14 - 16
MAYIS / MAY

BAKU
AZERBAYCAN
AZERBAIJAN

ONLINE
YÜZ YÜZE
FACE TO FACE

IFIG 2025

12. ULUSLARARASI İLETİŞİM GÜNLERİ

DİJİTAL ÇAĞDA MEDYA VE İLETİŞİM ÇALIŞMALARI SEMPOZYUMU

12-ci BEYNƏLXALQ ÜNSIYYƏT GÜNLƏRİ

RƏQƏMSAL DÖVRDƏ MEDİA VƏ KOMMUNİKASİYA FƏALIYYƏTİ SEMPOZİUMU

12th INTERNATIONAL COMMUNICATION DAYS

MEDIA AND COMMUNICATION STUDIES IN THE DIGITAL AGE SYMPOSIUM

Kabul Edilen Özetler
Accepted Abstracts

ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
İSTANBUL 2011

BAKI DÖVLƏT UNİVERSİTETİ
BDU
1919
BAKU STATE UNIVERSITY

iFiG 2025

14 - 16
MAYIS / MAY

BAKU
AZERBAYCAN
AZERBAIJAN

ONLINE
YÜZ YÜZE
FACE TO FACE

12. ULUSLARARASI İLETİŞİM GÜNLERİ

DİJİTAL ÇAĞDA MEDYA VE İLETİŞİM ÇALIŞMALARI SEMPOZYUMU

12-ci BEYNƏLXALQ ÜNSIYYƏT GÜNLƏRİ

RƏQƏMSAL DÖVRDƏ MEDİA VƏ KOMMUNİKASİYA FƏALIYYƏTİ SEMPOZİUMU

12th INTERNATIONAL COMMUNICATION DAYS

MEDIA AND COMMUNICATION STUDIES IN THE DIGITAL AGE SYMPOSIUM

Sempozyuma Kayıt İçin

Buraya Tıklayınız

For Registration

Click Here

MART 2025 MARCH

YAZARLAR AUTHORS | **BAŞLIK** TITLE | MART 2025 MARCH

Sıra	Yazarlar	Başlık
1	ABDUSSAMED ÖZBEK	POLİTİK KATILIMIN DİJİTALLEŞMESİNDE SİYASİ BİLGİ ALMANIN DÖNÜŞÜMÜ: EŞİK BEKÇİLİĞİNDEN ARACISIZLAŞMAYA
2	AHMET GÜRBÜZ, KÜÇÜK MUSTAFA HAYTA	DİJİTAL PAZARLAMADA YAPAY ZEKÂ VE ARAMA MOTORU PAZARLAMASI KAPSAMINDA GÖRÜNTÜLÜ REKLAM AĞI İÇİN BANNER OLUŞTURMA
3	ALİ KARAKAYA	THE IMPORTANCE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MASS COMMUNICATION STUDIES
4	ALİ ÖMER YURDDAŞ	DİJİTAL ETNOMÜZİKOLOJİ: KAVRAMSAL VE METODOLOJİK BİR YAKLAŞIM
5	ALİCAN ÖZER	DİPLOMATİK VATANDAŞLIK VE KAMU DİPLOMASİSİ: TÜRKİYE KAMU DİPLOMASİSİ STRATEJİ BELGESİ (2024-2029) ÇERÇEVESİNDE YENİ BİR MODEL ÖNERİSİ
6	ALPER TALHA KARADENİZ, AYTAÇ BURAK DERELİ, EMRULLAH AY	REKLAMDA KULLANILAN RETORİKSEL ÇEKİCİLİK TÜRLERİNİN DOĞRUDAN TESPİTİ İÇİN BİR DERİN ÖĞRENME UYGULAMASI
7	ANGELO FRANCESCO CARLUCCI	UNDER A FUNERAL MOON: MEDIA DISINFORMATION AND THE SUPPRESSION OF HEAVY METAL IN 1990S TÜRKİYE
8	ANIL DURMUŞAHMET, UĞUR DELEN	SOSYAL MEDYADA YENİ PERSONA TASARIMLARI: “CLEAN GIRL”, “OLD MONEY”, “VERY DEMURE” VE “VERY MINDFULNESS” TRENDLERİNİN ANALİZİ
9	ANIL DURMUŞAHMET, NURGÜL SOYDAŞ	HESAPLAMALI SOSYAL BİLİM YÖNTEMLERİ İLETİŞİM VE MEDYA ÇALIŞMALARINA NASIL KATKI SAĞLAR?
10	ANNAPURNA SHARMA	DO POLITICALLY ACTIVE WOMEN ENGAGE IN NEWS AVOIDANCE? QUALITATIVE INSIGHTS FROM DELHI, INDIA
11	ARZU YAVUZ, SANAN RAHİMLİ	THE INTERSECTION OF CYBERSECURITY AND DIGITAL COMMUNICATION: PHISHING AND SOCIAL ENGINEERING THREATS IN SOCIAL MEDIA
12	ARZU YAVUZ, SANAN RAHİMLİ	DEEPFAKE TECHNOLOGY IN DIGITAL COMMUNICATION: A COMPREHENSIVE ANALYSIS OF RISKS, DETECTION AND MITIGATION STRATEGIES, AND ETHICAL OPPORTUNITIES
13	ARZUHAN YEŞİLAY ÇOKYAŞAR	COVID-19 PANDEMİ SÜRECİ VE YENİ NORMAL DÖNEMDE DEĞİŞEN VE DÖNÜŞEN TÜKETİCİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARININ DİJİTALLEŞEN DÜNYADAKİ ROLÜ ÜZERİNE BİR ANALİZ
14	ASLI GÜLER, BURAK ÇEBER	TÜKETİCİLERİN KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ SMS REKLAMLARINA YÖNELİK TUTUMLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

