



İletişim Fakültesi

I. ULUSAL KİŞİLERARASI İLETİŞİM SEMPOZYUMU

2 9 - 3 0 M A Y I S 2 0 2 5

BİLDİRİ ÖZETİ KİTABI



EDİTÖR: PROF. DR. SERHAT ULAĞLI

ISBN: 978-625-7107-83-9



İSTANBUL
NİSANTASI
UNIVERSITY



NEUROSCIENCE
ACADEMIC AND BUSINESS SOLUTIONS



<http://kisilerarasi-sempozyum.marmara.edu.tr>



I. Ulusal Kişilerarası İletişim Sempozyumu Bildiri Özeti Kitabı

© Motto Yayınları, 2025

Sertifika No: 47765

ISBN: 978-625-7107-83-9

Genel Yayın Yönetmeni: Harun Osmanoğulları

Editör: Prof. Dr. Serhat Ulağlı

Kapak Tasarımı: Kozalak

Mizanpaj: Mizanpaj.gen

1.Baskı Eylül 2025

Baskı ve Mücellet:

Repar Tasarım Matbaa Yenibosna Merkez Mahallesi Cemal Ulusoy

Caddesi No:43 Bahçelievler/İstanbul

Sertifika No: 40675

Yayıncı Adresi

Barbaros Mahallesi Veysi Paşa Sokak Yüce Kent Sitesi D-Blok D:22

Üsküdar/İstanbul

www.mottoyayinlari.com

bilgi@mottoyayinlari.com

Sosyal Medya Hesapları:

facebook.com/mottoyayinlari

twitter.com/mottoyayinlari

instagram.com/mottoyayinlari

Marmara Üniversitesi
İletişim Fakültesi

I. ULUSAL KİŞİLERARASI İLETİŞİM SEMPOZYUMU

Bildiri Özeti Kitabı

Editör: Prof. Dr. Serhat Ulağlı

Bu sempozyum aşağıdaki kurum ve kuruluşların koşulsuz paydaşlığı ve destekleri sayesinde mümkün olmuştur.

Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi

İstanbul Beykent Üniversitesi

İstanbul Kent Üniversitesi

İstanbul Nişantaşı Üniversitesi

İstanbul Topkapı Üniversitesi

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi

Kırşehir Ahi Evren Üniversitesi

Kocaeli Sağlık ve Teknoloji Üniversitesi

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi

Marmara Üniversitesi

USOMER

NEUROSCIENCE, Academic & Business Solutions

Marmara Üniversitesi

İletişim Fakültesi

I. ULUSAL KİŞİLERARASI İLETİŞİM SEMPOZYUMU

Bildiri Özeti Kitabı

Bu kitap, sempozyuma katılan yazarlar tarafından gönderilen bildiri özetlerinden oluşmaktadır. Bildirilerin tüm içerik sorumluluğu yazarlara aittir.

Yayın Tarihi

Eylül 2025

İletişim

Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Marmara Üniversitesi Göztepe Yerleşkesi, Fahrettin Kerim Gökay Cad. No:23,
34722 Kadıköy, İstanbul / Türkiye

Telefon: +90 (216) 777 20 00

Web Sitesi: <https://iletisim.marmara.edu.tr/>

E-posta: kisilerarasi-sempozyum@marmara.edu.tr

İçindekiler

SUNUŞ	10
ÖNSÖZ	11
SEMPOZYUM HAKKINDA	13
BİLDİRİ ÖNERİLERİ	14
SEMPOZYUM DÜZENLEME KURULU	15
SEMPOZYUM BİLİM KURULU	16
İLETİŞİM KOORDİNATÖRLÜĞÜ	17
PANELLER VE MODERATÖRLER	18
BİLDİRİ ÖZETLERİ	20
Çocuk Edebiyatı ve Çocuk Sinemasının Çocukların Kişisel Gelişimine Etkileri Üzerine Bir Değerlendirme	21
Ali EKREN	21
Sürdürülebilir İş Uygulamaları ile Çalışan İlişkileri Arasındaki Etkileşimde Kurumsal İletişimin Aracı Rolü: Birleşik Krallık Yiyecek ve İçecek Sektöründe Nicel Bir Analiz	22
Ali Eren BALIKEL	22
Medyanın Gelenekselden Dijitale Dönüşümüyle Birlikte Değişen İletişim Pratikleri ve Kültürel Deformasyon	24
Ayla ACAR	24
Dijital Çağda Çalınan Dikkat ve Johann Hari’nin Perspektifinden Modern Toplumda Odaklanma Sorununun Bilişsel ve Psikolojik Dinamikleri	25
Aynur BİRESA.....	25
2024 Yerel Seçimlerinde Kullanılan Reklam Filmlerinin Göstergebilimsel Analizi: Ak Parti’nin “Haturan Yeter” ve Chp’nin “İşimiz Gücümüz Türkiye” Örneği	27
Ayşe Amine TUĞ KIZILTOPRAK.....	27
Jurgen Habermasın Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü Işığında Yapay Zekâ İle İnsan Etkileşimi: Alara Turan Örneği	28
Ayşegül KIZILKAPLAN GÜLSEREN	28
Psikososyal Gerilimlerin Kişisel Gelişime Etkisi: Tehditten Dönüşüme	29
Ayşenur ÇOBAN.....	29
Dijital Çağda Kavramsal Olarak Sosyotelizm ve Kişiler Arası İletişim	30
Aysun KAYA DENİZ.....	30
Dijital Ortamda Güven: Hibrit Çalışma Düzeninin Yeni Dinamikleri	31
Begüm AL	31
Zorluklarla Baş Etmede İletişimin Rolü: Psikolojik Dayanıklılık Üzerine Nitel Bulguların Meta-Sentezi	32
Beyza KILINÇ.....	32

<i>Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine Ulaşmada Etkili Bir İletişim Aracı Olarak Yapay Zekâ</i>	34
Burak DEMİRER Fatmanur ARSLAN ESKİKÖY	34
<i>İçsel Kalabalıkta Sessiz Bir Alan Açmak: Mindfulness</i>	35
Burçin GÖĞEM	35
<i>Disiplinlerarası İletişim Bilimleri Çalışmalarında Karma Yöntem Araştırması: İmkanlar ve Zorluklar</i>	36
Burçin SARGIN	36
<i>Dijital Bağımlılıkla Mücadelede Bütüncül Yaklaşımlar: Kişisel, Kurumsal ve Politik Stratejiler</i>	38
Çağrı KARA	38
<i>Gösterişçi Tüketim ve Pazarlamanın Kişilerarası İletişimle Buluştuğu Nokta: The Joneses Örneği</i>	39
Ceyda Merve TOSUNOĞLU	39
Merve ÇERÇİ SEVGİ	39
<i>Kişilerarası İletişimin Çözülüşü: ‘Godot’yu Beklerken’ Oyunu Bağlamında Gösteri Toplumunda İletişimin Absürtleştirilmesi</i>	41
Doğan KECİN	41
<i>Terör Örgütlerinin İletişim Stratejisi: Pkk Örneği</i>	42
Durmuş Eray GÜÇLÜER	42
<i>İletişim’in Görünmeyen Dili: Empati</i>	43
Dursun KOÇ	43
<i>Kişilerarası İletişimde Narkotik Jargonu ve Neolojisi</i>	45
<i>Türkiye’de Uyuşturucu Madde Tedarikçileri ve Kullanıcıları Arasında Kitle İletişim Araçları Üzerinden Kullanılan Dilin Kişilerarası İletişim Bağlamında İncelenmesi</i>	45
E. Sahra ÖZTÜRK	45
<i>Yeni Medyada Mahremiyetin Estetikleştirilmesi: Ev Utancı Sendromu Bağlamında Mekânın Sosyo-Kültürel Dönüşümü</i>	47
Eda GEDİKOĞLU	47
<i>Sosyal Medyada Yapay Zekâ Tabanlı İçerik Öneri Sistemlerinin Kamusal Alan Algısına Etkisi</i>	49
Elif YILMAZ Gizem ÖLÇEKÇİLER	49
<i>Siyasal İletişimde Mitlerin Rolü: Maşa ile Kocaayı Çizgi Filmi Üzerinden İdeolojik İnşa</i> ...	50
Emine ÖZTÜRK TAŞAN	50
<i>Kişilerarası İletişim Aracı Olarak Yapay Zekâ Çevirisi</i>	52
Erdoğan ASLAN	52
<i>Çocukluk Çağı Travmalarının Bireyin Bağlanma Stilleri ve Dini Yönelimi İle İlişkisi</i>	53
Esma Betül ACAR	53

<i>Birey-İçi İletişimden Kişilerarası İletişime: Ters Yüz Filmi Çözümlemesi</i>	54
F. Yağmur DEMİREL.....	54
<i>Dijital Krizler Çağında Bireysel Dayanıklılık: Yeni Medya ve İletişim Psikolojisi Perspektifinden Kişisel Gelişim</i>	56
Fatih AYDIN	56
<i>Sosyal Medyanın Absürt Fenomenleri: “Hayrettin ile Kaos Show” Programının Baudrillard Simülasyon Kuramı Kapsamında Analiz Edilmesi.....</i>	57
Fatma AKKUŞ	57
<i>Dijital Platformlar ve Kültürel Deformasyon: Bir Çevrimiçi Oyun İncelemesi: Brawl Stars Oyununun Çocuklar Üzerindeki Etkisi</i>	59
Fatma YILDIRIM OSKAY.....	59
<i>Büyüyünce Hangi Kahraman Olacağım? Dezavantajlı Çocuklar ve Kişisel Gelişimleri.....</i>	61
Fatma YAMAN	61
<i>Sanal Kimliğin Söylemsel İnşası: Reddit Paylaşımlarında Dijital Göçün Psikososyal Yansımaları</i>	62
Ferit Mehmet EREN	62
<i>Alfa Kuşağı'nın Dijital Dünya İle Etkileşimlerinde Yeni Nesil Babaların Rolü</i>	63
Feyza YONTAR	63
<i>Kişilerarası İletişim Perspektifinden Dijital Medya Bağımlılığı ile Mücadele Süreçlerine Yaklaşım ve Çözüm Önerileri.....</i>	65
Firuze Selen ÇAĞLAR.....	65
<i>Kişisel Gelişim Sürecinde Risk ve Kriz Yönetimi: Bireysel Farkındalıktan Stratejik Dayanıklılığa</i>	67
Gizem ERDEM.....	67
<i>Öğrencilerin Sosyal Medya Platformu ve İçerik Alımlaması Üzerine Bir İnceleme: Tercihler, Gerekseller ve İfade Alanları</i>	68
Gülsün BOZKURT	68
<i>Hikâye Anlatıcılığı İletişim Etiği ve Kişilerarası İletişim Boyutunda Eleştirel Bir Analiz.....</i>	69
Habibe ÖZ.....	69
<i>Gerbner'in Ekme Kuramı Bağlamında 2025 Yılında Türk Televizyonlarında Yayına Giren Dizilerin Tematik Analizi</i>	71
Hasan Malik AYDINER.....	71
<i>Dijital Dönüşüm Sürecinin Endüstriyel Pazarlama Uygulamaları Üzerindeki Etkisi: Türkiye'deki Üretim Sektöründen Bir Örnek Olay İncelemesi.....</i>	73
Haşim ACAR.....	73
<i>Yapay Zekâ ile Ortaklaşa Konuşmak: Kişilerarası İletişimde Öneri Sistemleri ve Sessiz Katılımcılar.....</i>	74
Hatice TÜLÜN	74
<i>Yapay Zekâ Destekli Bilim İletişimi: Bireyin Bilgiyle Kurduğu İletişimin Dönüşümü</i>	76

Karolin Hiripsima HAÇIKOĞLU.....	76
<i>Akran Zorbalığını Yeniden Tanımlamak: Sonuç Odaklı ve Kurban Merkezli Alternatif Bir Yaklaşım Önerisi</i>	<i>78</i>
Kenan ŞAHİN, Emel POYRAZ	78
<i>“Appearance-Related Social Media Consciousness” Kavramının Türkçeye Çevirisinin Değerlendirilmesi.....</i>	<i>80</i>
Kevser KARAKÖSE TÜRK	80
<i>Sözün Sanata Dönüşümü: Yetişkinlere Yönelik Masal Anlatıcılığı Üzerine Kültürel Ve Sosyoekonomik Bir Değerlendirme</i>	<i>82</i>
Kevser TAŞLIK.....	82
<i>Yapay Zekanın Güzellik Algısı: Dove’un “The Code” Reklam Filmi Üzerine Eleştirel Bir İnceleme</i>	<i>84</i>
Kübra IŞIK	84
<i>Dijital Çağda Hakikat Krizi: Vatandaş Gazeteciliği, Dezenformasyon ve Toplumsal Etkileri</i>	<i>86</i>
Kübra TOKUŞ AYAR	86
<i>Psikolojik İletişim Bağlamında Kişilerarası Güvenin İnşası: Teorik Bir Yaklaşım ve Söylem Analizi</i>	<i>87</i>
Mahire AHMEDOVA	87
<i>Gürültü Çağında Sessiz Bir Yoksunluk: Dinleme.....</i>	<i>88</i>
Merve ÇATAL	88
<i>Sanal Bedenler, Gerçek Roller: Sohbet Botlarında Toplumsal Cinsiyetin Performatif Üretimi</i>	<i>89</i>
Merve TOSUN.....	89
<i>YouTube Türkiye Reklamlarının İletişim Psikolojisi</i>	<i>91</i>
Musa ŞİMŞEK	91
<i>Gazze Savaşının Medyadaki Yansıması: Siyonist İdeolojinin İnşası ve Propaganda Üretimi</i>	<i>92</i>
Mustafa ŞAHİN, Serhat ULAĞLI.....	92
<i>Yapay Zeka, İnsan ve İletişim: Etik ve Sosyal Sorumluluk Boyutları.....</i>	<i>93</i>
Özge ULUSOY	93
<i>Teknolojinin Sosyal İnşası Kuramı Bağlamında Dijitalleşme ve İletişim Pratiklerinin Eleştirel Değerlendirilmesi.....</i>	<i>95</i>
Özgür KÜTÜKÇÜ.....	95
<i>Instagram Influencerları Üzerinden Gösterişçi Tüketime Vebenci Okuması.....</i>	<i>97</i>
Özümsu ALAGÖZ	97
Merve ÇERÇİ SEVGİ.....	97
<i>Yapay Zekânın Üniversite Öğrencileri Üzerindeki Etkileri</i>	<i>98</i>
Rana PEKGÜZEL.....	98

