



14 - 16  
MAYIS / MAY



BAKU  
AZERBAIJAN  
AZERBAIJAN

ONLINE  
YÜZ YÜZE  
FACE TO FACE

12. ULUSLARARASI İLETİŞİM GÜNLERİ

**DİJİTAL ÇAĞDA  
MEDYA VE İLETİŞİM  
ÇALIŞMALARI  
SEMPOZYUMU**

12-ci BEYNƏLXALQ ÜNSİYYƏT GÜNLƏRİ

**RƏQƏMSAL DÖVRDƏ  
MEDIA VƏ KOMMUNİKASIYA  
FƏALİYYƏTİ  
SEMPOZIUMU**

12th INTERNATIONAL COMMUNICATION DAYS

**MEDIA AND  
COMMUNICATION STUDIES  
IN THE DIGITAL AGE  
SYMPOSIUM**

**Kabul Edilen Özetler  
Accepted Abstracts**





14 - 16  
MAYIS / MAY



BAKU  
AZERBAIJAN  
AZERBAIJAN

ONLINE  
YÜZ YÜZE  
FACE TO FACE

12. ULUSLARARASI İLETİŞİM GÜNLERİ

**DİJİTAL ÇAĞDA  
MEDYA VE İLETİŞİM  
ÇALIŞMALARI  
SEMPOZYUMU**

12-ci BEYNƏLXALQ ÜNSİYYƏT GÜNLƏRİ

**RƏQƏMSAL DÖVRDƏ  
MEDIA VƏ KOMMUNİKASIYA  
FƏALİYYƏTİ  
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,<br>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,<br>AYTAÇ BURAK DERELİ,<br>EMRULLAH AY | REKLAMDA KULLANILAN RETORİKSEL ÇEKİCİLİK TÜRLERİNİN DOĞRUDAN TESPİTİ İÇİN BİR DERİN ÖĞRENME UYGULAMASI   |
| 7    | ANGELO FRANCESCO<br>CARLUCCI                                 | UNDER A FUNERAL MOON: MEDIA DISINFORMATION AND THE SUPPRESSION OF HEAVY METAL IN 1990S TÜRKİYE   |
| 8    | ANIL DURMUŞAHMET,<br>UĞUR DELEN                              | SOSYAL MEDYADA YENİ PERSONA TASARIMLARI: "CLEAN GIRL", "OLD MONEY", "VERY DEMURE" VE "VERY MINDFULNESS" TRENDLERİNİN ANALİZİ                         |
| 9    | ANIL DURMUŞAHMET,<br>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,<br>SANAN RAHİMLİ                                 | THE INTERSECTION OF CYBERSECURITY AND DIGITAL COMMUNICATION: PHISHING AND SOCIAL ENGINEERING THREATS IN SOCIAL MEDIA                                 |
| 12   | ARZU YAVUZ,<br>SANAN RAHİMLİ                                 | DEEFAKE 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,<br>BURAK ÇEBER                                   | TÜKETİCİLERİN KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ SMS REKLAMLARINA YÖNELİK TUTUMLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME   |