15	ASLI GÜLER, ZİNDAN ÇAKICI	İKLİM KRİZİ VE İLETİŞİM: LİTERATÜR ÜZERİNE BİR İNCELEME
16	ATİLA ERDEMİR	YOUTUBE YORUMLARINDA TÜRKİYE'NİN BRICS'E KATILIMI KÜRESEL TARTIŞMALARIN HARİTASI
17	AYDAN ÖZSOY	DİJİTAL ÇAĞDA SİNEMA EĞİTİMİNİN GELECEĞİ: TÜRK VE DÜNYA ÜNİVERSİTELERİNİN DERS PROGRAMLARI İLE UYGULAMA ÇALIŞMALARI ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRMALI BİR ÇALIŞMA
18	AYLİN DAĞSALGÜLER	DİJİTAL PLATFORM ÇAĞINDA TELEVİZYON: İZLEYİCİ DAVRANIŞLARI VE ÖLÇÜMLEMENİN GELECEĞİ
19	AYSU UĞUR BALCI	SİNEMADA YAKIN DÖNEM SEYİRCİ ARAŞTIRMALARINDA DİJİTAL PLATFORMLARIN YERİ
20	AYŞE ASLI SEZGİN BÜYÜKALACA	DİJİTALLEŞME VE İLETİŞİM ETİĞİ: YENİ PARADİGMALAR VE SORUNLAR
21	AYŞE NİL KİREÇCİ	REKLAM VE PAZARLAMA ALANINDA YAPAY ZEKÂ VE MAKİNE ÖĞRENMESİ TEMELLİ KİŞİSELLEŞTİRME STRATEJİLERİ: TANIMLAR, ÖZELLİKLER, UYGULAMALAR
22	AYŞEGÜL SAYLAN	SOSYAL MEDYA FENOMENLERİ VE MARKALARIN YENİ PAZARLAMA STRATEJİLERİ
23	AYTAÇ BURAK DERELİ	SARI GAZETECİLİK UYGULAMALARINDAN GÜNÜMÜZ REKLAMCILIĞINA DEĞİŞMEYEN SAHTEKÂRLIK: AD FRAUD VE CLICKBAIT UYGULAMALARI BAĞLAMINDA DİJİTAL REKLAMIN GELECEĞİNİ TARTIŞMAK
24	AYTAÇ BURAK DERELİ, ERDEM TAŞDEMİR, HİLAL SEVİMLİ	DİJİTAL OYUN REKLAMCILIĞI ÜZERİNE BİR REKLAM SINIFLANDIRMASI
25	BATUHAN KORKUSUZ	YAPAY ZEKÂ İLE ÜRETİLEN MİZAHİ İÇERİKLERDE KÜLTÜREL KODLARIN TAKLİDİ VE ALGILANIŞI
26	BESNA AĞIN, CEM YÜCETÜRK	İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN YAPAY ZEKÂYA YÖNELİK TUTUMLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME
27	BETÜL PAZARBAŞI, FARIDA KACHYBEKOVA	DİJİTAL GÖÇMENLERİN SOSYAL MEDYADA HABER TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI VE SAHTE HABERLE MÜCADELE STRATEJİLERİ: KIRGIZİSTAN ÖRNEĞİ
28	BEYDANUR NİZAM, HİLAL TAŞKIN	SOSYAL MEDYA/ONLINE BESLENME DANIŞMANLIĞININ MESLEK ETİĞİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ
29	BEYZA CETTANIR	YENİ SİNEMA ARAŞTIRMALARINDA ARŞİV ÇALIŞMALARI: SİVAS KENT BELLEĞİNDE SİNEMALAR

YAZARLAR AUTHORS		BAŞLIK TITLE	MART 2025 MARCH
30	BİHTER ERDEM OKUMUŞ	DİJİTAL ÇAĞDA RESTORAN TASARIMI: LE PETIT CHEF DENEYİMİ ÜZERİNDEN AKILLI TEKNOLOJİLER, İLETİŞİM VE YENİ MEKÂNSAL DİNAMİKLER	
31	BİRGÜL ÜSTÜNBAŞ ERDOĞAN	KÜLTÜREL UNSURLARIN TANITIMINDA YOUTUBE GEZİ İÇERİKLERİNİN ROLÜ	
32	BİRKAN KOÇ	ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN CINEMA: AN EVALUATION THROUGH RUNWAY'S AI FILM FESTIVAL	
33	BUKET AKDEMİR DİLEK	DİJİTALE YÖNELEN SEYİRCİ KARŞISINDA SİNEMA SEKTÖRÜNÜN YENİ SEYİRCİSİ VE FİLMLERİ: ÇOCUK SEYİRCİLER VE ÇOCUK FİLMLERİ	
34	BURAK İLİ	ANALYZING ONLINE COMPLAINTS ABOUT MEDIUM FRAUD IN TÜRKİYE FROM THE PERSPECTIVE OF NEW MEDIA	
35	BURAK KAYA, KADER SÜRMELİ	DİJİTAL SANATTA ATMOSFER TASARIMI: UNREAL ENGINE OYUN MOTORUNDA IŞIK VE RENK	
36	BURCU ALTIPARMAK	SOSYAL MEDYADA REKLAMDA KABUL VE REKLAMDAN KAÇINMA DAVRANIŞLARININ ANALİZİ: INSTAGRAM REKLAMLARI ÜZERİNE DEĞERLENDİRME	
37	BURCU AVCI, UĞUR KILINÇ	TÜRKİYE'DE SİNEMA SALONLARI ÜZERİNE YAPILMIŞ AKADEMİK ÇALIŞMALAR ÜZERİNE BİR İNCELEME	
38	BURCU OKYAY, ÖZGE KAYA	MOUNT & BLADE II: BANNERLORD OYUNUNDA ORTA ÇAĞ MÜZİĞİ VE GÖRSEL DOKU UYUMU	
39	BURCU ÖKSÜZ, İREM ÖZGÖREN KINLI, EMRAH BAŞARAN, YASİN BULDUKLU, BURCU GÜLER	HABERLERİN Z KUŞAĞININ SİYASİ GÖRÜŞLERİ ÜZERİNDEKİ FARKLI ETKİLERİ: MEDYA ETKİSİNİN BOYUTLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA	
40	BURÇE AKCAN, EYLEM TEMİZER	REKLAM KURULU VE ÇOCUKLARIN ARAÇSALLAŞTIRILMASI: TÜRKİYE'DEKİ REKLAM YASAKLARI ÜZERİNE BİR ANALİZ	
41	BURÇİN SARGIN	TÜRKİYE'DE GIDA HAREKETİ MEDYASI: ANA AKIM VE ALTERNATİF MEDYA İLE İLİŞKİ VE ETKİLEŞİMLER	
42	CANAN ARSLAN	YAPAY ZEKÂ VE SANAT: YARATICILIK ALGISININ DEĞİŞEN SINIRLARI	
43	GAZEL HAN, CEM SEFA SÜTÇÜ	DİJİTAL MODA REKLAMLARINDA CİNSİYETİN GÖRSEL MOD SEÇİMİNE ETKİSİ: KOTON, ZARA VE MASSIMO DUTTI ÜZERİNE BİR İNCELEME	
44	CEREN ACUN	BELLEK, DİJİTAL DİASPORA VE AİLE FOTOĞRAFLARI: GÖÇMEN KİMLİĞİNİN GÖRSEL İNŞASI	