<i>Havuçla Barışmak: Kişisel Gelişimle Anlamli Başarıya: Profesyonel Başarı ve Kişisel Gelişim Arasındaki İlişki.....</i>	99
Sena ERGÜN.....	99
<i>Türk Aile Yapısının Korunmasında “2025 Aile Yılı” Stratejisinin Önemi.....</i>	100
Sevim SAYIM MADAK	100
<i>Görünmeyen Zincirler: Sosyal İzolasyon ve Baskının Bireysel Gelişime Etkisi.....</i>	101
Sevgi YENİLMEZ	101
<i>Türk Toplum Yapılaşmasında Kadın Kimliğinin Önemi.....</i>	102
Sümevra MACİT.....	102
<i>Farklı Kuşaklar Arasında Mahremiyet ve İletişim Kavramlarının Dönüşümü: Darülaceze Örneği</i>	103
Tuba AYDIN SEL	103
<i>Algoritmaların Vicdanı Var mı?: Yapay Zekâda Etik ve Sosyal Sorumluluk İkilemi</i>	105
Tuğçe GARİP	105
<i>Sembolik Etkileşimcilik Bağlamında Kültürlerarası Mizah: Yapay Zeka Tarafından Üretilen İtalyan Brain Rot Akımı Üzerine Bir Değerlendirme.....</i>	106
Tutku Yağmur AKSOY	106
<i>Frankfurt Okulu Bağlamında Yapay Zeka ile Tasarım Eğitimi</i>	108
Volkan Davut MENGİ	108
<i>İletişimde Yapay Zeka: Verimlilik, Kişiselleştirme ve Etik Zorluklar</i>	110
Yasemin AKDEMİR	110
<i>Dış Politikanın Ulusal Marka Değerine Etkisi: Türkiye Örneği</i>	112
Yağız Berk ULAĞLI	112
<i>Sosyal Medyada Kimlik İnşasının Bilgi Güvenliği Açısından İncelenmesi: Paylaşan Ebeveynlik (Sharenting) Örneği.....</i>	113
Zeynep AKDOĞAN	113
<i>Sempozyum Programı</i>	115

İletişim Üzerine

İletişim; yüzeyde görünen sözcüklerin ötesine geçerek, ilişkilerin görünmeyen derinliğini tartışmaya açtığı bir düşünce ve paylaşım alanıdır. Bu sempozyum, sadece bireyler arası bilgi alışverişini değil, aynı zamanda benliğin ötekiyle temasını, duygunun beden bulduğu anları, sessizliğin dil kadar konuşkan olduğu bağlamları mercek altına alır.

Bugün, anlamın hızla üretildiği ama bir o kadar da tüketildiği bir çağda yaşıyoruz. Dijital çağın dayattığı hız, süreklilik ve erişilebilirlik, kişilerarası iletişimi kolaylaştırırken aynı zamanda yüzeyselleştirebiliyor. Tam da bu noktada, bu sempozyum bir durma, düşünme ve derinleşme çağrısı işlevini üstlenmiştir. İletişimi yalnızca konuşulanlar üzerinden değil, konuşulamayanlar, ima edilenler, suskunluklar ve yanlış anlaşılmalardan da anlamaya çalışıyoruz. Çünkü iletişim, yalnızca mesaj değil; bağlamdır, niyettir, güçtür, direniştir, var oluş biçimidir.

Bu sempozyum bu sürecin eleştirel bir yüzleşmeye kapı aralamasını amaçlayarak yola çıktı. Akademik dilin, mesleki kalıpların ya da gündelik tekrarların içinde sıradanlaşıp görünmezleşen kavramlara yeniden bakmak; onları arındırmak, sorgulamak ve yeniden anlamlandırmak bu sempozyumun temel niyeti olmuştur. Zira bir kavram ne kadar sık dile gelirse, anlamı o kadar silikleşebilir; tekrar, kimi zaman hakikatin üzerini örtebilir.

Bu sempozyum; iletişimin çok katmanlı doğasını merkeze alarak, psikoloji, sosyoloji, felsefe, medya çalışmaları ve performans sanatları gibi farklı disiplinlerle kesişen bir düşünme hattı sunmaktadır. Kimi oturumlar duygusal emeği, kimileri dijital ortamda benlik sunumunu, bazıları ise sözcüklerin ötesindeki sessiz bağları tartışmaya açıyor. Her biri, kişilerarası iletişimi yalnızca bir teknik değil, bir varoluş hali olarak değerlendirmeye davet ediyor.

Bu kitapçık, sempozyum boyunca paylaşılan bilgi ve deneyimlerin bir hafızasını tutmayı amaçlıyor. Akademik üretimin sabitlenmiş hallerinden çok, düşünsel devinimlerin ve kolektif aklın izlerini taşımayı hedefliyor.

Katkı sunan, düşünen, tartışan, sorgulayan ve birlikte üreten herkese içten teşekkürlerimizle...

Prof. Dr. Ebru ÖZGEN
Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Bölüm Başkanı

ÖNSÖZ

Kişilerarası iletişim, yalnızca bireyler arasında gerçekleşen basit bir mesaj alışverişinden ibaret değildir. Tam aksine, toplumsal yapılar, kültürel kodlar, teknolojik yenilikler ve psikolojik dinamiklerle sürekli etkileşim halinde olan çok boyutlu bir süreçtir. Bugünün dünyasında bu süreç, dijitalleşmenin hız kazandığı, yapay zekâ teknolojilerinin günlük yaşamın parçası haline geldiği ve küresel ölçekte iletişim ağlarının yoğunlaştığı bir bağlamda yeniden tanımlanmaktadır. Bu dönüşüm, iletişim araştırmalarının geleneksel sınırlarını aşmasını ve disiplinlerarası yaklaşımlarla zenginleşmesini zorunlu kılmaktadır.

Bu perspektiften hareketle düzenlenen “I. Ulusal Kişilerarası İletişim Sempozyumu”, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi ev sahipliğinde 29-30 Mayıs 2025 tarihlerinde gerçekleştirilmiş ve iletişim bilimi alanında önemli bir akademik platform oluşturmuştur. Sempozyumun temel amacı, güncel araştırmaları bir araya getirerek hem kuramsal bilgi birikimine hem de uygulama alanlarına katkı sağlamak, aynı zamanda iletişim biliminde geleceğe dönük açılımlar için ortak bir zemin oluşturmaktır.

Sempozyumda 15 panel ve çok sayıda bildiri ile geniş bir konu yelpazesi ele alınmıştır. Bu oturumlar, yalnızca kişilerarası iletişim kuramlarıyla sınırlı kalmamış, iletişimin teknolojik, kültürel, siyasal ve psikolojik boyutlarını da kapsayan bir bütünlük içinde tasarlanmıştır. İlk oturumlarda, dilin ve anlamın inşasına odaklanan bildiriler, Habermas’ın kamusal alan kuramı, Teknolojinin Sosyal İnşası ve eleştirel medya kuramları çerçevesinde yeniden yorumlanmıştır. Yapay zekâ çeviri sistemleri ve söylem çözümlemeleri gibi konular hem yerel hem de küresel bağlamda tartışmaya açılmıştır. Dijital bağımlılık, sosyal medya fenomenleri, kimlik performansı ve siber zorbalık gibi olgular, çağdaş iletişim teorileri ve sosyal psikoloji perspektifinden incelenmiştir. Özellikle dijitalleşmenin toplumsal etkileri, küresel literatürle karşılaştırmalı biçimde değerlendirilmiş ve Türkiye bağlamına özgü ampirik veriler sunulmuştur.

Sağlık İletişimi ve Psikososyal Etkileşimler başlıklı davetli konuşmacılarımızın yer aldığı oturumumuzda hekim-hasta iletişim modelleri, pozitif psikoloji yaklaşımları ve sağlık kurumlarının iletişim stratejileri gibi konular, disiplinlerarası bir yaklaşımla ele alınmış hem klinik süreçlerde hem de kurumsal yönetimde iletişimin kritik rolü vurgulanmıştır. Bu oturuma davetimize yanıt veren, sağlık alanındaki değerli çalışmalarını iletişim perspektifinden bizlere aktaran KBB Baş Boyun Cerrahisi Uzman Hekimi Sayın Prof. Dr. Yıldırım Ahmet BAYAZIT, Yedikule Göğüs Hastalıkları ve Göğüs Cerrahisi Eğitim ve Araştırma Hastanesi Başhekimi Sayın Prof. Dr. Nurettin YİYİT, Kardiyoloji ve Kalp Damar Cerrahisi Akademisi Kalp Damar ve Cerrahisi Uzmanı Sayın Prof. Dr. Bingür SÖNMEZ ve Bayrampaşa

Hastanesi Başhekimisi Sayın Doç. Dr. Adnan HUT hocalarımıza teşekkürü bir borç bilirim.

Siyasal iletişim ve toplumsal yapıları ele aldığımız oturumumuzda siyasal kampanya söylemlerinin göstergebilimsel çözümlemeleri, terör örgütlerinin iletişim stratejileri ve ulusal marka inşası gibi çalışmalar, siyasal ikna ve ideolojik inşâ süreçlerini iletişim biliminin teorik çerçevesi içinde değerlendirmiştir. Yapay zekâ destekli içerik üretimi, öneri sistemleri ve etik sorunlar üzerine yoğunlaşan oturumlar, iletişimde teknolojik dönüşümün etik ve toplumsal etkilerini tartışmaya açmıştır. Bu alandaki bildiriler, yalnızca yerel uygulamaları değil, aynı zamanda küresel araştırma trendlerini de dikkate alarak önemli bir referans niteliği taşımaktadır. İletişim psikolojisi, nöroplastisite, bireysel dayanıklılık ve empati gibi konuların işlendiği oturumlarda ise kişilerarası iletişimin içsel boyutlarını nörobilimsel verilerle destekleyen metodolojik yaklaşımlar önerilmiştir.

Sempozyum, yöntemsel açıdan da dikkate değerdir. Nitel ve nicel yaklaşımların yanı sıra karma yöntem çalışmalarına da yer verilmiş; söylem analizi, göstergebilim, deneysel tasarımlar ve veri madenciliği gibi farklı metodolojiler kullanılmıştır. Bu çeşitlilik, iletişim biliminde hem teorik tartışmaları hem de pratik çözüm önerilerini zenginleştirmiştir. Sempozyum, her ne kadar ulusal düzeyde düzenlenmiş olsa da tartışılan konular ve kullanılan yöntemler itibarıyla uluslararası literatürle güçlü bir uyum içindedir. Yapay zekâ, dijital medya, siyasal iletişim ve sağlık iletişimi gibi küresel gündemi belirleyen temalar, Türkiye bağlamında özgün örneklerle analiz edilmiş ve böylece hem yerel hem de evrensel düzeyde katkı sağlayan bir bilgi üretimi gerçekleştirilmiştir. Bu sempozyumun çıktılarının, gelecekte düzenlenecek ulusal ve uluslararası toplantılara model oluşturması ve iletişim biliminin disiplinlerarası gelişimine yön veren önemli bir kilometre taşı olması hedeflenmektedir.

Teşekkür

Bu etkinliğin hayata geçirilmesinde katkı sunan tüm oturum başkanlarına, bildirileriyle sempozyumu zenginleştiren değerli araştırmacılara, destek veren kurum ve kuruluşlara, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi yönetimine ve organizasyon ekibine teşekkür ederim. Bu sempozyumun, yalnızca akademik bir etkinlik olarak kalmayıp, iletişim bilimi alanında teorik açılımlara ve metodolojik yeniliklere ilham veren bir referans noktası olması en büyük temennimizdir.

Prof. Dr. Serhat ULAĞLI
Sempozyum Başkanı

SEMPOZYUM HAKKINDA

I. ULUSAL KİŞİLERARASI İLETİŞİM SEMPOZYUMU

Dünyada meydana gelen sosyo-politik olaylar ve yaşanan dijital dönüşüm, uygarlık tarihinde çok büyük değişikliklere neden olmaktadır. Bir yanda küresel sermaye tarafından şekillendirilen jeopolitik stratejiler, diğer yanda sosyal medyanın yaygınlaşması ile ulusal/kültürel kimliklerin yerini, dijital vatandaşlık gibi ucu açık tanımlamalara bırakması ve yapay zekanın da hızlı yaygınlaşması ile sadece insan ilişkilerinde değil kültürlerarası ve uluslararası iletişimde de büyük değişimlere/dönüşümlere neden olmaktadır. Bu dönüşümü doğru okuyabilmek, kitlesel itaat kültürü üzerine kurulan yeni dünya düzeninde bireyi/kültürü ve kimliği koruma adına bir zorunluluk haline gelmiştir.

Bu bağlamda, dijital dönüşümün kişilerarası iletişime etkilerini anlamak, yapay zekâ ve sosyal medya gibi teknolojilerin iletişim pratiklerini nasıl dönüştürdüğünü analiz etmek ve bu süreçte bireyin kimlik, kültür ve özgürlük alanlarını korumaya yönelik iletişim stratejileri geliştirmek lisansüstü düzeydeki çalışmalar için kritik bir öneme sahiptir. Söz konusu dönüşümü anlamak ve kişilerarası iletişim alanında yeni perspektifler sunmak ve disiplinlerarası bir yaklaşımla bu konuları ele almak amacıyla Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından I. ULUSAL KİŞİLERARASI İLETİŞİM SEMPOZYUMU düzenlenmesi planlanmıştır.

Bu sempozyumda, iletişim çalışmalarında çeşitli alt konularda araştırmalar yapan araştırmacıları ve lisansüstü öğrencileri bir araya getirerek öğrencilerin akademik, sosyal ve kültürel gelişimlerini desteklerken, disiplinlerarası yapısı ile yeni yaklaşımların da tartışılabileceği bir ortam hazırlanması amaçlanmaktadır. Aynı zamanda gelecekte düzenlenebilecek akademik faaliyetler için ortak bir platforma zemin hazırlamak hedeflenmektedir.

Sempozyum, başta iletişim bilimleri alanında eğitim alan lisansüstü öğrencileri olmak üzere, sosyal bilimlerde iletişim, sosyoloji, felsefe, sosyal psikoloji, siyaset bilimi, psikoloji ve daha fazlası dahil olmak üzere birçok disiplinden akademisyenlerin, araştırmacıların ve lisansüstü öğrencilerinin başvuruları ve katılımlarına açıktır.

BİLDİRİ ÖNERİLERİ

Bildiri Gönderimi ve Tarihler

- Bildiri başlığı, yazarın adı, unvanı, kurumu ve iletişim bilgileri açıkça belirtilmelidir.
- Bildiri özeti en fazla **500 kelime** olmalı; ayrıca **3-5 anahtar kelime** içermelidir.
- Özet metni şu biçimsel özelliklere uygun olarak hazırlanmalıdır: **Times New Roman**, 12 punto, **1.5 satır aralığı**, 2 cm kenar boşlukları.

