total score. The target group was 36 Grade 8 Students of Demonstration School of Khon Kaen University Secondary School (Suksasat) Muang District, Khon Kaen Province, Academic Year 2022. The research was one short case study design, which consisted of research instruments; 1) lesson plan using Open Approach method on Prism and Cylinders 2) Test. The statistics used in this research were mean (\bar{x}), percentage (%) and learning analysis model of Haylock and Cockburn (2003) The finding indicated that 1) 30 students of 83.33 percent of total students passed 80 percent of the total score. The average score was 16.41 of 20 or 82.05 percent. 2) students showed four processes of problem solving on Prism and Cylinders as following (1) using experiences; they observed and connected their old knowledge which they had learnt to solve the problem (2) using language; they tried to simplify the information, symbol, and complicated problem situations by reading, thinking and analyzing to make it easy to understand. (3) using picture; they used their ideas and showed how to solve the problems as a picture (4) using Mathematics Symbols; they connected the problem solving process to Mathematical

Keywords: Open Approach , Mathematical Problem Solving

ADVANCEMENTS IN ICT AND CHANGING HEALTH COMMUNICATION: WEBSITES AND TWITTER USE IN HEALTH COMMUNICATION

Sevilay Ören
soren@ciu.edu.tr

Praise Olabisi Oladitan
oladitansumbo@outlook.com

ABSTRACT

Today, we are living in an era of ever evolving and transforming technology. The emergence and ever-quicken dissemination of new information and communication technologies (ICT) caused revolutionary changes in the way we communicate. Especially internet-based applications that allow easy and fast creation and transmission of messages transform the ways that communications take place between individuals, groups and masses. In such a context, private and public organizations are forced to move away from the traditional methods and tools of gathering, storing, sending and receiving information and adopt new methods and technological tools.

A number of researches conducted in range of different countries and contexts aimed to understand the importance of the effective and efficient use of new ICTs as a tool to reach stakeholders, send messages, enable engagement and cause cognitive, emotional and behavioural changes.

This study aims to examine and compare World Health Organization's (WHO) and Nigeria Federal Ministry of Health's use of website and twitter as tools for health communication. It is aimed to determine to what extent and how they use social media in their health communication activities. And as a result, to find out if the differences in adoption of new methods and technological tools in health communication make a difference in important outcomes such as the number of people reached and level of engagement. For the stated purposes, content analysis was made for the website and twitter accounts of WHO and Nigeria Federal Ministry of Health. Based on the research outcomes, it can be concluded that effective and efficient use of new ICTs makes a difference in the number of users reached and the level of engagement. Furthermore, results reveal the necessity of constantly and repeatedly research on how to improve and effectively use ICT and make changes in related practices and strategies of using new ICTs in health communication.

Keywords: Health Communication, ICT, Website, Twitter, WHO, Nigeria Federal Ministry of Health

**ANALYZING THE RELATIONSHIP BETWEEN PERCEIVED SERVICE QUALITY,
STUDENT SATISFACTION, BRAND TRUST, AND WORD-OF-MOUTH: A CASE
OF TURKISH REPUBLIC OF NORTHERN CYPRUS PRIVATE HIGHER
EDUCATION**

Dagnu Haile Tessema
dagnu.2017@gmail.com

Assoc Prof (Dr.) Figen Yeşilada
fyesilada@ciu.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Iman Aghaei
iaghaei@ciu.edu.tr

Japheth Nuhu Ahmed
japhethnuhu71@gmail.com

ABSTRACT

Purpose: Research on higher education in the Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC) is underestimated. Thus, the main aim of this paper is to analyze the relationship between perceived service quality (PSQ), student satisfaction (SAT), brand trust (BTR), and word-of-mouth (WOM) in private universities in the Turkish Republic of Northern Cyprus.

Methodology: A structured questionnaire using convenience sampling was administered to 350 students who are currently studying full-time courses at the universities in TRNC. The type of study was cross-sectional, and the approach to data analysis was quantitative. The data was analyzed using SPSS 26, and Smart-PLS reliability and validity tests were performed. Aside from this, confirmatory factor analysis was used to certify the elementary factors.

Findings: The result indicates that perceived service quality has a positive and significant influence on word-of-mouth through the mediation of brand trust and student satisfaction. Besides this, PSQ has a positive and significant influence on SAT, BTR, and WOM. Brand trust and student satisfaction have also had a positive and significant influence on word-of-mouth. In addition to this, brand trust has a significant and positive influence on student satisfaction.

Limitations: This study has some limitations. First, this research was conducted at private universities. Consequently, the results of this research might not be generalizable to state universities. Second, the results and perceptions of students at private universities and state universities might be different. Thus, future studies can collect data from private and state universities in order to determine the generalizability of the findings.

Implications: The results of this research can add to our understanding of service quality, customer satisfaction, brand trust, and word-of-mouth marketing. These findings can be used as a reference for university administration to improve the quality of services provided to students while also improving current regulations and procedures. The findings of this research will be useful for the (Ministry of Higher Education) MOHE in creating a framework for sound corporate governance, a curriculum of high caliber, and a point of reference for the criteria for evaluating universities in terms of aspects of high-caliber services.

Keywords: Higher Education, Students, Student satisfaction, Service quality, Brand trust, Word-of-mouth

AVRUPA'DA MEDYA ETİK İHLALLERİ VE ÖZDENETİM

Eda Hançer Akkor
eakkor@ciu.edu.tr

Engin Aluç
ealuc@ciu.edu.tr

Özen Çatal
ozen.catal@neu.edu.tr

ÖZET

Başlıca görevi kamuoyuna enformasyon sağlamak olan medya kuruluşları arasındaki rekabetin dijital yayıncılığın gelişmesiyle birlikte daha da arttığı günümüzde, etik değerlerin korunması ve haber medyasının basın ahlakına aykırı yayın yapmamasının güvence altına alınması bağlamında ülkelerin öz denetim mekanizmaları olan medya etik kurullarının önemi artmaktadır. Avrupa ülkeleri medya etik kurullarının faaliyetlerini ve güncel etik sorunları karşılaştırmalı olarak ele alan bu çalışma, medya sektöründeki etik ihlallerin boyutu ve türlerine dair bir harita ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede, Avrupa Bağımsız Basın Konseyleri İttifakı (AIPCE)'na tam üye olan 21 ülkeden verilerine erişilebilen 18 ülkenin medya etik kurullarına 2023 yılının ilk üç ayı içerisinde yapılan şikayetler ve alınan kararlar içerik analizi yöntemi ile incelenmektedir. Çalışmada, söz konusu dönemde şikayete konu olan ihlallerin ülkelere göre gösterdiği farklılıklar yanında, geleneksel veya dijital medya mecralarında ortaya çıkan etik ihlallerin profili ortaya konulmaktadır. Öte yandan, AIPCE'ye tam üye olan medya etik kurullarının yapısı, çalışma şekli ve öz denetime yönelik işleyişi de çalışma kapsamında incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Etik, Avrupa, Medya, Özdenetim

BATI AKDENİZ (TR61) BÖLGESİ'NDEKİ DEVLET ÜNİVERSİTELERİNDE HEDEF ODAKLI ULUSLARARASILAŞMA: AZERBAIJAN CUMHURİYETİ ÖZELİNDE BİR ANALİZ

Sibel Mehter Aykin
sibelaykin@akdeniz.edu.tr

Emel Kahraman
ekahraman@akdeniz.edu.tr

Bahar Şahin
baharsahin@akdeniz.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı; Batı Akdeniz Bölgesinde (TR61) yer alan devlet üniversitelerinin uluslararasılaşma yönelimlerinin tespit edilmesi yoluyla, yoğunlaşmanın yaşandığı ülke özelinde bölgesel düzeyde bir politika önerisi geliştirilmesine katkıda bulunmaktır. Amaca en uygun yöntem olarak, bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden birini oluşturan ve Baxter ile Jack'ın (2008) tarafından geliştirilen kolektif (karşılaştırmalı) durum çalışması yöntemi kullanılmıştır. Çalışma kapsamında yanıt aranan sorular sırasıyla şunlardır: 1) Türkiye ve Batı Akdeniz (TR61) Bölgesinde öğrenim gören uluslararası öğrenci sayısı ne kadardır? 2) İncelemeye konu yükseköğretim kurumlarının her birinde yoğunlaşmanın izlendiği ülke hangisidir? 3) Yoğunlaşmanın yaşandığı ülke ile genel olarak siyasi, ekonomik ve kültürel ilişkiler ne düzeydedir? 4) Yoğunlaşmanın yaşandığı ülke nezdinde Batı Akdeniz (TR61) Bölgesindeki devlet üniversitelerinin konumu nedir? Bu sorulara verilen yanıtlar çerçevesinde bölgesel düzeyde bir uluslararasılaşma stratejisi geliştirilmesine katkıda bulunabilecek bulgular sıralanarak, öneriler sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Uluslararasılaşma, Türkiye, Batı Akdeniz

BILINGUALISM IN CYPRIOT MEDIA: THE CASE OF PENNA

Arda Çileker
arda.cileker@gmail.com

ABSTRACT

In view of the prospect of permanent division of Cyprus, it is people's responsibility to do everything in their power to restore unity to Cyprus, allowing both communities, Turkish Cypriot Community and Greek Cypriot Community, to work together for the common good. The use of a common language as a means of communication is, therefore, a necessary prerequisite to working with the 'other'. In 1974, Turkey carried out an intervention against the Greek Cypriots in Cyprus that resulted in the division of Cyprus into two regions, and for 29 years until 2003, there was no transition between the two regions, which kept the interaction between the Greek Cypriot and Turkish Cypriot communities at an absolute minimum. The first checkpoint opened in Cyprus on April 23, 2003, connecting the two sides after decades of Turkish intervention. The 30-year period during which crossings between the two communities were forbidden resulted in the loss of bi-communalism among the new generations of the two communities. In today's world, one of the greatest obstacles to inter-community interaction is the lack of bilingualism between the two communities. While the need for bilingualism increases due to the increase in interaction between societies,, Penna has been actively engaged in developing bilingualism in societies, publishing four opinion pieces every Friday in Turkish, Greek, and English from both communities. This article examines the articles published on the Penna platform since its publication and present a content analysis of all of them.--

Keywords: bilingualism

BİR İLETİŞİM ARACI OLARAK BİTKİSEL ÖRÜCÜLÜK: KIBRIS SESTA MOTİFLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ANALIZI

Ece Kahraman Bulut
khrmnece@gmail.com

ÖZET

Kıbrıs'a özgü bir el sanatı olan Sesta, 19. yy'dan beri sürdürülmekte hem geçim kaynağı olarak ticari değer taşımakta, bunun yanında evlerde dekoratif süs eşyası olarak kullanılmakta, günümüzde ise Kıbrıs kültürünü yansıtan hediyelik eşya olarak karşımıza çıkmaktadır. Sesta, sini, veya sele olarak adlandırılan bitkisel örücülük geçmişten günümüze kadar gelmiş kültürel miraslarımızdan bir tanesidir. Sesta özel olarak ekilen buğday kalemelerinden yapılmaktadır. Yapım aşamasında buğday kalemelerinin bir kısmı kök boyalar ile boyanır ve kuruduktan sonra ise boyanan kalemler kullanılarak sestanın motifleri sarma-bağlama tekniği ile örülür. Bununla beraber buğday kalemelerinin örülmesinde ise çiçek adı verilen saplar kullanılmaktadır. Günümüzde buğday ekiminin yapıldığı bölgelerde bitkisel örücülük daha sık görülmektedir. Özellikle Kıbrıs'ın iç kesimlerinde bulunan Gazimağusa'ya bağlı Serdarlı bölgesinde ve civar köylerde sesta yapımı günümüzde halen sürdürülmektedir. Yapılan her sesta motifinin bir adı bulunmaktadır. Bu çalışmada Çarkıfelek (Çark-ı-felek), Kartal, Yıldız, Ülker, ve Selvi (Servi) motifleri incelenmiştir. Bugünün ustalarına bu motifler annelerinden miras kalmıştır ve öğrendikleri desenlerin aynılarını günümüzde işlemeye devam etmektedirler. Buradan yola çıkarak iletişim ve kültür ilişkisi bağlamında bu çalışmada sesta motiflerinin yüz yıllık hafızası ve anlamlarının derinliği incelenmiştir. Sonuç olarak, bitkisel örücülük olan sesta el sanatının geçmişten günümüze aynı motiflerle işlenmesi bu motiflerin Kıbrıs kültürünü nesilden nesile aktarma görevini yerine getirdiği ve çok önemli bir iletişim aracı olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Bitkisel Örücülük, Göstergebilim, Sesta, El Sanatları, Kültür, Kıbrıs, İletişim Çalışmaları

BOUDRİLLARD'IN “SEMBOİK DEĞİŞ TOKUŞ” KAVRAMSALLAŞTIRMASI BAĞLAMINDA VOCALOID TEKNOLOJİSİ KULLANAN KÜLTÜR ENDÜSTRİSİNE YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME: DİVA HATSUNE MİKU ÖRNEĞİ

Nesrin Akinci Çötök
nakinci@sakarya.edu.tr

Ümmü Akkuş
ummuaks@gmail.com

ÖZET

Küreselleşmenin beşiği sayılan Batı kadar Asya ülkeleri de kültürlerini kitle iletişim araçlarıyla dünyaya yaymaktadır ve bu çerçevede popüler kültür ürünlerinin üretimi ve dağıtımı Asya ülkeleri özelinde de etkin olmaktadır. Teknoloji popüler kültür ürünlerine sirayet etmekte ve popüler kültür ürünlerini şekillendirmektedir. Yeni teknolojinin bir ürünü olan vocaloid, şarkı söyleyen bir ses sentezleyicisidir. Sentezleyiciye uygun yaratılmış hologram insansı karakterlere entegre edilerek, sektörün sürekliliğini sağlayan bir tüketim kültürü unsuruna dönüşmüştür. Bahse konu tüketim unsuru simülasyon kuramıyla insanlık tarihinin post-gerçeklik evresi hakkında en bütünlüklü tasarıya sahip olan düşünürler arasında yer alan Jean Baudrillard'ın kuramı çerçevesinde analiz edilmiştir. Vocaloidlerin birer simulark olarak popüler kültür içerisinde yer buluşları, popüler kültürde ne şekilde formlandıkları yerel kültür olgusuyla birlikte kültür emperyalizmine ne şekilde yedirildikleri ele alınmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular göstermektedir ki yerel kültürün entegrasyonu teknolojik edinimlerle dünyaya açılarak cezbedici bir popüler kültür unsuruna dönüşmektedir. Niteliksel doküman analizi sonucu ortaya çıkan betimsel tabloda, ticari ürünlerin popüler kültürde yer bularak, endüstriyel kültürün yürütücü konumuna geldiği, simulakr varlığının oluşması, sürekliliği ve yeniden üretiminin sosyolojik ve teknolojik süreçlere yedirilerek ilerlediği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Popüler Kültür, Vocaloid, Hatsune Miku, Simulakr

CHANGING REPRESENTATIONS OF WOMEN IN TURKISH TV ADVERTISEMENTS

Bahar Taşeli
btaşeli@ciu.edu.tr

ABSTRACT

This presentation will discuss the changing representations of women in contemporary advertising. The research will specifically focus on Turkish TV advertisements and will explore the ways in which women are portrayed in Turkish commercials. Through a qualitative content analysis the study will examine the roles of women in commercials, such as wives, mothers, sexual or decorative objects, and will discuss the stereotypes reproduced in advertising. Besides the mainstream conventional commercials, the study will pay attention to the ‘new’ approaches in advertisings which present counter gender stereotypes such as those that depict women as powerful, i.e. the so-called ‘femvertisings’. The data for this research will be drawn from prime time TV commercials that are broadcasted in the most popular channels including ATV, SHOW TV, FOX, KANAL D. The commercials will be recorded, and a qualitative content analysis will be conducted in the analysis phase. The theoretical framework of the study will be drawn upon the work of several critical feminist scholars such as Rosalind Gill, Catherine Rottenberg and Sarah Banet-Weiser.

Keywords: Tv Advertisements

COMMUNICATION BETWEEN STUDENTS IN A VR ENVIRONMENT

Lior Solomovich
solomovi@gmail.com

ABSTRACT

Virtual reality technology is not new and has been around for several years. It began its journey in the US Army, which used it for battle simulations. And continued to other fields of economics. Such as medicine, computer games, and recently also in the various education systems. There are fields that teach that there is a perceptual difficulty in understanding such as the 'solar system', this difficulty is reflected in understanding perception Spatial, assessing size, proportion, movement and changes over time.

During the learning process, the students met each other and talked with each other in the VR environment. And hence the purpose of this study is to investigate how the students communicated with each other during the use of the VR device when this communication played a significant part in their understanding of space exploration.

This research was carried out in two phases. An experimental phase in which the students were asked according to an 'instruction sheet' to experiment with the device and explore the virtual space of the solar system. The students could explore freely, locating different celestial bodies. In the second stage, a 'clinical interview' was conducted in which the students were asked according to a number of pre-defined criteria and in addition open questions. In order to understand and learn about the shared experience and the communication between them during the joint learning process.

The research findings indicate that there is a great influence of communication during the learning process on the students' motivation and that it greatly improves the learning experience. The VR environment encourages active multisensory learning and creates a high curiosity to explore.

It can be concluded that the use of the VR device in a collaborative manner so that the learners meet together in the VR environment is very important in creating an innovative, multi-sensory and diverse learning experience that contributes greatly to the student's motivation.

Keywords: Communication in a vr environment, motivation in a virtual world

COOPERATIVE LEARNING AS AN INNOVATIVE METHOD IN TEACHING ENGLISH

Sharifjon Nematjonov
sharifjonrustamjonovich@gmail.com

ABSTRACT

In this article was given some data about helpful learning as an imaginative strategy in instructing jargon. Having experience and creating ability with this kind of acquiring regularly works with casual and base learning. Agreeable learning is an instructive methodology, which expects to sort out study hall exercises into scholarly and social learning encounters.

Keywords: Cooperative Learning

CREATIVE PROBLEM SOLVING TO DEVELOP STUDENTS' PROBLEM SOLVING SKILL IN 21ST CENTURY

Nathamon Suthanakiattikan
nathamonsa@kku.ac.th

ABSTRACT

This academic article is directly related to Geography subject which is under Social Study subject. The purpose of the study is to develop students' 21st century problem-solving skill. The purposive sampling was 35 students of grade 7th of academic year 2022. Due to the rapid change of the world in all matters, especially for information & technology. This will lead to changes of everything including knowledge and technology involving social and environment topic in Geography subject. The changes directly affect students' daily life. And most importantly it creates environment problems for all people. This problem is one of the terrible problems of all humans in terms of Geography subject. Students must be well-rounded and can deal with the problem successfully. The problem that happened is directly related to their daily life. Problem-solvers; students must think over the problems critically and with great care. This is called the dynamic system of the brain to help solve problems. The students can solve the problem by the following process 1) Engaging 2) Problem Exploring 3) Creating 4) Plan Executing 5) Concepts Examining. Students who were given the process of problem solving can live happily life and can deal with problem successfully.

Keywords: problem solving skill, creative problem-solving skill, 21st century skill

DEVELOPING 21ST DIGITAL CITIZENSHIP SKILL THROUGH PROBLEM-BASED LEARNING INCLUDING DIGITAL TECHNOLOGY MEDIAS IN SOCIAL STUDY SUBJECT

Anurak Kulwongsa
anurku@kku.ac.th

ABSTRACT

The main objective of this research study was to develop students' 21st digital citizenship skill through problem-based learning including applying digital technology medias in social study subject for grade 10 students who were studying in 2nd semester academic year 2020 at Demonstration School Khonkaen, Thailand. The expectation result of the study is 80 % of number of students must have 21st digital citizen skill. Moreover, the score of individual must be higher than 80% together with students' academic performance in social study subject must be developed. The purposive sampling is 38 student of grade 10 who were studying in academic year 2020. This study is considered as a form of pre-experiment. Research instruments are 1) operational instrument; three lesson plans of 3 periods, one period lasts 50 mins 2) reflective instrument; recording form of learning, observation form of learning and interview form 3) instrument for assessing effectiveness of learning; digital citizenship scale and learning achievement scale. Quantitative data analysis was applied in his study; percentage, average, including qualitative data analysis from recording form of learning, interview, and observation form of learning. Due to PBL-problem-based learning used in this study including with digital technology medias, this will lead to make students have prominent ability in knowledge management in social study and can lead to development in other skills in the 21st century. Furthermore PBL can promote problem solving skill. Students are given real life problems in class and encouraged to solve the problems by themselves. Teachers act as facilitator in class. Digital medias used in class was Poll Everywhere Application which was used for instructional planning.