YAZARLAR AUTHORS		BAŞLIK TITLE	MART 2025 MARCH
45	CEREN SARAN	TÜRKİYE'DE HABER KANALLARININ TIKTOK KULLANIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME	
46	CEYDA ZERENAY	SWIPE, WATCH, FORGET! THE PARADOX OF SOCIAL MEDIA IN LANGUAGE LEARNING: SHORTCUT TO MOTIVATION OR GATEWAY TO PROCRASTINATION?	
47	CÜNEYT İNGİZ	HALDUN TANER'İN KEŞANLI ALİ DESTANI OYUNUNUN DİL ÖZELLİKLERİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ	
48	ÇAĞRI KADEROĞLU BULUT	DİJİTAL ÇAĞDA KAMUDA DÖNÜŞÜM: EMEĞİN VE HİZMETLERİN GELECEĞİ	
49	ÇEYİZ MAKAL FAIRCLOUGH, ASUMAN KUTLU	NAVIGATING TRUTH IN THE DIGITAL AGE: PHOTOJOURNALISM, AI, AND THE EROSION OF VISUAL CREDIBILITY	
50	DALMA LILLA DOMINEK, NORA BARNUCZ, SZABOLCS CEGLEDI	THE APPLICATION OF AI IN A HIGHER EDUCATION CONTEXT	
51	DAMLA AKAR	KAMU KURUMLARINDA HALKLA İLİŞKİLER ARACI OLARAK INSTAGRAM KULLANIMI: İSTANBUL VALİLİĞİ ÖRNEĞİ	
52	DENİZ BAYRAKTAROĞLU	HUMAN PARTNER VS. MACHINE: HOW AI SUPPORT AFFECTS EMOTIONAL RESPONSES IN ROMANTIC RELATIONSHIPS	
53	DENİZ BAYRAKTAROĞLU	HUMAN PARTNER VS. MACHINE: A STUDY ON CHATGPT'S ROLE IN RELATIONSHIP COMMUNICATION	
54	DENİZ OĞUZCAN	SİNEMATOGRAFİK MEKANIN DÖNÜŞÜMÜNDE YENİ MEDYANIN ROLÜ: SENİ BULDUM YA! (2021)	
55	DENİZ ÖZER ALPER	DİJİTAL HALKLA İLİŞKİLERDE GERÇEK ZAMANLI İLETİŞİMİN ROLÜ: KURUMSAL ÖNCELİKLER	
56	DENİZ REKA GÖKSU	POST-SİNEMATİK DÖNEMDE YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ İÇERİK ÜRETİMİ VE İZLEYİCİ KATILIMI: SHOWRUNNER PLATFORM ÖRNEĞİ	
57	DENİZCAN KABAŞ	TÜRKİYE'DE DİJİTAL PLATFORM YAYINCILIĞI ÜZERİNE EKONOMİ-POLİTİK BİR TARTIŞMA	
58	DİLEK EVİRGEN	INSTAGRAMDA REKLAM FOTOĞRAFÇILIĞININ ÜRETİM DİNAMİKLERİ: FOTOĞRAFÇILARIN SERMAYE VE KONUM MÜCADELELERİ	
59	DOĞA KURTYİĞİT	ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN INSTAGRAM KULLANIMI İLE BEDEN ALGISI VE SOSYAL ONAY İHTİYACI ARASINDAKİ İLİŞKİ	
60	DOĞUKAN YANDIM	DOĞRULUK PLATFORMLARININ İLETİŞİMSEL KAPİTALİZMLE İLİŞKİSİ: LOS ANGELES YANGIN FELAKETİ ÖRNEĞİ	

61	DUYGU TEMEL	PODCAST'İN SAHİBİ KİM? İÇERİK ÜRETİCİLERİNİN PERSPEKTİFİNDEN PODCAST YAYINCILIĞINDA İÇERİK SAHİPLİĞİ VE KONTROLÜ
62	ECE TOSUN	SOSYAL MEDYADA ÇOCUK İŞÇİLİĞİ: KIDFLUENCERLARIN MAHREMİYET İHLALİ VE SÖMÜRÜ RİSKLERİ
63	ECEM TANERİ ERSOY	YAPAY ZEKÂ SOHBET BOTLARININ GİZLİLİK SORUNU: DEEPSEEK GİZLİLİK POLİTİKASI ÜZERİNE BİR İNCELEME
64	EDA AZAP, CİHAN BECAN	EXAMINING THE ROLE OF DIGITAL-BASED APPLICATIONS ON THE IMPACT OF CONSUMER ENGAGEMENT WITH ADVERTISING THROUGH BRAND ACTIVISM: A STUDY ON FINISH CASE WITH AR #BENİMMİRASİMSU
65	EFE ANĞIN	YAPAY ZEKÂ ODAKLI SİYASAL SÖYLEM DEZENFORMASYONU: ÖĞRETİLMİŞ MANİPÜLASYON
66	EISA RAHMANI, SADETTİN DEMİREL	İKİNCİ KARABAĞ SAVAŞININ TÜRK VE İRAN KAMU MEDYASINDAKİ TEMSİLİ: KARMA YÖNTEMLİ BİR ÇALIŞMA
67	ELİF AYSU SOLAK, ÖMÜR BARKUL	SAHNE TASARIMINDA TEKNOLOJİNİN ETKİSİ: MEKÂN BEDEN ETKİLEŞİMİNİN DÖNÜŞÜMÜ
68	ELİF ÇEVİK	DİJİTALLEŞME VE YAPAY ZEKÂ ALANINDAKİ ARAŞTIRMALARIN GELİŞİMİ: BİBLİYOMETRİK BİR YAKLAŞIM
69	ELİF KÜÇÜK DURUR, MİRAY KURT	SOSYAL MEDYADA ETKİLEYİCİ PAZARLAMA BAĞLAMINDA INSTAGRAM VE TIKTOK FENOMENLİĞİ
70	ELİFNUR YILMAZ	GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMDA REVİZE KAVRAMININ GÖSTERGEBİLİM ANALİZİ
71	EMİNE ARDUÇ KARA, SENA ÇUBUKCU KOMLU	YENİLİKLERİN YAYILMASI BAĞLAMINDA MEDYA ÇALIŞANLARININ YAPAY ZEKÂYA YÖNELİK TUTUMLARININ BELİRLENMESİ
72	EMİRHAN BAL, TAHSİN YAMAK	POSTYAPISALCI TEORİ PERSPEKTİFİNDEN TÜRKİYE'DE DEZENFORMASYON VE GÜVENLİK SÖYLEMLERİ
73	ENES AKDAĞ	FROM AZERBAIJANI PHOTO-CINEMA OFFICE (AFKI) TO CINEMA AGENCY OF THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN (ARKA): THE ROLE OF PUBLIC SUBSIDIES IN AZERBAIJANI CINEMA
74	ENES AKDAĞ	GAGAUZYA'DA KÜLTÜR VE DİLİN İZİNDE: TİKA'NIN GÜNEŞE KARŞI ANİMASYON PROJESİ VE KÜLTÜREL DİPLOMASİ PERSPEKTİFİ
75	ERDEM TAŞDEMİR, HİLAL SEVİMLİ	DİJİTAL KAMU DİPLOMASİSİ EKSENİNDE ÜLKE İMAJI: GO TÜRKİYE PAYLAŞIMLARI ÜZERİNDEN ÜLKE İMAJININ YANSIMALARI
76	ESİN ECE ÖZDEMİR, ŞAFAK ETİKE	UZUN BİÇİMLİ GAZETECİLİK VE AKAR ANLATIM: SCROLLI ÜZERİNE BİR VAKA İNCELEMESİ