Bildiri Özeti Son Gönderim Tarihi: 9 Mayıs 2025

Sempozyum Programının İlanı: 23 Mayıs 2025

Sempozyum 29-30 Mayıs tarihlerinde, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde gerçekleşecektir.

Bildiri Özeti Gönderimi ve Her Türlü Görüş Öneri İçin:
kisilerarasi-sempozyum@marmara.edu.tr

SEMPOZYUM DÜZENLEME KURULU

ORGANİZASYON KOMİTESİ

SEMPOZYUM BAŞKANI

Prof. Dr. Serhat ULAĞLI

DÜZENLEME KURULU

Prof. Dr. Mehmet Emin BABACAN (Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. Ebru ÖZGEN (Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. Serhat ULAĞLI (Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. Emel POYRAZ (Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. Giray Saynur DERMAN (Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. Şeyda AKYOL (Marmara Üniversitesi)

Doç. Dr. Ayşe Müge YAZGAN (Marmara Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Gülден DEMİR (İstanbul Nişantaşı Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Serhan TEZGEÇ (Marmara Üniversitesi)

Öğr. Gör. Mustafa Çağrı DEMİR (Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)

Öğr. Gör. Yasemin AKDEMİR (Kocaeli Sağlık ve Teknoloji Üniversitesi)

Beyza KILINÇ (Marmara Üniversitesi, S.B.E Doktora Öğrencisi)

Esmâ Betül ACAR (Marmara Üniversitesi, S.B.E Doktora Öğrencisi)

Haşim ACAR (Marmara Üniversitesi, S.B.E Doktora Öğrencisi)

Kevser KARAKÖSE TÜRK (Marmara Üniversitesi, S.B.E Doktora Öğrencisi)

Mahire AHMEDOVA (Marmara Üniversitesi, S.B.E Doktora Öğrencisi)

Orhan Doğuş YILMAZ (Marmara Üniversitesi, S.B.E Doktora Öğrencisi)

Aynur BİRESA (Marmara Üniversitesi, S.B.E Yüksek Lisans Öğrencisi)

Fatma YILDIRIM OSKAY (Marmara Üniversitesi, S.B.E Yüksek Lisans Öğrencisi)

Kevser TAŞLIK (Marmara Üniversitesi, S.B.E Yüksek Lisans Öğrencisi)

Tuğba KEZER (Marmara Üniversitesi, S.B.E Yüksek Lisans Öğrencisi)

SEMPOZYUM BİLİM KURULU

Prof. Dr. Mehmet Emin BABACAN (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Ebru ÖZGEN (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Serhat ULAĞLI (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Ebru GÜZEL (İstanbul Beykent Üniversitesi)
Prof. Dr. Ece BABAN (İstanbul Beykent Üniversitesi)
Prof. Dr. Emel POYRAZ (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Enderhan KARAKOÇ (Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi)
Prof. Dr. Giray Saynur DERMAN (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Mine DEMİRTAŞ (İstanbul Beykent Üniversitesi)
Prof. Dr. Serra İnci ÇELEBİ (İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi)
Prof. Dr. Sıdika Gözde DEDEOĞLU (İstanbul Nişantaşı Üniversitesi)
Prof. Dr. Şeyda AKYOL (Marmara Üniversitesi)
Doç. Dr. Ayşe Müge YAZGAN (Marmara Üniversitesi)
Doç. Dr. Duygu AYDIN ASLANER (İstanbul Kent Üniversitesi)
Doç. Dr. Gülsün BOZKURT (İstanbul Nişantaşı Üniversitesi)
Doç. Dr. Nagihan ÇAKAR (İstanbul Topkapı Üniversitesi)
Doç. Dr. Şeyda BARLAS BOZKUŞ (Marmara Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Amine TUĞ KIZILTOPRAK (Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Çağrı KARA (İstanbul Kent Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Gülден DEMİR (İstanbul Nişantaşı Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Serhan TEZGEÇ (Marmara Üniversitesi)
Dr. Caner YAZICIOĞLU
Dr. Sevim SAYIM MADAK (Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Bakan Yardımcısı)
Firuze Selen ÇAĞLAR

İLETİŞİM KOORDİNATÖRLÜĞÜ

İLETİŞİM KOORDİNATÖRLÜĞÜ

Arş. Gör. Yasin YAVUZ (Marmara Üniversitesi), Arş. Gör. Gazel HAN
(Marmara Üniversitesi)

Fatma YILDIRIM OSKAY, Kevser TAŞLIK

MAİL: kisilerarasi-sempozyum@marmara.edu.tr

TEL: O (551) 211 13 86

PANELLER VE MODERATÖRLER

Panel 1: İletişimde Dil ve Anlam

Oturum Başkanı: Prof. Dr. Erdiñ ASLAN, Marmara Üniversitesi

Panel 2: Dijitalleşme

Oturum Başkanı: Prof. Dr. Emel POYRAZ, Marmara Üniversitesi

Panel 3: Sağlık İletişimi ve Psikososyal Etkiler

Oturum Başkanı: Prof. Dr. Serhat ULAĞLI, Marmara Üniversitesi

Panel 4: Siyasal İletişim

Oturum Başkanı: Prof. Dr. Serhat ULAĞLI, Marmara Üniversitesi

Panel 5: Dijital Medya I

Oturum Başkanı: Prof. Dr. Ece BABAN, İstanbul Beykent Üniversitesi

Panel 6: Toplum, Medya ve Kurumlar

Oturum Başkanı: Prof. Dr. Ebru GÜZEL, İstanbul Beykent Üniversitesi

Panel 7: Psikolojik Dinamikler ve İletişim I

Oturum Başkanı: Prof. Dr. Mine DEMİRTAŞ, İstanbul Beykent Üniversitesi

Panel 8: Dijital Medya II

Oturum Başkanı: Dr. Öğr. Üyesi Gülden DEMİR, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi

Panel 9: Aile ve Kuşaklar

Oturum Başkanı: Prof. Dr. Serra İnci ÇELEBİ, İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi

Panel 10: İletişimde Yapay Zeka I

Oturum Başkanı: Doç. Dr. Ayşe Müge YAZGAN, Marmara Üniversitesi

Panel 11: Algı ve Etkileşim

Oturum Başkanı: Doç. Dr. Duygu AYDIN ASLANER, İstanbul Kent Üniversitesi

Panel 12: İletişimin Dönüşen Pratikleri

Oturum Başkanı: Prof. Dr. Şeyda AKYOL, Marmara Üniversitesi

Panel 13: İletişimde Yapay Zeka II

Oturum Başkanı: Doç. Dr. Şeyda BARLAS BOZKUŞ, Marmara Üniversitesi

Panel 14: Psikolojik Dinamikler ve İletişim II

Oturum Başkanı: Doç. Dr. Nagihan ÇAKAR, İstanbul Topkapı Üniversitesi

Panel 15: Psikolojik Dinamikler ve İletişim III

Oturum Başkanı: Dr. Öğr. Üyesi Serhan TEZGEÇ, Marmara Üniversitesi

BİLDİRİ ÖZETLERİ

Çocuk Edebiyatı ve Çocuk Sinemasının Çocukların Kişisel Gelişimine Etkileri Üzerine Bir Değerlendirme

Ali EKREN *

Çocukların kişisel gelişimi; zihinsel, duygusal, sosyal ve ahlaki yönleriyle bütüncül bir süreçtir. Bu gelişim sürecinde çocuk edebiyatı ve çocuk sineması gibi kültürel araçlar önemli birer rol oynamaktadır. Doğru seçilmiş kitaplar ve nitelikli filmler, çocuklara hem bilgi hem de duygu aktarımı sağlayarak onların iç dünyalarını zenginleştirmekte; aynı zamanda empati, değer bilinci ve toplumsal farkındalık kazandırmaktadır.

Çocuk edebiyatı, çocukların dil gelişimini destekler, kelime dağarcığını zenginleştirir ve düşünme becerilerini geliştirir. Hikâyelerdeki karakterler ve olay örgüleri, çocukların sebep-sonuç ilişkisi kurmasına ve olayları çok yönlü değerlendirmesine katkı sağlar. Ayrıca masallar ve fantastik öyküler çocukların hayal gücünü besler, yaratıcılıklarını teşvik eder. Ahlaki mesajlar içeren edebi metinler, çocuklara doğru–yanlış ayrımı, sorumluluk, dürüstlük gibi değerleri dolaylı yoldan kazandırır. Bununla birlikte, bazı klasik anlatılarda yer alan cinsiyetçi kalıplar ya da korku unsurları, çocuğun gelişimini olumsuz etkileyebilecek içerikler barındırabilir.

Çocuk sineması da benzer şekilde görsel ve işitsel öğeler aracılığıyla çocuğun duygusal ve sosyal gelişimine katkıda bulunur. Filmlerdeki karakterler, olaylar ve çatışmalar üzerinden çocuklar empati kurmayı, farklı bakış açılarını anlamayı ve duygularını tanımlamayı öğrenebilir. Özellikle animasyon filmler, renkli ve dikkat çekici yapılarıyla çocukların ilgisini çekmekte; aynı zamanda çevre bilinci, dayanışma, cesaret gibi kavramları da işleyebilmektedir. Ancak sinema alanında da şiddet içeren sahneler, tüketim kültürünü özendiren içerikler veya aşırı fantastik anlatımlar çocukların gerçeklik algısını zedeleyebilir.

Bu bağlamda, çocuklara sunulan edebi ve sinemasal içerikler pedagojik açıdan süzgeçten geçirilmeli; yaşa, gelişim düzeyine ve bireysel ihtiyaçlara uygun olarak sunulmalıdır. Ebeveynlerin ve eğitimcilerin rehberliğiyle desteklenen bilinçli içerik seçimi, çocukların kişisel gelişiminde olumlu ve kalıcı etkiler yaratacaktır.

Anahtar Kelimeler: Çocuk Edebiyatı, Çocuk Sineması, Kişisel Gelişim, Medya Okuryazarlığı, Pedagojik İçerik

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı, ekren.ali97@gmail.com

Sürdürülebilir İş Uygulamaları ile Çalışan İlişkileri Arasındaki Etkileşimde Kurumsal İletişimin Aracı Rolü: Birleşik Krallık Yiyecek ve İçecek Sektöründe Nicel Bir Analiz

Ali Eren BALIKEL *

Sürdürülebilirlik kavramı, son yıllarda yalnızca çevresel ve ekonomik performansla sınırlı bir alan olmaktan çıkarak, kurumların içsel dinamiklerini şekillendiren çok yönlü bir stratejik unsur haline gelmiştir. Bu bağlamda, sürdürülebilir uygulamaların çalışan tutumları ve davranışları üzerindeki etkisini incelemek, özellikle yüksek rekabet ortamına sahip sektörlerde kurumsal başarı açısından hayati önem taşımaktadır. Bu çalışma, Birleşik Krallık'taki yiyecek ve içecek sektöründe sürdürülebilir iş uygulamaları ile çalışan ilişkileri arasındaki ilişkiyi, çalışan katılımı ve iş tatmini değişkenleri üzerinden analiz etmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, kurumsal iletişimin bu ilişki üzerindeki olası aracı rolü de değerlendirilmiştir.

Araştırma nicel yöntem yaklaşımıyla tasarlanmıştır. Örneklem, Birleşik Krallık genelinde faaliyet gösteren ve sürdürülebilirlik uygulamalarını aktif olarak benimseyen 5 farklı yiyecek ve içecek tedarik şirketinden rastgele örneklem yöntemiyle seçilen 500 çalışanı kapsamaktadır. Veriler, 5'li Likert tipi ölçeklerle yapılandırılmış anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Anket Örgütsel Sürdürülebilirlik Ölçeği (Gültekin ve Argon, 2020), Çalışan Katılımı Ölçeği (Kahnweiler ve Thompson, 2000) ve Minnesota İş Tatmini Ölçeği kısa formu olmak üzere üç temel ölçekten oluşmaktadır. Kurumsal iletişim düzeyini ölçmek için ise Kurumsal İletişim Ölçeği (Tekin, 2015) kullanılmıştır. Veriler SPSS kullanılarak analiz edilmiştir.

Yapılan Pearson korelasyon analizlerine göre örgütsel sürdürülebilirlik uygulamaları ile çalışan katılımı arasında yüksek düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Benzer şekilde, örgütsel sürdürülebilirlik uygulamaları ile iş tatmini arasında da pozitif ve anlamlı bir ilişki gözlemlenmiştir. Çoklu regresyon analizi sonuçları da örgütsel sürdürülebilirlik uygulamalarının çalışan katılımı ve iş tatmini üzerinde güçlü ve anlamlı bir etkinin olduğunu göstermiştir. Yapılan analizler sonucunda kurumsal iletişimin, sürdürülebilirlik uygulamaları ile iş tatmini ve çalışan katılımı arasındaki ilişki üzerinde kısmi aracılık (partial mediation) rolü üstlendiği belirlenmiştir.

Elde edilen bulgular, sürdürülebilirlik uygulamalarının yalnızca çevresel ve ekonomik performansa katkı sunmakla kalmayıp, aynı zamanda kurumların insan kaynağı yönetiminde de stratejik bir rol üstlendiğini göstermektedir. Sürdürülebilirliğe önem veren işletmelerin çalışanları, daha yüksek düzeyde kurumsal bağlılık, motivasyon ve iş doyumunu sergilemektedir. Bu durum, sürdürülebilirliğin içsel organizasyonel bağları güçlendirdiğini ve çalışan ilişkilerini

* Dr., İstanbul Kent Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9739-9729> alieren.balikel@kent.edu.tr

olumlu yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Ayrıca kurumsal iletişim, bu etkileşimin başarısında kritik bir rol oynamakta; işletme politikalarının, hedeflerinin ve değerlerinin çalışanlara açık ve şeffaf biçimde iletilmesi, bu değerlerin benimsenmesini kolaylaştırmakta ve çalışanlar arasında aidiyet duygusunu artırmaktadır.