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

|    |   |   |
|----|---|---|
| 15 | ASLI GÜLER,<br>ZİNDAN ÇAKICI                            | İKLİM KRİZİ VE İLETİŞİM: LİTERATÜR ÜZERİNE BİR İNCELEME   |
| 16 | ATİLA ERDEMİR   | YOUTUBE YORUMLARINDA TÜRKİYE'NİN BRICS'E KATILIMI<br>KÜRESEL TARTIŞMALARIN HARİTASI   |
| 17 | AYDAN ÖZSOY   | DİJİTAL ÇAĞDA SİNEMA EĞİTİMİNİN GELECEĞİ: TÜRK VE DÜNYA<br>ÜNİVERSİTELERİNİN DERS PROGRAMLARI İLE UYGULAMA<br>ÇALIŞMALARI ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRMALI BİR ÇALIŞMA               |
| 18 | AYLİN DAĞSALGÜLER                                       | DİJİTAL PLATFORM ÇAĞINDA TELEVİZYON: İZLEYİCİ<br>DAVRANIŞLARI VE ÖLÇÜMLEMENİN GELECEĞİ  |
| 19 | AYSU UĞUR BALCI   | SİNEMADA YAKIN DÖNEM SEYİRCİ ARAŞTIRMALARINDA DİJİTAL<br>PLATFORMLARIN YERİ   |
| 20 | AYŞE ASLI SEZGİN<br>BÜYÜKALACA                          | DİJİTALLEŞME VE İLETİŞİM ETİĞİ: YENİ PARADİGMALAR VE<br>SORUNLAR  |
| 21 | AYŞE NİL KİREÇCİ  | REKLAM VE PAZARLAMA ALANINDA YAPAY ZEKÂ VE MAKİNE<br>ÖĞRENMESİ TEMELLİ KİŞİSELLEŞTİRME STRATEJİLERİ: TANIMLAR,<br>ÖZELLİKLER, UYGULAMALAR                                     |
| 22 | AYŞEGÜL SAYLAN  | SOSYAL MEDYA FENOMENLERİ VE MARKALARIN YENİ<br>PAZARLAMA STRATEJİLERİ   |
| 23 | AYTAÇ BURAK DERELİ                                      | SARI GAZETECİLİK UYGULAMALARINDAN GÜNÜMÜZ<br>REKLAMCILIĞINA DEĞİŞMEYEN SAHTEKÂRLIK: AD FRAUD VE<br>CLICKBAIT UYGULAMALARI BAĞLAMINDA DİJİTAL REKLAMIN<br>GELECEĞİNİ TARTIŞMAK |
| 24 | AYTAÇ BURAK DERELİ,<br>ERDEM TAŞDEMİR,<br>HİLAL SEVİMLİ | DİJİTAL OYUN REKLAMCILIĞI ÜZERİNE BİR REKLAM<br>SINIFLANDIRMASI   |
| 25 | BATUHAN KORKUSUZ  | YAPAY ZEKÂ İLE ÜRETİLEN MİZAHİ İÇERİKLERDE KÜLTÜREL<br>KODLARIN TAKLİDİ VE ALGILANIŞI   |
| 26 | BESNA AĞIN,<br>CEM YÜCETÜRK                             | İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN YAPAY ZEKÂYA YÖNELİK<br>TUTUMLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME  |
| 27 | BETÜL PAZARBAŞI,<br>FARIDA KACHYBEKOVA                  | DİJİTAL GÖÇMENLERİN SOSYAL MEDYADA HABER TÜKETİM<br>ALİŞKANLIKLARI VE SAHTE HABERLE MÜCADELE STRATEJİLERİ:<br>KIRGIZİSTAN ÖRNEĞİ  |
| 28 | BEYDANUR NİZAM,<br>HİLAL TAŞKIN                         | SOSYAL MEDYA/ONLINE BESLENME DANIŞMANLIĞININ MESLEK<br>ETİĞİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ   |
| 29 | BEYZA CETTANIR  | YENİ SİNEMA ARAŞTIRMALARINDA ARŞİV ÇALIŞMALARI: SİVAS<br>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 FİMLERİ: ÇOCUK SEYİRCİLER VE ÇOCUK FİMLERİ          |
| 34 | BURAK İLİ   | ANALYZING ONLINE COMPLAINTS ABOUT MEDIUM FRAUD IN TÜRKİYE FROM THE PERSPECTIVE OF NEW MEDIA                                 |
| 35 | BURAK KAYA,<br>KADER SÜRMEİ   | 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,<br>UĞUR KILINÇ  | TÜRKİYE'DE SİNEMA SALONLARI ÜZERİNE YAPILMIŞ AKADEMİK ÇALIŞMALAR ÜZERİNE BİR İNCELEME                                       |
| 38 | BURCU OKYAY,<br>ÖZGE KAYA   | MOUNT & BLADE II: BANNERLORD OYUNUNDA ORTA ÇAĞ MÜZİĞİ VE GÖRSEL DOKU UYUMU  |
| 39 | BURCU ÖKSÜZ,<br>İREM ÖZGÖREN KINLI,<br>EMRAH BAŞARAN,<br>YASİN BULDUKLU,<br>BURCU GÜLER | HABERLERİN Z KUŞAĞININ SİYASİ GÖRÜŞLERİ ÜZERİNDEKİ FARKLI ETKİLERİ: MEDYA ETKİSİNİN BOYUTLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA       |
| 40 | BURÇE AKCAN,<br>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 ALGISİNİN DEĞİŞEN SINIRLARI  |
| 43 | 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,<br>ASUMAN KUTLU                   | NAVIGATING TRUTH IN THE DIGITAL AGE: PHOTOJOURNALISM, AI, AND THE EROSION OF VISUAL CREDIBILITY                               |
| 50 | DALMA LILLA DOMINEK,<br>NORA BARNUCZ,<br>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 İLETİŞİMSSEL KAPİTALİZMLE İLİŞKİSİ: LOS ANGELES YANGIN FELAKETİ ÖRNEĞİ                               |