YAZARLAR AUTHORS		BAŞLIK TITLE	MART 2025 MARCH
77	ESRA FATMA FAZLIOĞLU	DİJİTAL ÇAĞDA İLETİŞİM GÜVENLİĞİ: SİBER TEHDİTLER VE HABERLEŞME ÖZGÜRLÜĞÜ	
78	ESRA İLKAY KELOĞLU İŞLER	MEDYANIN YARATTIĞI MİTLER VE YANILSAMALAR ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	
79	ESRA YILMAZ	DİJİTAL GAZETECİLİK VE GENÇ OKUYUCULAR: Z KUŞAĞININ HABER TÜKETME BİÇİMLERİ VE GELENEKSEL HABERCİLİĞE KARŞI TUTUMLARI	
80	EYLÜL EZGİ TÜRKER	YAPAY ZEKÂ İLE DÖNÜŞEN FİLM FESTİVALLERİ	
81	F. NESRİN YARAR AKSOY	ETHICAL CONSIDERATIONS ON DIGITAL METHODOLOGIES	
82	FABIO RIBEIRO	PURE MARKETING OR MARKING THE DIFFERENCE? MAPPING INTERACTION STRATEGIES BETWEEN JOURNALISM AND AUDIENCES IN PORTUGAL	
83	FATMA YARDİBİ	THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON THE CINEMA AND MEDIA INDUSTRY: SORA CASE STUDY	
84	FATMANUR DEMİR DEMİRALP	GERÇEK ZAMANLI PAZARLAMADA TÜKETİCİ-MARKA ETKİLEŞİMİ	
85	FERİDE ZEYNEP GÜDER	AI AS DIGITAL PHARMAKON: EXPLORING CRITICAL AI LITERACY THROUGH THE LENS OF EPISTEMOLOGICAL PERSPECTIVES	
86	FIRAT BERKSUN	YAZILIM GELİŞTİRİCİLERİN ÜRETİCİ YAPAY ZEKÂ İLE İMTİHANI: YAZILIM ENDÜSTRİSİNİN EN SON DÖNÜŞÜMÜ	
87	FUNDA GENÇOĞLU	TÜRKİYE'DE KADINLAR, ADALET VE SOSYAL MEDYA	
88	FURKAN RUŞEN	EMBODIMENT INTO DESIGN IN INTERACTIVE ART: SYSTEM-ORIENTED AND EXPERIENCE-BASED APPROACHES	
89	GAMZE DEMİR, DİCLE YILDIRIM	DENEYİMİN KATALİZÖRÜ: SERGİLEME TASARIMI VE İNTERAKTİF SERGİLER	
90	GİZEM TAVLAN	DİJİTALLEŞEN SİNEMA VE DEĞİŞEN İZLEYİCİ ALIŞKANLIKLARI DİJİTAL FESTİVALLERE GİDEN BİR YOL OLABİLİR Mİ?	
91	GÖKÇE DEMİR	TÜRKİYE'DE ERGENLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE ETKİLERİNE İLİŞKİN HEMŞİRELİK ALANINDA YAPILAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİN İNCELENMESİ	
92	GÖKÇEN CIVAŞ	TÜRKİYE'DE İNTERNETE YÖNELİK YASAL DÜZENLEMELER ÜZERİNE POLİTİK VE TOPLUMSAL BİR DEĞERLENDİRME	
93	GRIGORY SKOMOROVSKIY	THE COORDINATE SYSTEM OF MODERN MEDIA PRODUCTION TEACHING METHODOLOGY	
94	GUILHERME BONITO, JOÃO SIMÃO	ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND CRISIS COMMUNICATION IN THE CONTEXT OF PORTUGUESE COMMUNICATION AGENCIES: OPTIMIZING STRATEGIES IN THE DIGITAL AGE	

95	GÜLCAN UYSAL, NİLÜFER TİMİSİ	DİJİTAL INFLUENCERLAR ÜZERİNDEN SOSYAL MEDYADA KADIN BEDEN TEMSİLİ
96	GÜLDEN ÖZKAN, BETÜL ARTUKARSLAN	ÜNİVERSİTELERİN SOSYAL MEDYAYI BİLİM İLETİŞİMİ AMAÇLI KULLANIMI: KOCAELİ VE GİRESUN ÜNİVERSİTELERİNİN X HESAPLARININ İNCELENMESİ
97	GÜLDEN ÖZKAN, KÜBRA CEFA	BİLİM KÜLTÜRÜNÜN YERLEŞMESİNDE YEREL GAZETELERİN ROLÜ
98	GÜLŞAH YILMAZ	DİJİTALLEŞMEYLE BİRLİKTE İNSAN ODAKLI TOPLUM 5.0 KAVRAMI
99	H. HALE KÜNÜÇEN, SERPİL SAMUR	T.C. SAĞLIK BAKANLIĞI'NIN DİJİTAL İLETİŞİM UYGULAMALARININ DEĞERLENDİRİLMESİ
100	HAFİZE NURGÜL DURMUŞ ŞENYAPAR	INFLUENCER MARKETING GUIDE: PLATFORMS, BEST CONTENT STRATEGIES, AND TARGET MARKETS
101	HAKAN ASTA,S. YANKI ÖZCAN	DİJİTALLEŞEN İLETİŞİM ORTAMINDA DÖNÜŞEN HABERCİLİK ANLAYIŞI: TÜRKİYE'DE YOUTUBE PLATFORMU ÖRNEĞİ
102	HALE YAYLALI,NEJLA POLAT	RADYO YAYINCILIĞINDAN PODCAST'E EĞİTSEL HİKAYE AKTARIMI: "ÇOCUK SAATİ" ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN BİR İNCELEME
103	HALİME ERDAL	YENİ MEDYADA HABERDEN KAÇINMA DAVRANIŞI: BİLGİ YORGUNLUĞUNUN PSİKOLOJİK YANSIMALARI
104	HALİME SULTAN KARAHAN, ONUR ÖNÜRMEN	DİRİLİŞ ERTUĞRUL DİZİSİNDEKİ TOPLUMSAL BELLEK İNŞASININ X PLATFORMUNA YANSIMALARI
105	HALUK GERAY, ŞAFAK ETİKE	YAPAY ZEKÂ VE MASAÜSTÜ SÖMÜRGECİLİK: ÇİN VE ABD MODELLERİNİN YANITLARININ KARŞILAŞTIRMASI
106	HANDE MÜGE YILDIZ	SOSYAL MEDYANIN GÖZETİM KAPİTALİZMİ BAĞLAMINDA OTOETNOGRAFİK ANALİZİ
107	HATİCE TÜLÜN	DİJİTAL KAPİTALİZMDE PLATFORMLARIN ALGORİTMİK GÖRÜNÜRLÜK POLİTİKALARI: SOSYAL MEDYA FENOMENLERİ ÜZERİNDE YAPILAN AMPİRİK BİR ARAŞTIRMA
108	HÜLYA SANRI	DİJİTALLEŞEN DÜNYADA DEĞİŞEN EGEMENLİK İLİŞKİLERİ VE TOTALİTER REJİM DENEMELERİ: SORUMLULUK REDDİ BAĞLAMINDA EMMANUEL LEVİNAS'I YENİDEN OKUMAK
109	HÜSEYİN ÇELİK	DİJİTALLEŞME VE HEGEMONYA
110	HÜSNA TOSUN	ANİMASYON SİNEMASINDA ALGISAL ZAMAN BOZUMLARI: NEO-FORMALİST BİR YAKLAŞIM
111	ILGAR SEYIDOV	ON THE PROBLEMS AND CHALLENGES OF PUBLIC RELATIONS IN AZERBAIJAN: CASE STUDY RESEARCH