Sonuç olarak, sürdürülebilir iş uygulamalarının kurumsal iletişim stratejileriyle desteklenerek iş modellerine entegre edilmesi, yiyecek ve içecek sektöründe işgücü bağlılığını ve memnuniyetini artırmakta, bu da çalışan devir oranlarını azaltarak kurumsal verimliliği doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda sürdürülebilirlik, yalnızca dışsal yükümlülükleri yerine getirme aracı değil, aynı zamanda içsel organizasyonel bütünlüğü ve performansı destekleyen temel bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Kurumsal İletişim, Çalışan Katılımı, İş Memnuniyeti

Medyanın Gelenekselden Dijitale Dönüşümüyle Birlikte Değişen İletişim Pratikleri ve Kültürel Deformasyon

Ayla ACAR*

Bir üst yapı kurumu olarak kitle iletişim araçlarını ve bu araçların ortaya koyduğu iletişim sürecini mevcut toplumsal ve siyasal sistemin dışında tutmak mümkün değildir. Bu özellikleriyle geçmişte geleneksel medya ve günümüzde ise gündelik yaşamın olmazsa olmaz bir parçası haline gelen ve kişilerarası iletişim pratiklerini değiştirip dönüştüren sosyal medya, kültürel değişimi de beraberinde getirmiştir. Türkiye’de 1970’lerde kamu yayıncılığı çerçevesinde sürdürülen televizyon yayınları, 1980’li yılların neo liberal politikaları doğrultusunda medyanın değişen mülkiyet yapısıyla birlikte ticari yayıncılığın etkisi altına girmiştir. 1960’lı yıllarda ABD’de askeri amaçlarla tohumları atılan internet sistemi, 1990’larda World Wide Web-Dünya Çapında Ağ ile tüm dünyada erişime açılmıştır. Enformasyon ve iletişim teknolojilerindeki bu gelişmeler sonucunda Facebook, X (Twitter), Instagram, Whatsapp gibi platformlar, zaman ve mekân sınırlarının ötesine geçerek kişilerarası iletişime hız kazandırırken, aynı zamanda sosyalleşmenin temel unsurlarından biri olan yüz yüze iletişimi de giderek etkisiz hale getirmiştir. Ancak, günümüzde sosyal platformlar üzerinden yürütülen kişilerarası iletişim, bireylerin sosyalleşme ihtiyacına yeterli cevap verememektedir. İletişimin dijitalleşmesi ve küreselleşme, küresel kültür adı altında yeni bir hegemonya alanı yaratmıştır. Bu bağlamda iletişim dilindeki bozulma, yabancı kelimelerin istilasına uğrayan dildeki deformasyon gerek metinsel gerekse görsel paylaşımlarla zedelenen özel alan ve kişisel mahremiyet, küresel kültürün dayattığı tüketim kültürü ve beraberinde getirdiği teşhir, dijital medyayla birlikte değişen iletişim ve gündelik yaşam pratikleri, kültürel deformasyonu da beraberinde getirmektedir. Bu çalışma, literatür taramasıyla birlikte sosyal medya kullanıcılarının metinsel ve görsel paylaşımları üzerinden değişen iletişim pratiklerini ve bunun sonucunda ortaya çıkan kültürel deformasyonu açıklamayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kişilerarası İletişim, Kültür, Sosyal Medya, Kültürel Deformasyon

* Dr. Öğretim Üyesi, Esenyurt Üniversitesi, Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi, aylaacar@esenyurt.edu.tr

Dijital Çağda Çalınan Dikkat ve Johann Hari'nin Perspektifinden Modern Toplumda Odaklanma Sorununun Bilişsel ve Psikolojik Dinamikleri

Aynur BİRESA*

Dijitalleşmenin insan zihninde yarattığı değişim, özellikle dikkat ve odaklanma becerileri üzerinden çok katmanlı bir sorun halini almıştır. Bu çalışma, gazeteci-yazar Johann Hari'nin Çalınan Dikkat adlı eserini temel alarak modern bireyin dikkat dağınıklığını bilişsel, psikolojik, teknolojik ve toplumsal düzlemlerde irdelemektedir. Günlük yaşamın giderek artan uyarıcı yoğunluğu, bireylerin derin düşünme, sürdürülebilir dikkat ve üretkenlik kapasitelerini zayıflatmaktadır. Özellikle sosyal medya uygulamalarının dikkat ekonomisine dayalı tasarımları, bireyin odağını manipüle ederek zihinsel kaynaklarını sistematik biçimde sömürmektedir.

Bu bağlamda çalışmada, dijital dikkat krizi çok yönlü bir söylem analizi ile incelenmektedir. Johann Hari'nin söylemleri, dikkat dağınıklığını sadece bireysel bir irade eksikliği değil, aynı zamanda küresel sistemin yönlendirdiği bir dikkat sömürüsü olarak çerçevelemektedir. Kitapta geçen “dikkatin çalınması” metaforu, bireyin teknoloji karşısındaki edilgen konumuna dikkat çekerken; bu analizde, söylem çözümlemesiyle yazarın dikkat, özgürlük ve kontrol temsilleri detaylı biçimde çözümlenmiştir.

Çalışmada yalnızca dikkat dağınıklığının nedenlerine değil, sonuçlarına ve çözüm yollarına da yer verilmektedir. Bilhassa dikkat becerilerinin sadece bireysel değil, toplumsal işlevsellik için de elzem olduğu vurgulanmıştır. Demokratik katılım, iklim krizine yönelik uzun vadeli stratejiler ve toplumsal empati gibi karmaşık sosyal süreçler, ancak sürdürülebilir odakla mümkündür. Johann Hari'nin kişisel deneyimleriyle desteklenen örnekler üzerinden, bireysel çözüm önerileri (dijital detoks, mindfulness, tek görev odaklı çalışma vb.) ile yapısal dönüşüm ihtiyacı (yasalar, tasarım etiği, medya okuryazarlığı) birlikte değerlendirilmiştir.

Bununla birlikte çocuklar üzerinde yapılan gözlemler ve araştırmalarla da dikkat eksikliği tanılarındaki artışa yer verilmiştir. Hari'nin vurguladığı gibi, serbest oyun alanlarının azalması, ekran maruziyetinin artması ve akademik baskının yükselmesi çocukların dikkat gelişimini sekteye uğratmaktadır. Çalışmada bu bağlamda Peter Gray ve Maryanne Wolf gibi isimlerin kuramsal katkılarına da atıfla, dikkat becerisinin doğuştan değil, çevresel koşullarla şekillenen bir yeti olduğu ifade edilmiştir.

Sonuç olarak bu bildiri, dijital çağın bireysel farkındalık kadar yapısal farkındalık da gerektiren bir dikkat krizine sürüklendiğini göstermektedir. Söylem analizi yaklaşımıyla Hari'nin dikkat metaforları incelenmiş; dikkat yitiminin sadece psikolojik değil, kültürel ve politik sonuçları da

* Tezli Yüksek Lisans Programı Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sos.Bil.Enst., Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı, bireasaaynur2012@gmail.com

olduğu ortaya konmuştur. Dijital teknolojilerin tasarımında etik, çocuk gelişiminde oyun ve doğa temelli destekler, dikkat becerisini koruma adına temel öneriler arasında yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dikkat Ekonomisi, Dijital Tükenmişlik, Johann Hari, Odaklanma, Zihinsel Yorgunluk

2024 Yerel Seçimlerinde Kullanılan Reklam Filmlerinin Göstergebilimsel Analizi: Ak Parti'nin “Hatıran Yeter” ve Chp'nin “İşimiz Gücümüz Türkiye” Örneği

Ayşe Amine TUĞ KIZILTOPRAK*

Medya, bireylerin gündelik yaşam pratiklerinden siyasal tercihlerine kadar uzanan çeşitli alanları biçimlendirmede kritik rol oynayan güçlü bir iletişim aracıdır. Özellikle siyasal iletişim alanında medya, siyasal aktörlerle seçmen arasındaki etkileşimin kurulduğu temel bir mecra hâline gelmiştir. 20. yüzyılın sonlarından itibaren yaşanan hızlı teknolojik gelişmeler, siyasal söylem stratejilerini ve siyaset yapma biçimlerini önemli ölçüde dönüştürmüştür. Bu bağlamda siyasal reklamlar, seçmenleri bilgilendirme, ikna etme ve adayları tanıtmaya işlevleriyle öne çıkan stratejik araçlar hâline gelmiş ve siyasal aktörler tarafından yaygın biçimde kullanılmaya başlanmıştır. Siyasal reklamların etkili olabilmesi, yalnızca içeriklerine değil, aynı zamanda iletim biçimlerine de bağlıdır. Renk paletleri, müzik seçimleri, giyim tarzı ve insan ilişkilerinin temsili gibi görsel ve işitsel unsurlar, seçmenlerin duygularına hitap ederek bilinçdışı algı mekanizmaları aracılığıyla siyasal tutumlarını etkilemede belirleyici rol oynamaktadır. Bu çalışma, 2024 Türkiye yerel seçimleri sürecinde yayımlanan iki siyasal reklam filmini; Adalet ve Kalkınma Partisi'ne (AKP) ait *Hatıran Yeter* ve Cumhuriyet Halk Partisi'ne (CHP) ait *İşimiz Gücümüz Türkiye* göstergebilimsel bir yaklaşımla incelemektedir. Öncelikle, reklam, siyasal reklam ve göstergebilim kavramlarına ilişkin bir literatür taramasıyla kuramsal bir çerçeve oluşturulmuştur. Ardından her iki reklam filmi; yapısal bileşenleri, tematik içeriği ve özellikle gösteren-gösterilen unsurları temel alınarak analiz edilmiştir. Çalışmanın temel amacı, söz konusu iki siyasal reklam arasındaki göstergebilimsel farklılıkları ortaya koymaktır. Yapılan analizler, her iki partinin siyasal mesajlarını iletirken farklı görsel ve anlamsal stratejiler benimsediğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Göstergebilim, Yerel Seçim, Reklam Filmi, Medya, Siyasal Reklam, Ak Parti, Chp.

* Dr. Öğretim Üyesi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Bölümü, aakiziltoprak@aybu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-4929-4391>

Jurgen Habermas'ın Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü Işığında Yapay Zekâ İle İnsan Etkileşimi: Alara Turan Örneği

Ayşegül KIZILKAPLAN GÜLSEREN*

Toplumsal bütünleşmenin anahtar unsurlarından biri sayılan iletişim, tarihsel süreçte teknolojik gelişmelere paralel bir dönüşüm geçirmiştir. 21. yüzyılın dijital devrimiyle birlikte iletişim, dijital ortamlarda gerçekleşen çok boyutlu bir sürece evrilerek “İletişim 4.0” kavramıyla ifade edilmiştir. Sosyal medya, bireylerin sosyal ilişkilerinden yaşam tarzlarına kadar pek çok alanı yeniden şekillendirirken, yapay zekânın yükselişiyle birlikte “Yapay Zekâ İletişimi” olarak adlandırılan yeni bir etkileşim biçimi de ortaya çıkmıştır.

Habermas'ın iletişimi toplumsal bütünleşmenin ve rasyonel tartışmanın temeli olarak görmesi, bu dönüşümleri değerlendirmede kuramsal bir zemin sunmaktadır. Geleneksel kamusal alanların yerini dijital platformların almasıyla, toplumsal iletişim biçimleri de yeniden tanımlanmıştır. Bu çerçevede, yapay zekâ ürünü dijital karakterlerin sosyal medyada içerik üretici olarak yer alması, iletişim alanına önemli bir yenilik katmakta ve insan-makine etkileşimi bağlamında yeni araştırma alanlarını doğurmaktadır. Özellikle yapay zekâ üretimi olan bir Youtube kanalında izlediğimiz Alara Turan (IAMXTV) örneği, teknolojik gelişmelerin toplumsal yaşama etkilerini yansıtan güncel bir örnek olarak iletişim alanına anlamlı bir katkı sağlamaktadır.

Çalışmada, Habermas'ın iletişim eylem kuramı kapsamında kamusal alanın yapısal değişimi makalesini merkez alarak yapay zekâ etkileşimi kavramı ve bir yapay zekâ ürünü olarak oluşturulan, günümüzde bir Youtube kanalı sahibi ve sunucusu olarak karşımıza çıkan Alara Turan'ın yapay zekâ iletişiminin toplumsal etkileşim durumu tartışması yapılmıştır. Çalışmada nitel bir araştırma yöntemi olan alan yazın tarama tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Habermasçı yaklaşımla yeni bir kamusal alanın yapay zekâ etkileşimi ile değişim devriminin ortaya çıktığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, Habermas, Yapay Zekâ İletişimi, Alara Turan, IAMXTV

* Kıdemli Video Editörü, Albayrak Medya, Net Yayıncılık

Psikososyal Gerilimlerin Kişisel Gelişime Etkisi: Tehditten Dönüşüme

Ayşenur ÇOBAN*

Bu çalışma, bireylerin yaşamlarında kaçınılmaz olarak karşılaştığı psikososyal gerilimlerin yalnızca birer tehdit değil; aynı zamanda bilinçli farkındalık, dönüşüm ve gelişim fırsatları sunduğunu savunmaktadır. Ailevi sorunlar, sosyal baskılar, kimlik bunalımları, ekonomik zorluklar ve bireyin kendi içsel çatışmaları gibi çok boyutlu stres kaynakları, psikososyal gerilimlerin temelini oluşturmaktadır. Ancak bu gerilimlerin birey üzerindeki etkisi, sadece içeriklerinden değil; bireyin bu durumlara verdiği psikolojik, bilişsel ve manevi tepkilerden de beslenmektedir.

Çalışmanın kuramsal zemini, Erikson'un Psikososyal Gelişim Kuramı, Lazarus ve Folkman'ın Başa Çıkma Modeli, Bandura'nın Sosyal Öğrenme Kuramı ve Psikososyal Risk Faktörleri Yaklaşımı üzerine inşa edilmiştir. Bu kuramsal çerçeve sayesinde gerilimin kişisel gelişim üzerindeki etkileri çok yönlü olarak değerlendirilmiştir. Gerilimler, bireyde kaygı, tükenmişlik, değersizlik gibi olumsuz duygulara yol açabileceği gibi, uygun başa çıkma stratejileriyle birlikte öz farkındalık, dayanıklılık (resilience), duygusal olgunluk ve yaşam amacına yönelme gibi gelişimsel kazançlara da dönüşebilmektedir.

Araştırmada ayrıca, Türkiye'de gelişmekte olan Manevi Danışmanlık ve Rehberlik (MDR) uygulamalarının psikososyal gerilimlerle başa çıkmadaki tamamlayıcı rolü ele alınmıştır. MDR, bireylerin travmatik deneyimleri anlamlandırmalarını, yaşama ve acıya bir anlam yüklemelerini, manevi kaynaklardan güç alarak gelişim göstermelerini destekleyen bir yaklaşım olarak değerlendirilmiştir.