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

|    |   |   |
|----|---|---|
| 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,<br>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,<br>SADETTİN DEMİREL       | İKİNCİ KARABAĞ SAVAŞININ TÜRK VE İRAN KAMU MEDYASINDAKİ TEMSİLİ: KARMA YÖNTEMLİ BİR ÇALIŞMA   |
| 67 | ELİF AYSU SOLAK,<br>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,<br>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,<br>SENA ÇUBUKCU KOMLU | YENİLİKLERİN YAYILMASI BAĞLAMINDA MEDYA ÇALIŞANLARININ YAPAY ZEKÂYA YÖNELİK TUTUMLARININ BELİRLENMESİ   |
| 72 | EMİRHAN BAL,<br>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,<br>HİLAL SEVİMLİ        | DİJİTAL KAMU DİPLOMASİSİ EKSENİNDE ÜLKE İMAJİ: GO TÜRKİYE PAYLAŞIMLARI ÜZERİNDEN ÜLKE İMAJININ YANSIMALARI  |
| 76 | ESİN ECE ÖZDEMİR,<br>ŞAFK ETKİNE        | 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,<br>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,<br>JOÃO SIMÃO | ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND CRISIS COMMUNICATION IN THE CONTEXT OF PORTUGUESE COMMUNICATION AGENCIES: OPTIMIZING STRATEGIES IN THE DIGITAL AGE |