YAZARLAR AUTHORS		BAŞLIK TITLE	MART 2025 MARCH
112	ILGAR SEYIDOV, EBRU AKÇAY, ZELAL ÖZDEMİR	IN SEARCH FOR ETHICAL AND RESPONSIBLE AI: WHAT DO COMPANIES PROMISE FOR AUDIENCES?	
113	IŞKIN ÖZBULDUK KILIÇ	DİJİTALLEŞME BAĞLAMINDA REMİKS KÜLTÜRÜ VE SİNEMA	
114	İBRAHİM ÇATALDAŞ	HALKLA İLİŞKİLERDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM VE YENİ TRENDLER: TEKNOLOJİ, ETİK VE KRİZ YÖNETİMİ	
115	İBRAHİM KİÇİR	REKLAMDA İKNA EDİCİ UNSUR OLARAK ARGÜMANTASYON: DİŞ MACUNU REKLAMLARI ÜZERİNE BİR ANALİZ	
116	İDİL AKMAZ	DİJİTAL DÜNYADA LİMİNAL MEKANLAR: SANAL GEÇİŞ ALANLARININ FENOMENOLOJİSİ ÜZERİNE NOTLAR	
117	İREM TULGAROĞLU	UMUDUN ÖTEKİ YÜZÜ FİLMİNDE YABANCI FİGÜRÜ	
118	İSMAİL DEMİRBAG, OĞUZHAN ALTUN	YENİ SİNEMA ÇALIŞMALARI VE SİVAS SİNEMALARI SÖZLÜ TARİH ARAŞTIRMASINDA DİJİTAL TEKNOLOJİLERİNİN KULLANIMI	
119	KORAY KIRMIZISAKAL	AI AS METAPHOR	
120	KUBİLAY KARA	DİJİTAL EBEVEYNLİK: AKADEMİSYEN EBEVEYNLERİN YAKLAŞIMLARI VE STRATEJİLERİ	
121	KUMSAL KINAY SARSAĞ	PANDEMİ SONRASI DİJİTAL TÜKETİM EĞİLİMLERİ: TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI ÜZERİNE AMPİRİK BİR ARAŞTIRMA	
122	KÜBRA ERDEN	TEKNOLOJİ ÇAĞINDA DİJİTAL MEDYA GÜVENLİĞİ VE İNFODEMİ	
123	KÜBRA KARAPINAR EYVEL, BAHŞENDE ÇOBAN AZİZOĞLU	TÜRK FUTBOLUNDA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLETİŞİMİ: ÜÇ BÜYÜK SPOR KULÜBÜNÜN 2024 YILI UYGULAMALARI ÜZERİNE BİR ANALİZ	
124	LUTZ PESCHKE, SENEM GENÇTÜRK HIZAL, SELDAĞ GÜNEŞ PESCHKE	CHALLENGES IN AI-BASED UPTAKES OF KNOWLEDGE FOR THE GREEN TRANSITION	
125	MAHMUT BİNGÖL	DİJİTAL BAĞLANTISIZLIK: DİJİTAL TEKNOLOJİ KULLANMAYANLARIN SOSYODEMOGRAFİK PROFİLİ	
126	MAHMUT CERAN	YAPAY ZEKÂ FİLMLERİNDE ESER SAHİPLİĞİNİN SUI GENERIS NİTELİĞİ ÜZERİNE	
127	MARIA PIA ESTER CRISTALDI	"WE DO NOT NEGOTIATE": ITALIAN ENTREPRENEUR FABRIZIO CORONA'S NEW MEDIA STRATEGY BLENDING INVESTIGATIVE JOURNALISM, GOSSIP AND STORYTELLING	
128	MEHMET BÜYÜKAFŞAR	DİJİTAL HABERCİLİK PRATİĞİ OLARAK AFET HABERCİLİĞİ: MANİPÜLATİF HABER İÇERİKLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME	
129	MEHMET CAN TOKMAK	DİJİTAL İLETİŞİM ORTAMLARINDAKİ TOPLUMSAL HAREKETLERİN ULUSLARARASI KAMUOYUNA AKTARIMI: 2024 YUNANİSTAN VE SIRBİSTAN KAZALARININ PROTESTOLARI	

YAZARLAR AUTHORS		BAŞLIK TITLE	MART 2025 MARCH
130	MEHMET FATİH ÇÖMLEKÇİ	DİJİTAL MEDYADA DUYGUSAL KUTUPLAŞMA VE TÜRKİYE'DEKİ MÜDAHALE GİRİŞİMLERİ	
131	MEHMET GÜNDÜZ	TÜRKİYE'DE EĞİTİM GÖREN ULUSLARARASI İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN TÜRKİYE'Yİ TERCİH ETMELERİNDEKİ ETKENLER VE KÜLTÜREL ENTEGRASYON SÜREÇLERİ	
132	MEHMET ÖZDEMİR, ÜMMET ARTUÇ	DİJİTAL ÇAĞDA ÜNİVERSİTELERİN KURUMSAL İLETİŞİM STRATEJİLERİ: ALGI YÖNETİMİ VE İTİBAR İNŞASI	
133	MEHMET RAMAZAN YILDIZGÖRÜR, GÜLÇİN SALMAN	YAPAY ZEKÂ TEKNOLOJİLERİ VE YANLIŞ BİLGİ SORUNU ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	
134	MEHMET YALÇINKAYA	DİJİTAL ÇAĞDA BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ NIKE ÖRNEĞİ	
135	MELTEM BAŞARAN	DİJİTAL ÇAĞDA KRİZ HABERCİLİĞİ: BAKU TV ÜZERİNE BİR İNCELEME	
136	MERT KORKMAZ	REKLAMCILIK SEKTÖRÜNDE İŞVERENLERİN KREATİF İŞÇİDEN BEKLENTİSİ: İŞ İLANLARI ÜZERİNDEN ELEŞTİREL BİR DEĞERLENDİRME	
137	MERVE GENC, N. PINAR EKE	ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND REPRESENTATION: AN ANALYSIS ON CANVA DREAMLAB	
138	MERVE YILMAZ ÇELİK	GELENEKSEL MEDYA DÖNEMİNDE ÇEKİLEN TELEVİZYON DİZİLERİNİN YENİ MEDYA ORTAMLARINDAKİ İZLEYİCİ ETKİLEŞİMLERİ: YAPRAK DÖKÜMÜ VE AŞK-I MEMNU DİZİLERİNİN YOUTUBE ANALİZİ	
139	MERYEM MELEK KÖSE	DİJİTAL ÇAĞDA MADDİ OLMAYAN EMEK: İLGİ MANYAĞI FİLMİ ÜZERİNDEN BİR İNCELEME	
140	MİHALİS KUYUCU	DİJİTAL ÇAĞDA POPÜLER OLMAK: TIKTOK PLATFORMUNDA POPÜLER OLAN "TIKTOK"ERLARIN İÇERİKLERİNDE KULLANDIĞI STRATEJİLER	
141	MUSTAFA AKDAĞ, MUSTAFA CINGI, YASEMİN CINGI	DİJİTAL EBEVEYNLİK BAĞLAMINDA KUŞAKLARARASI OYUN ALIŞKANLIKLARININ DÖNÜŞÜMÜNE DAİR EBEVEYN GÖRÜŞLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	
142	MUSTAFA DOĞUKAN BAŞALAN	TEKNOLOJİK BİYOENTEGRASYON: DİJİTAL ÇAĞDA KİMLİK VE MAHREMİYET SORUNLARI	
143	MUSTAFA EKİM ATAY, SEMİH EKEN	TRACTOR TEBRİZ FK TARAFTARLARININ X SÖYLEMLERİNİN ANALİZİ: ETNİK KİMLİK VE AİDİYETİN DİJİTAL YANSIMALARI	
144	MUZAFFER ŞAHİN	KAMUSAL HABER AJANSLARININ MEDYADAKİ DİJİTAL DÖNÜŞÜME ETKİSİ: ANADOLU AJANSI VE AZERTAC ÖRNEĞİ	