Sonuç olarak bu çalışma, psikososyal gerilimlerin sadece bireyi zorlayan bir kriz değil, aynı zamanda kişisel gelişimi tetikleyen bir dönüşüm alanı olduğunu ortaya koymakta ve bireylerin yaşam boyu gelişim sürecinde bu gerilimleri nasıl fırsata çevirebileceklerine dair psikolojik, sosyal ve manevi düzlemde çözüm önerileri sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Psikososyal Gerilim, Kişisel Gelişim, Stres, Başa Çıkma Stratejileri, Manevi Danışmanlık

* Tezsiz Yüksek Lisans Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı, aysenurcoban1995@gmail.com/

Dijital Çağda Kavramsal Olarak Sosyotelizm ve Kişiler Arası İletişim

Aysun KAYA DENİZ*

İletişim süreçlerinde yaşanan teknolojik gelişmeler bireylerin gündelik yaşantılarının her alanını etkilemektedir. Yaşanan bu gelişmeler sonucunda literatürde alanla ilgili yeni kavramlar yer almaya başlamıştır. “Sosyotelizm” ve “sosyetelist” kavramları da bahsi geçen kavramlardandır. İnternet çağına doğanlar küçüklüğünden itibaren internet ve video oyunlarına kolaylıkla erişebilmektedir. Küçük yaştan itibaren internetin ve teknolojinin yaşamlarının bir parçası haline dönüşmesi çocuklarda belirli bir süre sonra içgüdüsel olarak teknolojiyi hızlı bir şekilde kullanmalarını sağlamaktadır. Teknolojinin yaşamlarının bir parçası haline dönüşmesi çocuklarda ve bireylerde hem olumlu hem de olumsuz etkilere yol açmaktadır. Olumlu olarak teknolojinin eğitim süreçlerine uyarlanması çocukların ve bireylerin yeni olanın hızlı bir şekilde öğrenilmesini sağlamaktadır. Olumsuz yönü olarak da çocukların ve bireylerin akranlarıyla kurdukları ilişkilerin biçiminde değişimin ortaya çıkması ve ağ üzerindeki yoğun bilgiye maruz kalmaya bağlı olarak oluşabilecek yüksek risklerdir. Günümüzde teknoloji çok önemli bir role sahiptir. Sosyal paylaşım ağları, dijital ortamlar, video oyunları ve mobil cihazlar temel iletişim ve etkileşim araçları haline gelmiştir. Günümüzde birey tüketim, sanat, eğlence, boş zaman geçirme gibi birçok farklı alanlarda ihtiyaçlarını gidermek amacıyla dijital ortamlara bağımlı bir halde yaşamaktadır ve bunun sonucunda da bireylerin gündelik hayattan kopuşu söz konusu olmaya başlamıştır. Dijital ortamlardaki platformların çeşitliliği gün geçtikçe artmakta ve bu durum sonucunda da birey vaktinin büyük bir kısmını sanal ortamlarda geçirmektedir. Bu çalışmasının amacı kavramsal olarak sosyotelizm ve sosyoteslist bireyi kişiler arası iletişim bağlamında açıklamak ve gündelik yaşantısının büyük bir kısmını dijital ortamlara bağlı olarak geçiren sosyotelist bireylerin kişiler arası iletişim süreçlerini ele almayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kişiler Arası İletişim, Sosyotelizm, Sosyotelist Birey

* Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, akaya@gelisim.edu.tr

Dijital Ortamda Güven: Hibrit Çalışma Düzeninin Yeni Dinamikleri

Begüm AL*

Dijitalleşmenin hız kazandırdığı hibrit çalışma modelleri, örgütsel yapıları ve ilişkileri yapısal, kültürel ve psikososyal düzeylerde dönüştürmektedir. Pandemi sonrası dönemde kurumsallaşan bu yeni düzen, sadece fiziksel işyeri anlayışını değil; çalışanlar arasındaki etkileşim biçimlerini, güven üretim süreçlerini ve aidiyet ilişkilerini de yeniden biçimlendirmektedir. Geleneksel örgütsel güven, ağırlıklı olarak yüz yüze iletişim, fiziksel yakınlık ve ortak mekân üzerinden inşa edilirken, günümüzde sanal platformlar, dijital temsiller ve görünmeyen iletişim biçimleri bu sürecin asli unsurları haline gelmiştir. Bu çalışma, hibrit çalışma ortamlarında örgütsel güvenin nasıl yeniden üretildiğini teorik bir çerçevede analiz etmektedir. Mayer, Davis ve Schoorman'ın (1995) örgütsel güven modeli temel alınarak, güvenin bileşenleri olan yetkinlik, iyi niyet ve dürüstlük kavramlarının dijital bağlamda nasıl dönüşüme uğradığı tartışılmaktadır. Buna ek olarak, medya zenginliği kuramı ile psikolojik güvenlik yaklaşımı doğrultusunda, dijital iletişim araçlarının güven inşasına olan katkıları, sınırlılıkları ve dönüşümsel etkileri değerlendirilmektedir. Özellikle senkronize olmayan iletişim, algoritmik ara yüzlerin aracılığı ve dijital performans izlemenin artışı gibi faktörler, güven ilişkilerini daha karmaşık ve kırılgan hale getirmektedir. Hibrit ortamlarda fiziksel temasın sınırlı olması, informal iletişim ağlarının zayıflaması ve duygusal emeğin görünmezleşmesi; çalışanlar arasında empati, şeffaflık ve bağlılık gibi güveni pekiştiren unsurların zedelenmesine neden olmaktadır. Ayrıca, dijital etkileşimlerin ritüelleşmesi ve simgesel temsillere dayanması, örgütsel ilişkilerin yüzeyselleşmesini ve güvensizlik üretmesini beraberinde getirebilmektedir. Mevcut literatürde örgütsel güvenin çoğunlukla geleneksel, fiziksel bağlamlarda ele alındığı; hibrit çalışmanın sunduğu özgün sosyo-teknolojik koşulların yeterince teorik olarak analiz edilmediği görülmektedir. Bu bağlamda çalışma, hibrit bağlamda örgütsel güvenin yeniden yapılandığını öne sürmekte ve gelecekte gerçekleştirilecek ampirik araştırmalar için kavramsal ve kuramsal bir zemin oluşturmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Güven, Hibrit Çalışma, Dijital İletişim

* Dr, Marmara Üniversitesi, begum.al@marmara.edu.tr

Zorluklarla Baş Etmede İletişimin Rolü: Psikolojik Dayanıklılık Üzerine Nitel Bulguların Meta-Sentezi

Beyza KILINÇ*

Araştırmada, psikolojik dayanıklılık kavramının kuramsal temellerine vurgu yapılarak kişilerarası iletişim ile arasındaki ilişki vurgulanmaktadır. Çalışmada psikolojik dayanıklılık kavramının kişilerarası iletişim bağlamında kendine nasıl yer bulduğunu ortaya koymak amaçlanmıştır. Bireyin dayanıklılığının yalnızca içsel bir kapasite değil aynı zamanda sosyal ilişkiler ve dil aracılığıyla inşa edilen bir süreç olduğu savunarak, psikolojik sağlamlık ile iletişimsel etkileşimlerin birbirini nasıl şekillendirdiğine vurgu yapılmaktadır.

Çalışmada, psikolojik dayanıklılık ve kişilerarası iletişim hususundaki nitel araştırmalara dayalı meta-sentez yöntemi kullanılarak, bireylerin kriz, stres, travma ve zorlu yaşam olayları karşısında sergiledikleri dayanıklılık biçimlerinin iletişimle nasıl etkileşim içinde olduğu analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, psikolojik dayanıklılığın yalnızca bireysel bir yeti değil, sosyal bağlamda kurulan iletişimsel ilişkilerle güçlenen dinamik bir süreç olduğunu göstermektedir.

Psikolojik dayanıklılık, bireylerin zorluklarla baş etme, esneklik gösterme ve toparlanma kapasitesi olarak tanımlanırken; bu süreçte kişilerarası iletişim, bireyin dayanıklılığını destekleyen ya da zayıflatan önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Son yıllarda yapılan nitel araştırmalar, dayanıklılığın toplumsal ve etkileşimsel yönlerine daha fazla odaklanmaktadır. Bu çalışma, bu araştırmaları bir araya getirerek daha bütüncül bir anlayış sunmayı hedeflemektedir. Böylece kişilerarası iletişim becerilerinin psikolojik dayanıklılık bağlamında önemi vurgulanacaktır.

Araştırmada meta-sentez yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda:

- 2014–2024 yılları arasında yayımlanmış, psikolojik dayanıklılık ve kişilerarası iletişim temalı 20 nitel çalışma sistematik olarak seçilmiştir.
- Çalışma nitel araştırma yöntemlerinden olan meta sentez yöntemi ile yürütülmüş olup; ortak temalar, sözsel yapıları, iletişim türleri ve iletişimsel örüntüleri belirlenmiştir.

Araştırma bulgularına göre;

- Bireylerin yaşadıkları zorlukları ifade etme biçimleri, psikolojik iyilik halleri üzerinde belirleyici olmuştur.
- Empatik dinleme, anlaşıldığını hissetme ve duygusal paylaşım dayanıklılığı artırmaktadır.
- Aile, arkadaş ve iş ortamındaki destekleyici iletişim örüntüleri, kriz sonrası toparlanmayı kolaylaştırmıştır.

* Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sos. Bil. Ens., Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Kişilerarası İletişim Ana Bilim Dalı, beyzakilinc23@marun.edu.tr , ORCID: 0009-0002-7810-8540

Elde edilen bulgular, psikolojik dayanıklılığın yalnızca bireysel bir zihinsel süreç olmadığını, aynı zamanda kişilerarası ilişkiler ve iletişim biçimleriyle iç içe geçmiş dinamik bir yapı olduğunu göstermektedir. Zorluklarla baş etme ve direnç gösterme sürecinde etkili iletişim, bireyin hem duygusal düzenleme becerilerini hem de toplumsal aidiyet duygusunu güçlendirmektedir. Bu bağlamda, psikolojik dayanıklılık çalışmalarının iletişim perspektifiyle yeniden değerlendirilmesi daha bütüncül bir sonuç doğuracaktır.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik Dayanıklılık, Kişilerarası İletişim, Meta-Sentez, Nitel Araştırma, Sosyal İlişkiler.

Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine Ulaşmada Etkili Bir İletişim Aracı Olarak Yapay Zekâ

Burak DEMİRER* Fatmanur ARSLAN ESKİKÖY**

2015 yılında Birleşmiş Milletler tarafından ilan edilen “Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri” (SKH), yoksulluğun ortadan kaldırılması, çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması, iklim krizine karşı önlemlerin alınması, eşitsizliklerin azaltılıp refahın adil paylaşımı ve küresel barışın tesisi gibi temel hedefleri içermektedir. Bu hedeflere ulaşmada iletişim süreçleri, toplumsal farkındalık oluşturma, paydaşları harekete geçirme ve SKH ile ilgili bilgi akışını sağlama açısından stratejik bir rol üstlenmektedir. Nitekim, toplumsal ve küresel düzeyde etkili iletişim stratejileri geliştirilmeden SKH’lerin gerçekleştirilmesinin neredeyse imkânsız olduğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda, Birleşmiş Milletler’in SKH’leri ilan etmesinin ardından “SKH 18: Herkes İçin İletişim” başlığıyla uluslararası bir çağrı yapılmış ve bu çağrıyla iletişimin SKH’lerin hayata geçirilmesindeki merkezi rolüne dikkat çekilmiştir. Günümüzde ise yapay zekâ teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, iletişim süreçlerini dönüştürerek iletişimin sürdürülebilir kalkınmadaki rolünü yeniden tanımlamaktadır. Dolayısıyla SKH’lerin gerçekleştirilmesinde iletişimin yeni rolü önemli bir araştırma konusu haline gelmektedir. Bu odak noktasından hareketle gerçekleştirilecek çalışmada, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşma sürecinde iletişim ve yapay zekânın önemine odaklanmakla birlikte söz konusu teknolojinin sunduğu olanaklar ve beraberinde getirdiği engeller ele alınacaktır. Literatür taramasına dayanan çalışmada, yapay zekânın sürdürülebilir kalkınma iletişimine katkı sağlama potansiyeli incelenerek ilgili konuda öneriler sunmak amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, Sürdürülebilirlik İletişimi, Yapay Zekâ, İletişim

* Araştırma Görevlisi, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, İİSBF, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, burak.demirer@nisantasi.edu.tr

** Araştırma Görevlisi, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, İİSBF, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, fatmanur.arslan@nisantasi.edu.tr

İçsel Kalabalıkta Sessiz Bir Alan Açmak: Mindfulness

Burçin GÖĞEM*

Zihnimizin iç sesi çoğu zaman, gerçekliğin kendisinden çok daha yüksek sesle konuşur. Düşünceler, yargılar, geçmişin yankıları ve geleceğin belirsizliği içinde savrulurken, şimdiki an neredeyse görünmez hâle gelir. Oysa insanın kendine en yakın olduğu yer, sadece “şimdi”dir. İşte mindfulness, yani bilinçli farkındalık, tam da bu nokta da devreye girer. Ne geçmişin yükünü taşıy ne geleceğin kaygısını. Bireyi, anın içine sabitley; dikkatini odaklar, farkındalığını keskinleştirir.

Mindfulness, basitçe tanımlandığında anda kalma pratiğidir. Ancak bu tanım, onu anlatmakta oldukça yetersizdir. Çünkü mindfulness, sadece bir dikkat egzersizi değil; aynı zamanda bir varoluş biçimidir. Günlük hayatın koşuşturmasında çoğu zaman otomatik pilota yaşarız. Sabah uyanır, işe gider, konuşur, kararlar alır, sevinir ve üzülürüz. Tüm bunları ne ölçüde bilinçle yaptığımız tartışılır. Mindfulness, bu otomatikliği kırma ve yaşamla bilinçli bir ilişki kurma çağrısıdır.

Bu farkındalık pratiği, yalnızca dingin anlar da değil, kaosun tam ortasında da uygulanabilir. Bazen bir toplantı da artan nabızı fark etmek, bazen bir tartışma da geri adım atmadan önce bir nefes almak, mindfulness’ın hayattaki karşılıklarıdır. Bu yönüyle mindfulness, bireyin kendisiyle ve çevresiyle kurduğu ilişkiyi dönüştürür. Bir anlığına bile olsa düşünce ile tepki arasına giren farkındalık, bireye seçim hakkı verir. O seçim ise çoğu zaman daha huzurlu, daha bilinçli ve daha sorumlu bir yaşamın kapısını aralar.

Modern dünya da hız bir meziyet gibi sunulsa da, asıl erdem yavaşlayabilmekte ve derinleşebilmektedir. Mindfulness bu derinliği mümkün kılar. Ne hissettiğini ne düşündüğünü, neye ihtiyaç duyduğunu fark eden birey, başkalarını da benzer bir açıklıkla görmeye başlar. Bu nedenle mindfulness sadece bireysel değil, aynı zamanda ilişkisel bir iyileşme sunar.