The results of the study significantly revealed that;

1. Students' 21st citizenship skill appeared at 17.63. The number of students who pass was 34. It was at 89.47%. That is significantly higher than expectation.
2. Students' learning performance in social study subject through PBL and digital technology medias shown at 86.84%. The number of students who passed the criteria was 33 students. In addition, the average score was 24.76% . In other words, it is at 87.54% which is higher than expected criteria.

Keywords: digital citizenship skill, PBL(problem-based learning), digital technology medias

DEVELOPING DIGITAL COMPETENCE IN PRE-SERVICE TEACHERS: SELF-REFLECTION WITH DIGCOMPEDU

Mehmet Çağlar
mcaglar@eul.edu.tr

ABSTRACT

This study aims to explore the impact of ‘SELFIEforTEACHERS’ which is an online The European Framework for the Digital Competence of Educators (DigCompEdu) self-reflection tool to train the educators to develop digital technology skills and competency in learning and teaching practices. For this purpose, two experienced and two novice EFL teachers who will be voluntarily selected, will participate in this study. The participant teachers will receive 6-weeks training based on 6 different dimensions: professional communication and collaboration, personal learning and development, finding and creating digital resources, teaching and learning practices, student assessment and facilitating student digital competencies. In each of these dimensions the participant teachers complete a self-reflection which is around 30 minutes. This training will be given to the participants by two experienced EFL teacher trainers. At the end of the training, the participants will be given a questionnaire to explore their views about the influence of the training regarding the development of their digital competency. The differences between novice and experienced teachers’ views in relation to the development of digital competency will be sought, if there were any.

Keywords: Digital Competence

DIFFUSION OF FACEBOOK A PLATFORM FOR POLITICAL DISCOURSE IN GHANA

Stephen Kwame Owusu-Amoh
stephen.owusu-amoh@ucc.edu.gh

Dilan Çiftçi
dciftci@ciu.edu.tr

Aytekin İşman
aytekinisman@gmail.com

ABSTRACT

Since the beginning of time, humans have always discovered innovative ways of deploying certain tools that have aided in the dissemination of vital information for man's survival and development. New technologies of communication have been employed in a myriad of ways which have achieved tremendous results. One such latest technology which is enhancing communication in all spheres of life is the social media of which Facebook is part. This research would attempt to investigate how Facebook, a social media platform, has been diffused in carrying out political discourse in Ghana.

Using the qualitative method of approach, the study analyses data from the pages of the two major political parties in the country to ascertain the issues they engage people with and comments of these stakeholders to these discourses in the Ghanaian political sphere – especially at a time that the stakes are very high and both parties are gearing up for the next election which could go in any direction. The study which would be based on Rogers theory of Diffusion of Innovation (1995).

The results from the findings would have implications for the use of innovative technologies – especially communication technological platforms to be properly diffused for the advancement of knowledge and innovative ways of politicians and other stakeholders of in the political space to use these technologies to engage with their supporters. It will further deepen the understanding of these political players in the use of social media in political communication in general and Facebook in particular in political communication and make suggestions for the need for a nuanced comprehension and appreciation of the quintessential role that Facebook can play in the political communication space in Ghana.

Keywords: Social media, Diffusion of Innovation, Facebook, Ghana.

DIFFUSION OF TELEGRAM AS A TOOL OF ALTERNATIVE MEDIA IN PALESTINE

Almuthana Deek
mothana.ps@outlook.sa

Aytekin İşman
aytekinisman@gmail.com

ABSTRACT

The importance of Telegram lies in its ability to provide a secure, customizable, and versatile messaging platform that can be used for a variety of purposes. Its popularity has continued to grow as more people seek out messaging apps that prioritize privacy and security, and its potential as a tool for alternative media and activism continues to be explored. After social media platforms fought the Palestinian content, and the management of Facebook and Instagram deleted many news pages, the Telegram application gained wide popularity among Palestinian journalists because of its privacy features, such as the ease of publishing news and exchanging information without restrictions.

This study aims to explain how telegram has diffused as a tool of alternative media for Palestinian journalists in Palestine. And shed light on the reasons that contributed to the spread and adoption of the application of Telegram by the Palestinians, how Telegram helped spread the dissemination of news and the exchange of information, and why Telegram is considered the first news platform in Palestine. The study relies on the qualitative research method to analyze the data of a random sample of journalists who use telegram in Palestine, after conducting interviews with ten of them.

The study expects that the desire of journalists in Palestine to shed light on the political reality and their attempt to cover press news periodically and continuously without restrictions was the reason for adopting and transforming the Telegram application as an alternative media. The study also expects that the ease of dissemination of information and its access to a wide audience has increased the spread of Telegram among Palestinians, and may the publication of the military statements of the Palestinian armed movements on telegram has played a significant role in adopting telegram more than other applications.

Keywords: Diffusion, Telegram, Alternative media, Palestine

DIGITAL MEDIA AND ENGINEERING OF CONSENT; THE USE OF DIGITAL PLATFORMS IN ENGINEERING THE ATTITUDES AND ORIENTATIONS OF PALESTINIAN JOURNALISTS

Abdullatif Najim
najimabdullatif@gmail.com

Osama Kanaker
osama@usim.edu.my

ABSTRACT

This study examined the extent of using different digital platforms in engineering of consent. And to achieve this purpose, the study employed a descriptive-analytical approach suitable for the nature and objectives of the study.

It described the study variables, which included digital platforms as an independent variable and engineering of consent as a dependent variable.

The data collected from Palestinian journalists were analyzed to test the impact of using digital platforms on the journalists' political positioning. The questionnaire was used as a tool to achieve the objectives of this study.

After analyzing all the data, the study's results indicated the actual practice of masses engineering through the utilization of various digital platforms, employing well-known techniques and tools of engineering consent.

The study also revealed that engineering of consent can be carried out in either a positive or negative context depending on the goals and actions of the involved party.

Keywords: Digital Media, Engineering of Consent, Digital Platforms, Social Media, Journalists, Political Orientations, Uses and Gratifications

DİJİTAL MEDYADA GÜNCEL SORUNLARIN AVRUPA BİRLİĞİ (AB) DİJİTAL HİZMETLER YASASI KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Berrin Kalsin
berrin.kalsin@ihu.edu.tr

ÖZET

Yanlış bilgilerin hızla yayılması, siber zorbalıklar ve kullanıcıları güvensiz hissettiren veri toplama gibi sosyal medyanın bazı olumsuz etkileri uzun süredir tüm dünyanın gündeminde. 5. kuvvet olarak adlandırılan sosyal medya platformlarının yönetimini ellerinde bulunduran ülkelere veya arka planında bulunan çeşitli güçlere karşı geliştirilen bu tarz düzenlemeler, artık bir anlamda ülke savunması olarak kabul edilmektedir. Başta AB ülkeleri olmak üzere birçok devlet, internet üzerinden ve çevrim içi platformlar üzerinden işlenen suçlarla mücadele etmek için bu suçlara yönelik yasal düzenlemeler yapmaya başlamıştır.

Avrupa Birliği'nin Google ve Meta gibi teknoloji devlerine ait platformlardaki yasa dışı içeriği daha agresif bir şekilde denetlemeye ve hatta milyarlarca dolarlık para cezalarına çarptırmaya yönelik yeni dijital düzenlemeler üzerinde anlaşmaya varılmıştır. Avrupa Parlamentosu ve AB üye ülkeleri, yasa dışı ve zararlı içeriği sosyal medya platformlarından hızla kaldırmasını sağlayan bir mevzuat olan Dijital Hizmetler Yasası, teknoloji şirketlerinin çevrimiçi reklamlarla kullanıcıları hedeflemelerine sınırlamalar getirecek, platformların kullanıcıları cinsiyet, ırk veya dinlerine dayalı verileri kullanan algoritmalarla hedeflemesini etkili bir şekilde durduracaktır. Ayrıca çocukların reklamlarla hedeflenmesi yasaklanacak, dezenformasyona karşı çeşitli yöntemler geliştirilecektir.

Tüm yönleriyle Dijital Hizmetler Yasası'nın ele alınacağı bu çalışma başta sosyal medya platformlarının günümüzde toplumsal anlamda yarattığı etkiler olmak üzere birçok açıdan dijital medyanın durumunu irdeleyecektir. Bununla birlikte çalışma, bu platformların geleceği üzerine bir tespit yapmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Avrupa Birliği (AB), Dijital Hizmetler Yasası, Sosyal Medya, Dijital Medya, Yasal Düzenlemeler

DİSTOPYADAN ÜTOPYAYA, HAYALDEN GERÇEĞE: HOLLYWOOD FİMLERİNDE METAVERSE

Serkan Fundalar
serkanfundalar@gmail.com

Göral Erinç Yılmaz
gercan@ciu.edu.tr

ÖZET

Makineleşmenin insan hayatında yarattığı dönüşüm ve yabancılaşmanın en şiddetli şekliyle ilk kez deneyimlendiği 1800'lü yılların sonlarından itibaren insan olmanın anlamının teknolojiyle kurulan ilişki bağlamında tekrar tekrar tanımlandığı bilim kurgu türü, distopyalar ve ütopya aracılığıyla bize en korkunç ve en umutlu biçimlerde bir yeni dünya tahayyülü sunmaktadır. Bu tür anlatılar, durmaksızın gelişen ve ilerleyen insanlığın, her kritik dönemde durup seçeneklerini değerlendirmesini, kendini ve kolektif kültürünü nasıl "inşa" etmek istediğini düşünmesini sağlamakta, böylelikle ilerlemenin öz-düşünümsel doğasına katkıda bulunarak çok değerli bir işlev üstlenmektedir.

2000'li yıllarla birlikte hayatımıza giren sosyal medyanın bireysel, toplumsal, kültürel ve ekonomik yaşantılarımızda yarattığı devrimsel dönüşüm tüm hızıyla devam ederken, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve sanal para gibi teknolojiler Metaverse çatısı altında sosyal medyayla bir araya gelerek yeni bir yaşam ve oluş biçimi tahayyülünü, içinde barındırdığı tüm olasılıklarla önümüze sermiştir.

Bu çalışmada öncelikle insanlığın kendiyile ve kat ettiği yolla hesaplaştığı "yüzyılın sonu" ("fin-de-siecle") dönemlerinden birinin ürünü olan Matrix Üçlemesi'ni (1999-2003), beden dışarıda bırakıldığı ve işlevsizleştiği yapay zeka tabanlı bir sanal gerçeklik dünyasının ilksel bir öngörüsü olarak, kısaca değerlendiriyoruz. Ardından, makinelerin bedenin yerini aldığı bir teknolojinin "gerçek dünyadaki" sosyal yansımalarının nasıl olabileceğine dair bir anlatı gördüğümüz Surrogates (Suretler) (2009) filmini inceliyoruz. Ready-Player-One (2018) filminde, artık yapay zeka, sanal gerçeklik ve sosyal medyanın iç içe geçtiği bir teknolojinin yaşantılarımız üzerindeki olası etkilerini daha net görebiliyor, mecranın ve teknolojinin kendisi hayatımıza yerleştikçe, hem ona dair anlayışımızın, hem de bu yeni teknolojiyi hayatımıza bilinçli bir şekilde entegre etme stratejilerimizin somutlaşmaya başladığını görüyoruz. Son olarak, ilk Matrix filminden tam yirmi-iki yıl sonra gösterime giren Matrix Resurrections'da (2021), Batı dünyasının imgelemine yirmi küsur yıldır tekrarlayıcı bir şekilde meşgul eden bu öngörülerin, birebir olmasa bile, bir "kendi kendini gerçekleştiren kehanet" olma ihtimalini de aklımızın bir köşesinde tutarak, sözü edilen filmlerin tüm sosyopolitik içeriğinin nasıl somutlaştığını inceliyoruz.

Anahtar Kelimeler: distopya, metaverse, popüler sinema, sinema sosyolojisi

ENCOURAGING STUDENTS' CREATIVITY THINKING THROUGH DESIGN THINKING PROCESS

Chittiwit Pitak
chitpi@kku.ac.th

Direk Khunpino
poohdahoop@hotmail.com

Patcharin Jampanon
patcju@kku.ac.th

Siraphop Chermram
Siraphop_ch@kkumail.com

ABSTRACT

The main purpose of the study was to encourage students' creativity through thinking design process. The purposive sampling was 12 graders; 35 students who were studying in academic year 2022 semester 2. The structure of this study was in the form of mixed method research: quantitative with percentage and qualitative method. Action research was used as a model of this study. There are 1)preparation 2) planning 3)acting 4)observing5) reflecting. This was applied 3 cycles. Research instruments are 1) three lesson plans, 2) students' learning observation form, learning achievement recording form, creativity evaluation form on art work, process of production recording form 3) instrument for assess the effectiveness of students' learning is MAD HAT fashion show activity . Data was analyzed by percentage and descriptive method.

Results revealed that students' creativity on art work in circle 1 is at 71.4 % from 25 pieces of whole work. In addition, students' creativity on art work in circle 2 is at 85.7% from 30 pieces of whole work. And students' creativity on art work in circle 3 is at 100 % from 35 pieces of whole work. It is prominently revealed that students' creativity is higher than expectation. That is 100 % from 35 pieces of work.

It is concluded that design thinking pattern can encourage students' creativity in art subject. Students apply art knowledge for further development in art work. Students can learn how to produce various art work in various challenging patterns and especially in updated forms. Students are appreciate in learning through design thinking pattern and working with friends happily and cooperatively.

Keywords: design thinking pattern

ENHANCING JOB PERFORMANCE THROUGH QUALITY HUMAN RESOURCES: UNDERSTANDING THE IMPLICATIONS OF EMPLOYEE LOYALTY AND TRAINING AND DEVELOPMENT OPPORTUNITIES

Hayford Asare Obeng
hayfordasareobeng1@gmail.com

Tarik Atan
tatan@ciu.edu.tr

Dagnu Haile Tessema
dagnu.2017@gmail.com

Japheth Nuhu Ahmed
japhethnuhu71@gmail.com

Jeneba Joy Tucker
jenebatucker2009@yahoo.com

ABSTRACT

Enhancing Job Performance through Quality Human Resources: Understanding the implications of Employee Loyalty and Training and Development Opportunities

The private and public sectors around the world are both experiencing significant changes and difficulties as a result of the current period of globalisation. This demonstrates how competition and advanced technical breakthroughs at the local as well as global scale have impacted the company's environment, elevating the importance of performance, loyalty, and training and development. Along with enabling the physical environment, employees also play a key role in the success of a business. Although the calibre of HR is a factor that affects attempts to fulfill the company's vision and goal, the existing studies on job performance have not demonstrated how employee loyalty and training and development opportunities are critical in enhancing quality human resources to improve job performance. This study, for the first time, investigates the influence of quality human resources on job performance while considering the mediating role of employee loyalty in this process and the moderating effect of training and development opportunities in the relationship between employee loyalty and job performance. By using the PLS-SEM 4 and a sample of 175 respondents from hospitals in Ghana, we found a significant and positive influence on employee loyalty and training and development opportunities on the job. Also, the results revealed that employee loyalty fully mediates the relationship between quality human resources and job performance. Further, the results demonstrated that training and development opportunities partially moderate the positive relationship between employee loyalty and job performance. Policy directions should be directed towards training and development opportunities that promote employee loyalty and enhance job performance.

Keywords: Job Performance

EXAMINING THE PORTRAYAL OF TRANSGENDER INDIVIDUALS IN FOX NEWS ARTICLES

Pegah Hazari
pegahhazari@gmail.com

ABSTRACT

With the influx of the anti-transgender bills being signed into law in the United States by the Republican Party, this paper examines the representation, or rather misrepresentation, of transgender individuals in online news articles from Fox News, a news outlet in the United States with a mainly Republican Party-supporting audience. The literature review defines terms related to transgender people, explores the experiences of transgender individuals, debunks common myths, and highlights the significance of allyship - in addition, the paper underlines the importance of gender-affirming care. Current issues, such as the exclusion of transgender people in sports and the anti-transgender bills being pushed, are discussed as well. The findings shed light on the negative representation of transgender individuals in online Fox News articles; the possible negative consequences of these articles are discussed as well. Moreover, the importance of combating misinformation through media literacy is also emphasized.

Keywords: Fox News, transgender, online journalism, misinformation, gender-affirming care

EXPLORING THE FACTORS INFLUENCING THE DIFFUSION OF FACEBOOK AS AN INNOVATIVE COMMUNICATION TOOL IN MOROCCO: A STUDY OF USER ADOPTION AND MOTIVATIONS

Houda El Mrassni
mrassnihouda@gmail.com

Aytekin İşman
aytekinisman@gmail.com

ABSTRACT

Despite the growing popularity of social media platforms in Morocco, more is needed to know about the factors influencing the adoption of Facebook as an innovative communication tool in the country. This study aims to identify why Moroccans adopted the Facebook platform as a primary communication tool and how they use it for their personal and professional communication needs. The diffusion of innovation theory by Rogers (1962) will provide a framework for recognizing the elements that affect the adoption and spread of Facebook as a communication tool in Morocco.

A qualitative study design will be used for the purpose of this study, using semi-structured interviews to collect and analyze data from a sample of Facebook platform users in Morocco as well as allowing for an in-depth exploration of the factors influencing the adoption of the Facebook platform and the motivations behind users' adoption and use of the platform. It will also explore the factors influencing the diffusion of the Facebook platform as an innovative communication tool in Morocco, specifically focusing on user adoption and motivations. Knowing that Facebook platform has gained popularity rapidly over the past decade in Morocco, becoming the most popular social networking site in the society.

The study is expected to discover that convenience, socialization, and cultural values play a significant role in the diffusion of the Facebook platform in Morocco. Also, it may reveal that Moroccans adopted the Facebook platform for various purposes, including personal and professional networking, socializing, and keeping up with current events. The findings may employ in comprehending the variables in adopting creative messaging devices in Morocco, which has important implications for businesses and organizations utilizing the Facebook platform for communication and marketing so that businesses and organizations can better tailor their communication strategies to meet the targeted audience's needs.

Keywords: Diffusion – Facebook – Innovative Communication – Morocco

FACT, FICTION AND THE LIVES OF OTHERS: THE UNAUTHORISED DEPICTION OF PUBLIC FIGURES IN US FILM AND TV DRAMA

Jonathan Stubbs
jgstubbs@gmail.com

ABSTRACT

Hollywood biopics have frequently been entangled in legal objections raised by the historical subjects they represent. The issue was recently highlighted by Amanda Knox in a blogpost entitled ‘Who Owns My Name?’ in which she denounced media depictions, specifically the film *Stillwater* (2021), which ‘profit off my name, face, and story without my consent’. Disputes like this have a long history. Most famously, Princess Irina Alexandronova Yusupov sued MGM for libel and invasion of privacy over a character based on her in *Rasputin and the Empress* (1932). More recently, Olivia de Havilland pursued a lengthy legal action against FX, charging that the TV drama *Feud: Bette and Joan* (2017) misappropriated her image, invaded her privacy and infringed her ‘right of publicity’. As Hollywood films and TV dramas turn increasingly towards the very recent past in search of fresh source material, lawsuits from historical subjects against biographical material have proliferated. Drawing on legal filings, this paper will examine lawsuits raised in the US involving recent historical films, including *Hustlers* (2019), *Straight Outta Compton* (2015) and *The Hurt Locker* (2008). These cases are almost never heard in court, but they provide a valuable and unusual perspective on the complex ethical aspects of the modern historical film, particularly the limited ability of private individuals to control, authorise and profit from their representation in fictional narratives based on historical events. These cases also highlight a peculiar ontology in many historical films and biopics: period authenticity and historical accuracy are strongly asserted, but they maintain the legal status of fiction

Keywords: Hollywood, media law, biopics, historical representation

FACTORS AFFECTING THE ADOPTION OF TIKTOK PLATFORM THROUGH THE LENS OF DIFFUSION OF INNOVATION THEORY

Rayhan Yahya
rayhann3033@gmail.com

Aytekin İşman
aytekinisman@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to discover the factors affecting the acceptance and adoption of the Tiktok platform among Palestinians through the Lens of Diffusion of Innovation Theory. The study seeks to research the items of diffusion theory on the Tiktok platform which are: the innovation of Tik Tok, communication channels, time, and social system in order to understand the adopter behavior and the reasons that led users of tiktok in Palestine to accept and adapt it and why others rejected it.

This study will use a qualitative methodology and will utilize semi-structured interviews to accomplish the goals of the research and answer its questions. These interviews are based on a pre-established set of questions that will be asked to all respondents. Semi-structured interviews are often flexible and give the opportunity to ask follow-up questions to delve more deeply into the topics addressed (Brenne, 2017).