YAZARLAR AUTHORS		BAŞLIK TITLE	MART 2025 MARCH
145	MÜCAHİT ÇETİN, SADETTİN DEMİREL	TWITTER'DA GÖÇMEN KARŞITI SÖYLEMLERİN DUYGU VE İÇERİK ANALİZİYLE İNCELENMESİ: EUROPE INVASION ÖRNEĞİ	
146	N. BERİL EKŞİOĞLU SARILAR	TÜRKİYE VE AZERBAYCAN'DA HABERİN YAYILMA DİNAMİĞİ: KULLANICI PRATİKLERİ Mİ YOKSA ÜLKENİN SİYASİ KONJONKTÜRÜ MÜ SOSYAL MEDYA TERCİHLERİNİ BELİRLİYOR?	
147	NAIMA MOHAMMADI	ROLE OF MEDIA IN CREATING AN INCLUSIVE SOCIETY: VOICE OF MUSLIM IMMIGRANTS IN THE U.S ACADEMIA	
148	NAZIM HİKMET KORKUSUZ, MERT EGE CEREN, ZİNDAN ÇAKICI	OTOMOTİV ENDÜSTRİSİ VE DİJİTAL İLETİŞİM: TÜRKİYE'NİN OTOMOBİLİ GİRİŞİM GRUBU'NUN (TOGG) TIKTOK HESABI ÜZERİNE BİR İNCELEME	
149	NAZMİ EKİN VURAL, SEFER KALAMAN	TÜRKİYE'DEKİ ÜNİVERSİTELERİN WEB SİTELERİNİN TASARIM VE ALTYAPI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: NİCEL BİR ARAŞTIRMA	
150	NECATİ AĞIRALİOĞLU, KÜBRA AKÇAN	TÜRK DEVLETLERİ TEŞKİLATI'NDA, TEMEL KAYNAKLARIN ORTAK TÜRK ALFABESİYLE YAZILMASI, YAYINLANMASI VE DİJİTALLEŞTİRİLİP SESLENDİRİLMESİ	
151	NECATİ ALP ÇELEBİ	KAZAKİSTAN'DA DİJİTALLEŞME VE YAPAY ZEKÂ: BÖLGESEL LİDERLİK VE STRATEJİK KALKINMA	
152	NEFİSE ŞİRZAD	HALKLA İLİŞKİLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI: BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ	
153	NESLİHAN BULUR, ZİNDAN ÇAKICI	GÖÇ, KADIN VE MEDYA: LAS PATRONAS'IN INSTAGRAM HESABI ÜZERİNE BİR İNCELEME	
154	NİHAL ERDOĞAN SEPETÇİ	TIKTOK'TA MÜKEMMELLİĞE GİDEN YOL: "CLEAN GIRL" AKIMI ÜZERİNDEN BENLİĞİN VE SAĞLIKLI YAŞAMIN METALAŞTIRILMASI	
155	NİHAL KOCABAY-ŞENER	DİRENİŞİN SESİ: TÜRKİYE'DE ÇEVRİMİÇİ FEMİNİST / KADIN ODAKLI MEDYA	
156	NİHAN AYTEKİN	"İYİ FİKİR AYAKTA KALIR" (MI?): DİJİTAL ÇAĞDA REKLAM, EMEK, YARATICILIK VE ÖDÜL	
157	NİLAY TAN ÇAKIR	BİR PAZARLAMA STRATEJİSİ OLARAK FEMVERTISING: TÜRKİYE'DEKİ KADIN HAZIR GİYİM MARKALARI ÖRNEĞİ	
158	NURBANU ERDÖNMEZ ÖZDAĞ	HIZ ÇAĞINDA DİJİTAL PLATFORMLARDA YAVAŞ GAZETECİLİK: 6 ŞUBAT 2023 DEPREM HABERLERİNİN HABER ÇERÇEVELEME KURAMI EKSENİNDE İNCELENMESİ	
159	NURCAN EDE	DİJİTAL HABERDE GÜVENİRLİĞİN SORGULANIŞI: TIK ODAKLI HABERCİLİK	
160	ONUR DURSUN, FİLİZ YILDIZ	SOSYAL MEDYANIN BİLİM İLETİŞİMİNDEKİ AVANTAJLARI VE DEZAVANTAJLARI	

YAZARLAR AUTHORS		BAŞLIK TITLE	MART 2025 MARCH
161	OSMAN TOSUN	PAZARLAMA STRATEJİLERİ VE SOSYAL AĞLAR: REKLAM YASAKLI ÜRÜN GRUPLARI ÜZERİNE BİR ANALİZ	
162	ÖMER FARUK ÖZGÜR	ALGI YÖNETİMİ BAĞLAMINDA YAPAY ZEKÂ VE DEZENFORMASYON PARADOKSU: TEHDİT Mİ, ÇÖZÜM MÜ?	
163	ÖZGE KAYA, KADER SÜRMELİ	SİNEMATİK UNSURLARIN DİJİTAL MEKAN ÜRETİMİNDEKİ ROLÜ: ARSLANTEPE HÖYÜĞÜ ÖRNEĞİ	
164	ÖZGE ÖZKÖK ŞİŞMAN	YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ PODCAST REKLAMLARINDA BAĞLAMSAL UYGUNLUK: KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ SESLİ REKLAMLAR ÜZERİNE BİR İNCELEME	
165	ÖZGÜN ARDA KUŞ, ASENA IRMAK YAVUZ	DİJİTAL OYUNLAR VE ARKETİPLER: "MOBİLE LEGENDS: BANG BANG" ÜZERİNE PSİKANALİTİK KURAM ÇERÇEVESİNDE BİR DEĞERLENDİRME	
166	ÖZGÜN DİNÇER	DİJİTAL MEDYA VE YERELLİK KESİŞİMİNDE GAZETECİLİK: AYRANCIM GAZETESİ ÖRNEĞİ	
167	ÖZGÜR ASLAN, AHMET CAN AKGÜN	İSTİHBARAT DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA TEŞKİLAT DİZİSİ AFİŞLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME	
168	ÖZLEM BAŞIBÜYÜK	SOSYAL MEDYANIN DİJİTAL BANKACILIKTA MÜŞTERİ BAĞLILIĞI VE GÜVEN OLUŞTURMAYA ETKİSİ	
169	ÖZLEM BİNEL	DİJİTAL ÇAĞDA DÖNÜŞEN YAZMA PRATİKLERİ:WATTPAD ÖRNEĞİ	
170	ÖZLEM DELAL ABANOZ, BETÜL BAŞER	KUŞAKLARA GÖRE HIZLI MODA TÜKETİMİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR MODA ALTERNATİFLERİ: ALIŞKANLIKLAR, TUTUMLAR VE TERCİHLER	
171	ÖZLEM DORUK ŞAHİN	ORTA DOĞU'DA ŞİDDET VE ÇATIŞMANIN HABER SÖYLEMİNE YANSIMASI: 'MIDDLE EAST EYE' ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN SÖYLEM TARİHSEL ÇÖZÜMLEME	
172	ÖZLEM VARGÜN	YAPAY ZEKÂ VE ANİMASYONUN OYUN TASARIMINA ENTEGRASYONU: SANATSAL PERSPEKTİFLER	
173	ÖZNUR KARAKAŞ	HUMAN-ARTEFACT MEDIATION AND CONTINUITY IN THE NEW MATERIALIST MEDIA THEORY	
174	ÖZNUR KARAKAŞ, KORAY KIRMIZISAKAL	THE USE OF MULTIMODAL SOCIAL SEMIOTICS FOR THE ANALYSIS OF #CORECORE VIDEOS	
175	PERRİN ÖĞÜN EMRE, ÖZEN BAŞ,ASYA ÖZER	TÜRKİYE'DE İNTERNET MEDYASINDA BEYİN GÖÇÜ SÖYLEMLERİNİN BELİRLENMESİ VE POTANSİYEL KİTLENİN GÖÇ ETME KARARLARINA ETKİSİ	
176	PETEK SANCAKLI, ÜMİT SARI	DEEPSEEK YENİ CHAPGPT Mİ ? YENİ BİR YAPAY ZEKÂ SAVAŞI: GÜNCEL YAPAY ZEKÂ SOHBET ROBOTLARI ARASINDAKİ REKABETE BİR BAKIŞ	
177	RABİA ATSAY	MARXIST BAĞLAMDA UZAKTAN ÇALIŞMA MODELİNDE YENİDEN ÜRETİM: DİJİTAL YORGUNLUK	