Sonuç olarak mindfulness, içinde yaşadığımız hız ve uyaran çağında bir direnç noktası, bir içsel denge pratiğidir. Bizi “şimdi”nin tam içinde anı yakalayıp sabitleyen bu sade ama güçlü yaklaşım, yaşamla kurduğumuz bağı daha anlamlı, daha yavaş ve daha gerçek kılar. Mindfulness bir yöntemden öte, bir duruş; yaşamı temas ederek hissetmenin sessiz ama güçlü bir yoludur.

Anahtar Kelimeler: Mindfulness, Bilinçli Farkındalık, Anda Kalma, Zihinsel Da

* Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tezsiz Yüksek Lisans Öğrencisi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Kişiler Arası İletişim, burcinnngo@gmail.com

Disiplinlerarası İletişim Bilimleri Çalışmalarında Karma Yöntem Araştırması: İmkanlar ve Zorluklar

Burçin SARGIN*

Dijital çağda iletişim bilimleri alanı, giderek daha karmaşık ve çok boyutlu hale gelmiştir. Günümüzde dijital medya, sosyal medya etkileşimleri, algoritmaların etkisi gibi olguları tek bir yöntemle tam olarak derinlemesine analiz etmek oldukça güçtür. Bu çalışma, iletişim bilimleri alanında söz konusu olguları niteliksel derinliği ve niceliksel genellemeyi bir araya getirerek daha bütüncül analizler yapılmasını sağlayabilen karma yöntem araştırma yaklaşımlarını incelemektedir. Çalışmanın amacı, çok boyutlu ve karmaşık iletişim olgularını anlamaya yardımcı olabilecek karma araştırma yöntemi ve desenine dair bir kesit sunarak teorik ve pratik bilgiyi birleştirmektir. Bu amaçla, karma araştırma tasarımı (*mixed method design*) yoluyla; nitel araştırma yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler ile sosyal ağ analizi (*Social Network Analysis*) yöntemi araçlarından bir tanesi NodeXL (*Network Overview Discovery and Exploration add-in for Excell*) programı ile elde edilen istatistiksel ve nitel analizler araştırmacı için açığa çıkarılmaktadır. Araştırma teorik olarak sosyal bilimler için yöntem araştırmaları alanına dayanmaktadır. Bu nedenle seçilen farklı yöntemlerin gerekçeleri sunulmakta, sonrasında ise verilerin toplanması ve verilerin çözümlenmesi ile yorumlanması aşamasında gerçekleştirilen işlemler, başka araştırmacılara aynı çalışmayı tekrarlayabilme olanağı sağlayabilecek şekilde kapsamlı ve ayrıntılı olarak ortaya konulmaktadır. İnceleme, nitel ve nicel yöntemleri aynı anda ya da ardışık olarak uygulamanın yöntemler arası uyum, veri toplama zamanlaması, analizlerin birbirine nasıl entegre edilebileceği gibi konularda dikkatli bir planlamaya işaret etmekte; bu anlamda karma yöntem çalışmalarının tek yöntemli araştırmalara kıyasla daha uzun süre ve daha fazla emek gücü gereksinimi dikkat çekmektedir. Araştırma sonuçları, araştırmacının veri toplama ve analiz sürecinde yöntemsel esneklik sağlayan karma yöntemlerin dijital ortamların hızlı değişen doğasına uyum sağlamayı kolaylaştırdığına dair önemli kanıtlar sunmaktadır. Bununla birlikte, bulgular; araştırma problemini derinlemesine anlama, ayrıntılandırma, örnekleme, açıklamanın yanı sıra nitel ve nicel sonuçların birbirini tamamlayıcı şekilde sentezlenmesi ile iki sonuç kümesinin ilişkiselliğinin yorumlanmasına olanak tanıyan karma araştırma yönteminin, araştırma geçerliliğine sunduğu katkıya dikkat çekmektedir. Ancak, karma yöntem araştırmaları güçlü

* Dr. Araştırmacı, ORCID: 0000-0002-4888-4461. E-posta: burcin.sargin@yahoo.com, mobil: 0532 230 82 85.

analizler sunmasına rağmen, planlama, beceri, zaman ve açıklık açısından daha yüksek bir çaba gerektirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Disiplinlerarası İletişim Bilimleri, Yeni Medya Çalışmaları, Sosyal Bilimlerde Dijital Yöntemler, Karma Araştırma Yöntemi

Dijital Bağımlılıkla Mücadelede Bütüncül Yaklaşımlar: Kişisel, Kurumsal ve Politik Stratejiler

Çağrı KARA*

Günümüzde dijital teknolojilerin yaşamın her alanında olması, dijital araçların aşırı ve kontrolsüz kullanımını beraberinde getirmiş ve bu durum özellikle genç bireyler başta olmak üzere toplumun geniş kesimlerinde dijital bağımlılık sorununu doğurmuştur. Dijital bağımlılık, bireyin dijital cihazlara (akıllı telefon, tablet, bilgisayar vb.) ve dijital içeriklere (sosyal medya, oyun, video platformları vb.) kontrolsüz şekilde ve giderek artan sürelerle bağımlı göstermesi durumudur. Bu bağımlılık zaman içerisinde bireyin sosyal ilişkilerini, akademik ve mesleki performansını, ruhsal sağlığını ve fiziksel iyilik halini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu sorundan yola çıkarak hazırladığımız çalışmamızda dijital bağımlılıkla mücadele kapsamında kullanılabilecek stratejileri **bireysel, kurumsal ve politik düzeyde** bütüncül biçimde ele almak amaçlanmıştır. Araştırmada, literatür taraması ve vaka analizleri yöntemi kullanılarak mevcut mücadele araçları değerlendirilmiş, etkili uygulamalara örnek teşkil eden ulusal ve uluslararası modeller incelenmiştir. Bulgular, dijital bağımlılıkla mücadelede yalnızca bireysel farkındalık ve davranış değişikliğinin yeterli olmadığını, okul, aile, medya ve yasal düzenlemeler gibi çok katmanlı yapıların eşgüdümlü çalışması gerektiğini ortaya koymuştur. Çalışmada ayrıca dijital okuryazarlığın geliştirilmesi, ekran süresi yönetimi, alternatif sosyal etkinliklerin teşviki, kurumsal rehberlik mekanizmalarının oluşturulması ve sosyal medya platformları üzerinde yasal düzenlemelerin yapılması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Bağımlılık, Dijital Bağımlılıkla Mücadele, Dijital Teknolojiler, Teknoloji Bağımlılığı.

* Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Kent Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık ORC-ID 0000-0003-0736-0087

Gösterişçi Tüketim ve Pazarlamanın Kişilerarası İletişimle Buluştuğu Nokta: The Joneses Örneği

Ceyda Merve TOSUNOĞLU*
Merve ÇERÇİ SEVGİ**

Bu çalışma, Veblen’in Gösterişçi Tüketim ve Aylak Sınıf kuramlarını “Örnek Aile” filmi üzerinden ilişkilendirerek çözümlemeyi hedeflemektedir. Toplumsal olaylar, tüketim kültürü kavramında değişiklikler yaşanmasına ve tüketim anlayışının dönüşmesine sebep olmuştur.

Sanayi Devrimi sonrasında başlayan kitlesel üretim, insanları ihtiyaç fazlası tüketime itmiş; insanlar daha fazla satın almaya yönlendirilmiş, ihtiyaçlarının ötesinde de tüketmeye başlamışlardır. Veblen, tüketimin yalnızca biyolojik ihtiyaçların giderilmesinden ibaret olmadığını, daha derin bir etkiye sahip olduğunu savunmuş; kuramında, kişilerin seçilmiş, üst sınıfa ait olma tatmini yaşayabilmek için varlıklı kişilere özenerek gerçekleştirdikleri tüm tüketim eylemlerinin gösterişçi tüketim toplumunu oluşturduğunu ifade etmiştir. Veblen ayrıca, varlıklı insanların diğerlerini israfa sürüklediğini düşünmekte; bu sınıfı, “aylak sınıf” olarak adlandırmakta ve çalışmadan, aşırı harcamalarla diğer insanlara karşı üstünlük kurmaya çalıştıklarını savunmaktadır. Diğer bireyler ise, onlar gibi kabul görmek için tüketim aşırılığına yönelmektedir.

“The Joneses” (2009) — Türkçesiyle “Örnek Aile” — filmi, dışarıdan bakıldığında kusursuz bir hayat süren zengin bir ailenin hikayesini anlatır. Jones ailesi; yakışıklı baba, güzel anne, ergen kız ve okulda oldukça popüler, sporcu oğlandan oluşmaktadır. Yeni taşındıkları mahallede hızla dikkat çekerler. Kullandıkları ürünler, giydikleri kıyafetler, sürdükleri arabalar ve sahip oldukları yaşam tarzı komşularını etkiler, hatta onları taklit etmeye yönlendirir. Ancak kısa sürede anlaşılır ki bu aile aslında gerçek bir aile değildir. Her biri bir pazarlama şirketi için çalışmaktadır. Görevleri, belirli markaları “yaşayarak” çevrelerindeki insanlara satmak, arzu yaratmak ve insanları tüketime yönlendirmektir. İnsanlar, Jones ailesine özenip onlar gibi olmak isterken bir anlamda kendilerini borç batağında ve kimlik bunalımında bulurlar. Bu bağlamda film, reklamın yalnızca medya aracılığıyla değil, aynı zamanda kişilerarası ilişkiler yoluyla da nasıl yayıldığını göstermektedir.

Bu çalışmanın amacı, “The Joneses” (2009) filmi üzerinden tüketim kültürünün bireyler üzerindeki etkisini ve Thorstein Veblen’in gösterişçi tüketim kuramı çerçevesinde pazarlama

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Marmara Sosyal Bilimler Enstitüsü Reklamcılık ve Tanıtım Bilim Dalı, ceydatosunoglu@marun.edu.tr

** Doç. Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Reklamcılık ve Tanıtım Anabilim Dalı, merve.cerci.marmara.edu.tr

stratejilerinin toplumsal yapıyı nasıl etkilediğini incelemektir. Filmde, sahte bir aile yapısı üzerinden idealize edilmiş yaşam tarzının çevresel etkileri irdelenmekte; bireylerin ekonomik ve psikolojik açıdan nasıl etkilendiği gözler önüne serilmektedir.

Gösterişçi tüketim bağlamında film, bireylerin tüketim davranışlarının yalnızca ekonomik değil; aynı zamanda sosyal kabul görme, statü edinme ve aidiyet ihtiyaçları ile şekillendiğini ortaya koymaktadır. Film, tüketimin birey kimliği üzerindeki etkilerini ve bu etkinin sahte kimliklerin oluşumuna nasıl zemin hazırladığını göstermektedir. Nicel araştırma yöntemi benimsenen bu çalışmada, pazarlama stratejilerinin birey davranışlarına etkileri teorik çerçevede ele alınmış ve tüketim toplumunun işleyiş mekanizması analiz edilmiştir. Film, pazarlama etiği, kimlik inşası ve tüketim ideolojisinin medya aracılığıyla nasıl yeniden üretildiğini açıklayan bir örnek olarak değerlendirilmiştir.

Sonuç olarak, “The Joneses” filmi yalnızca bireysel tüketim davranışlarını değil; aynı zamanda bu davranışların arkasındaki kültürel ve toplumsal dinamikleri de açığa çıkarmakta ve gelecek çalışmalar için örnek teşkil etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tüketim Kültürü, Gösterişçi Tüketim, Örnek Aile Filmi

Kişilerarası İletişimin Çözülüşü: ‘Godot’yu Beklerken’ Oyunu Bağlamında Gösteri Toplumunda İletişimin Absürtleştirilmesi

Doğan KECİN*

Kişilerarası iletişim, modern toplumun hem gündelik pratiklerinde hem de kültürel yapılarında merkezi bir yer edinmiştir. Ancak bu iletişim biçimi, içerik aktarımının ötesinde, bireylerin toplumsal rollerini sahnelediği, kimlik temsillerini yeniden ürettiği ve görünürlük stratejileriyle şekillenen bir temsil performansına dönüşmektedir. Bu dönüşüm, özellikle dijitalleşme, medya yoğunluklu yaşam ve gösteri temelli sosyal ilişkiler bağlamında daha da belirginleşmektedir. Bu çalışmada, kişilerarası iletişimin biçimsel bir temsile indirgenerek anlamsal bir boşlukla yer değiştirdiği çağdaş yapı, Guy Debord’un “gösteri toplumu” kuramı ve Samuel Beckett’in absürd tiyatrosunun en bilinen örneklerinden biri olan “Godot’yu Beklerken” oyunu çerçevesinde ele alınmaktadır. Gösteri toplumu kuramı, bireylerin gerçek ilişkiler yerine imgeler ve temsiller üzerinden kurdukları iletişimi sorgularken; “Godot’yu Beklerken”, iletişimin yapısal bir kırılma yaşadığı, diyalogların biçimsel olarak sürdüğü ancak anlamsal boşluk içerdiği bir iletişimsizlik hâlini temsil etmektedir.