Ten interviews will be done with diverse Palestinian Tiktok users to discover the characteristics and determinants that motivate them to use and adopt Tiktok and reveal the reasons that may affect the platform rejection and to have a clear idea about the social factors that helped in Tiktok platform diffusion in the Palestinian society.

After interviews and analysis, the study is expected to reveal several results, the most important of which is that the diffusion of Tiktok among Palestinians refers to several reasons, mainly that Tiktok is primarily entertainment free platform, contains short videos that don't need much time to watch, easy to use, doesn't need any prior technology expertise, and could help in gaining information and expertise in various fields. In addition, Tiktok platform contains different trends that motive users to join and participate. Furthermore, the potential benefit of financial gain. However, some users reject Tiktok because they have other social media alternatives.

Keywords: Diffusion, Tiktok, Palestine.

FANTASTİK SINEMADA ÇOCUKLUKTAN YETİŞKİNLİĞE GEÇİŞ VE KAHRAMAN OLGUSU: “STARDUST” FİLM ANALİZİ

Gönül Cengiz
gonulcengiz88@gmail.com

ÖZET

İnsanlar geçmişten bugüne birbirleriyle sihirli efsanevi hikâyeler, halk hikâyeleri vb. anlatılar paylaşmaktadır. Bu sebeple fantastik tür fazlasıyla edebiyattan beslenmektedir. Roman, kısa öykü, epik ve lirik şiir, edebi peri masalları, sözlü halk hikâyeleri, mitler ve efsaneler gibi kurgusal hikâyelerden beslenen fantastik tür tema, karakter, arketip, konu, yapı, olay örgüsü ve hikaye dahil pek çok yönden benzerlik göstermektedir.

Fantastik bağlamda örnek film olarak seçilen “Stardust” (Yıldız Tozu) peri masalını temel alan hikayesi ile türe önemli katkı sunmaktadır. Film, Tristran’ın âşık olduğu kızın kalbini kazanmak için bir yolculuğa çıkması, bu yolculukta kendini keşfetmesi, çocukluktan yetişkinliğe geçişindeki dönüşümünü karşılaştığı maceralarla fantastik tarzda anlatmaktadır. Bu hikâyede yolculuğun ve arayışın sonunda Tristran fiziksel ve karakter olarak dönüşüme uğramakta ve olgunluğa ulaşmaktadır. Kahraman olabilme yolculuğunun sonunda iyilik-kötülük kavramları, gerçek sevgi ve gerçek aşk, ölümsüzlük , gençleşme vb. sorunlar da sorgulanmaktadır.

Bu çalışmanın amacı fantastik tür filmlerinde kahramanın dönüşüm yolculuğunu ve bu dönüşümü destekleyen fantastik özellikleri incelemektir. Çalışma nitel araştırma yöntemlerinden olan filmsel metin analizi yöntemi ile incelenmektedir. Birçok peri masalı ve Hollywood geleneseği anlatıda olduğu gibi film mutlu bir sonla bitmektedir.

Keywords: Fantastik tür, Kahraman, Yolculuk, Yıldız Tozu

GENDER INEQUALITY: WOMEN'S REPRESENTATION AS AN INTERLOCUTOR IN TELEVISION SHOWS

Mirela Vučko
Mirela.Vucko.Ribic@hrt.hr

ABSTRACT

The issue of gender equality in the media is the subject of many studies showing that women are underrepresented in the media in all aspects. This paper focuses on the ratio of men to women appearing in a sample taken from three popular television talk shows in Croatia. Furthermore, besides determining the share of women and men who appear as guests on these shows, this paper also offers an analysis of the issues being discussed when women are guests and whether they are representing themselves or if they are invited because they are relevant interlocutors for the topic of a particular episode. The goal of this paper is to determine the share of women appearing in three talk shows airing on Croatian national TV channels. The selected talk shows are: RTL Direkt, HTV's Nedjeljom u 2, and Pressing on N1 television. This paper looks at how many women appeared in a sample of episodes of these programs and whether women were invited to appear more often when the shows featured topics that are stereotyped as women's issues in the media or because they are experts in their respective fields when it comes politics, economics, science, etc. A quantitative analysis was performed on 120 episodes of these programs and it showed that women were significantly underrepresented as guests overall, while the number of episodes in which women appeared as experts or commentators was even smaller by half. Only the analysis of the program NU2 showed that all 7 women in 40 episodes appeared as relevant and competent individuals in their respective fields, however, this may be due to the different editorial approach of this program, despite the fact that the number of women guests on the program was smaller in comparison to the other programs subjected to the same analysis. Certainly, this paper indisputably proved that gender inequality was present in the media content analyzed in this research.

Keywords: women experts, television shows, presentation of women in the media, representation of women in the media, gender equality.

GÖRME ENGELLİLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM DÜZEYİ

Esin Çolak

esin.colak@ogr.sakarya.edu.tr

ÖZET

Günümüz dünyasında önce bilgisayarın hayatımıza girmesi işlerimizi kolaylaştırması ve dijital dünyanın kapılarını bize aralamasıyla bambaşka bir yapıya ulaşmıştır. Bilgisayarların kendi aralarında iletişim kurabilme becerilerinin gelişmesiyle yani interaktif yaşamın başlamasıyla birlikte önceleri karşılıklı mesajlaşmalar halinde yaşanan interaktif iletişim artık çoklu iletişime yönelmiştir. Birden fazla insanın bir arada konuşabildiği yazışabildiği kolektif yapılardan artık uluslararası anlamda iletişimi sağlayan hatta insanların üzerinde örgütlenip bir araya geldikleri bir yapıya ulaşılmıştır ve artık günümüzde sosyal medya kavramından bahseder hale geldik. Görmeyenler içinde doğal olarak içinde buldukları toplumdaki gelişmeler önem arz etmiştir. Çünkü engellilerde bu süreçten etkilenmişlerdir. Yapılan bu çalışmada görmeyenlerin sosyal medya kullanıma düzeyleri ele alınmaktadır. Çalışmada görmeyenlerin sosyal medya kullanım düzeylerini belirlemek için veri toplama aracı olarak anket uygulanmış görme engelli katılımcıların sorulara vermiş oldukları yanıtlar çerçevesinde değerlendirmeler yapılmıştır.

Çalışmaya Türkiye'nin farklı illerinden farklı yaş ve görme düzeyine sahip 43 katılımcı iştirak etmiştir. Veri analizinde betimsel istatistik yöntemi kullanılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde görmeyen katılımcıların internet ve sosyal medya araçlarını kullanım sıklıklarının amaçlarının ve paylaşımlarının diğer kullanıcılarla benzerlik gösterdiği ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte görmeyenlerin sosyal medya kullanımlarının cinsiyet, yaş grubu, mezuniyet ve arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. İnternet kullanım sıklıklarında ilköğretim ve orta öğretim mezunu görmeyenlerin lisans mezunlarına göre daha sık kullandıkları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Görme engelli, sosyal medya, Sosyal medya kullanım düzeyi,

HABER YAZI VE FOTOĞRAF İLİŞKİSİNİN ETİK AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ; TWITTER ÖRNEĞİ

Fetih Mücahit Çiftçi
fetih.ciftci@ogr.sakarya.edu.tr

ÖZET

Günümüz iletişim çağında hayatımızın birçok alanında çeşitli değişimler olmuştur. Bu değişimler kimi zaman bireylerin hayatlarını kolaylaştırırken kimi zamanda insanların hayatlarını olumsuz yönde etkilemiştir. Bu dönemde geleneksel medya araçları gelişmiş ve bununla beraber geleneksel medyanın haber içerikleri daha fazla insana ulaşmıştır. Şüphesiz bu değişimlerden bir diğeri de medya araçlarının çeşitlenmesidir. İletişim araçlarının çeşitlenmesiyle beraber birey edilgen pozisyondan aktif bir pozisyona evrilmiştir. Haber içerik üretiminde yeni platformlar, bireyi haber üretimi ve paylaşımı noktasında interaktif bir noktaya getirmiştir. Bu araçlar günümüz yeni medya araçlarıdır. Yapılan bu çalışmada yeni medya araçlarında paylaşılan yazılı haber içeriklerinin, haberde kullanılan fotoğrafla bağlantısı medyanın etiği çerçevesinde eleştirel bir gözlemlerle değerlendirilmiştir. Bu çalışma yeni medya platformlarında paylaşılan haberin fotoğrafları, haberin içeriğini ne derece yansıttığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Yeni medya özelinde örneklem olarak Twitter platformu seçilmiştir. Araştırma nitel yöntemle desenlenecek ve odak grup görüşmesiyle Twitter platformundaki haber okuyucularıyla gerçekleştirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Yeni Medya ve Etik, Twitter Haberciliği

İÇECEK ENDÜSTRİSİNDE YALIN ALTI SİGMA UYGULAMASI

Burcu Özdemir
91200000258@ogrenci.ege.edu.tr

ÖZET

Günümüzde kalitenin önemi üretim ve hizmet sektörlerindeki birçok işletme ve organizasyon tarafından kavranmıştır. Süreçlerini iyileştirmek için farklı yenilik ve metot arayışında olan işletmeler için Yalın Altı Sigma, kalitenin ve verimliliğin iyileştirilmesini sağlarken işletme karlılığını ve rekabet avantajlarını da geliştirmekte, israf ve maliyetlerin azaltılması konusunda etkili bir rol oynamaktadır. Yalın Altı Sigma, Toplam Kalite Yönetimi kapsamındaki odak alanlarından biri olan süreçlerin ölçümü ve iyileştirilmesinde kullanılan bir metottur. Yalın üretim işletmeler için gerekli olmayan, hizmete ve ürüne katma değer yaratmayan, maliyetlerde artışa sebep olan, sürecin süresini uzatan ve müşteri memnuniyetini azaltan faaliyetlerin yani kayıpların optimize edilmesini sağlamaktadır. Altı Sigma ise “tanımlama, ölçme, analiz, iyileştirme ve kontrol - TÖAİK” modelini kullanarak süreçlerin kalitesinin ölçülmesi ve iyileştirilmesine odaklanmaktadır. Müşterilerin sadece bugünkü değil gelecekteki ihtiyaç ve isteklerine de odaklanması, verilere ve gerçeklere dayalı bir yaklaşım getirmesi, problemlerin olduktan sonra değil de olmadan önce görülmesi ve proaktif olarak önlemesi, süreçlere odaklanması, sürecin ve iş akışlarının ayrıntılı bir şekilde anlaşılmasını sağlaması, işletmelerde en üst düzey yöneticiden en alt düzey çalışana kadar tüm paydaşların eğitilmesi gibi ilkelerle yola çıkan Yalın Altı Sigma yaklaşımı günümüzde özellikle son dönemde işletmelerin sıklıkla başvurduğu bir metot haline gelmiştir. Bu çalışmada içecek endüstrisinde faaliyet gösteren bir işletmede yapılan Yalın Altı Sigma uygulamasına yer verilmiştir. Uygulamada işletmede en çok verimlilik kaybı ve hatalı ürünün meydana geldiği içecek üretim hattına odaklanılmış, bu alanda meydana gelen problemler detaylı verilerle ölçülerek analiz edilmiş ve geliştirilen çözüm yolları ile iyileştirmeler sağlanmıştır. Özellikle Yalın Üretim teknikleriyle odaklanılan ve katma değer yaratmayan adımların ortadan kaldırılması ya da süresinin kısaltılmasıyla daha verimli bir süreç elde edilmiş, katma değer yaratan üretim faaliyetleri için yer açılmış, aynı zamanda Altı Sigma yaklaşımıyla sürecin sigma seviyesi yükseltilmiştir. Uygulamanın sonunda, üretim sürecinde meydana gelen hatalı ürün sayısında azalma sağlanmış, aynı zamanda verimlilik kayıpları azaltılırken işletme için maliyet tasarrufu ve karlılık sağlanmıştır. Yalın Altı Sigma projesinin işletmede yarattığı etki sadece karlılık anlamında değil aynı zamanda üretim zincirinin her aşamasında yaşanması gereken kültürel değişimde de kendini göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: İçecek Endüstrisinde

INNOVATION FOOD MOBILE ORDERING APPLICATIONS. THE KFC ORDERING APP CASE IN JORDAN

Ahmed Alqaoud
Ahmedqaoud2020@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to how mobile apps are now popular for ordering food making use of the online application in Jordan. The study aims to explore the service uses mobile phones to order food and it is now popular. The system of mobile ordering started seven years ago in Jordan and has been acknowledged for an increase in e-satisfaction on the clients' side. Thousands of restaurants in Jordan are using mobile applications to compete with other food outlets. The method of mobile ordering attracts many customers and they are satisfied with the service. Loyal customers are more satisfied they are well-known by the restaurant owners. The aim of the study is to explore that mobile ordering also encourages customers to become active and provide reviews and bring more customers. Customers are satisfied that they can use the app time and again to order food. Mobile food ordering apps have been used by customers and many of them are certified with the system. In this study, the purpose of ordering food is to become more effective for customers. Most customers reuse the apps and accepted them as an easy way of ordering food using technology. The online tracking recommends the use of mobile ordering and rated it.

Mobile ordering app motivated Jordan customers to compare prices online with other restaurants available online. The study of online ordering provides customers with a practical comparison of the types of food being provided in different restaurants.

Methodology

This research paper will use a qualitative research method approach through online interviews of 50 participants between KFC staffers and the customers who use the KFC food mobile ordering app. The interview method aims to 48 valid responses, with a response rate of 96.0 percent is expected.

Expectations and findings

The expected results finding show a positive relationship between innovation and the KFC online food ordering application a success technological advancement in Jordan. The findings also provide credence to the idea that innovation and mobile application played significant role in the of efficient services in the operations of KFC towards its customers. Customers from Jordan showed a pronounced interest in the availability of customer evaluations on the MFOAs in the current survey.

This suggests that people who use MFOAs consider internet reviews of restaurants as reliable, practical, comprehensive, and pertinent sources of information they can consult before placing an order. The study's findings also support the use of online food mobile apps in many other business sectors not only in KFC Jordan research.

Keywords: Diffusion of innovation, KFC App, Jordan

İNSAN-YAPAY ZEKA İLETİŞİMİNDE YENİ BİR PARADİGMA: PROMPT MÜHENDİSLİĞİ

Sevinc Kahveci
sevinckahveci34@gmail.com

ÖZET

Geçmiş çok daha eskiye dayanan ve “makinelere düşünebilir mi?” sorusuyla başlayan yapay zekâ araştırmaları günümüzde hemen her alanın dönüşümüne neden olmuş ve yeni iş modellerine olanak vermeye başlamıştır. Bu kapsamda, AI ile ortaya çıkan çeşitli kavramlardan biri olan prompt mühendisliği ise, yeni bir alan ve yaklaşım olarak günümüzde tartışılmaya başlamıştır. İnterdisipliner bir şekilde iletişim ile mühendisliği entegre eden prompt mühendisliği, Doğal Dil İşleme (NLP) algoritmaları ve makine öğrenimi metodlarıyla insanların doğal dilleri üzerinden istemler oluşturmaya ve basit cevaplar almasına olanak sağlamaktadır. Robotik bir dil ve söylemden ziyade doğal, interaktif, anlaşılır ve insansı tarzıyla kendisini geliştiren AI, geleneksel yöntemlerden uzak komplike komut tamlamalarından arınmış olarak konumlanmaktadır. Kısaca, AI ile konuşa-bilme yeteneği olarak nitelenebilen bu yeni kavram, AI ile iletişimi daha anlaşılabilir hale getirmeyi amaçlamaktadır. Dolayısıyla günümüzde sadece komut vermek değil aynı zamanda doğru bir komut yazabilmeyi bilmek bu platformlardan doğru sonuç alma açısından önemli bir faktördür. Bu perspektifte bakıldığında, AI ile iletişim ve etkileşimin doğru bir şekilde ilerlemesi önem arz etmektedir.

Yeni bir alan olarak dikkatleri çeken prompt mühendisliğinde dikkat edilmesi gereken birtakım hususlar vardır. Bunlardan birisi de istemlerin etik değerlere uygun şekilde hazırlanmasıdır ki bu durumun gerekliliği kritik bir öneme sahiptir. Zira etik ilkelere aykırı şekilde hazırlanan istemler birtakım sorunlara zemin hazırlamaktadır. Her uzmanlık alanının önemli unsurlarından olan güvenlik ve etik değerlere uygun standartlarda istemler hazırlanması, kişilerin, kurumların ve verilerin güvenliği açısından büyük öneme sahiptir. Bu kapsamda söz konusu çalışmada, günümüzdeki prompt mühendisliğinin yeri incelenerek iletişim alanına optimize edilmiş ve edilebilecek alanlara bakılmış ve yaşanabilecek olumsuz deneyimlerin minimuma indirilmesi amacıyla alınması gereken önlemler değerlendirilerek denetimlerle ilgili öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İletişim, dil, etik, prompt mühendisliği, istem.

K.K.T.C İLKÖĞRETİM OKULLARINDA GÖREV YAPAN ÖĞRETMENLERİN HARMANLANMIŞ ÖĞRENME MODELİNE KARŞI TUTUMLARI

Fatma Tacoy
tacoyfatma@gmail.com

Eylem Menteşoğulları
eylemmentesoglari@gmail.com

Şevket Şafakoğulları
sevketarti@gmail.com

Melih Yıldız
melihyildiz0414@hotmail.com

ÖZET

Bu araştırma, K.K.T.C. ilköğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin harmanlanmış öğrenme modeline karşı tutumlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Harmanlanmış öğrenme, geleneksel sınıf ortamında yüz yüze eğitimi dijital teknolojilerle birleştirerek öğrencilerin öğrenme deneyimlerini zenginleştiren bir yaklaşımdır.

Nitel araştırma yaklaşımlarından görüşme tekniğinin temel alınması ile yürütülen araştırmada, 2022-2023 öğretim yıllarında Kuzey Kıbrıs Milli Eğitim Bakanlığına bağlı ilkokullarda görev alan 40 kişilik öğretmen oluşturmuştur. Verileri elde etmek için önceden belirlenen yerlerde ve zamanlarda, her biri 45 ile 50 dakika arasında süren, görüşmeler yapılmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen verilerin çözümlenmesi sırasında, “içerik analizi” yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemle birlikte araştırmacılar ortak olarak sıra ile verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması aşamalarından geçmişlerdir. Araştırmanın her aşamasında ortak karar verilmiş, fikir ayrılığı yaşanan bölümler tekrar gözden geçirilerek, fikir birliği sağlanmıştır.

Araştırmanın bulguları, ilköğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin genel olarak harmanlanmış öğrenme modeline olumlu bir yaklaşım sergilediğini göstermektedir. Öğretmenler, harmanlanmış öğrenmenin öğrencilerin aktif katılımını teşvik ettiğini, öğrenme materyallerinin çeşitliliğini artırdığını ve öğrencilerin teknoloji becerilerini geliştirdiğini düşünmektedir. Ayrıca, öğretmenlerin çoğunluğu, harmanlanmış öğrenmenin öğrencilerin öğrenme motivasyonunu ve ilgisini artırdığına inanmaktadır.

Ancak, bazı öğretmenler hala geleneksel sınıf ortamının etkisini korumakta ve teknolojiye dayalı eğitim yaklaşımlarına karşı çekingenlik göstermektedir. Bu öğretmenler, teknolojinin sınıf yönetimini zorlaştırabileceğini ve öğrenciler arasında dikkat dağınıklığına neden olabileceğini düşünmektedir.

Sonuç olarak, ilköğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin çoğunluğunun harmanlanmış öğrenme modeline olumlu bir tutum sergilediği görülmektedir. Bu bulgular, eğitim politikalarının ve programlarının harmanlanmış öğrenme yaklaşımını teşvik etmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Aynı zamanda, teknolojiye dayalı eğitim yöntemlerini benimsemekte çekingenlik gösteren öğretmenler için destekleyici eğitim programlarının geliştirilmesi önemlidir. Bu programlar, öğretmenlerin harmanlanmış öğrenme modelini daha etkili bir şekilde kullanmalarını sağlayabilir ve onları teknoloji tabanlı öğrenme ortamlarında daha rahat hissetmelerine yardımcı olabilir.