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

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

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

|     |   |   |
|-----|---|---|
| 112 | ILGAR SEYIDOV,<br>EBRU AKÇAY,<br>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: DIŞ 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 DEMİRBAĞ,<br>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,<br>BAHŞENDE ÇOBAN AZİZOĞLU             | TÜRK FUTBOLUNDA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLETİŞİMİ: ÜÇ BÜYÜK SPOR KULÜBÜNÜN 2024 YILI UYGULAMALARI ÜZERİNE BİR ANALİZ                                |
| 124 | LUTZ PESCHKE,<br>SEEM GENÇTÜRK HIZAL,<br>SELDAG 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 FİMLERİNDE 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 PRATIĞI OLARAK AFET HABERCİLİĞİ: MANİPÜLATİF HABER İÇERİKLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME   |
| 129 | MEHMET CAN TOKMAK   | DİJİTAL İLETİŞİM ORTAMLARINDAKİ TOPLUMSAL HAREKETLERİN ULUSLARARASI KAMUOYUNA AKTARIMI: 2024 YUNANİSTAN VE SİRBİSTAN 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,<br>ÜMMET ARTUÇ                    | DİJİTAL ÇAĞDA ÜNİVERSİTELERİN KURUMSAL İLETİŞİM STRATEJİLERİ: ALGI YÖNETİMİ VE İTİBAR İNŞASI   |
| 133 | MEHMET RAMAZAN<br>YILDIZGÖRÜR,<br>GÜLÇİN SALMAN   | YAPAY ZEKÂ TEKNOLOJİLERİ VE YANLIŞ BİLGİ SORUNU ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME  |
| 134 | MEHMET YALÇINKAYA                                 | DİJİTAL ÇAĞDA BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİNİ NİKE 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,<br>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,<br>MUSTAFA CINGI,<br>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,<br>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,<br>SADETTİN DEMİREL                         | TWITTER'DA GÖÇMEN KARŞITI SÖYLEMLERİN DUYGU VE İÇERİK ANALİZİYLE İNCELENMESİ: EUROPE INVASION ÖRNEĞİ   |
| 146 | N. BERİL EKŞİOĞLU SARILAR                                  | TÜRKİYE VE AZERBAIJAN'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 | NAZİM HİKMET KORKUSUZ,<br>MERT EGE CEREN,<br>ZİNDAN ÇAKICI | OTOMOTİV ENDÜSTRİSİ VE DİJİTAL İLETİŞİM: TÜRKİYE'NİN OTOMOBİLİ GİRİŞİM GRUBU'NUN (TOGG) TIKTOK HESABI ÜZERİNE BİR İNCELEME                           |
| 149 | NAZMİ EKİN VURAL,<br>SEFER KALAMAN                         | TÜRKİYE'DEKİ ÜNİVERSİTELERİN WEB SİTELERİNİN TASARIM VE ALTYAPI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: NİCEL BİR ARAŞTIRMA                                     |
| 150 | NECATİ AĞIRALIOĞLU,<br>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,<br>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 ÇEVİRİMİÇİ FEMİNİST / KADIN ODAKLI MEDYA  |
| 156 | NİHAN AYTEKİN  | "İYİ FİKİR AYAKTA KALIR" (Mİ?): 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,<br>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,<br>KADER SÜRMEİ               | 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,<br>ASENA IRMAK YAVUZ     | DİJİTAL OYUNLAR VE ARKETİPLER: "MOBILE LEGENDS: BANG BANG" ÜZERİNE PSİKANALİTİK KURAM ÇERÇEVESİNDE BİR DEĞERLENDİRME      |
| 166 | ÖZGÜN DİNÇER                             | DİJİTAL MEDYA VE YERELLİK KESİŞİMİNDE GAZETECİLİK: AYRANCIM GAZETESİ ÖRNEĞİ   |
| 167 | ÖZGÜR ASLAN,<br>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,<br>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,<br>KORAY KIRMIZISAKAL     | THE USE OF MULTIMODAL SOCIAL SEMIOTICS FOR THE ANALYSIS OF #CORECORE VIDEOS   |
| 175 | PERRİN ÖĞÜN EMRE,<br>ÖZEN BAŞ, ASYA ÖZER | TÜRKİYE'DE İNTERNET MEDYASINDA BEYİN GÖÇÜ SÖYLEMLERİNİN BELİRLENMESİ VE POTANSİYEL KİTLENİN GÖÇ ETME KARARLARINA ETKİSİ   |
| 176 | PETEK SANCAKLI,<br>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,<br>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,<br>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,<br>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,<br>ELİF İNCEİSMAİL           | ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN YAPAY ZEKÂ KULLANIM GEREKSİNİMLERİ: İAÜ İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ  |
| 190 | SENA CONKOĞLU,<br>HEDİYE AYDOĞAN               | ÖZEL GÜN REKLAMLARINDA KULLANILAN ANLATI ARAÇLARI: SOCAR KARABAĞ İLETİŞİMİ ÖRNEĞİ  |
| 191 | SENA ÇELİKER,<br>BURAK ÇEBER                   | İLETİŞİM AKADEMİSYENLERİNİN YAPAY ZEKÂ KAYGISI ÜZERİNE BİR SAHA ARAŞTIRMASI  |
| 192 | SENA ÖZŞİRİN,<br>HAKAN KOLUMAN,<br>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   |

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

- |     |                                    |   |
|-----|------------------------------------|---|
| 194 | SERHAN SALEPCİGİL,<br>ERHAN SUR    | KRİZ İLETİŞİMİ VE YAPAY ZEKÂ: ELEŞTİRİLER İŞİĞİNDA 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,<br>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,<br>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,<br>NAGİHAN TEPE     | ALMANYA'DAN TÜRKİYE'YE KESİN DÖNÜŞ YAPAN GURBETÇİLERİN TÜRK TOPLUMUNA UYUM SÜREÇLERİNİN İNCELENMESİ   |
| 210 | TUĞÇE İYİGÜNGÖR,<br>WONGEON KIM    | YENİ MEDYA VE TOPLUMSAL HAREKETLERİN DÖNÜŞÜMÜ: GÜNEY KORE'DE 2024 SIKIYÖNETİM KARŞITI PROTESTOLARI VE YENİ DİRENİŞ KÜLTÜRÜ                                  |