Çalışmanın amacı, absürd tiyatronun estetik olanaklarıyla çağdaş kişilerarası iletişimdeki temsile dayalı yapıyı karşılaştırmak; bu karşılaştırma aracılığıyla iletişimdeki çözülme görünür kılmaktır. Nitel bir yaklaşım benimsenen bu araştırmada, “Godot’yu Beklerken” oyunu analiz edilmiştir. Oyundaki karakterlerin birbirleriyle kurduğu yüzeysel, tekrar eden ve anlamdan yoksun diyaloglar; gösteri toplumunda bireylerin sosyal imajlar üzerinden sürdürdüğü yüzeysel iletişim biçimleriyle benzerlik göstermektedir. Sonuç olarak, kişilerarası iletişim günümüzde sıklıkla bir “iletişim varmış gibi yapma” pratiğine indirgenmektedir. Gerçek anlamda bir karşılaşmadan uzak, temsile dayalı bu iletişim formu, bireyleri edginleştirirken; özneyi kendi temsiliyle baş başa bırakan absürd bir düzlem yaratmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kişilerarası İletişim, Gösteri Toplumu, Absürd Tiyatro, Temsil, Godot’yu Beklerken

* Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halka İlişkiler Anabilim Dalı, Reklamcılık ve Tanıtım Bilim Dalı, dogankecin@gmail.com

Terör Örgütlerinin İletişim Stratejisi: Pkk Örneği

Durmuş Eray GÜÇLÜER*

Günümüzde gelişen iletişim teknolojileri ve küreselleşmeye bağlı olarak terör örgütlerinin hem örgütsel yapıları hem de iletişim stratejileri değişmiştir. Kendi ideolojilerine göre oluşturdukları enerjik jargonları sunma biçimi ve kullandıkları yöntemler yeni teknolojilerle birlikte geçmişe göre farklılaşmış ve daha etkin bir hale gelmiştir. Önceden sadece basılı materyal ve görsel öğeler içeren yazılı kağıtların dışında çok da fazla iletişim imkanları bulunmayan terör örgütleri günümüzde sadece teknolojik altyapısı bulunan uzman propaganda birimleri teşkil etmekte, her yıl bunun için oldukça büyük paralar harcamaktadırlar. Ayrıca meşruiyet sağlayıcı kurumsal terimleri sıklıkla kullanan terör örgütlerinden PKK, sıkça isim değiştirme, özünde aynı fakat şekilsel farklılıkları bulunan bildiri ve metinleri kullanmaktadır. Ayrıca dünyadaki değişimlere paralel olarak kendini sosyal kategoride bir üst seviyeye taşımayı amaçladığı ekoloji, cinsiyetçi yaklaşım gibi yeni kavramları kullanmakta ve böylece toplumsal dinamiklere ayak uydurmaya çalışmaktadır. Türkiye ile girdiği mücadeleyi kaybeden PKK'nın bölgesel stratejilere yönelmeye başlamasıyla birlikte bölgesel söylemler de üretmeye çalıştığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Siyasal İletişim Propaganda Kamu Diplomasisi

* Dr., Times of Defence, dr.gunce01@gmail.com

İletişim'in Görünmeyen Dili: Empati

Dursun KOÇ*

İnsan yaşamının temel bileşenlerinden biridir. Ancak etkili iletişim yalnızca bilgi alışverişi ile sınırlı değildir; karşılıklı anlayış, duygu paylaşımı ve içtenlik gerektirir. Bu noktada empati, iletişimin görünmeyen fakat vazgeçilmez bir yönünü oluşturur. Empati, iletişim sürecinin derinliğini ve anlamını artıran psikososyal bir beceridir. Bireyler arası iletişimde çoğu zaman doğrudan, görünmeyen, ancak iletişimin kalitesini belirleyen temel bir unsurdur., Sadece karşı tarafı anlama değil, aynı zamanda duygusal bir bağ kurma sürecidir. Empati, bireyin, başka bir kişinin duygularını, düşüncelerini ve yaşantılarını, o kişinin bakış açısından anlamaya çalışmasıdır. İletişimde empati çok boyutlu bir rol oynar. Anlayışı artırır: Taraflar arasında doğru mesaj alışverişini mümkün kılar. Çatışmayı azaltır: Empatik yaklaşım, yanlış anlamaları önleyerek çatışma çözümünü kolaylaştırır. Duygusal Bağ kurar: Bireyler arasında duygusal yakınlık ve güven duygusu oluşturur. Sosyal uyum sağlar: Toplumsal düzeyde empatik iletişim, kültürel farklılıkların tolere edilmesini sağlar. Günümüzde dijital iletişim biçimlerinin yaygınlaşması, yüz yüze etkileşimleri azaltmış ve empatik sinyallerin iletilmesini zorlaştırmıştır. Empati için de yaşanan çağın sosyal, kültürel ve teknolojik dinamiklerinden doğrudan etkilenmektedir. Modern çağ, hızla değişen iletişim biçimleri, bireyselleşme, dijitalleşme ve küresel etkileşimle birlikte empati kurma biçimlerini de dönüştürmüştür. Günümüzde dijital iletişim biçimlerinin yaygınlaşması, yüz yüze etkileşimleri azaltmış ve empatik sinyallerin iletilmesini zorlaştırmıştır. Emojiler, yazılı mesajlar ve video konferanslar empatik bağlamı sınırlı biçimde aktarabilmektedir. Bu durum, “dijital empati” gibi yeni kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Sonuç: Empati, iletişimin görünmeyen ama etkisi yüksek olan temel bir bileşenidir. Yalnızca bireyler arası ilişkileri değil, toplumsal uyumu ve barışı da besleyen empati, her düzeyde iletişimin niteliğini artırmaktadır. Kişilerarası iletişimin sağlıklı ve yapıcı bir şekilde sürdürülmesinde temel bir becerisidir. Karşılıklı anlayışı, duygusal yakınlığı ve toplumsal uyumu artıran empati, bireylerin hem özel hem de kamusal yaşamlarında daha etkili ilişkiler kurmasına olanak sağlar. Bu nedenle, empatik iletişim becerilerinin birey düzeyinde geliştirilmesi ve toplumsal düzeyde desteklenmesi önem taşımaktadır.

* Tezsiz Yüksek Lisans Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı, dursuncoach@hotmail.com

Anahtar Kelimeler: Dijital Empati, Duygu Paylaşımı, Duygusal Bağ, İletişimin Görünmeyen Yüzü, Psikolojik Beceri

Kişilerarası İletişimde Narkotik Jargonu ve Neolojisi

Türkiye’de Uyuşturucu Madde Tedarikçileri ve Kullanıcıları Arasında Kitle İletişim Araçları Üzerinden Kullanılan Dilin Kişilerarası İletişim Bağlamında İncelenmesi

E. Sahra ÖZTÜRK*

Türkiye, 2021 Dünya Uyuşturucu Raporu’nun 2019 verilerinde en fazla uyuşturucu ele geçirilen ülkeler arasında yer alarak, 20 ton ile en fazla kokain yakalanan ülke olarak kayıtlara geçmiştir (“BM Raporu”, 2021)¹. 2023 Avrupa Uyuşturucu Raporu’na göre, uyuşturucu sorunu uluslararası düzeyde düşük ve orta gelirli ülkelerde gitgide artmaktadır². Türkiye, yapılan bu araştırmalar çerçevesinde uyuşturucunun arzı ile mücadele kapsamında gerçekleştirdiği çalışmalarına hız kazandırmıştır. Bu doğrultuda, müdahale edilen uyuşturucu madde olay sayısı suç türlerine, şüphelilere, madde çeşitlerine ve yıllara göre dağılımı Narkotik Suçlarla Mücadele Başkanlığı’nca senelik olarak “Türkiye Uyuşturucu Raporu”nda³ yayınlanarak kamuoyuna sunulmaktadır.

Alınan tedbir ve yapılan müdahaleler, uyuşturucu madde tedarikçilerinin kullanıcılara erişim sağlamak amacıyla yeni iletişim yolları geliştirmelerine, bu doğrultuda kitle iletişim araçları üzerinden jargonlar ve neolojiler aracılığıyla iletişim kurmalarına zemin hazırlamaktadır. Madde tedarikçileri ve kullanıcılar arasında kurulan kişilerarası iletişim sürecinde kullanılan jargon ve neolojiler, amacı doğrultusunda bu iletişim dışında kalan kimselerce anlaşılmamaktadır. Bu gurup içinde, diğer bir anlamda tedarikçi ve kullanıcılar arasında, kurulan ve geliştirilen sözlü ve sözsüz iletişim, uyuşturucu madde pazarının sürdürülmesine ve 18 yaş altı kullanıcıların da ailelerinden gizlice madde kullanımlarını devam etmelerine neden olmaktadır.

Bu çalışmada, kitle iletişim araçlarında narkotikle ilgili jargon ve neolojilerin kullanıldığı ve kullanılan bu jargon ve neolojilerin önceki senelere göre revize edilerek ve değiştirilerek kullanıldığı gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, Türkiye’de uyuşturucu madde

* Dr., Bağımsız Araştırmacı, elm.sahra@gmail.com

¹ BM Raporu: Dünyada en fazla uyuşturucu ele geçirilen ülke İran; Türkiye ikinci sırada. (2021, Haziran 24).

Euronews. <https://tr.euronews.com/2021/06/24/bm-raporu-dunyada-en-fazla-uyusturucu-ele-gecirilen-ulke-iran-turkiye-2-s-rada>

² Sayın. B.C. (2023, Haziran 6). En çok kullanılan 6 uyuşturucudan 3’ünde Türkiye birinci sırada. *Oksijen*. <https://gazeteoksijen.com/turkiye/en-cok-kullanilan-6-uyusturucudan-3unde-turkiye-birinci-sirada-182034>

³ Türkiye Uyuşturucu Raporu. (2024). <https://www.narkotik.pol.tr/2024-turkiye-uyusturucu-raporu-yayinlanmistir>

tedarikçileri ve kullanıcıları arasında kitle iletişim araçları çeşitlerinden dijital ağ platformu olan Telegram üzerinden kurdukları iletişim içerisinde narkotik maddeleri ifade etmek amacıyla kullandıkları jargon ve neolojilerin ne anlama geldiğini ortaya çıkarmaktır.

Çalışmanın temel araştırma soruları aşağıdaki gibidir:

- Jargon ve neoloji arasındaki fark nedir?
- Kişilerarası iletişimde jargon ve neolojiler ne amaçla kullanılmaktadır ve görevleri var mıdır?
- Narkotik jargonu ve neolojisi hangi olgulara göre ve (tedarikçiler ve kullanıcılar olmak üzere) kimler tarafından oluşturulmaktadır?
- Türkiye’de kişilerarası iletişim kapsamında, elektronik/dijital iletişim aracı olan Telegram’da kullanılan narkotik jargonları ve neolojileri nelerdir?
- Türkiye’de kullanılan narkotik jargonu ve neolojisi hangi uyuşturucu maddeleri ifade etmektedir?

Çalışmanın evreni kapsamında nitel araştırma yöntemi ile Telegram üzerinden narkotik alışverişiyle alakalı gizli olmayan gruplar içerisinde diyalog kuran madde tedarikçileri ile kullanıcılar ve aynı zamanda İstanbul Narkotik Suçlarla Mücadele Şube Müdürlüğü’nde görev alan memurlar ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılması tasarlanmıştır. Bu doğrultuda, (1) rastlantısal örnekleme kapsamında görüşmeyi kabul eden bir tedarikçi, bir kullanıcı ile dijital ağ platformu üzerinden yazılı olarak ve (2) amaçlı örnekleme kapsamında bir narkotik memuru ile hem yazılı hem sözlü görüşme sağlanmış olması çalışmanın kısıtlılığını oluşturmuştur.

Yapılan çalışmanın, iletişim çalışmaları kapsamında daha evvel konu alınmamış olması ve Kişilerarası iletişimde kullanılan narkotik jargonu ve neolojisinin madde kullanıcılarının bağımlılıklarını devam ettirmelerinde araç olduğunu gösteren bir çalışma olması doğrultusunda literatüre katkıda bulunacağı önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kişilerarası İletişim, Jargon, Narkotik, Neoloji

Yeni Medyada Mahremiyetin Estetikleştirilmesi: Ev Utancı Sendromu Bağlamında Mekânın Sosyo-Kültürel Dönüşümü

Eda GEDİKOĞLU*

Geleneksel olarak mahremiyetin simgesi kabul edilen ev, dijitalleşen iletişim ortamlarında estetik bir gösteri nesnesine dönüşerek hem bireysel kimliğin hem de toplumsal statünün temsil mekânı hâline gelmiştir. Bu çalışma, ev utancı sendromu bağlamında dijital dönüşümün etkisiyle mahrem alanların görünürlüğünün artması, estetik kaygıların yükselmesi ve bu sürecin sosyo-kültürel kodlarla ilişkisi üzerine odaklanmaktadır. Dijital medyanın gündelik hayat pratikleri üzerindeki belirleyici rolü, evin artık sadece yaşanılan bir yer olmaktan çıkarak sosyal medyada temsil edilen, estetik olarak kurgulanan ve toplumsal normlara göre değerlendirilen bir gösteri alanına dönüşmesine neden olmuştur.

Sosyal medya mecralarında şekillenen yeni iletişim biçimleri, bireyler arasında gönüllü denetim mekanizmalarının gelişmesine yol açmış; Foucault'nun Panoptikon'undan Omnipotikon'a geçiş ile birlikte kullanıcılar, artık baskıya değil, hazza ve katılıma dayalı bir izlenme rejimine gönüllü olarak dâhil olmuştur. Bu ortamda dikizleme kültürü güçlenmiş, mahremiyetin sınırları bulanıklaşmış, çevrimdışı alanda özel kabul edilen pek çok mekân ve durum, çevrimiçi ortamda normalleştirilmiştir.

Çalışmada, mahremiyetin dönüşümü kavramı dijital kültür bağlamında yeniden ele alınmakta ve Bauman'ın akışkan modernite, Debord'un gösteri toplumu, Bourdieu'nün kültürel sermaye kavramları çerçevesinde kuramsallaştırılmaktadır. Sosyal medya platformlarında özellikle kadın kullanıcıların ev içi temsillerine odaklanan nitel içerik analizi yoluyla, evin estetikleştirilme biçimleri, filtreleme pratikleri, mekânsal gizleme stratejileri ve bu temsillerin altında yatan sosyo-kültürel kodlar analiz edilmektedir.

Sonuç olarak bu bildiri, ev utancı sendromunun yalnızca bireysel bir utanç deneyimi değil, dijital kültürün sınıfsal, estetik ve kültürel normlarla şekillenen yeni bir görünürlük rejimi içinde oluşan yapısal bir olgu olduğunu ileri sürmektedir.