Anahtar Kelimeler: Harmanlanmış Öğrenme

KADINLARIN MOBİLİTESİNİN MEDYADA GÖRÜNÜRLÜĞÜ: BIANET ERKEK ŞİDDETİ ÇETELESİ ÖRNEĞİ

Hanife Aliefendioglu
hanife.aliefendioglu@emu.edu.tr

Duygu Onay Çöker
duygu.coker@tedu.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada, toplumsal cinsiyet farkındalığına sahip olduğunu düşündüğümüz alternatif haber platformu bianet'in yolcu kadınlara dair kurduğu anlatıları konu ediyoruz. Kadına yönelik şiddet vakalarının takibini yapan, veri toplayarak arşiv oluşturan bianet, "Erkek Şiddeti Çetelesi" tutarak, yerel ve ulusal gazetelerden, haber sitelerinden, ajanslardan derlediği haberleri her ay yayımlıyor. Biz bu derlemeler içerisinde, kadının mobilite halindeyken hak ihlaline neden olan saldırılara odaklanıyoruz. Bu çalışmada, söz konusu "Erkek Şiddeti Çetelesi" üzerinden Özgecan Arslan'ın 11 Şubat 2015'de katledilmesinden 11 Şubat 2023 tarihine kadar olan sürece odaklanarak, sekiz senelik bir dönemi analiz ediyoruz. Bunun sebebi, hareket halinde olan Özgecan Arslan cinayetiyle başlayan süreçten itibaren söz konusu zaman diliminde, bianet'in, anlatılarında kadınların hareketliliği sırasında maruz bırakıldıkları şiddeti nasıl görünür kıldığını ortaya koymak. Kadınların mobilitesi ve saldırgan/fail ile yakınlığına bağlı olarak çeşitli kategoriler tanımladık. Tanımlanan bu kategorileri feminist metin analizi metodu ile irdeliyoruz.

Anahtar Kelimeler: Kadınların Mobilitesi, Yolcu Kadın, bianet "Erkek Şiddeti Çetelesi", Feminist Metin Analizi.

KAHRAMAN MARAŞ MERKEZLİ DEPREM FELAKETİ SONRASI "ŞAMPIYON MELEKLER TAKIMI" HAKKINDA DEZENFORMASYON HALLERİ

Nuran Öze
nuran.oze@arucad.edu.tr

ÖZET

Doğal bir olay olarak bilinen deprem, gerekli önlemler alınmadığı takdirde felakete dönüşebilmektedir. Herhangi bir depremin yaratacağı hasar, sadece depremin büyüklüğüyle değil şiddetiyle birlikte ölçülebilmektedir. Depremin büyüklüğü Richter ölçeği ve benzeri teknolojik cihazlarla ölçülebilen, Depremin şiddeti deprem sonrası yaşanan yıkım, doğal ortamda meydana gelen değişimler, yaralı ve ölü sayısı ile belirlenmektedir. Modern anlamda jeoloji mühendisliğinin gelişmesi, teknolojik olarak depreme dayanıklı yapıların yapılabilmesi artık mümkündür, bu da risk kavramının anlamını değiştiren bir etkidir. Bu çalışmada modernleşmeyle birlikte gelişen jeoloji ve sismoloji alanları, teknolojik olarak gelişmiş deprem risk önleme sistemleri, deprem erken uyarı sistemleri, kader ve kader kavramlarının modern koşullarda geçersizliği gibi konular ele alınmaktadır. Bu çalışma, Türkiye saatine göre 6 Şubat 2023 tarihinde Kahramanmaraş'ta birincisi 04:17 (Pazarcık, 7.8) ve ikincisi 13:24 (Elbistan, 7.5) sıralarında meydana gelen ve . ülke genelinde 11 ili etkileyen deprem felaketini konu almaktadır. Uzmanlardan gelen tüm uyarılara rağmen gerekli önlemler yıllar içinde alınmadı ve depremin ardından yıkımın büyüklüğü ortaya çıktı. Bu yıkımın arkasında Kıbrıs'tan Türkiye'deki voleybol müsabakalarına katılmak için giden Gazimağusa Türk Maarif Koleji voleybol takımı öğrenci, öğretmen ve velilerinin de olduğu anlaşıldı. Olayın altıncı gününde netleşen haberle, depremin ilk gününde 39 kişiden sadece üç veli ve bir öğretmenin kendi imkanlarıyla depremden sağ kurtulduğu belirlendi. Adıyaman'da meydana gelen konvoyda altı veli, beş öğretmen ve yaşları 12-14 arasında değişen 24 genç sporcu hayatını kaybetti. Kahramanmaraş'ta meydana gelen bu depremde toplam 49 KKTC vatandaşı hayatını kaybetmiş ve bu olay Kıbrıs Türklerinin 1974 savaşından sonra yaşadığı en büyük ve toplu kayıp olarak tarihe geçmiştir. Olay olduktan kısa bir süre sonra Cumhurbaşkanı eski İletişim Danışmanı ve Cumhurbaşkanlığı sözleşmeli personeli Kartal Harman kendi Twitter hesabından Adıyaman'daki ekipten iyi haberler alındığı, bazı öğrenci ve öğretmenlerin enkazdan çıkarıldığına dair yaydığı asılsız haberlerle hem çocukların ailelerinin ve hem de tüm toplumun yanılgıya düşmesine, umutlanmasına neden oldu. Bu çalışmanın amacı, olayın olduğu andan itibaren doğru haberciliğin ne kadar önemli olduğu ve haberlerde dezenformasyonun böylesi travmatik bir olay karşısında, insan duygularıyla nasıl oynayabileceğini göstermektir. 19 Şubat – 22 Mart 2023 tarihlerini kapsayan dönemde 222 kişi üzerinde saha araştırması yapılmıştır. Bu çalışmada tümevarımcı bir yaklaşımla karma araştırma yöntemi kullanılmıştır. Depremin Kıbrıs Türk toplumu üzerindeki etkisi, kartopu örnekleme tekniği kullanılarak yarı yapılandırılmış elektronik soru formları ile katılımcıların duygusal bakış açıları ve konuya ilişkin algıları anlaşılmasına çalışılarak incelenmiştir. Toplumun hangi kanallardan bilgi aldığı, hangi haber kaynaklarına güvendiği, dezenformasyondan etkilenip etkilenmediği ve bu olaydan genel olarak nasıl etkilendiği sorgulanmıştır. Katılımcıların anaakım medya organlarına inançlarının çok düşük olduğu, sosyal medya haberlerine daha çok inandıkları ancak bu aracı ile ilgili de güven sorunları olduğu ortaya çıkmıştır. Dezenformasyonun güven ile ilgili en önemli problem olduğu yapılan saptamalar arasındadır. Doğru habercilik için bu süreçte neler yapıldığı ve yapılması gerektiği konusunda, yapılan anket çalışmasıya Kuzey Kıbrıs'ta arama kurtarma çalışmaları devam ederken en çok takip edildiği saptanan gazeteci Hüseyin Ekmekçi ile bir röportaj yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dezenformasyon, Kahramanmaraş Depremleri, Kuzey Kıbrıs, Şampiyon Melekler Takımı

KAHRAMANMARAŞ DEPREMLERİ ÖZELİNDE “SOSYAL MEDYANIN TOPLUMSAL ETKİLERİ”

Atakan Çelik
atakhan24@gmail.com

ÖZET

Türkiye'nin güneydoğusunda 6 Şubat 2023'te, Kahramanmaraş'ın Pazarcık ve Elbistan ilçelerinde meydana gelen iki büyük depremin etkileri ile yaşanan can ve mal kaybı ülkenin afet yönetimi çalışmalarının ve bu konudaki sosyal politikalarının geliştirilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Deprem sonrası sosyal medya üzerinden baskın ve karşıt söylemler değerlendirildiğinde, afet yönetimi konusunda da çeşitli eleştiriler ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışma yaşanan afet sonrasında sosyal medyada başlayan karşıt söylemlerin toplumu nasıl etkilediğini irdelemektedir. Kahramanmaraş merkezli depremlerde sosyal medyanın önemi geleneksel medyadan daha etkili olduğu bir kez daha görülmektedir.

Yapılan analiz ve gözlemlerde Kahramanmaraş merkezli depremler nedeniyle sosyal medyada dezenformasyonun “zirve” yaptığı, bilgi kirliliğinin hat safhaya çıktığı aynı zamanda dijital özgürleşmenin kriz dönemlerinde dijital haydutluğa dönüştüğü görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Deprem, Dezenformasyon, Anadolu Ajansı, Teyit Hattı

KAMU KURUMLARINDA SOSYAL MEDYA KULLANIMI: SAKARYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ TWİTTER ÖRNEĞİ

Ayşe Tuğba Burucu
tugbaydin@gmail.com

ÖZET

Enformasyon çağında teknolojinin gelişimine paralel olarak hayatın her alanında geleneksel medyanın yanı sıra sosyal medyanın da aktif olarak kullanılmaya başlandığı ve her geçen gün etkinliğinin artış gösterdiği gözlenmektedir. İstenilen içeriklerin üretilerek sosyal medya ortamlarında geniş kitlelere ulaştırılabilmesi, çift yönlü iletişime ve anlık olarak yapılan geribildirimlere olanak sağlaması gibi avantajlar iletişim yönetiminin etkinliğini arttırmaktadır (Dalkıran,2016). Bu olanaklar insanların sosyal medya platformlarında daha fazla zaman geçirmesine zemin hazırlamaktadır. Günümüzde kamu yönetimini klasik yaklaşımla sürdürebilmek çok kolay olmadığı için kamu kurumlarının da zaman zaman özel sektör mantığıyla hareket etmeleri ve bu ortamları aktif olarak kullanmaları gerekmektedir. Kamu kurumları sosyal medya kanalıyla, bilinirliklerini artırabilir, sundukları hizmet-ler hakkında takipçileri ile bilgi paylaşımında bulunabilir ve kurumsal kampanya ve mesaj-larını duyurabilirler. Bu çalışmada küresel ölçekte en fazla tercih edilen sosyal medya platformlarından olan Twitter üzerinde Sakarya Büyükşehir Belediyesinin varlığı ve bu platformu kullanma amaçları incelenmiştir.

Kamu - vatandaş iletişimde sosyal medya platformlarının yükselen değerinden hareketle ortaya çıkan bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Sakarya Büyükşehir Belediyesi'nin sosyal medya araçları ile 15.03.2021 -30.04.2021 tarihleri arasında yapmış olduğu paylaşımlar içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Bu çalışma ile Sakarya Büyükşehir Belediyesi'nin twitter hesabının ne amaçla kullanıldığı, takip edilme durumu, sosyal medya kampanyaları, hedef kitlesi ve hedef kitle üzerindeki etkileri, geri bildirimlerin değerlendirilmesi, kuruma sağladığı faydalar, avantajlar ve dezavantajları gibi konular çerçevesinde sosyal medya araçlarından twitter kurumsal hesabının kamusal bilgi ve hizmet sunumuna nasıl katkı sağlayabileceği incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, Kamu kurumlarında sosyal medya, Sakarya Büyükşehir Belediyesi

KAMUOYU OLUŞTURMADA MEDYA ÇALIŞMALARI: 2023 TÜRKİYE SEÇİMLERİ ÖRNEĞİ

Belis Gülay
belisgulay@maltepe.edu.tr

ÖZET

Siyaset ve medya arasındaki bağ çok eski tarihlere dayanmaktadır. Siyasi partiler, kamuoyu oluşturma çalıŐmalarında, medya iletişim araçlarının yeni teknolojilerle sunduğu imkanlardan yararlanmak suretiyle hedef kitleyi etkileyerek hedef kitlede istendik davranış deėiŐikliėi oluŐturmayı amaçlamaktadır. Bu süreçte etik ilkeler ıŐıėında kamuoyunu tarafsız bir biçimde bilgilendirmek ve medya araçlarını etkili kullanmak son derece önemlidir.

Partilerin ve liderlerin farklı kuŐaklara ulaŐma, kendilerini ifade etme ve bu kuŐakları etki altına alma yolunda siyasal iletişim stratejileri geliŐtirirken yeni medya araçlarını iyi kullanmaları gerekmektedir. Siyaset, iletişim araç ve teknikleri ile hayat bulurken, siyaset iletişiminde medya, yeni teknolojiler sayesinde kamuoyu oluŐurmada etkin rol oynamaktadır.

Medya ve siyaset ilişkisinin; post-modern bireyin ve yeni kuşakların özelliklerini de dikkate alarak daha komplike stratejilerle kurgulandığı çağımızda, geleneksel stratejilerle kamuoyu oluşturma yaklaşımı geride kalmıştır. Teknolojinin ve web 4.0'ın yarattığı yeni iletişim teknikleri ve mecraları sayesinde özellikle Z kuşağına hitap eden yeni yaklaŐımlarla iletişim stratejileri geliŐtirilmektedir. Çalışmada; Nitel Araştırma Yöntemiyle 2023 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seğimi ve 2023 Türkiye Genel Seçimleri rnekleminde, partilerin ve liderlerin, kamuoyu oluŐurma alıŐmaları, Z kuşağına yönelik medya iletişim stratejileri ekseninde incelenerek betimlenmiŐtir. Bu bağlamda kamuoyu oluŐurmada yeni iletişim teknikleri ve stratejileri ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Medya, siyaset, kamuoyu, Z kuşağı.

**KASHMIR ISSUE IN GLOBAL NEWS MEDIA – A CRITICAL DISCOURSE
ANALYSIS OF COVERAGE OF ABROGATION OF ARTICLE 370**

Sonia Zeeshan
soniazeeshan2017@gmail.com

Hanife Aliefendioglu
hanife.aliefendioglu@emu.edu.tr

ÖZET

Kashmir is a disputed territory between Pakistan and India. Both India and Pakistan occupy parts of the Kashmir valley and blame each other for illegal occupation and infiltration. Both sides have indulged in aggressive tactics and have fought three wars over the issue. Revocation of Article 370 of Indian Constitution deprived the Kashmiri people of their right to autonomy and have brought the Kashmir issue to limelight in global media. Media blackouts, militarization and militancy have left a deep impact on the lives of Kashmiri people. The present study aims to investigate the coverage of Abrogation of Article 370 by renowned international news media organizations like CNN, BBC, Al Jazeera and TRT World, by performing critical discourse analysis of selected international news. By doing so the study aims to analyze the treatment of Kashmir issue in global media thus providing an insight to global perspectives and perceptions over this issue.

Anahtar Kelimeler: Kashmir, Critical Discourse Analysis, Global Media

KAVRAMSAL VE TEORİK BOYUTLARIYLA HALKLA İLİŞKİLER TOPLUMU

Çetin Murat Hazar
cetin.hazar@hbv.edu.tr

Özkan Avcı
ozkanavci@bartin.edu.tr

ÖZET

Halkla ilişkiler, kurum içi ve kurum dışı tüm hedef kitleleri ile karşılıklı ilişkileri pozitif ve güven verici bir ortam içerisinde sürdürmek ve kamuoyunda olumlu bir izlenim oluşturmak için günümüzde vazgeçilmez bir alan olarak varlığını sürdürmektedir. Halkla ilişkilerin örgütsel amaçlar içerisinde yer alan varlığını devam ettirmesi ve kendini geliştirmesi için iletişim, etkileşim, etik, temsil ve diğer yöntemlerle ilişkilerini göz ardı etmeyen bir halkla ilişkiler toplumu içerisinde tanımlanması gerekmektedir. Halkla ilişkiler toplumunda çeşitli teknik ve araçlar kullanılarak gerçekleştirilen iletişim kurma, müzakerelerde bulunma, araştırma yapma, imajlar ve kimlikler oluşturma, danışmanlık görevi yapma, yönetimin ve toplumun bir fonksiyonu olarak hareket etme ve ön uyarı işlevi görme ile günümüzde retoriği etkili olarak kullanan halkla ilişkiler çalışanları; ikna edici, eğitici, bilgi sağlayıcı, imaj ve itibar yöneticisi durumsal rolleri ile birer ilişki yöneticisi konumundadırlar.

Çalışma kapsamında Halkla İlişkiler Toplumu teorik ve kavramsal boyutları ile inceleme altına alınmıştır. Bu kapsamda halkla ilişkiler toplumunun gözcülük ve sözcülük işlevleri ile simetrik bir iletişime ve etkileşime dayalı olarak demokrasiyi, gönüllülük çalışmalarını, etik unsurları içermesi gerekmektedir. Ayrıca halkla ilişkiler toplumundaki iletişimin açık, demokratik ve hakkaniyetli bir yapıda olması ve arzu edilen sürdürülebilir, etik yapıya ulaşılması için teknoloji ve bilimin birlikte hareket ederek hem örgütlerin halkla ilişkiler felsefelerini değiştirmesi hem de toplumun refah seviyesini artırması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler Toplumu, İlişki Yönetimi, Simetrik İletişim

KIBRIS TÜRK MEDYASINDA DIJİTAL DÖNÜŞÜM SÜRECİ

Emin Akkor
eminakkor@hotmail.com

ÖZET

Yeni medya teknolojilerinin gelişimi, haber alma imkanlarını genişletmesiyle birlikte medya organlarında da aynı yönde yaşanan dönüşümün Kıbrıs Türk Medyası açısından nasıl yaşandığının ele alındığı bu çalışmada, geleneksel medyadan yeni medyaya dönüşüm hem okur-izleyici-takipçi hem de gazetecilik yapma usulleri de tartışılacaktır. Hangi dijital mecraların kullanıldığı, dünyayla kıyaslanarak aktarılacak makalede, Kıbrıs medyasının bugünü mülkiyet yapısı, etki derecesi ekonomik boyutuyla de değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Kıbrıs medyası, dijital dönüşüm, yeni medya

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ OLUŞTURDUĞU BEDEN ALGISININ BEDEN FOLKLORU AÇISINDAN ELE ALINMASI

Didem Altun Uzun
didemaltun92@gmail.com

ÖZET

Kitle iletişim araçları; reklamlar, filmler, dizi, müzik videoları, magazin programları gibi içerikleriyle, beden algısının şekillenmesinde önemli bir rol oynar. Beden algısı, kişinin kendi bedenine ve başkalarının bedenlerine yönelik tutum ve düşüncelerinin bütünüdür. Beden folkloru ise, toplumların bedenlere ilişkin inançlarını, ritüellerini, mitlerini ve geleneklerini ifade eden bir kavramdır. Kitle iletişim araçları, beden folklorunun oluşumuna da etki edebilir. Yapılan bu çalışmada kitle iletişim araçlarının beden algısının oluşmasında beden folklorunun oluşumuna katkısının incelenmesini amaçlamaktadır. Çalışma genel olarak beden folkloru açısından, kitle iletişim araçlarına yüklenen anlamların ve özellikle bedenlerin sunulmuş biçiminin incelenmesi gerektiğini vurgular. Bu etkilerin neler olduğu, beden folkloru bağlamında incelenerek, toplumların bedenlerle ilişkilerinin nasıl şekillendiği yapılacak olan anket çalışması yöntemiyle ortaya konmaya çalışılacaktır. Bu çalışma ile birlikte bundan sonra yapılacak olan çalışmalara bir literatür katkısı amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Beden, Beden Algısı, Beden Folkloru, Kitle İletişim Araçları

KITLELERDEN BİREYİN MEDYASINA BİR GÖSTERİ MECRASINDA KİMLİK EDİNMEK: METAVERSE DÜNYALARI ÜZERİNE

Yasin Söğüt
yasinsogut@gmail.com

ÖZET

Sanayi devriminden sonra Veblen'nin bahsettiği teknolojinin hayatın yön verici konumu kitleleri etkilemiş ve kitle iletişim araçlarının gücünü ortaya çıkarmıştır. 1990'lı yıllarla yaşanan teknolojik ilerleme 21.yüzyılın ilk çeyreğinde daha da hızlanmıştır. Bilgi edinme ve haber alma araçlarının geliştiği, kitlelilikten bireyselliğe dönüşen sürecin ortaya çıkardığı yeni bir kavram yeni medya mecralarıdır. Dünyada sosyal medya uygulamaları bu yeni mecraların başında gelmektedir. Bireyin ön plana çıktığı ve tıpkı bir sahnede kendi gösterisi yaparcasına hayatın tüm alanlarına giren yeni medya mecralarının son örneği metaverse dünyalarıdır. Çalışmada metaverse dünyalarının yapısal özellikleri gösteriş kültürü, birey, yaşam biçimi ve kimlik kavramları ekseninde betimleyici yorumlayıcı analiz yöntemiyle değerlendirilmektedir. Metaverse dünyalarında kitlelilikten bireyselliğe dönüşen insanın yaşam biçimi, davranış, duygu ve iletişim süreçlerinde hangi anlamlara yönlendirildiği ele alınmaktadır. Bu kapsamda kullanıcılar tarafından tercih edilen ilk 10 metaverse evreni kategorileri, içerikleri ve görsel biçimleri yönüyle kimlik bağlamında değerlendirilmiştir. Çalışmanın araştırma sorusu, metaverse dünyalarında kimlik açısından bireye önermeler yapılıp yapılmadığının anlaşılmasıdır. Çalışma kapsamında metaverse dünyalarında bireyselleşmenin teşvik edildiği, duygusal güdülerin şiddet temelli tetiklendiği ve gerçek dünyanın dışında bir avatar üzerinden bireye kimlik önermeleri yapıldığı anlaşılmaktadır. Metaverse dünyalarının salt bir eğlenme ortamı olmaktan öteye, gerçek dünyaya paralel teşvik edici önermelerle yeni bir kimliğin bu dünyalarda bireyin kontrolünde inşa edildiği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Kimlik, Gösteri Toplumu, Yeni İletişim Teknolojileri, Metaverse