YAZARLAR AUTHORS		BAŞLIK TITLE	MART 2025 MARCH
178	RABİA ESKİ	TÜKETİM KÜLTÜRÜ VE YENİ MEDYA: DİJİTAL ÇAĞDA DÖNÜŞEN TÜKETİM PRATİKLERİ	
179	RAKEL PINHAS MEŞULAM	RADYO YAYINLARINDAN DİJİTALE: İLETİŞİM ETİĞİ	
180	RAMAZAN ELES, SADETTİN DEMİREL	SOSYAL MEDYADA YAPAY ZEKÂ TARTIŞMALARI: REDDIT TOPLULUKLARI ÜZERİNE KARMA YÖNTEMLİ BİR ÇALIŞMA	
181	RASHID MUSTAFAZADE	RUSSIA'S DIGITAL STRATEGIES IN THE CONTEXT OF TECHNOLOGICAL DETERMINISM AND DATA SOVEREIGNTY: DIGITAL INDEPENDENCE AS A TOOL OF DOMESTIC PROPAGANDA AND PUBLIC PERSUASION MECHANISMS	
182	RECEP ÇOLAK, EZGİ SAYLAN ÇOLAK	DİJİTAL BAĞIMLILIKLAR: İNTERNET VE SOSYAL MEDYAYLA YAŞAMAK	
183	SABİHA ZEYNEP CESUR	YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN GÖLGESİNDE ÖZERKLİĞİNİ KAYBEDEN SANAT: TÜKETİM TOPLUMUNDA SANATIN KONUMU VE OLUMSUZLAMA OLANAKLARI	
184	SAFA BİNTİ TAHİR	FREEDOM AND HUMAN RIGHTS IN THE CONTEXT OF ENLIGHTENMENT THOUGHT: A DESCRIPTIVE ANALYSIS ON GENDER INEQUALITY AND FREEDOM OF EXPRESSION IN TURKEY	
185	SAMET CAN KOCAGÜR	YAPAY ZEKÂ VİDEO ARAÇLARININ SOSYAL MEDYADA KULLANIMI: TÜRKİYE'DEKİ SPOR KULÜPLERİ ÖRNEĞİ	
186	SARPHAN UZUNOĞLU	KIRILGAN ERKEKLİK TEMELLİ MEDYA KOMÜNİTELERİ: NEVERFAP ÖRNEĞİ	
187	SEDA GÖKÇE TURAN, GÖNÜL SÜHA KELOĞLU	FLÖRT UYGULAMASINDA TANIŞMAMIŞ OLAN EVLİ BİREYLERİN, FLÖRT UYGULAMASI VE BU UYGULAMADAN KURULMUŞ İLİŞKİLERE YÖNELİK ALGILARININ İNCELENMESİ	
188	SELAHATTİN BÖLÜKBAŞI	ETNİK KİMLİĞİN YEREL SEÇİM DİNAMİKLERİNE ETKİSİ: DENEYİMSEL GAZETECİLİK YAKLAŞIMIYLA BAYRAMPAŞA VAKASI	
189	SEMA BULAT DEMİR, ELİF İNCEİSMAİL	ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN YAPAY ZEKÂ KULLANIM GEREKSİNİMLERİ: İAÜ İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ	
190	SENA CONKOĞLU, HEDİYE AYDOĞAN	ÖZEL GÜN REKLAMLARINDA KULLANILAN ANLATI ARAÇLARI: SOCAR KARABAĞ İLETİŞİMİ ÖRNEĞİ	
191	SENA ÇELİKER, BURAK ÇEBER	İLETİŞİM AKADEMİSYENLERİNİN YAPAY ZEKÂ KAYGISI ÜZERİNE BİR SAHA ARAŞTIRMASI	
192	SENA ÖZŞİRİN, HAKAN KOLUMAN, PINAR ASLAN	TÜRKİYE'DE ÇOK KANALLI TELEVİZYON YAYINCILIĞINA GEÇİŞ DÖNEMİ VE YAYIN AKIŞLARININ ANALİZİ	
193	SENA ÖZŞİRİN	A QUALITATIVE ANALYSIS OF FIRST IMPRESSIONS ON SOCIAL MEDIA PROFILES	

194	SERHAN SALEPCİGİL, ERHAN SUR	KRİZ İLETİŞİMİ VE YAPAY ZEKÂ: ELEŞTİRİLER IŞIĞINDA YENİ NESİL PLATFORM GELİŞTİRME YAKLAŞIMI
195	SERİM ŞAHİN	ORYANTALİST TEMSİLİN ÖTESİNDE: SELF ORYANTALİST VE DİASPORİK BİR KİMLİK OLARAK RAMY
196	SERMİN ASIL	YENİ MEDYANIN HİPNOZ EDİCİ ETKİSİ: SOSYAL MEDYADA BİLİŞSEL MANİPÜLASYON VE SANAL HİPNOZ
197	SEVGİ YILMAZ, ÖZGÜN PELİN ÖZYOL	DİJİTALLEŞME VE YARATICI İÇERİK: DİJİTAL YERLİLERİN GÖRSEL DÜNYASI
198	SEVİL BAL	İLETİŞİM SOSYOLOJİSİ ALANINDAKİ ULUSLARARASI YAYINLARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ
199	SEVİLAY ULAŞ	PARASOCIAL RELATIONSHIP ON SOCIAL MEDIA: HUMAN INFLUENCERS & VIRTUAL INFLUENCERS
200	SEVİNÇ KOÇAK	GÜNCEL DİJİTAL AKTİVİZMİN YUMUŞAK GÜÇ DİNAMİKLERİ: #CLIMATEACTIONNOW KAMPANYASI
201	SİMGE KIRTEKE, ERTAN TOY	NÖROTASARIM UYGULAMALARININ GÜNÜMÜZDE KULLANIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME
202	SİMGE TAŞ	DİJİTAL VE GELENEKSEL REKLAMCILIĞIN TÜRKİYE'DEKİ SEÇİM KAMPANYALARINDAKİ ETKİLERİ: NESİLLER ARASI FARKLAR VE SEÇMEN DAVRANIŞLARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ
203	SUZAN ORHAN	ERWIN OLAF'IN APRIL POOL (2020) PROJESİNDE TEKİNSİZ PANDEMİ GÜNLERİNİN DİJİTAL TEMSİLİ
204	SÜLEYMAN İRVAN	REKABETÇİ GAZETECİLİKTEN İŞ BİRLİKÇİ GAZETECİLİĞE DOĞRU
205	ŞÜKRÜ GÜLER	PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE MESAJA YÖNELİK TÜKETİCİ TEPKİSİ: ÖLÜNCE BENİ KİM YIKAYACAK MESAJLARINA YÖNELİK BİR İNCELEME
206	TAMER BAYRAK	DEEPFAKE VE YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ İÇERİK ÜRETİMİ: TOPLUM ÜZERİNDEKİ ETKİLER VE ETİK TARTIŞMALAR
207	TOLGA TELLAN	DİJİTALLEŞME VE YAPAY ZEKÂ ENDÜSTRİSİNİN EKONOMİSİ
208	TUBA SÜTLÜOĞLU	KRİYONİK VÜCUT DONDURMA UYGULAMALARININ MODERN PARADİGMA ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ: İKİNCİ YAŞAM UMUDU BELGESELİNİN İNCELENMESİ
209	TUĞBA KARAGÖZ, NAGİHAN TEPE	ALMANYA'DAN TÜRKİYE'YE KESİN DÖNÜŞ YAPAN GURBETÇİLERİN TÜRK TOPLUMUNA UYUM SÜREÇLERİNİN İNCELENMESİ
210	TUĞÇE İYİGÜNGÖR, WONGEON KIM	YENİ MEDYA VE TOPLUMSAL HAREKETLERİN DÖNÜŞÜMÜ: GÜNEY KORE'DE 2024 SIKIYÖNETİM KARŞITI PROTESTOLARI VE YENİ DİRENİŞ KÜLTÜRÜ