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

|     |  |  |
|-----|--|--|
| 211 | TUĞÇE KUTLU  | DİJİTAL NOSTALJİ: VINTAGE RÜYASI SOSYAL MEDYADA NASIL CANLANIYOR?  |
| 212 | TUNCAY TÜRKYILMAZ,<br>MUSTAFA C. SADAKAOĞLU  | DİJİTAL ÇAĞDA KAMU DİPLOMASİSİ: İSRAİL ORDUSU ÖRNEĞİ   |
| 213 | TUTKU DİNAR DİZDAR   | MARKALARIN YAPAY ZEKÂ İNFLUENCARLARI: FORD VIRTUAL ALIN VE TATİLBUDUR YAZ KARAKTERİ İNCELEMESİ   |
| 214 | TÜRKAN ÖYKÜ BÜYÜKÇELİKOK,<br>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 SOSYALLIĞI ÜZERİNE BİR İNCELEME: OYUN, İNTERNET VE SOSYAL MEDYA İLİŞKİSİ  |
| 217 | UMUT ALAZ KÖKÇÜ,<br>ATAKAN GÖKTEPE   | YAPAY KADINLAR, DİJİTAL BEDENLER: YAPAY ZEKÂ VE DİJİTAL SİNEMADA BEDENİN DÖNÜŞÜMÜ  |
| 218 | YAĞMUR TANRIVERDİ  | YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ SOHBET BOTLARIYLA ETKİLEŞİME GEÇME MOTİVASYONLARININ REDDİT KULLANICI YORUMLARI ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ: CHARACTER.AI ÖRNEĞİ       |
| 219 | YARA HABAHBEH,<br>DAREEN NOUFAL,<br>MAYA JASSER,<br>MALAK ELHASSAN,<br>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,<br>MARLINDAH JOZEVEL<br>ADRIAANSZ,<br>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,<br>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 ÖZNEİNİN İNŞASI: HEY SEN! |
| 228 | ZEYNEP SEBİHA AKTAŞ,<br>ZÜBEYDE SÜLLÜ | YAPAY ZEKÂ İLE YENİ NESİL REKLAMCILIK: OLANAKLAR VE SINIRLILIKLAR   |
| 229 | ZEYNEP ZELAL KIZILKAYA                | MEDYA VE İSLAMOFOBİ LİTERATÜRÜNÜN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ             |



14 - 16  
MAYIS / MAY



BAKU  
AZERBAIJAN  
AZERBAIJAN

ONLINE  
YÜZ YÜZE  
FACE TO FACE

12. ULUSLARARASI İLETİŞİM GÜNLERİ

**DİJİTAL ÇAĞDA  
MEDYA VE İLETİŞİM  
ÇALIŞMALARI  
SEMPOZYUMU**

12-ci BEYNƏLXALQ ÜNSİYYƏT GÜNLƏRİ

**RƏQƏMSAL DÖVRDƏ  
MEDIA VƏ KOMMUNİKASIYA  
FƏALİYYƏTİ  
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  
AZERBAIJAN  
AZERBAIJAN

ONLINE  
YÜZ YÜZE  
FACE TO FACE

12. ULUSLARARASI İLETİŞİM GÜNLERİ

**DİJİTAL ÇAĞDA  
MEDYA VE İLETİŞİM  
ÇALIŞMALARI  
SEMPOZYUMU**

12-ci BEYNƏLXALQ ÜNSİYYƏT GÜNLƏRİ

**RƏQƏMSAL DÖVRDƏ  
MEDIA VƏ KƏMMUNİKASIYA  
FƏALİYYƏTİ  
SEMPOZİUMU**

12th INTERNATIONAL COMMUNICATION DAYS

**MEDIA AND  
COMMUNICATION STUDIES  
IN THE DIGITAL AGE  
SYMPOSIUM**

**Kabul Edilen Özetler  
Accepted Abstracts**