KİTLESEL ÇEVİRİMİÇİ ÖĞRENME PLATFORMLARINDA HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNE YÖNELİK KURSLAR: UDEMY ÖRNEĞİ

İbrahim Çataldaş
ibrahimcataldas@gmail.com

ÖZET

21. Yüzyılda bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan ilerlemelerle birlikte birçok faaliyet alanı dijital bir dönüşüm sürecine girmiştir. Zaman ve mekân sınırı olmaksızın kullanıcılarına dünyanın herhangi bir yerinden erişim imkânı sunan dijital platformlar farklı amaçlar doğrultusunda kullanılabilirdiği gibi eğitim amaçlı da kullanılabilir. Covid-19 pandemisi başta olmak üzere fiziksel olarak bir arada bulunmanın imkânsız olduğu dönemlerde dijital platformların önemini daha da arttırdığını söylemek mümkündür. Bu çalışmada farklı uzmanlık alanlarına yönelik olarak kullanıcılarına çeşitli eğitimler sunan UdeMy kitlesel çevrimiçi öğrenme platformu ele alınmıştır. Çalışmanın en temel amacı söz konusu platformda halkla ilişkiler alanına yönelik olarak sunulan kursları ele almak ve bunları günümüzde yürütülen halkla ilişkiler faaliyetleri bakımından incelemektir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda içerik analizi yapılarak UdeMy web sitesinde yer alan veriler analiz edilmiştir. Bu bağlamda sunulan eğitimlerin hedef kitlesi, türü, niteliği ve içeriği gibi boyutlar açığa çıkarılmıştır. Elde edilen bulgulara bağlı olarak 17 kategoride 65 adet farklı eğitim içeriğinin yer aldığı tespit edilmiştir. Söz konusu eğitimlerin, daha çok dijital halkla ilişkiler odaklı içerikler içeren ve bu alanda uzmanlaşmayı amaçlayan bireylere yönelik olarak hazırlanan pratik ve ulaşılabilir yapıda olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital platformlar, Halkla İlişkiler, Kitlesel Çevrimiçi Öğrenme

KRİZ DURUMLARINDA SOSYAL MEDYANIN BİREY VE TOPLUM DAVRANIŞLARINA ETKİSİ: KAHRAMANMARAŞ DEPREMİ ÖRNEĞİ

Elif Aksüt
elif_aksut@hotmail.com

ÖZET

Teknolojinin insan yaşamına dâhil olduğu tarihlerden beri süregelen bir dönüşüm evresi bugünkü dijitalin zeminini hazırlamıştır. Öyle ki günümüzde alışverişten eğitime dek pek çok gündelik faaliyetin gerçekleştirilme döngüsü dijital medya özelinde sağlanmaktadır. Dijitalin gündelik yaşamın içerisine dâhil olma serüveniyle birlikte toplumsal iletişimin temelini oluşturan bireysel ifade yöntemleri de sosyal medya özelinde gerçekleştirilmektedir. Özellikle Twitter gibi sınırlı karakterlerle sınırsız fikir özgürlüğü sunan mikro bloglar, dijitalde bireysel ifade yöntemlerinin de temelini oluşturmaktadır. Bireylerin sosyal medya platformlarından yapmış olduğu paylaşımlar sayesinde bir haber, olay ya da kavrama yönelik görüş ve düşünceleri gözlemlenebilmektedir. Toplumsal bir çalkantıya neden olan büyük doğal afet dönemlerinde de vatandaş gazeteciliği gibi bireysel beyanı mümkün kılan paylaşımlar nedeniyle yayımlanan düşünce ve bilgiler gerçeği yansıtmayarak dezenformasyon temelli yalan haber furyasına neden olabilmektedir. Bilinçli ya da bilinçsiz olarak gerçekleştirilen dezenformasyon nedeniyle toplumu etkileyen kriz durumlarında fiziksel ve bilinçsel olarak panik havası da gözlemlenebilmektedir. Bu çalışmada kriz durumlarında sosyal medyanın birey ve toplum davranışlarına yönelik etkisi Kahramanmaraş depremi özelinde yapılan paylaşım örnekleri üzerinden incelenecektir. Çalışmada değerlendirilen veriler Twitter’da yapılan deprem paylaşımları üzerinden toplanacaktır. Elde edilen somut veriler ise nitel araştırma ve literatür taraması yöntemiyle irdelenerek analiz edilecektir. Çalışma sonucunda elde edilen bulguların, kriz durumlarında sosyal medyanın birey ve toplum davranışlarına etkisi özelinde bireysel medya okuryazarlığına dair bilincin kazanılması için kaynak bir literatür oluşturması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, Mikro Blog, Twitter, Dezenformasyon, Dijital

KÜRESELLEŞME VE GLOKAL REKLAMCILIĞIN KÜLTÜREL DÖNÜŞÜMLERİ: LAY'S REKLAMLARI ÖRNEĞİ

Filiz Soyer
21275024@std.eul.edu.tr

Prof. Dr. Elif Asude Tunca
etunca@eul.edu.tr

ÖZET

Uluslararası pazarlarda glokalleşmenin etkisi, Wind (1986)'nın ifade ettiği gibi 'Global düşün, yerel hareket et!' [Think global, act local!] sloganından yola çıkarak markalar yerel düşünerek sadece gösterildiği ülkeye özgü, o ülkenin yerel motif ve değer yargılarıyla bezenmiş global reklamlar üretme aşamasına getirmiştir. Dolayısıyla global pazarlama stratejileri geliştiren işletmeler, taktiksel olduğu kadar operasyonel seviyede de dünyayı tek bir Pazar algısıyla ele almaktan uzaklaşarak, pazarında yer aldıkları ülkelerin kültürel faktörlerin göz ardı edemez duruma gelmişlerdir. Küreselleşme her ne kadar sosyal dünyanın algılanmasında geleneksel yapıya bir baskı uygulamakta olsa da insanların sembolik temsil pratiklerinin kültürel temelde iletişimin temel taşı olmasıyla yerelliğin karşıtı olarak değil, birlikte ve eş zamanlı hareket ederek gelişmesine devam edebilecektir. Buradan hareketle bu çalışmada, küreselleşmenin global reklamlar aracılığıyla kültürel kodlar paradigması çerçevesinde karşılaştırmalı bir inceleme gerçekleştirilerek, küreselleşmenin global reklamcılıkla kültürel dönüşümler noktasında uygulama şekli ortaya koyulmuştur. Kültürel kodlar aynı anlamı taşıyan, aynı algıya sahip ve aynı eylem evrelerinin olduğu iletişim şekillerinden oluşmaktadır. İletişimin en önde gelen parçaları arasında yer alan kültürel kodlar, pazarlama stratejileri bağlamında da yadsınamaz başat bir öneme sahip olarak özellikle reklam sektörünü yakından ilgilendirmektedir. Yerel firmalar doğaları gereği kültürel kodlarla harmanlanmış bir ortamda gelişme gösterirken, uluslararası marka ve firmaların da yerel pazarda başarılı olabilmeleri, onları global düşünmeye ve toplumun içinden gelmiş hissi yaratarak 'onlardan biri' algısıyla pazarda yer bulmayı amaçlamalarını gerektirmektedir. Yerelde kendine yer bulmaya çalışan evrensel, yereli kendine eklemleyerek hedefine ulaşmaya çalışmaktadır. Çalışmada ortaya konulmak istenen küreselleşmenin global reklamlar aracılığıyla kültürel kodlar paradigması çerçevesinde karşılaştırma yapabilmek adına Lay's markasının diğer kültürlerde sunduğu reklamlar arasından Lay's Fransa amaçlı örneklem tekniği ile araştırmaya dahil edilmiştir. Bu çalışmanın amacı, küreselleşme ve global reklamcılığın kültürel dönüşümlerinin kültürel kodlar üzerinden göstergebilimsel ve içerik analizi açısından incelenmesidir. Bu çerçevede göstergebilimsel çözümlenelerde kullanılan kültürel kodlar üzerinden reklamın okuması yapılmıştır. Göstergeler ve ilişkileri göstergebilimsel çözümlenmenin anahtarlarını oluştururken çalışmada her bir göstergeye yüklenen anlam kültürel kodlar yoluyla değerlendirilmiştir. Bu çalışma özelinde, küresel markalar arasında yer alan Lay's, reklam filmleri özelinde iki farklı ülke, iki farklı kültür, iki farklı dil ve dini temsil eden Türkiye ve Fransa reklam örnekleri üzerinden kültürel kodlar bağlamında okumalar yapılmıştır. Her iki örnek reklam filminde, filmin gösterildiği ülkenin değerleri başta olmak üzere kültürel kodların ülke ve kültür özeline indirgenerek ele alındığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme ve Global Reklamcılığın Kültürel Dönüşümleri

MARKALARIN SOSYAL MEDYADA MÜŞTERİLERLE ETKİLEŞİMLERİNİN MARKA İMAJI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Parisa Alizade
palizadehfanaeloo@gelisim.edu.tr

ÖZET

Tüketiciler ve organizasyonlar arasındaki etkileşimin doğası ve dinamikleri hızla gelişmeye devam etmektedir. Özellikle, bu etkileşimler pazarlama ve müşteri ilişkileri yönetimi açısından önem kazanırken, tüketiciler eş zamanlı olarak çevrimiçi alanlarda artan etkiyi kazanmaktadır. Sosyal medya markalara tüketicilerle etkileşimde bulunarak imajlarını geliştirmelerinde büyük derecede katkı sağlamaktadır. Keller (1993) marka imajını, marka çağrışımlarının tüketicilerin hafızasında yansıttığı, marka hakkındaki algılar olarak tanımlamaktadır. Bu çalışmanın amacı, markaların sosyal medyada müşterilerle etkileşimlerinin marka imajı üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Bu kapsamda sosyal medyada marka-müşteri etkileşimlerinin marka imajı üzerindeki etkisini incelemek amacıyla literatür araştırması yapılarak hipotezler ve kavramsal model ortaya konulmuştur. Çalışmanın modeli Türkiye’de yaşayan ve sosyal medyada çeşitli markalarla etkileşimde bulunan kişiler arasından 453 kişi üzerinde uygulanan anketlerle test edilmiştir. Çalışmanın hipotezlerini test etmek için regresyon analizi yapılmıştır. Çalışmanın bulguları markaların sosyal medyada müşterileri ile etkileşimlerinin işlevsel, duygusal ve itibar marka imajı boyutları üzerindeki etkisini ortaya çıkarmıştır. Ayrıca, markaların sosyal medyada müşterileri ile etkileşimlerinin işlevsel ve itibar marka imajı boyutlarına göre, duygusal marka imajı üzerinde daha büyük etkiye sahip olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Etkileşim, İşlevsel Marka İmajı, Duygusal Marka İmajı, İtibar Marka İmajı.

METaverse RADICALLY CHANGE THE WORLD; INTEGRATED SUBJECTS, SCIENCE, SOCIAL STUDY, CRAFTWORK, THAI AND ENGLISH SUBJECTS

Prapaporn Udomsiang
prapapornud@kku.ac.th

Somchok Kaewuthat
Somchokk@kku.ac.th

Ladda Chaihatup
Laddach@kku.ac.th

Sasi Wattanaparuda
Sasiph@kku.ac.th

Chattrakant Pithong
Psirip@kku.a.th

ABSTRACT

The main purpose of the study was to reduce students' workload and lessen students' stress through integrated work amid pandemic by applying interdisciplinary integration under Thailand OBEC policy. The population was composed of all 8 graders; 200 students who were studying in academic year 2022 semester 2. The structure of this study was in form of an exploratory and descriptive methods and percentage. According to OBEC-Basic Education Core Curriculum B.E. 2551. Thai students need to learn various subjects, divided into 8 learning subjects groups; Thai, Mathematics, Science, Health & Physical Education, Art, Career&Technology, Foreign Languages and Learner Development Activities. Upon the 8 groups of learning subjects, it will lead to a lot of work for students to complete in limited time. It is quite much burden for most students. Superficially, there are nearly 20 subjects that students have to study in one semester. When pandemic comes into many countries of the world, the pattern of learning must be changed. Students have to adopt challenging types of learning; online learning via various platforms. And OBEC itself determined 5 teaching styles according to different contexts and appropriateness of each school: 1. ON-AIR 2. ONLINE 3. ON-DEMND 4. ON-HAND 5. ON-SITE. Therefore, this study was intentionally conducted to serve the national policy. First, topics of the integrated work are form teachers and students' brainstorm. Originally the topics proposed were one planet, struggle for life, we will survive, soft power, future technology, think for life and metaverse. Finally, the highest number of casting the vote is metaverse. Research procedure starts with 1) setting teachers' meeting on lessen assignments to maintain only what is necessary. Students are given homework as needed emphasis on evidence of learning rather than exams. Most importantly, students can learn many soft skills including life skills to apply in real life. 2) drafting pattern of activity by teachers and students 3) schedule of work on exact date 4) percentage to be given to students of 5 integrated subjects 5) activity submitted to expert to develop 6) present activity to students including purposes and greater details of work. 7 work submission 8) presentation followed by recommendation from experts 9) reflection on students' work by experts, subject teachers, students and some stake holders ie; parents 10) satisfaction form was done by students 11. summarization 12. plan for further semester. Therefore, theme of work approved by everyone is "Metaverse change the world" that is students have to apply various contents to create interesting story related to 5 subjects . Five subjects integrated: Science, 2 English subjects, Career&Craftwork , Social Study and Thai

subject . Time presentation is 4-6 minutes through ZOOM platform using PPT. Comments was made by experts and subject teachers. Finding from satisfaction form disclosed that students , parents, administrative team and teacher were satisfied with their work at level 5 and satisfaction level of integration is also at level 5. Contents can be used in real life in various aspects. Criteria for grading students work 1) content 2) interesting story 3) students' cooperation 4.production 5. presentation in English version

Keywords: metaverse, integrated project, interdisciplinary integration

MICHELIN YILDIZI VE GASTRO TURİZM'E ETKİSİ: İSTANBUL ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN SOSYAL MEDYA'DA TÜKETİCİ YORUMLARINA DAİR BİR ARAŞTIRMA

Gabriela Oana Olaru
gabrielaolanaolaru@gmail.com

ÖZET

Gastronomi turizmi kavramı, coğrafi bir bölgeye ait yemek kültürünün keşfedilmesine odaklanan spesifik bir turizm dalını ifade etmek için kullanılmaktadır. Birçok ülkede gastro turizm gelir getiren önemli bir alt turizm dalı haline gelmiştir ve turistler yeme-içme rotalarını da belirleyerek seyahat planı yapmaktadırlar. Diğer yandan, tarihi 1889 yılına dayanan Michelin Rehberi araç sürücülerinin seyahat rotalarına yardımcı olmak amacıyla Michelin kardeşler tarafından tasarlanmıştır. 1920 yılında rehber yenilenerek ücretli satışa sunulmuştur ve 1926 yılında kaliteli yemek mekanlarını yıldızlar ile ödüllendirerek paylaşmaya başlamışlardır. Günümüzde rehber üç kıtada 35'i aşkın bölgede 15.000'den fazla restoran değerlendirmektedir. 1889 yılında başlayan Michelin Rehberi serüveni 2022 yılında Türkiye'yi de dahil ederek yolculuğuna devam etmektedir. Rehberde dahil olmayı başaran restoranlar çeşitli kriterlere göre değerlendirilmekte ve yıldızların kalıcılığını sağlamak, yıldızların sayısını artırmak için bu kriterlerin her sene karşılanması gerekmektedir. Yeme-içme konusunda meraklı olan turistler için rehberde yer alan restoranları deneyimlemek ise önemli bir turizm deneyimi olarak kabul edilmektedir.

Bu araştırma, Ekim 2022 tarihinde Türkiye'de ilk kez 5 restorana verilen Michelin Yıldızı'nın gastronomi turizmi açısından sosyal medya kanallarına yansıyan etkilerini kapsamaktadır. Araştırmanın deseni durum çalışması, analiz tekniği de içerik analizidir. Çalışmanın evrenini Michelin Rehberi oluşturmaktadır ve belirlenen evrenden amaçlı örneklem yöntemlerinden biri olan ölçüt örnekleme kullanılmıştır. Buna göre araştırmanın örneklemini İstanbul'da yer alan ve Michelin Yıldızı'na layık görülen 5 restoran oluşturmaktadır. TUTAK Fatih Türk 2 yıldız, Neolokal, Mikla, Nicole ve Araka ise 1 yıldız alarak Michelin Rehberi'nin yıldızlı restoranları arasındaki yerlerini almışlardır. Bu başarının yanı sıra Neolokal sürdürülebilirlik alanında verilmeye başlanan Yeşil Yıldız'ı da almayı başaran tek Türk restoran olarak rehberdeki yerini almıştır. Araştırmada Michelin Yıldızı'nın verilmesi restoranların Tripadvisor yorumlarında nasıl yansıdığına, Tripadvisor yorumlarında öne çıkan ana temaların ve alt temaların neler olduklarına cevap aranmıştır.

Deneyim Hakkında Geribildirim, Genel Deneyim ve Mekân araştırma sonucunda ortaya çıkan üç ana temadır. Michelin Rehberi değerlendirmesinin Türkiye'ye ilk defa gelmiş olması gastronomi turizmi ve ülke imajı açısından oldukça önemlidir. Yıldız verildikten sonra yapılan ikinci çalışma olması bakımından bu araştırma ileride bu konunun daha ayrıntılı incelenmesi açısından önem arz etmektedir. Bununla birlikte, uluslararası bilinirliğin artması ve yıldız alan işletmelerin çoğalması bakımından da işletmelere bir bakış açısı sunmaktadır. Son olarak, sosyal medyanın günlük hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelmesi sebebiyle bu iletişim kanalının yansımalarını anlamak ve uygun aksiyon almak her paydaş için önem arz ettiğinden çalışmanın literatüre katkı sunacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastro Turizm; Sosyal Medya, Yeni Medya; Michelin Rehberi

MİLLETVEKİLİ SEÇİMLERİNDE ADAY TANITIM VE RETORİK: 2023 KUZAY KIBRIS ÖRNEĞİ

Glden Hacımevlt Alyaz
galyaz@ciu.edu.tr

Dilan ifti
dciftci@ciu.edu.tr

ÖZET

Retorik ve ikna süreçlerinin en yaygın olarak kullanıldığı dönemler seçim dönemleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Milletvekili seçimleri gerek adayların kendi tanıtımları gerekse parti propaganda süreçleri açısından önemli veriler sunmaktadır. Siyasal iletişim bağlamında retorik ve ikna süreçlerinin incelendiği bu çalışmada Halkın Partisi Genel Başkanı Kudret zersay'ın, 6 Haziran 2022 tarihli Meclis birleşiminde oy birliği ile kabul edilen istifası sonucu milletvekilliğinden boşalan yerin doldurulması için 25 Haziran 2023'te yapılan ara seçim için partili adayların (Sami zuslu, Ali Başman, Serhan Aktunç, Figen yaman Lesinger ve Umut Ersoy) sosyal medyada kullanılan seçim tanıtım afişleri ve filmeleri derinlemesine incelenmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinde belge analizi tekniği ile yapılan incelemelerde retorik'in temel unsurları olan 1-logos; "mantıksal olarak düşünebilme" ya da "mantıksal argümanlar", 2-ethos "insan karakterini ve erdemini çeşitli biçimleri içinde anlayabilme" ya da "güvenilirlik" ve 3-pathos "coşkuları anlayabilme" ya da "duygusal argümanlar" analiz birimi olarak belirlenmiştir. Analizler için hazırlanan afişlerdeki gösterenler ile birlikte sloganlar ve tanıtım filmindeki müzikler retorik'in 3 temel unsuru çerçevesinde araştırılmıştır. Adayların parti ideolojisi ve Kuzey Kıbrıs konjektrnde yapılan değerlendirmelerde adayların vaad ve vurguladıkları noktalardaki farklılıkların paralellik gösterdiği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Siyasal İletişim, Seçim Kampanyaları, Retorik, Kuzey Kıbrıs.