211	TUĞÇE KUTLU	DİJİTAL NOSTALJİ: VINTAGE RÜYASI SOSYAL MEDYADA NASIL CANLANIYOR?
212	TUNCAY TÜRKYILMAZ, MUSTAFA C. SADAKAOĞLU	DİJİTAL ÇAĞDA KAMU DİPLOMASİSİ: İSRAİL ORDUSU ÖRNEĞİ
213	TUTKU DİNAR DİZDAR	MARKALARIN YAPAY ZEKÂ INFLUENCARLARI: FORD VIRTUAL ALIN VE TATİLBUDUR YAZ KARAKTERİ İNCELEMESİ
214	TÜRKAN ÖYKÜ BÜYÜKÇELİKOK, NİGER HACI	DİJİTAL YAYIN PLATFORMLARINDA KULLANICILARA SUNULAN DİL TERCİHİ ÖZELLİKLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME
215	TÜRKAY TÜRKAN ÜNLÜ	GÜNEY KORE'NİN TÜRKİYE'DEKİ KÜLTÜREL DİPLOMASİ FAALİYETLERİNİN İNCELENMESİ
216	ULAŞ İLİC	HİKİKOMORİ VE KOLTUK SOSYALLİĞİ ÜZERİNE BİR İNCELEME: OYUN, İNTERNET VE SOSYAL MEDYA İLİŞKİSİ
217	UMUT ALAZ KÖKÇÜ, ATAKAN GÖKTEPE	YAPAY KADINLAR, DİJİTAL BEDENLER: YAPAY ZEKÂ VE DİJİTAL SİNEMADA BEDENİN DÖNÜŞÜMÜ
218	YAĞMUR TANRIVERDİ	YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ SOHBET BOTLARIYLA ETKİLEŞİME GEÇME MOTİVASYONLARININ REDDIT KULLANICI YORUMLARI ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ: CHARACTER.AI ÖRNEĞİ
219	YARA HABAHBEH, DAREEN NOUFAL, MAYA JASSER, MALAK ELHASSAN, AMAR GHARIB	FRAMING VICTIMHOOD: TIKTOK, EMOTIONAL NARRATIVES, AND THE MENENDEZ BROTHERS' CULTURAL LEGACY
220	YASEMİN DEMİR	GELENEKSEL SİNEMA VE DİJİTAL SİNEMA: BİR SANAT FORMU OLARAK KARŞILAŞTIRMA
221	YEJIN LEE, MARLINDAH JOZEVEL ADRIAANSZ, AIGERIM YERKEN	CREATING NARRATIVES: HASHTAG ACTIVISM ON TIKTOK IN THE CONTEXT OF THE ISRAEL-HAMAS WAR
222	YEZDAN ÇELEBİ	HOMESTEADING VE TRADWIFE AKIMLARININ KESİŞİMİNDE DİJİTAL PLATFORMLARDA GELENEKSEL CİNSİYET ROLLERİNİN İNŞASI INSTAGRAM ÖRNEĞİ
223	YİĞİT ALP DEMİR	DİJİTAL DÖNÜŞÜM İLE SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMININ EVRİMİ
224	YOSRA JARRAR, LUJAIN AMMAR	AN ANALYSIS OF THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA USE ON IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR AMONG WOMEN IN THE UAE: THE MEDIATING ROLE OF SOCIAL COMPARISON AND MATERIALISM
225	ZEYNEP AKINCI	GELENEKSEL SANATÇILARIN GÖZÜNDEN GELENEĞİN SANATINI GELECEĞİN SANATI YAPMANIN BİR ARACI OLARAK DİJİTAL SANAT

YAZARLAR AUTHORS		BAŞLIK TITLE	MART 2025 MARCH
226	ZEYNEP GÜLTEKİN AKÇAY	SİVAS KENT BELLEĞİNDE SİNEMALAR	
227	ZEYNEP MERVE ŞIVGIN	ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ TABANLI CHATBOT'LAR VE ÖZNENİN İNŞASI: HEY SEN!	
228	ZEYNEP SEBİHA AKTAŞ, ZÜBEYDE SÜLLÜ	YAPAY ZEKÂ İLE YENİ NESİL REKLAMCILIK: OLANAKLAR VE SINIRLILIKLAR	
229	ZEYNEP ZELAL KIZILKAYA	MEDYA VE İSLAMOFOBİ LİTERATÜRÜNÜN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ	

iFiG 2025

14 - 16
MAYIS / MAY

BAKU
AZERBAYCAN
AZERBAIJAN

ONLINE
YÜZ YÜZE
FACE TO FACE

12. ULUSLARARASI İLETİŞİM GÜNLERİ

DİJİTAL ÇAĞDA MEDYA VE İLETİŞİM ÇALIŞMALARI SEMPOZYUMU

12-ci BEYNƏLXALQ ÜNSIYYƏT GÜNLƏRİ

RƏQƏMSAL DÖVRDƏ MEDİA VƏ KOMMUNİKASİYA FƏALIYYƏTİ SEMPOZİUMU

12th INTERNATIONAL COMMUNICATION DAYS

MEDIA AND COMMUNICATION STUDIES IN THE DIGITAL AGE SYMPOSIUM

Sempozyuma Kayıt İçin

Buraya Tıklayınız

For Registration

Click Here

MART 2025 MARCH

14 - 16
MAYIS / MAY

BAKU
AZERBAYCAN
AZERBAIJAN

ONLINE
YÜZ YÜZE
FACE TO FACE

IFIG 2025

12. ULUSLARARASI İLETİŞİM GÜNLERİ

DİJİTAL ÇAĞDA MEDYA VE İLETİŞİM ÇALIŞMALARI SEMPOZYUMU

12-ci BEYNƏLXALQ ÜNSIYYƏT GÜNLƏRİ

RƏQƏMSAL DÖVRDƏ MEDİA VƏ KOMMUNİKASİYA FƏALIYYƏTİ SEMPOZİUMU

12th INTERNATIONAL COMMUNICATION DAYS

MEDIA AND COMMUNICATION STUDIES IN THE DIGITAL AGE SYMPOSIUM

Kabul Edilen Özetler
Accepted Abstracts

ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
İSTANBUL 2011

BAKI DÖVLƏT UNİVERSİTETİ
BDU
1919
BAKU STATE UNIVERSITY