ÖZEL EĞİTİM ÖĞRETMEN ADAYLARININ ÇOCUK CİNSEL İSTİSMARINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Behcet Öznacar
behcet.oznacar@neu.edu.tr

Gamze Avcı
gamze.avci@neu.edu.tr

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, özel eğitim öğretmeni adaylarının çocuk cinsel istismarına ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesidir. Bu çalışmada özel eğitim öğretmen adaylarının çocuk cinsel istismarına ilişkin görüşlerin değerlendirilmesi amacıyla nitel yöntem kullanılmıştır. Öğretmen adayları ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın çalışma grubu, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ni Lefkoşa'da bulunan bir üniversitede eğitim alan 7 özel eğitim öğretmeni adayı ile oluşturulmuştur. Araştırmanın verileri doğrudan incelemek amacıyla içerik analizi tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada verilerin kodlanması, temaların yerleştirilmesi, kod ve temalarda düzeltme yapılması ve bulguların tanımlanması kısmıyla sonlandırılmıştır. Bu çalışmada frekans tekniği kullanılarak tablolar oluşturulmuş ve tabloların yorumları aktarılmıştır. Özel eğitim öğretmeni adaylarının çocuk cinsel istismarına ilişkin görüşlerinin değerlendirilmiştir. Özel eğitim öğretmen adaylarının, çocuk koruma kanunu hakkında bilgi sahibi olmadıkları, seminer/kursa katılmadıkları, istismar olayında polise haber vereceklerini, çocuklara cinsel istismar eğitimi verilmesi gerektiği, istismar olaylarına karşı sinirlenme ve öfkelenme durumu yaşadıkları, cinsel istismarı temas içeren cinsel hareket olarak tanımladıkları ve istismar olaylarını televizyondan takip ettiklerine ilişkin görüşleri belirtmişlerdir. Araştırmanın önerilerinde ise özel eğitim öğretmeni adaylarının cinsel istismar ve korunmaya yönelik katılımları için Milli Eğitim Bakanlığı ve üniversiteler tarafından seminer veya kurslar oluşturulmaları önerilebilir. Özel eğitim öğretmenliği bölümünde ders olarak çocuk cinsel istismarından korunma eğitimine ilişkin ders açılmalıdır. Öğretmen adaylarına çocuk cinsel istismarına ilişkin güncel konuları takip etmede farklı araç-gereçler tercih edebilmesi önerilebilir. Çocuk koruma kanunu hakkında bilgilendirme yapılabilir.

Anahtar Kelimeler: Özel Eğitim

PARENTAL INVOLVEMENT IN MOTHER TONGUE AND SECOND LANGUAGE EDUCATION: HOW THEY SUPPORT THEIR YOUNG CHILDREN?

Esra Karakaş
ekarakas@ciu.edu.tr

Serife Özbiler
serife.ozbiler@yahoo.com

ABSTRACT

Previous studies have indicated that a strong relationship between language and age. However limited studies point out that how the parents support mother tongue and second language acquisition for young children in the early years. Therefore, the current descriptive, qualitative study attempted to comprehend and broaden the literature of how parents contribute to their young children's education in their mother tongue and second language. The study group consists of eight mothers with children who were aged between 3 and 6 years old and enrolled their education in a primary school for English as second language education in northern part of Cyprus. The research data collected via the structured opened-ended questionnaire. The findings of the descriptive analysis showed that both mothers and fathers take responsibilities for their children's education in their mother tongue and second language both at home and at school. However, mothers are taking responsibilities more than fathers both at home and school activities. Furthermore, the primary drivers for their engagement are to assist their children's personal growth and meet their second language demands. Additionally, they stated that benefits of teaching their children both mother tongue and second language education outweighed the drawbacks. They encourage their children's linguistic development by providing them with books, toys, instructional films, and other resources. Moreover, both mothers and fathers read the books to enhance to for their children language development. The results are discussed in the line of sociocultural and language theories.

Keywords: Mother tongue (L1), Second language (L2), parental involvement, young children

POLITICAL CARICATURES FRAMING IN THE PALESTINIAN-ISRAELI STRUGGLE, SEMIOTICS ANALYSIS

Samer I M Awad
sam.awad1985@gmail.com

Prof. Aytekin Isman
aisman@ciu.edu.tr

ABSTRACT

This study explores the role of political caricatures in building the opinion and expectations of readers towards political caricatures in conflict areas, particularly Palestine. The study focuses on caricaturist's intentions and how they influence readers' opinions and expectations in conflict zones.

The study relied on the entrance of semiological analysis as a theoretical basis for it, with the help of semiotics approaches that allow us to analyze the image in a complete, specific and implication analysis by identifying the connotations that lie behind the descriptive, implication and designation level through artistic, linguistic, and iconographic signs involved within the caricatures.

This study aimed to identify the image presented by caricatures of conflict issues in conflict areas to know the role it plays in addressing conflict issues in the region through the caricatures of caricaturists and the attitudes of those caricaturists towards these issues, as well as providing an appropriate image that is consistent with the nature of the issues.

The study indicated that the caricatures clearly framed the two sides of the conflict and expresses an ideology believed by the cartoonist, where the Palestinian side appeared as: (Oppressed and Resistant), while the Israeli side appeared as: (Apartheid Regime, Ethnic Cleansing Regime, Racist, Murderer, Abuser, Oppressor).

Keywords: Caricature, Framing, Semiotics, Communication, Public Opinion, Conflict Zone.

REFLECTIVE PRACTICE IN DESIGN MAJOR COURSE

Shahryar Mirzaalikhani
shahryar.alikhani@emu.edu.tr

Bahire Efe Özad
Bahire.ozad@emu.edu.tr

ABSTRACT

Design in one of the areas that has become very popular at the outset of the new millennium. Teaching design requires blending of both theoretical and practical information. To enable this, reflective practice, giving feedback and getting feedback from the students during the design process have become vital.

Following Donald Schön's (Schön, 1983, 1987) work, reflective practice has become popular in education particularly when educating students who are expected to produce.

The present study is based on an action research process conducted at Visual Arts and Visual Communication Design Department of the Faculty of Communication and Media Studies at the Eastern Mediterranean University in Famagusta city, North Cyprus.

Keywords: Design Education, Reflective Practice, Experiential Learning Cycle, Action Research

RUSSIAN-UKRAINIAN WAR _THE EFFECT OF PERSPECTIVE DIFFERENCES ON THE MEDIA COVERAGE

Ahmed Hussin Al-Sharif
ahmedalsharif710@gmail.com

ABSTRACT

Media as means of communication has been one of the major factors and attributes of globalization in the modern era. It has become a primary means through which people learn about both domestic events and international issues that are beyond national borders and form part of international relations. While the media play a key role in understanding global politics and shaping opinions about international relations, several media outlets, countries, and major forces tend to use it towards their own ideology and prefer dimensions' stories.

Therefore, the media coverage of international news (politics) has become complex with multifaceted phases. It is in this context, that the study focuses on examining the different ideological views, coverage, and presentation of world events, and how they affect the credibility of international politics and the way people receive and interpret information.

The article will rely on the qualitative method approach to explore the media coverage and presentation of the Russian-Ukrainian war. The paper will also use some comparative analysis of media coverage of some wars, to establish the ideological differences in media presentation of global politics and how it affects the general understanding of world events.

Based on the analyses, the paper posit how Western media and countries control the image of world politics by constructing it as either being good or bad base on their perspectives and standing point of view.

Keywords: communication, media, ideology, perspectives

SIYASAL SİSTEMLERİN BASIN ÖZGÜRLÜĞÜ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Mehmet Emin Begtimur
mebegtimur@gelisim.edu.tr

ÖZET

Yüksek teknolojik gelişmelerle birlikte kitle iletişim araçlarının türleri ve içerikleri çeşitlenmektedir. Bilgisayar temelli geliştirilen ağlar dünyanın en ücra köşelerine kadar ulaşmakta ve kitleler tarafından yoğun olarak kullanılmaktadır. İnsanların iletişim araçlarını kullanması ve bu araçlarla bilgiye erişmesi geçmişte hiç olmadığı kadar kolaylaşmakta ve hızlanmaktadır. Fakat hayatımızın her anını sarıp sarmalayan iletişim araçları ve olanakları bir yandan insanların düşünce, ifade ve iletişim özgürlüğüne büyük katkılar sağlarken diğer yandan insanların düşünce, ifade ve iletişim özgürlüğünü baltalayan ve tiranlığı destekleyen bir araç olarak belirmektedir. Demokratikleşme uğruna birçok alanda önemli adımlar atılmasına rağmen tüm özgürlüklerin temelini oluşturan basın özgürlüğü hala çağımızın en önemli sorunlarından biri olmaya devam etmektedir. Bu çalışmada, ülkelerin siyasal sistemleri, Sınır Tanımayan Gazeteciler (RSF)'nin 2013 yılından 2023 yılına kadar raporladığı basın özgürlüğü endeksi üzerinden karşılaştırılmaya çalışılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, parlamenter sistemle yönetilen ülkelerde basının, başkanlık ve yarı başkanlıkla yönetilen ülkelerdeki basından dikkate değer oranda özgür olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: siyasal sistem, iletişim, basın özgürlüğü.

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ, NARSİZİZM İLE İLİŞKİSİ VE LİSE DÖNEMİNDEKİ Z KUŞAĞINA ETKİLERİ

Ayşe Özkul
ayseozkul@hotmail.com

ÖZET

Sosyal Medya, kişilerin iletişim, etkileşim, beğenme, beğenilme, kabul edilme ve onaylanma istek ve ihtiyaçlarını karşıladıkları, çok geniş bir sanal ağ toplumu olarak önem taşımaktadır. Sosyal Medya araçlarından olan Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Twitter gibi uygulamalarda insanlar, olmak istedikleri, inandıkları veya hayal ettikleri sahte kimlikler ve sahte benlik duyguları oluşturmaktadırlar. Bu durum, narsistik kişilik yapısının özellikleri ile uyumlu olup, modern çağın hızla yaygınlaşan kişilik yapısı olarak ortaya çıkmaktadır. Narsisizm, kişinin kendi bedensel ve zihinsel benliğine karşı duyduğu aşırı hayranlık, bağlılık, mükemmeliyetçilik, beğenilme ve onaylanma isteğidir. Narsisizm ile ilgili bugüne kadar farklı konularla bağlantılı olarak, yaş, cinsiyet, eğitim, meslek vd. kriterler baz alınarak pek çok araştırma ve ölçümler yapılmıştır. Sosyal medya bağımlılığı ile Narsisizm ilişkisi, internet ve sosyal medya teknolojisi içinde dünyaya gelen ve sosyal medyayı en çok kullandığı düşünülen Z kuşağının, bireysel ve sosyal hayatını etkileyen önemli bir husustur. Bu makalede Sosyal Medya kullanımının Z kuşağına yönelik etkileri ile bu kapsamda yapılmış araştırmaların analizi ile Sakarya'daki bir lisedeki öğrenciler üzerinde yapılan araştırmalar ve sonuçlar yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: İnternet, Sosyal Medya, Narsisizm, Z Kuşağı.

SOSYAL MEDYA KULLANIMININ ÖĞRENCİLERİN BİREYLERARASI İLETİŞİMİ ÜZERİNE ETKİLERİ: SAKARYA ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ

Aytekin İşman
aytekinisman@gmail.com

Emine Yıldız
emineeyldz98@gmail.com

ÖZET

“Teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte İnternet ve sosyal medya bireylerin ihtiyaç ve arzularını karşılama noktasında her geçen gün daha da önemli bir konuma gelmektedir” (Koca ve Tunca, 2019, s. 33). Ancak süreç içerisinde gelişen medya kullanımının artması hayatı pratik bir hale getirme, bilgiye ulaşımında kolaylık sunma gibi etkenleri nedeniyle faydalı gibi görünmesinin yanı sıra sadece olumlu bir şekilde yaşantımızı etkilememektedir. Bunun yanı sıra ağ toplumunun çocukları kendinden önceki kuşaklarla mukayese edilecek olunursa dijital alanda çok daha bilgili olmaktadır. Diğer yandan aynı anda birçok ilgi alanını takip edebilen öğrencilerin yaratıcılık olarak gelişmiş düzeyde olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda genç bireylerin sosyal medya kullanım oranlarının bireylerarası ilişkilerini ne şekilde etkilediğini ortaya çıkarmak araştırmanın amacını oluşturmaktadır.

Tüm bunların ardından konuyu analiz edebilmek adına Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesinde eğitim gören 7 öğrenci üzerinde bir inceleme yapılmıştır. Araştırma yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ile ele alınmıştır.

Görüşme esnasında katılımcılara yöneltilen sorular Çalışır (2017)’in sosyal kuşakların kişilerarası iletişim aracı olarak sosyal ağları kullanma durumu adlı makalesinden alınmıştır. Bu sorular yardımı ile öğrencileri temsilen, görüşmeye katılan bireyler üzerinden sosyal medya kullanım durumlarının bireylerarası ilişkilerini ne yönde etkilediği bulunmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın sonucunda medya kullanımının fazla oluşu sebebiyle mahremiyet olgusu üzerindeki hassasiyet, tüketimin ne denli ilerlemiş oluşu ve sebepleri, medyanın akademik başarılarına etkisi ve iletişim becerilerini ne şekilde etkilediği bilgilerine ulaşılmıştır. Bu bağlamda sosyal ağların kişilerarası iletişimi ne yönde etkilediği bilgileri araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Medya, Sosyal Medya, Medya Bağımlılığı, Kişilerarası İletişim, Mahremiyet, Tüketim.

SOSYAL MEDYA PLATFORMLARINDA DİJİTAL EMEK SÖMÜRÜSÜ: KULLANICI FARKINDALIĞINA VE KABULLENME DURUMUNA YÖNELİK BİR İNCELEME

Halil Saç
halilssaac@gmail.com

ÖZET

Kitlelere ücretsiz kullanım olanağı sağlayan sosyal medya platformları, kullanıcı pratikleri ve kişisel bilgiler gibi verileri reklam verenlere satmakta ve kâr elde etmektedir. Nihayetinde emek zaman ekseninde veri üretimi gerçekleştiren öznel kullanıcılar. Marx'ın klasik üretim sürecinde değindiği emek zaman sarf edenin ücretine tekabül eden “gerekli emek zaman” ortadan kaldırılabilen, bireylerin sosyal medyadaki kullanım pratikleri süresince ortaya koydukları emek zaman platform sahiplerine kâr sağlamada kullanılan ve ücreti ödenmeyen “artık emek zaman”a dönüştürülebilmektedir. C. Fuch, Digital Labour and Karl Marx (2014) eserinde bu durumu dijital emeğin “sömürüsü” olarak aksettirmektedir. Milyarların maruz kaldığı bu tür bir sömürü konusunda sosyal medya kullanıcılarının farkındalığı, sömürüyü kabullenme durumu ve neden kabullendiği kilit bir noktada durmaktadır. Ahmet Cevdet Aşkın, Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşım Çerçevesinde Sosyal Medya ve Dijital Emek Sömürüsü (2017) isimli çalışmada anket uygulayarak kullanıcıların dijital emek sömürüsünün farkındalığına ve bundan duydukları rahatsızlığa yönelik “keşfedici bir araştırma” gerçekleştirmektedir. Bu çalışmada da kullanıcıların dijital emek sömürüsünün farkında olup olmadığına, bu tür bir sömürüyü kabullenip kabullenmediklerine, şayet kabulleniyorlarsa bunun sebeplerinin neler olduğuna yönelik bulgular elde edilmeye çalışılmıştır. Akabinde Aşkın'ın çalışmasındaki gibi, kullanıcıların sömürüsünün farkında olup olmadıklarına bulgular elde etmek için 100 kişiden anket verileri toplanıp betimleyici istatistiğe tabi tutulmuştur. Ancak söz konusu keşfedici çalışmadan farklı bir yol izlenip, ankette dijital emek sömürüsünün farkında olduğuna yönelik yanıt veren 3 katılımcı ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş ve veriler betimsel analize tabi tutulmuştur. Böylelikle kullanıcıların dijital emek sömürüsünün farkında oldukları halde ‘neden’ bu uygulamaları kullanmaya devam edip dijital emek sömürüsünü kabullendiklerine yönelik bulgular elde edilmeye çalışılmıştır. Yani dijital emek sömürüsünün kabullenme neden(ler)ine odaklanılmıştır. Veri toplama ve analiz süreçleri, alınan etik kurul uygunluk raporu minvalinde gerçekleştirilmiştir. Nihayetinde katılımcıların neredeyse tamamının dijital emek sömürüsünün farkında olduğuna ancak sosyalleşme, haber alma, enformasyon edinme, eğlenme gibi çeşitli ihtiyaçlarını gidermek için bu platformları kullanmaya devam ettiğine ve böylelikle sosyal medyada dijital emek sömürüsünü kabullendiğine yönelik sonuçlar elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Emek, Sosyal Medyada Sömürü, Kullanıcı Farkındalığı, Sosyal Medya

SOSYAL MEDYA VE NEFRET SÖYLEMİ; TWİTTER ÖRNEĞİ

Hatice Köybaşı
haticekyb@gmail.com

ÖZET

İnternet ortamı, farklı kültürlerden, renklerden ve dillerden insanları bir araya getirerek küresel bir topluluk oluşturmuştur. Ancak, bu önüne geçilemez büyüme ve kullanıcı sayısı birçok yeni sorun alanını da beraberinde getirdi. Siber panoptik ortamın yapısı, büyük verinin kullanımı ve sonuçlarının çıkar grupları tarafından kullanılması, manipülatif nedenlerle, yanıltıcı içerikler, deepfake'ler, yankı odaları gibi birçok yeni etik sorun dijital medya ile hayatımıza girmiştir. Dijital ortama aktarma ve hızlıca yayılma özellikleri, anlık küresel etkileşim olanağıyla birleştiğinde, nefret söylemi üretimi, artması ve meşrulaştırılması gibi etik sorunların önünü açmaktadır. Hatta bazı görüntüler, hiçbir gerçek temeli olmadığı halde, sanki gerçekmiş gibi gösterilerek yanıltıcı olarak yaygın hale gelmektedir. Doğru sanılan birçok bilginin ve görüntünün aslında sanal bir yanılsamadan ibaret olduğu son dönemde çokça dile getirilen bir gerçek. Nefret söylemi gerçeğinin önlem alınmaz şekilde yaygınlık göstermesi ve sosyal medya sayesinde de meşrulaşmaya doğru gitmesi, önlenemez bir sonuca doğru bizleri götürmektedir. Bu çalışmada, sosyal medya araçlarından olan Twitter üzerinden nefret söylemi sorunu incelenecektir. Sosyal medyada, özellikle de Twitter'da nefret söyleminin ne olduğu, nelere yol açtığı, ne kadar hızlı yayılma özelliği gösterdiği içerik analizi yöntemiyle ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: İnternet, Sosyal Medya, Twitter, Nefret Söylemi, Dijitalleşme, Dijital Medya.

SOSYAL MEDYADA DEZENFORMASYON :KAHRAMANMARAŞ DEPREMI ÖRNEĞİ

Orhan Gevrek
orhan.gevrek@ogr.sakarya.edu.tr

ÖZET

Yeni iletişim teknolojileri sayesinde dünyanın artık küresel bir köy konumuna evrildiği kabul edilmektedir. Bulduğumuz yüzyıl içinde inovatif girişimlere bağlı olarak kullanılan enformasyon kaynakları da değişim göstermektedir. Artık mekânsal birlikteliğe gerek duyulmadan anlık iletişim kurabilmek mümkün kılınmaktadır. Araştırma kapsamında sosyal medya kavramı olarak genel hatlarıyla ele alınacaktır. Bireylere farklı platformlar üzerinden sınırsız etkileşim imkanı sunması gibi olumlu yönlerinin yanı sıra negatif yönleri de değerlendirilecektir. Sosyal medya özelinde hız kadar doğru bilgi paylaşımı ve doğru bilgi edinimi son derece önem arz etmektedir. İşte bu noktada sosyal medyanın yumuşak karnı olarak niteleyebileceğimiz dezenformasyon kavramı hayatımıza girmektedir. Yeni medyada kendini daha yoğun hissettiren bu kavram bilginin sorgulanmasını gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın kurumsal temelini “Sihirli Mermi-Hipodermik İğne” ve “Eşik Bekçisi” modelleri oluşturmaktadır. Dezenformasyon “Post-Truth” hakikat ötesi çağ olarak nitelenen bu zamanda toplumda istenmeyen sonuçlar doğurmaktadır. Son günlerde dezenformasyon kavramına en yerinde örnek Kahramanmaraş depremi olarak görülmektedir. Bu çalışmada Kahramanmaraş depremi sürecinde sosyal medyada yer almış ve Teyit.org tarafından açıklanmış Kahramanmaraş depremi ile ilgili yanlış/yalan bilgiler içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Kahramanmaraş depreminin gerçekleştiği 6 Şubat 2023 ile 6 Mart 2023 tarihi dikkate alınarak bir aylık sürece ait içerikler değerlendirilmiştir. Deprem sonrası üretilen yalan içeriklerin süreci ele alınmıştır. Çalışma verileri kapsamında Twitter; yalan haber paylaşımlarının en yoğun kullanıldığı sosyal medya platformu olurken, haber sitelerinin ve ulusal kanalların bu paylaşımları doğrulamadan kaynak göstererek yayına sürdükleri görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dezenformasyon, Sosyal Medya, Post-Truth, Yalan Haber, Kahramanmaraş Depremi

SOSYAL MEDYADA DİJİTAL AKTİVİZME HAYVAN HAKLARI ÇERÇEVESİNDE BAKIŞ: PAW GUARDS ÖRNEĞİNDE BİR İNCELEME

Rabia Uçar
rabiaucar@sakarya.edu.tr

ÖZET

Dijital Aktivizm, iletişim bağlamlarının imkân verdiği etkenler nedeniyle dijital bir şekil kazanarak, elde ettiği ortamı ve bağlamı hem şekillendirme hem de büyütme imkânı kazanmıştır. Hayvan hakları aktivizmi de yaşanan gelişmelerden etkilenecek, iletişim mecralarının ve sosyal medyanın farklı hedefler ve çerçeveler doğrultusunda edindiği örüntüleri tecrübe etmiştir. Bunlardan hareketle bu makale, hayvan hakları aktivizmi bağlamına Pati Koruyucu Hayvanları Koruma Derneği olan Paw Guards'ın Twitter paylaşımları üzerinden bakmaktadır. Paw Guards hayvana karşı her türlü şiddette sosyal medyada farkındalık oluşturmak, bağış toplamak, protesto etmek ve saha çalışmaları yapmak amacıyla faaliyet gösteren bir mecradır. Twitter üzerinden faaliyet gösteren bu mecranın faaliyetleri Türkiye'de en hızlı ulaşılan dijital aktivizm örneklerinden olmuştur. Twitter'in dijital aktivist olgusunu çeşitli hedefler kapsamında yeterince aktif kullandığı söylenebilir. Bu minvalde çalışmada Temmuz 2022-Aralık 2022 tarihleri arasında Hayvanları Koruma Yasası ile ilgili tartışmalar ve Konya'daki köpek katliamı nedenleriyle artan hayvana şiddet olayları dikkate alınarak Paw Guards'ın hayvan hakları bağlamındaki Twitter paylaşımları nitel araştırma türlerinden biri olan içerik analizi yöntemiyle incelenecektir. Çalışmanın literatür taramasında Twitter'in hayvan hakları aktivizmi bağlamında konu aldığı hayvan hakları ile ilgili içerikler saptanacaktır. Yapılan analizler sonrasında Paw Guards'ın paylaştığı içeriklerin bilinçlendiren ve farkındalık yaratan, saha faaliyetlerini konu edinen, bağış desteği talep eden, iş birliği çağrısı yapan, lobicilik hedefi taşıyan, faaliyet belgesi konulu ve gönüllülüğe teşvik eden içerikler tespit edilecektir.

Paw Guards'ın hayvanlara karşı yapılan şiddet ile ilgili paylaşımları dijital aktivist hareket incelenerek öne çıkan temalar, şiddette karşı çözüm önerileri, hayvan haklarıyla ilgili tepkiler ve şiddet şekilleri kod yöntemi kullanılarak gösterilecektir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Aktivizm, Toplumsal Hareketler, Hayvan Hakları, Paw Guards

SOSYAL MEDYADA ÖZEL HAYATIN GIZLILIĞI: BENLİK SUNUMLARI VE ETİK PROBLEMLER

Elif Aksüt
elif_aksut@hotmail.com

ÖZET

Teknolojinin gelişim dönemlerinde bilgisayarın icadıyla başlayan dijital dönüşüm, günümüzde etkilerini yeni medya kullanım oranlarıyla göstermektedir. Günümüzde günlük ihtiyaçların bile internet aracılığıyla kısa sürede giderilebildiği gibi dijital mecrada vakit geçirmek gündelik gereksinim hâlini almaya başlamaktadır. Özellikle sosyal medya gibi görsel ve metinsel ifade yöntemlerini mümkün kılan alanlar sayesinde bireylerin gündelik iletişim yöntemleri de dijital bir ortama taşınabilmektedir. Popüler kültürün de ivmesiyle artık çok küçük yaştan itibaren insan yaşamına dâhil olan sosyal medya, beraberinde topluluk yaşamına ilişkin pek çok etik ihlali de doğurabilmektedir. Sosyal medya platformlarında etik ihlaller özelinde dikkat çeken birincil nokta özel hayatın gizliliği konusu olmaktadır. Bireylerin mecralarda yer alırken kişisel profillerine ilişkin herkese açık ya da gizli kullanımları, dijital bir evrende görünümüne yönelik kıstasları da şekillendirmektedir. Bu noktada kişisel profillerin gizli ya da açık kullanım ilkeleri, toplumsal bir yapı içerisinde kitlesel iletişime yönelik bazı davranış şekillerini de görünür kılmaktadır. Özellikle teknolojik determinizm algısıyla şekillenen birey davranışları, sosyal medya özelinde değerlendirildiğinde dijital dönüşümle birlikte şekil değiştiren bir yönelimden söz etmek de mümkündür. Bu çalışmada sosyal medyada özel hayatın gizliliği ilkesi öncelikle bireylerin dijital platformları kullanma şekliyle değerlendirilecek ve benlik sunumlarıyla temellendirilecektir. Çalışmanın verileri, günümüzde her yaştan birey tarafından sıklıkla kullanılan Instagram mecrası üzerinden toplanacaktır. Çalışma için toplanan veriler ise iletişim alan çalışmaları ekseninde değerlendirilerek etik ihlaller çerçevesinde incelenecektir. Çalışma sonucunda elde edilen somut bulguların, sosyal medyada özel hayatın gizliliğini koruma noktasında bir bilinç oluşturması ve etik ihlallerin en aza indirgenmesi amacıyla literatüre katkı sağlayabilecek bir kaynak oluşturması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Özel Hayat, Sosyal Medya, Etik İhlal, Benlik Sunumu

SÖYLEMSEL PSIKOLOJİYİ OYUNCU YÖNETİMİNDE BİR TEKNİK OLARAK KULLANMA DENEMESİ: AHLAT AĞACI FILMİ ÖRNEĞİ

Serdar Gezer
serdargezer@sdu.edu.tr

ÖZET

Derek Edwards ve Jonathan Potter “Discursive Psychology” (1992) kitabında “Söylemsel Psikoloji” yaklaşımını kuran isimlerdir. Söylemsel Psikoloji konuşmacının unutmama, heyecanlanma, hatırlama, öfkelenme gibi psikolojik olguları konuşma esnasında bir eylem olarak kullanmasını, bunlara birtakım işlevler yüklemesini ve amaçlar elde etmesini çözümler. Konuşmacının konuşma sırasında yaptığı meşrulaştırmalar, akla yatkın hale getirmeler, kategorize etmeler, damgalamalar, ötekileştirmeler, isimlendirmeler, sebep yüklemeler ve suçlamalar gibi eylemler belli amaçlara ulaşmak amacıyla yapılan söylemsel uygulamalar olarak değerlendirilir. Örneğin bir konuşmacının sorulan bir soruyu cevaplarken hatırlamadığını ifade etmesi psikolojik bir rahatsızlıktan öte sorunun geçiştirilmesi eylemidir. Bu anlamda söylemsel psikoloji konuşmanın eylemine ve konuşmacının ne yaptığına odaklanır. Diğer yandan oyuncu yönetiminde ise oyuncunun konuşması ve eylemleri diğer oyuncuyla ilişkisini, duyguları ve sahnedeki anlamı kurar. Bu bakımdan oyuncunun konuşma sırasında kullandığı dilin içerisindeki söylemsel uygulamalar ve pratikler birer eylem olarak önem kazanmaktadır. Yönetmen sette oyuncuyu yönetirken ve oyuncuya replikleri nasıl söyleyeceğinin talimatını verirken aslında oyuncunun dili kullanırken yaptığı eyleme ve söylemsel pratiklere yönelik talimatlar verir. Bu anlamda yönetmenin yaptığı oyuncu yönetimi işi senaryodaki diyalogların söylemsel psikolojik analizidir. Bu bağlamda bu çalışmada Nuri Bilge Ceylan’ın “Ahlat Ağacı” (2018) filminin kamera arkası görüntülerinde, yönetmenin oyuncuları yönetirken kullandığı tekniklerin bir söylemsel psikoloji yaklaşımı olduğunu ortaya koyulacaktır. Ceylan oyunculara talimatlar verirken konuşmanın eylemini istemekte ve oyuncularından söylemsel pratikler ve uygulamalar talep etmektedir. Oyuncu yönetiminde söylemsel psikolojinin kullanılmasına yönelik literatürde herhangi bir deneme olmadığından bu çalışma teori ve pratiği ilişkilendirme bağlamında bir ilk deneme olma özelliği taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Söylemsel Psikoloji; Oyuncu Yönetimi; Ahlat Ağacı; Nuri Bilge Ceylan; Sinemada Oyunculuk

TALKING THE QUALITY TALK, WALKING THE QUALITY WALK: DEVELOPING AN ONLINE QUALITY ASSURANCE TRAINING PROGRAM

Abdullah Saykili
abdullahsaykili@gmail.com

Deniz Taşcı
dtasci@anadolu.edu.tr

Elif Toprak
etoprak1@anadolu.edu.tr

Feyza İpekten
feyzaipekten@anadolu.edu.tr

ABSTRACT

Talking the Quality Talk, Walking the Quality Walk: Developing an Online Quality Assurance Training Program

Quality assurance is an important aspect of higher education, ensuring that students receive the highest quality education and that institutions meet educational standards. Quality assurance in higher education includes a range of activities aimed at ensuring that educational institutions and programs meet the desired standards and objectives. The main objective of quality assurance is to improve the quality of education and increase the effectiveness of the education system. Educational institutions and governing bodies strive to engineer a sustainable structure for ongoing quality assurance processes. One such attempt includes the training of staff in quality assurance processes. Therefore, after briefly explaining quality assurance processes adopted in Turkish Higher Education, this study elaborates on the online training program that aims to equip both the academic and non-academic staff with knowledge and skills required to conduct quality evaluations at Anadolu University. Learning analytics and learning activity completion rates in quantitative nature are utilized to evaluate the effectiveness of the training program as well as qualitative findings.

Keywords: Quality Assurance Training Program

TBMM'DE TEMSİL EDİLEN SİYASİ PARTİ LİDERLERİNİN TWİTTER KULLANIMI ÜZERİNE MAXQDA İLE NİTEL VERİ ANALİZİ

Ramazan Çelik
ramazancelik@trakya.edu.tr

ÖZET

Yeni medya platformları bireysel amaçlarının dışında da artık birçok mecrada önemli iletişim araçları olarak kullanılmaktadır. Ekonomik, siyasi, kültürel birçok amaç için kullanılan bu platformlar bir güç aracı olarak kitleleri etkilemek içinde kullanılmaktadır. Bu durum daha çok siyasi amaçlar doğrultusunda bizzat siyasiler tarafından değerlendirilmektedir. Dünyanın her yerinde özellikle siyasi liderlerin sosyal medya hesaplarını siyasal iletişim bağlamında oldukça aktif kullandıkları görülmektedir. Bu nedenle bu çalışma Türkiye'de aktif siyaset yapan siyasilerin Twitter hesaplarını incelemektedir. Çalışma 27. Yasama döneminde TBMM'de sandalyesi bulunan siyasi parti liderlerinin Twitter hesaplarının analizinden ibarettir ve kapsam olarak sadece bu siyasi partilerin liderlerinin hesapları incelenmektedir. Çalışmada 13-20 Şubat 2023 tarihleri arasında sosyal medya platformu olan mikroblog uygulaması Twitter'da bulunan kullanıcı hesapları Maxqda nitel veri analizi programı ile analiz edilmektedir. Söz konusu tarihler aralığında toplam 313 tweet üzerinden inceleme yapılmaktadır. Maxqda programı ile tweet yazarı, kullanılan etiketler ve tweetler ana bileşenleri üzerinden bulgulara ulaşılmaktadır. Bu bulgular tweetin türü, en sık kullanılan kelimeler, etiketler, zamanlama ve duygu kullanımı gibi birçok konu başlığı üzerinden incelenmektedir.

New media platforms are now used as important communication tools in many places apart from their individual purposes. These platforms, which are used for many economic, political and cultural purposes, are used to influence the masses as a means of power. This situation is mostly evaluated by politicians themselves for political purposes. It is observed that all over the world, especially political leaders use their social media accounts very actively in the context of political communication. For this reason, this study examines the Twitter accounts of politicians who are active in politics in Türkiye. The study consists of the analysis of the Twitter accounts of political party leaders who have seats in the Turkish Parliament during the 27th Legislative Period, and only the accounts of the leaders of these political parties are examined. In the study, user accounts on Twitter, a social media platform microblogging application, between 13-20 February 2023 are analyzed with Maxqda qualitative data analysis program. During these dates, a total of 313 tweets are reviewed. With the Maxqda program, the findings are reached through the main components of the tweet author, the tags used and the tweets. These findings are examined over many topics such as the type of tweet, the most frequently used words, tags, timing and use of emotion.

Anahtar Kelimeler: Siyasal İletişim, Sosyal Medya, Twitter, Maxqda Nitel Veri Analizi / Political Communication, Social Media, Twitter, Maxqda Qualitative Data Analysis

THE CHALLENGE OF DISTRIBUTED LEADERSHIP IN COLLEGES OF EDUCATION IN NIGERIA

Monday Ujiakhien Okojie
okojiemon@yahoo.com

ABSTRACT

On leadership, there is a substantial and largely enthused literature. Almost every sector has been affected, but the education sector has been particularly hard hit. This study makes the claim that the majority of the research and conversation surrounding this topic are framed in terms of some very straightforward polarities, such as managers versus leaders, transactional versus transformational leaders, task-focused versus people-focused, etc. Also, recent research in education has started to cast doubt on the traditional emphasis on the head teacher as the leader, but little empirical work has been done on the definitions and applications of distributed leadership. According to the research presented here, the dynamic of leadership rivalry is one important issue that has to be addressed. The article demonstrates that it is by no means sufficient to preach "leadership" as if this will result in a set of approaches and behaviors that will unproblematically transform using a new conceptual framework and a case study that reveals various interpretations of what leadership should entail and constitute at different levels of the organization. Contrarily, conflicting ideas about how the modified situation should appear might lead to significant splits.

Keywords: distributed leadership

THE IMPORTANCE OF THE SOCIAL MEDIA OF THE COUNCIL OF EUROPE ISTANBUL CONVENTION

Negin Haghshenaslakani
negin.haghshenas64@gmail.com

Dilan Çiftçi
dciftci@ciu.edu.tr

ABSTRACT

Violence against women is a socially constructed issue. Despite the fact that most nations throughout the world have established laws against violence against women, this study still observes a substantial proportion of this societal problem. In 2011, the Council of Europe enacted the Convention on Combating Violence against Women and in Istanbul, creating a unique and sophisticated legal framework to protect women and girls from gender-based violence and any individual from domestic abuse (Stubberud, 2018). The digital revolution has enormous potential to improve women's social and economic results. However, it also has the potential to perpetuate current patterns of gender inequity (Wajcman et al, 2020). Most academic discourses treat United Nations (UN) projects and activities to promote digitalization and women's rights as independent disciplines (Leenders, 2022). Human rights concerns are adjusting to contemporary settings, necessitating an examination of the breadth of human rights protection issues in the context of digital humanitarian action (Akhmatova et al., 2020).

In the first step, the ways in which the social networks of The Council of Europe (Istanbul Convention) lead to increasing awareness are examined. Second, the different parts of the website as a potent and powerful platform to inform society about challenges and news about women's rights. In this research; The researcher assumes the impact of digitalization and its success rate and sometimes its lack of success regarding the rights and violence against women in social networks and especially the website of The Council of Europe (Istanbul Convention) as the goal of the research.

Keywords: women's rights, violence against women, Istanbul Convention, gender equality, social media

THE RELATIONSHIP BETWEEN EDUCATION QUALITY AND ECONOMIC GROWTH

Nihat Doğanalp
ndoganalp@selcuk.edu.tr

ABSTRACT

Today, the level of development of countries is measured not only by the amount of national income but also by their educational, social, cultural and political status. In the process of socio-economic development and growth, obtaining the highest efficiency through the rational use of existing resources, technological development and ensuring social welfare are the main objectives in developed and developing countries. The realization of these objectives and ensuring efficiency in development depends not only on land and capital factors, but also on the labor factor of human beings and the improvement of the quality of this factor. Most of the countries, which are known as developed countries today, have reached their current level of development with the educational investments they made in the human factor at the very beginning of the development process in order to ensure the productive use of labor.

The main objective of this study is to analyze the relationship between education quality indicators and economic growth in selected middle-income countries. In this context, the relevant variables will be analyzed by panel data method.

Keywords: Quality, Economy

THE USEFULNESS OF ONLINE-MERGE-OFFLINE (OMO) LEARNING APPROACH TO EDUCATION IN THE POST COVID-19 ERA

Chika Ebere Okojie
infosmc2016@gmail.com

Monday Ujiakhien Okojie
okojiemon@yahoo.com

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic wreaked havoc on every sector in the world, including education. The pandemic generated a condition of international sanitary crisis, significant losses of lives, traumas, economic shocks and societal consequences. Teachers, students, parents, local communities, schools, and last but not least, the state, were all suddenly forced to change their operating procedures, pedagogical approaches, or testing procedures suddenly. The COVID-19 epidemic highlighted the need for new, creative ways to preserve education in times of disaster and ambiguity. The Online-Merge-Offline (OMO) learning approach is discussed in the paper as a method of instruction that meets the evolving demands of both students and teachers in the post-COVID-19 era. OMO learning makes use of a hybrid infrastructure that includes real-time learning environments that are both online and off. The report examines education in the time since COVID-19. The requirements for space design, technological issues, and pedagogical issues are also covered. A full set of basic and practical abilities, including the use of online platforms, communication abilities, classroom management, and efficient resource usage, are also mentioned in the research. In addition, the article views OMO as a novel strategy for ensuring sustainable education in this complicated and unknowable environment. In order to effectively promote OMO learning, the article concluded by recommending that more attention be devoted to classroom design, including infrastructure.

Keywords: Online-Merge-Offline (OMO) Learning

TÜRK MEDYA SEKTÖRÜNDE YAŞANAN DEĞİŞİMLER VE TEKELLEŞME SORUNU: DOĞUŞ MEDYA GRUBU ÖRNEĞİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Miransah Köse
miransah.kose1@ogr.sakarya.edu.tr

ÖZET

Küreselleşmenin hızla artması ve beraberinde alınan 24 Ocak 1980 kararları, Türk ekonomisinde birtakım radikal değişimlerin yaşanmasına ortam hazırlamıştır. Bu tarihten sonra basın sektörü holdingleşme sürecine girmiştir. İş insanları medya işletmelerine yönelmiş ve yatırımlarını da medya sektöründe yapmaya başlamışlardır. Bu durum 1990'lı yıllarda medya patronu kavramını ortaya çıkarmış ve dikey-yatay-çapraz medya sahipliğinin önü açılmıştır. Bu bağlamda çalışmada; Türk medya sektörünün yaşadığı bu süreç, tekelleşme sorunu ekseninde değerlendirilmektedir. Türkiye'de birçok basın-yayın organı medya dışında da faaliyet göstermektedir. Basın-yayın organları ticari şirketler halini almakta ve bu şirketler belli başlı kuruluşların kontrolünde çalışmalarını sürdürmektedir. Dijital medyanın artan etkisi, son yıllarda yaşanan el değiştirmeler, online haber platformlarının artması ve dengelerin her geçen gün değişmesi tüm bu süreçleri farklılaştırmaktadır. Türkiye'de varlığını sürdüren 40 medya kuruluşunu hem sanayi hem de ticaret alanında faaliyet gösteren şirketler kontrol etmektedir. Medyayı kontrol eden bu kuruluşlar; Demirören, Ciner, Doğuş, Albayrak, İhlas, Turkuvaz, Kalyon şeklinde sıralanabilir. Medyada faaliyet gösteren bu kuruluşların; medya dışında farklı sektörlerde de varlığını sürdürmesi, kamu ihalelerinde yer alması ve devlet ile birtakım ticari ilişkiler içinde olması kontrol ettikleri basın-yayın organlarıyla ilgili olumsuz durumlara ortam hazırlamakta mıdır? Türk medyasında yaşanan tekelleşme ile birlikte medya gruplarının ideolojik yaklaşımı, tarafsızlık ilkesine zarar vermekte midir? gibi sorular çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır. Nitel olan çalışmada yukarıda sıralanan medya gruplarından biri olan Doğuş Grubu örneklem olarak seçilmiştir. Doğuş Grubu; medyada çok sesliliğin olmadığı, medyada var olan birçok basın yayın organının sınırlı sayıda girişimcinin kontrolünde olduğu gibi varsayımlardan yola çıkılarak incelenmiştir. Çalışmada Doğuş Grubu'nun; hangi sektörlerde varlığını sürdürdüğü, sahiplik yapısı, sahiplik yapısının medya içeriklerine etkisi, holdingleşme, liberal ekonomi politikaları, bu politikaların medyaya yansımaları ve medyadaki faaliyetleri Teun Van Dick'in eleştirel söylem analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme Sürecinde Türk Basını, Tekelleşme, Medyanın Yapısı, Holdingleşme

TÜRK SİNEMASINDA İŞÇİ FİLMLERİ VE SENDİKA HAKKI

Eda Evlioğlu Gezer
eevlioglu@gmail.com

ÖZET

İşçi, emekçi kavramları açısından Türk Sineması'nı değerlendirdiğimizde, Muhsin Ertuğrul'un yönettiği Halıcı Kız (1952), bu meseleleri konu edinen ilk filmidir. Filmdeki 'Gül' karakteri elinin emeği ile halı dokuyarak geçimini sağlar. Filmde emeğin, iş gücünün altı çizilmesine rağmen işçilerin yaşadığı sorunlara, işçi haklarına (grev, sendika gibi) değinilmemiştir. Türk Sineması'nda emekçi temsilini ilk kez Halıcı Kız filminde görmemize karşın işçi-işveren ilişkilerinin, işçilerin yaşadığı sıkıntıların ve sendika, grev gibi hakların temel konu olarak işlendiği filmlere 1960 yılı itibariyle rastlanır. Bu dönemde ülkenin içinde bulunduğu siyasi, ekonomik durum ve bu alanda yaşanan değişimler beraberinde kırdan kente göçe neden olmuş, kırsal bölgede toprakta çalışan 'ırgat' artık kentte fabrikada çalışan 'işçi' sınıfının bir üyesi olarak iş hayatındaki yerini almıştır. Böylece bu emekçi insanların kırdan toprak ağası ile olan mücadelesi, kentte fabrika sahibine karşı bir hak arayışına ve mücadeleye evrilmiştir. 1960'lı yıllarla birlikte Türkiye'de yaşanan sosyo-ekonomik değişimler ve iç göçle beraber bir işçi sınıfının oluşmaya başlaması, 1961 Anayasası'nda çalışma yaşamına bazı yeniliklerin getirilmesine ve işçilere sendika kurma (madde 46), greve gitme (madde 47) gibi hakların tanınmasına yol açmıştır. Ülkenin içinde bulunduğu bu sosyo-ekonomik durum doğal olarak sinemayı da etkilemiş, bu dönemde işçileri, işçilerin işveren ile yaşadıkları problemleri, sendika ve grev hakkını konu alan filmler üretilmeye başlanmıştır. Bu bağlamda işçi sorunlarını, sendika ve grev hakkını işleyen ilk film, Ertem Göreç'in yönettiği 1964 yapımı Karanlıkta Uyananlar'dır. Bu filmi, 1965 yapımı Bitmeyen Yol (Yön. Duygu Sağıroğlu) takip eder. Bununla beraber 1970-1980 yılları arasında işçilerin sorunlarını işleyen, sendika ve grev hakkını konu edinen filmlerin daha fazla olduğuna tanık oluruz. Bu yıllarda Türkiye'nin içinde bulunduğu durumu kısaca değerlendirirsek, 12 Eylül Askeri Darbesi'ne doğru gidilen bu süreçte ülkenin ekonomik-sosyal-siyasi anlamda yaşadığı sorunlar küçümsenemeyecek öneme sahiptir. Ülkeyi yıpratıcı boyutta etkileyen bu olumsuzluklar, başta öğrenci hareketleri ve sokak çatışmaları olmak üzere iç göçün artmasıyla kentte yaşanan sorunlar (işsizlik, çarpık kentleşme/gecekondulaşma gibi), yerli-yabancı sermaye sahiplerinin işçilerin emeğini sömürmesi ve her türlü işçi haklarının işveren tarafından yok sayılması olarak sıralanabilir. Ülkedeki sancılı ve sıkıntılı bu durum, yaşanan sorunlar doğal olarak Türk Sinemasını da etkilemiş, dönemin bu sıkıntıları filmlere de yansımıştır. Filmlerde ülkenin yaşadığı bu sancılı süreç ya ciddi bir şekilde işlenip, ana tema olmuş ya da bir komedi, aşk teması etrafında üstü kapalı ima edilerek yan hikâye olarak ele alınmıştır. Özellikle Endişe (Yön. Yılmaz Güney ve Şerif Gören, 1974), Diyet (Yön. Lütfi Ömer Akad, 1975), İki Arkadaş (Yön. Şerif Gören, 1976), Maden (Yön. Yavuz Özkan, 1978), Demiryol (Yön. Yavuz Özkan, 1979) ve Çark (Yön. Muzaffer Hıçdurmaz, 1987) gibi filmler üretildikleri dönemde toplumun problemlerini sorunsallaştırmış ve anlattıkları hikâyeler üzerinden adaletsizliğe, haksızlığa karşı izleyiciyi eğitmeye ve eyleme geçirmeye çalışmış önemli filmlerdir. Bu bağlamda çalışmada, Türk Sineması'nın işçi ve işçi haklarını (sendika, grev gibi) nasıl ele alıp işlediği, filmlerdeki işçi karakterlerin nasıl temsil edildiği ortaya koyulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Türk Sineması, İşçi Filmleri, İşçi, İşçi Hakları, Sendika Hakkı.

TÜRK SİNEMASINDA ÖĞRETMEN TEMSİLİ: DOĞU ANADOLU'DA GÖREV YAPAN 'BATILI ÖĞRETMEN'

Hülya Öztekin
hoztekin@erciyes.edu.tr

Esra Kandemir
kandemiresra06@gmail.com

ÖZET

Bir kitle iletişim aracı ve sanat dalı olarak sinema, ideolojinin inşa edildiği ve yeniden üretildiği bir temsil alanıdır. Sinemada temsiller aracılığıyla kimi zaman egemen toplumsal, kültürel, dinî ve politik değerler yeniden üretilirken; kimi zaman egemen ideolojiyi kırmaya yönelik karşı/alternatif ideoloji inşa edilir. Sinema filmlerinde yer alan temsiller, üretildikleri dönemin toplumsal ve politik ikliminden önemli izler taşır. Resmî ve egemen ideolojinin bir taşıyıcısı olarak 'öğretmen' imgesinin sinema filmlerinde temsil edilme biçimi de bu bağlamda değerlendirilebilir. Bu çalışmada Hakkari'de Bir Mevsim (1977), İki Dil Bir Bavul (2008) ve Okul Tıraşı (2021) filmlerinde, Doğu Anadolu bölgesinde görev yapan 'Batılı öğretmen' temsillerinin ideolojik bağlamı ele alınmış; tarihsel olarak bu ideolojik bağlamda yaşanan değişimin Türk sinemasındaki öğretmen temsillerini nasıl dönüştürdüğü ideolojik film eleştirisi yöntemiyle analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Temsil, İdeoloji, Türk Sineması, Öğretmen Temsili

UNESCO EVRENSEL DEĞERLERİ BAĞLAMINDA ÇİZGİ FİMLERİNİN KÜLTÜR İÇERİĞİ: KELOĞLAN VE ARI MAYA ÖRNEĞİ

Mustafa Öztunç
oztunc@sakarya.edu.tr

Nesrin Akinci Çötök
nakinci@sakarya.edu.tr

Melike Çokol
melieccokol@yahoo.com

ÖZET

Teknolojik gelişmelere paralel olarak görsel ve işitsel medya günden güne gelişim göstermekte ve her yaş kesiminden bireylere zengin içerikler sunmaktadır. Özellikle çocukluk çağıının sosyalleşme ve bilgi edinme ihtiyacı göz önüne alındığında çizgi filmler ve çizgi filmler üzerinden aktarılan sosyalleşme- kültürlenme dinamikleri toplumsal gelecek için önem taşımaktadır. Çizgi filmler üzerinden aktarılan kültürel pratiklerin etkisi çocuğun kişilik kazanım sürecini de şekillendirmektedir. Çocuk yalnızca çevresinde gördüğü pratiklerden değil, ekranda maruz kaldığı içeriklerden de aynı şekilde etkilenmektedir. Bu noktada çocuğun tüketeceği içeriklerin, kültürel temaların hem ulusal hem de evrensel değerlere uygunluk açısından ebeveyn tarafından kontrolü ve içeriklerinin analizinin yapılması son derece önemlidir. Bu önemden hareketle oluşturulan çalışmada ulusal düzeyde Türk yapımı olan Keloğlan ile Japon yapımı olan Arı Maya isimli çizgi filmlerden rastgele örnekleme yöntemiyle seçilen 8'er bölüm incelenmiştir. İncelenen bölümler UNESCO tarafından belirlenmiş mutluluk, dürüstlük, alçakgönüllülük, işbirliği, özgürlük, sevgi, barış, saygı, sorumluluk, sadelik, hoşgörü ve birlik şeklinde sıralanan 12 evrensel değerlerin işlenişi üzerinden içerik analizi yöntemiyle karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Buna göre "Keloğlan" isimli çizgi filmde dayanışma ve işbirliği gibi eylemlerin daha fazla vurgulandığı ve dolayısıyla bu durumun Türk Kültüründe önemli bir yere sahip komşuluk, arkadaşlık gibi değerlerin bireyi toplumsal alanlarda daha duyarlı hale getirmeye yönlendirdiği görülmektedir. Öte yandan Arı Maya çizgi filminde ise; saygı, sorumluluk ve dayanışma değerlerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu da yapımların üretilen ülkenin kendine ait kültürel kodları temsil ettiğinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Çizgi film, Arı Maya, Keloğlan

UZAYDAKİ AVALON YA DA ÜTOPYA KURMAK ARTIK MÜMKÜN DEĞİL: PASSENGERS FİLMİNİN SİNEFİLOZOFİK ANALİZİ

Deniz Kurtyılmaz
deniz.kurtyilmaz@giresun.edu.tr

ÖZET

İngiliz siyasetçi ve yazar Thomas More'un 1516 yılında kaleme aldığı Ütopya, yalnızca müstakil bir metnin adı olmakla kalmamış, genelleşerek kusursuz toplum tasarılarının tür (genre) ismi haline gelmiştir. More'un metninden sonra, kısa zaman içinde onlarca ütopya kaleme alınmış ve bu süreçte “şu anda fakat başka bir yerde mevcut olan” kusursuz toplumları, “burada ama gelecek zamanda var olacak” mükemmel toplumlar izlemiştir. Başka bir deyişle, mekân olarak ütopya (güzel yer), zaman olarak ütopya'ya daha doğrusu eukronya'ya (güzel zaman) evrilmiştir. Dikkatle incelendiğinde görülecektir ki bu, aynı zamanda modernliğin de seyridir. Modernlik ütopyik olduğu gibi, ütopya da moderndir ve aynı tarihsel süreci yaşamıştır; onlar birbirlerinden ayrı düşünülemezler.

Coğrafi keşiflerin neticesinde “globalleşen dünya” ile tarihe karışan “mekân olarak ütopya” sonra, “zaman olarak ütopya” da, yaşanan büyük yıkımların ardından ilerlemeci tarih nosyonunun çöküşüyle birlikte ortadan kalkınca elimizde distopyalar kalmıştır. Ancak, ütopya dürtü insani bir gerçekliktir ve her zaman kendisini gösterecektir; bu yüzden yeni bir anlatının doğuşuna şahitlik ederiz: Zamandan ve mekândan bağımsız ütopya. Bu, elbette bir paradoksa işaret eder. Ne var ki, böyle bir çelişkiyi aşmayı mümkün kılacak yeni (post-) mekân ve zamanımız, teknik sayesinde fethettiğimiz uzay boşluğudur ve onun sonsuz geometrik alanı bize herhangi bir yerin başlangıç ya da bitiş olamayacağı elverişli bir harita sunmaktadır. Ayrıca bu devasa büyüklük içinde zamanın dışında kaldığımız da açıktır. Görünen o ki, zamandan ve mekândan azat olmak çağdaş dünyamızda bir ütopya kurabilmenin tek yoludur ama bu yolla hayal edilen iyi toplumun gerçeklik ve anlamı da derin bir krize girmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Morten Tyldum tarafından yönetilen 2016 tarihli Passengers filmi yukarıda bahsedilen teorik çerçeve içinde kalarak analiz etmektir. Dünyadan yaklaşık 100 ışık yılı uzaklıktaki bir gezegene koloni kurmak için giderken kaza sonucu derin uykusundan uyanan iki kişi aradıkları mutluluk ve anlamı uzay denizinin ortasında bulmak zorunda kalacaklardır. Zaman zaman teolojik bazı argümanların da kendisini gösterdiği bu bilim-kurgu film, çalışmamızda sinefilozofik bir çözümlemeyle yapışöküme uğratılacaktır. Yukarıda işaret edilenlerle koşutluk içinde, her iki yolcu da kendi cennetinin peşinde koşmak için bir serüvene atılmışken, aradıkları kusursuzluk zaman ve mekânın dışında, yani hiçbir- yer'de ortaya çıkmaktadır. Kahramanlarımızın “kutsal kâse” arayışı sonlanmış, yitirdikleri cenneti bulma ümitleri boşa düşmemiş gibi görünse de, filmin felsefi çözümlemesi bize nispeten umutsuz tablo çizmektedir. Tıpkı Kral Arthur mitinde olduğu gibi, yaralarımızı iyileştirecek ve sonsuza kadar mutlulukla yaşayabileceğimiz büyülü ada Avalon bulunmuş olsa bile, artık oradan çıkmak mümkün olmadığı için -çünkü orası hiçbir-yerdir- adanın sağladığı kusursuzluğunun da hakiki bir anlamı kalmamıştır.

Keywords: Ütopya, kutsal kâse, Avalon, yitik cennet, Passengers

WHATSAPP DURUM ÖZELLİĞİ ARACILIĞIYLA BENLİĞİN YENİDEN SUNUMU

Feyza Dalayli
feyza.dalayli@comu.edu.tr

ÖZET

Teknolojinin gelişmesiyle pek çok araç insanın yaşamında yer almaya başlamıştır. Bugün adeta bir cep bilgisayarı olan ve gündelik yaşamın neredeyse her anında bireylerin yanına bulunan akıllı cep telefonları da bu araçların başında gelmektedir. 2009 yılında dünyada ve 2010 yılında da Türkiye’de kullanılmaya başlanan Whatsapp akıllı telefonlarda en fazla öne çıkan uygulamalardan biridir (Seufert, vd., 2015: 536-538). anlık mesajlaşma, arama, fotoğraf ve video paylaşma gibi pek çok işlev ile piyasaya çıkmıştır. Whatsapp 24 Şubat 2017 itibarıyla kullanıcıların filtre ve eklemeler kullanarak 24 saat içinde görüntülenebilen resim, video, müzik, link ve yazı paylaşarak durumlarını güncelleyebilmesi gibi bir eklentiyle daha popüler bir uygulama haline gelmiştir (wikipedia, 2023). Bir bakıma durum özelliği ile whatsapp da sosyal medya araçları arasındaki yerini almıştır. Ancak whatsapp’ı sosyal medya araçlarından ayıran en önemli özellik kişilerin cep telefonuna kayıtlı bireyleri kapsamasıdır. Dolayısıyla bu anlamda whatsappın daha mahrem ve samimiyet geektiren bir alan olduğunu söylemek mümkündür. Bu araştırmanın temel amacı whatsapp durum özelliğini kullanarak benlik sunumu yapan bireylerin bu alanı sosyal medya araçlarından nasıl farklı konumlandırıldığına saptanmıştır. Bu kapsamda araştırmanın yöntemi sanal etnografidir. Sanal etnografi “katılımcı gözlem” ve “derinlemesine görüşme” yi kapsamaktadır. 5’i kadın ve 5’i erkek olmak üzere 10 görüşmeci ile hem whatsapp üzerine hem de bu kişilerin Instagram hesaplarında arkadaş olunmuş ve 3 ay süre ile bu kişilerle yarı-yapılandırılmış görüşmeler yapılmış ve paylaşımları incelenmiştir. Araştırmanın temel bulguları arasında; kadınların erkeklere göre whatsapp durumlarında daha mahrem konuları paylaşması, bütün katılımcıların whatsapp durumlarında sosyal medya hesaplarından daha bireysel ve samimi konuları paylaşmayı tercih etmesi, whatsapp durumu bir sosyal medya aracı olarak konumlandırmadıkları bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Whatsapp, benlik sunumu, sanal etnografi, kendilik, benlik

YAPAY ZEKANIN PAYLAŞIM EKONOMİSİNDE GÜVEN VE İTİBAR YÖNETİMİNDE ROLÜ

Ayhan Şengöz
ayhansengoz@anadolu.edu.tr

ÖZET

Sosyal katılımın sınırlarından biri her zaman güven olmuştur. Güven, risklerin ve belirsizliklerin bulunduğu ortamlarda ortaya çıkar. Paylaşım ekonomisi bağlamında tanımlanacak olursa güven, kişinin diğer kullanıcıları yeterince tanımadan ya da nasıl olduklarını tam olarak bilmeden onlarla bir paylaşım ve etkileşim faaliyeti gerçekleştirmesidir. Güven, katılımı açıklayan en etkili faktörlerden biridir. Güven paylaşım niyetinin temel öncülüdür. Paylaşım ekonomisinde güven üç alt boyutuyla tanımlanmıştır: platforma duyulan güven, kullanıcılara duyulan güven ve yorum ve derecelendirmelere duyulan güven.

Yapay zeka, paylaşım ekonomisine dayalı sistemlerde güven ve itibarın yönetiminde önemli bir rol oynar. Kimlik doğrulama, kullanıcı derecelendirmeleri ve incelemeleri, katılımcıların güvenilirliğini değerlendirme ve potansiyel etkileşimler hakkında bilinçli kararlar almasına yardımcı olma, hileli faaliyetleri veya şüpheli işlemleri ve kullanıcı davranışlarını tespit ve anlaşmazlıkların çözümü konularında katkı sağlar.

Bu çalışmada, paylaşım ekonomisi platformlarında daha çok mal ve hizmet sağlayıcı olarak bulunan kullanıcıların güven ve itibar yönetimine ilişkin yapay zeka uygulamalarından nasıl faydalandıkları alanyazında yer alan çalışmalar incelenerek ortaya konmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yapay zeka, Paylaşım ekonomisi, Güven ve itibar yönetimi

YENİ MEDYADA KADIN İMAJININ TEMSİLİ

Mustafa Öztunç
oztunc@sakarya.edu.tr

Hatice Köybaşı
haticekyb@gmail.com

ÖZET

Toplumsal cinsiyet, insanların biyolojik özellikleri temelinde kadın ve erkek olarak ayrıştırılması ve toplumsal rollerin buna göre şekillendirilmesi anlayışıdır. Toplumun farklı grupları ve kurumları tarafından kadın ve erkeğe ayrı ayrı roller, sorumluluklar, davranış kalıpları ve alışkanlıklar kazandırılır ve bu anlayış sürekli olarak pekiştirilir. Medya da toplumsal ve kültürel temelli olan bu cinsiyetçi anlayışın pekiştirilmesinde ya da tamamen terk edilmesinde önemli bir rol oynar. Özellikle son yıllarda kitle iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, medyanın bu konudaki gücünü ve işlevini daha da arttırmıştır.

Medya, kadınlık ve erkeklik temsilleri üzerinden toplumsal rollerin pekiştirilmesinde en fazla yineleme sağlayan kurum haline gelmiştir. Medya içerikleri, kadınlık ve erkeklik rollerinin daha fazla pekiştirilmesini ve yerleşiklik kazanmasını sağlamak için sürekli tekrarlanmaktadır. Medyanın toplum tarafından güvenilir bir kaynak olarak kabul edilmesi, birey ve toplum üzerindeki yönlendirme gücünü daha da arttırmaktadır. Bu nedenle, medyanın nasıl tanımlandığı ve kadınlık ile erkeklik temsillerinin nasıl gerçekleştirildiği, bireylerin ve toplumun algısını şekillendirmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, geleneksel medya organlarının haberlerinde yer verdiği eril söylemin karşısında yeni medya platformlarının nasıl bir tutum sergilediğini ve kadının bu platformlardaki temsillerini ortaya koymaktır. İçerik analiz yöntemi ile yeni medya araçlarında kadın imgesi analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Haber, Kadın, Temsil, Toplumsal Cinsiyet, Kadın İmajı, Eril Dil, Reklam