Bu çalışmada, dijital mecralarda ev temsillerini ve ev utancı sendromunun görünüm biçimlerini çok boyutlu olarak inceleyebilmek amacıyla netnografi ve derinlemesine görüşme yöntemleri tercih edilmiştir. Netnografi yöntemi, sosyal medya fenomenleri ve sıradan kullanıcılar tarafından paylaşılan ev içeriklerinin doğal dijital ortamlarında gözlemlenmesine olanak

* Bağımsız Araştırmacı

tanýarak, mahremiyetin estetikleştirilmesi, mekânın gösteriye dönüşmesi ve sınıfsal kodların nasıl inřa edildiğine dair anlamlý veriler sunmaktadır. Buna ek olarak, yarı yapılandırılmış görüşmeler, kullanıcıların ev gösterme ya da gizleme pratiklerine dair kişisel motivasyonlarını, mahremiyet algılarını ve estetik kaygılarını derinlemesine anlamayı amaçlamaktadır. Bu iki yöntemin birlikte kullanımı, bireylerin hem evrimii içerik üretim biçimlerini hem de bu üretimi yönlendiren kültürel, duygusal ve sosyal dinamikleri bütüncül bir şekilde analiz etmeyi mümkün kılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Ev Utancı Sendromu, Mahremiyet, Yeni Medyada Mahremiyet, Mahremiyetin Dönüşümü

Sosyal Medyada Yapay Zekâ Tabanlı İçerik Öneri Sistemlerinin Kamusal Alan Algısına Etkisi

Elif YILMAZ*

Gizem ÖLÇEKÇİLER*

Bu çalışmanın amacı, sosyal medya platformlarında yapay zekâ tabanlı içerik öneri sistemlerinin bireylerin kamusal alan algısı üzerindeki etkilerini incelemektir. Özellikle algoritmalar tarafından şekillendirilen içerik akışlarının, kullanıcıların farklı görüşlere maruz kalma düzeylerini, toplumsal meselelerle kurdukları ilişkiyi ve dijital ortamdaki kamusal tartışmalara katılım biçimlerini nasıl etkilediği araştırılmaktadır. Günümüzde sosyal medya platformları, içerikleri büyük ölçüde yapay zekâ destekli algoritmalarla sunmakta; bu durum da bireylerin yalnızca kendi görüş dünyalarına yakın içeriklerle karşılaşmasına neden olmaktadır. Bu yapı, dijital kamusal alanın çeşitliliğini ve eleştirel tartışma zeminini zayıflatabilmektedir. Çalışma kapsamında üniversite öğrencisi olan sosyal medya kullanıcılarıyla yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Mariampolski'ye (2001) göre derinlemesine yapılan görüşmeler için 12-15 görüşme geçerli sonuçlara ulaşabilmek için yeterli olacaktır. Bu anlamda bu araştırma kapsamında 15 üniversite öğrencisi ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Katılımcılara, algoritmik öneri sistemlerinin içerik akışlarını nasıl şekillendirdiği, sosyal medyada farklı görüşlerle karşılaşma sıklıkları, kamusal meselelerle kurdukları bağlar ve dijital ortamda kendilerini ne ölçüde ifade edebildikleri gibi konularda sorular yöneltilerek veri toplanmıştır. Yapılan analizler sonucunda, algoritmaların toplumsal etkileşimi nasıl biçimlendirdiği, bilgi balonları ve yankı odalarının dijital kamusal alan üzerindeki olası etkileri değerlendirilmiş, ayrıca bireylerin bu süreçlere ilişkin farkındalık düzeyleri ve eleştirel bakış açıları da çalışmanın odak noktası arasında yer almıştır. Araştırma sonuçları, sosyal medya algoritmalarının kamusal alan algısını nasıl şekillendirdiğini anlamaya katkı sunmakta ve yapay zekâ sistemlerinin toplumsal boyutlarının iletişim bilimleri literatüründe ele alınmasına katkı sağlamaktadır.

Anahtar kelimeler: Yapay Zekâ, İçerik Öneri Sistemleri, Dijital Kamusal Alan, Sosyal Medya Algoritmaları, Filter Bubble (Bilgi Balonu)

* Araştırma Görevlisi, İstinye Üniversitesi, elif.yilmaz1@istinye.edu.tr

* Neuroscience ABS, Araştırma Merkezi Müdürü, gizem@neuroscience.org.uk

Siyasal İletişimde Mitlerin Rolü: Maşa ile Kocaayı Çizgi Filmi Üzerinden İdeolojik İnşa

Emine ÖZTÜRK TAŞAN*

Çalışma, siyasal mitlerin çocuklara yönelik medya içerikleri aracılığıyla nasıl içselleştirildiğini ve bu süreçte kişilerarası iletişimde nasıl bir dönüşüm yaşandığını analiz etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma, Rus yapımı “Maşa ile Kocaayı” çizgi filmi üzerinden örnek olay olarak ele alınmıştır.

Medya ürünleri aracılığıyla sunulan semboller, bireylerin duygusal bağ kurma, güven geliştirme ve empati kurma gibi kişilerarası iletişim unsurlarını etkilemektedir. Maşa ile Kocaayı çizgi filmi, bu anlamda yalnızca bir eğlence aracı değil, aynı zamanda kültürel ve siyasal kodların aktarım platformudur. Dolayısıyla çalışmada, kültürel sembollerin ve ulus temsillerinin bireysel anlam dünyalarını nasıl şekillendiğini tartışmaktadır.

Çizgi filmde yer alan Kocaayı figürünün tarihsel olarak Rus milliyetçiliğiyle özdeşleşmiş “Rus Ayısı” imgesine dayandığı, Maşa karakterinin ise geleneksel Rus halkını temsil ettiği analiz edilmiştir. Ayrıca animasyonda, Japonya, Çin, Küba ve Amerika gibi ülkelerin temsil edildiği karakterler üzerinden uluslararası ilişkiler sembolik düzeyde kurgulanmakta ve izleyiciye aktarılmaktadır. Bu imgeler, çocukların zihinsel gelişim sürecinde kişilerarası algıları belirlemekte; “güvenilir”, “yardımsever”, “rakip” ya da “tehlikeli” gibi kategoriler çocukların sosyal ilişkilerine dolaylı olarak yansımaktadır.

Siyasi içeriklerin doğrudan öğretilmediği, ancak sembolik düzeyde güçlü bir şekilde aktarıldığı bu süreçte medya, bireyin toplumla ve ötekiyle kurduğu ilişkide belirleyici bir rol oynamaktadır. Siyasal mitler, kişiselleştirilmiş hayvan karakterleri üzerinden bilinçdışı düzeyde bireysel kimliklere ve toplumsal algılara yerleşmektedir. Bu durum, bireylerin yalnızca medya ile değil, çevreleriyle kurdukları kişilerarası iletişimi de etkilemektedir.

36’den fazla dilde yayınlanan animasyon, Rusya’nın siyasi sembollerinin ve kültürel kodlarının uluslararası ölçekte izleyicilere sunmakta, özellikle çocuk izleyiciler aracılığıyla belirli ideolojik kalıpların erken yaşta zihinlere yerleşmesini kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda çalışma, siyasal iletişimin medya aracılığıyla küresel ölçekte nasıl yapılandığını, mitlerin bu süreçte nasıl işlev gördüğünü ve çocukların ideolojik olarak nasıl şekillendirildiğini ortaya koymaktadır.

* Arş. Gör., İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, emine.ozturk@nisantasi.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-9113-9993

Sonuç olarak bu çalışma, erken çocukluk döneminde izlenen medya içeriklerinin, siyasal ve kültürel mitlerle şekillendirilmiş bir dünyayı bireylere sunduğunu ve bunun kişilerarası iletişim kalıplarını dönüştürdüğünü ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kişilerarası İletişim, Siyasal Mit, ocukluk, Medya, İdeolojik Aktarım, Maşa İle Kocaay

Kişilerarası İletişim Aracı Olarak Yapay Zekâ Çevirisi

Erdinç ASLAN*

İnsanoğlunun kişiler ve toplumlar arasındaki dil engelini otomatik çeviri ile aşma arzusu 1920'li ve 30'lu yıllarda tasarlanan basit mekanik çeviri cihazlarıyla başlamış, İkinci Dünya Savaşı sonrasında icat edilen bilgisayarlarla otomatik çeviri yapılarak devam etmiştir. Başlangıçta Mekanik Çeviri daha sonra Makine Çevirisi, günümüzde ise artık Yapay Zekâ Çevirisi olarak adlandırılan otomatik çeviri; makine öğrenmesi, derin öğrenme, doğal dil işleme gibi yapay zekâ teknolojileri kullanılarak üst bir seviyeye ulaşmış ve çeviri kalitesi hiç olmadığı kadar artmıştır. Ortaya çıkan bu yeni durum büyük bir memnuniyet ortaya çıkarmış ve birçok farklı alanda yapay zekâ çevirisi kullanılmaya başlanmıştır. Dil engelini aşmak isteyen kişiler ve kuruluşlar çalışmalarına yapay zekâ çevirisini entegre ederek farklı bölge ve ülkelerdeki insanlara ulaşmaya başlamışlardır. Bu durum kişilerarası iletişime farklı bir boyut kazandırarak daha kolay, daha dinamik ve daha güçlü bir hale getirmiştir. Yapay zekâ çevirisinin sunduğu olanaklarla kişilerarası iletişimin güçlenmesi çeşitli sektörlerin büyümesinin önünü açmıştır. Turizmden ticarete, eğitimden sanata, gazetecilikten eğlence sektörüne kadar farklı alanlarda bunun yansımaları görülmektedir. Bu çalışmada yapay zekâ çevirisinin kişilerarası iletişimi nasıl etkilediği ve hangi uygulamalarla ne gibi kolaylıklar sunduğu incelenmekte ve alandan seçilen örnek uygulamalarla bilgiler somutlaştırılmaya çalışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kişilerarası İletişim, Yapay Zekâ Çevirisi, İletişim, Çeviri

* Prof. Dr, Marmara Üniversitesi, Mütercim ve Tercümanlık Bölümü, erdinc.aslan@marmara.edu.tr

Çocukluk Çağı Travmalarının Bireyin Bağlanma Stilleri ve Dini Yönelimi İle İlişkisi

Esma Betül ACAR*

Bu çalışmanın amacı çocukluk çağı travmatik yaşantılarının bireyin bağlanma stilleri ve dini yönelimi üzerindeki etkisinin incelenmesi üzerinedir. Çalışmanın örneklemini Mart-Nisan 2021 yılı içerisinde ülke içinde yaşayan, tesadüfi olarak seçilen 18 yaş altı ve üstü %84,7'si kadın, %15,3'ü erkek toplam 360 kişiden oluşmaktadır. Araştırmada veri toplama aşamasında, Prof. Dr. Vedat Şar, Psk. Dr. Erdinç Öztürk ve Eda İkizkardeş tarafından Türkçeye uyarlanmış Çocukluk Çağı Travmaları Ölçeği, Bowlby ve diğerleri tarafından geliştirilen Üç Boyutlu Bağlanma Stilleri Ölçeği ve Allport & Kayıklık tarafından geliştirilen Dini Yönelim Ölçeği ve araştırmacı tarafından oluşturulan sosyodemografik form kullanılmıştır. Verilerin analizinde Kesikli değişkenlere ait karşılaştırmalarda Pearson ki-kare testi kullanılmıştır. Sürekli değişkenlerin normal dağılıma uygunluğu Kolmogorov Smirnov testi ile değerlendirilmiştir. Sürekli değişkenlere ait gruplar arası karşılaştırmalar ölçümlerin dağılım özelliklerine ve grup sayısına göre Mann Whitney U testi ve Kruskal Wallis testi ile yapılmıştır. Kruskal Wallis testi ile yapılan karşılaştırmalarda gruplar arasında istatistiksel anlamlı farklılık bulunduğunda farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için posthoc Bonferroni düzeltmeli Mann Whitney U testi kullanılmıştır. Değişkenlere ait ölçümler arasındaki doğrusal ilişki Spearman korelasyon testi ile değerlendirilmiş ve istatistiksel önemlilik için $p < 0,05$ değeri kabul edilmiştir. Dini yönelim alt boyutu olarak ibadet; kadınlar erkeklerden istatistiksel olarak anlamlı yüksek, duygusal istismar alt boyut puan karşılaştırmasında kadınlar erkeklerden istatistiksel olarak anlamlı yüksek bulunmuştur. Tüm alt boyut ve toplam puan çocukluk çağı travma karşılaştırmalarında kaygılı-kararsız bağlanma grubundakilerin puanları güvenli bağlananlardan istatistiksel olarak anlamlı yüksek bulunmuştur. Tüm alt boyut ve toplam puan karşılaştırmalarında bağlanma stillerine göre Dinsel yaşayış ölçeği güvenli bağlanma grubundakilerin puanları kaçınan bağlanma stiline sahip olanlardan istatistiksel olarak anlamlı yüksek bulunmuştur. Ayrıca katılımcıların %62,5'i çocukluk döneminde travma yaşamış, %87,8'i güvenli bağlanma kurmuş ve %81,1'i kendisini dindar şeklinde tanımlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Çocukluk Çağı Travmatik Yaşantıları, Bağlanma Stilleri, Dini Yönelim

* Doktorant, Marmara Üniversitesi, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı

Birey-İçi İletişimden Kişilerarası İletişime: Ters Yüz Filmi Çözümlemesi

F. Yağmur DEMİREL*

İletişim psikolojisi, genel tanımıyla, duygusal ve bilişsel süreçlerin kişilerarası iletişim sürecini nasıl şekillendirdiğini inceleyen disiplinler arası bir alandır. Bu yönüyle alanın, duyguların rolüne vurgusu açıktır. Bu bağlamda, Pixar'ın Ters Yüz isimli animasyon filminde (2015), kişileştirilmiş duygular üzerinden temsil edilen bilişsel ve duygusal süreçler, bireyin içsel deneyimi ve çevresiyle kurduğu iletişim arasındaki dinamik ilişkiyi görünür kılmakta; bu durum filmi, iletişim psikolojisinin temel kuram ve kavramları doğrultusunda analiz edilebilir bir metin haline getirmektedir.

Film, 11 yaşındaki Riley'nin çocukluktan ergenliğe geçiş sürecinde yaşadığı travmatik bir taşınma deneyimi ekseninde, Riley'nin zihninde yaşayan Neşe, Üzüntü, Korku, Öfke ve Tiksinti adlı beş temel duygunun kişileştirilmiş temsilleri üzerinden ilerlemektedir. Film boyunca bu duyguların, Riley'nin kararlarını, hatıralarını ve kişilerarası iletişim becerilerini nasıl biçimlendirdiği sunulmaktadır.

Bu çalışmada, Ters Yüz isimli animasyon filmi, duyguların birey-içi ve kişilerarası iletişimdeki işlevlerini açıklayıcı nitelikte bir anlatı olarak inceleyerek davranışlar, benlik ve sosyal ilişkiler üzerindeki düzenleyici etkisini iletişim psikolojisinin temel kuram ve kavramları ışığında ortaya koymak amaçlanmaktadır.

Çalışma, nitel film çözümlemesi yöntemiyle yürütülmüş olup, film tematik düzeyde analiz edilmiştir. Çalışmanın analitik çerçevesini, Duygusal Regülasyon Kuramı, Sosyal Bilişsel Kuram, Benlik Sunumu Kuramı ile “duyguların toplumsal inşası” ve “duygusal emek” kavramları olmak üzere alanın temel kuram ve kavramları oluşturmaktadır. Ayrıca, “duyguların teorik yapılar olduğu” görüşüyle filmdeki duyguların iletişim sürecindeki sembolik işlevleri de açıklanmıştır. Örneğin, hatıra küreleri hem bilişsel hem de duygusal temsillerin filmdeki sembolleridir.

Riley'nin yeni hayatına uyum sağlamaya çalıştığı sahnelerde Neşe'nin kontrolü elde tutma çabası, Duygusal Regülasyon Kuramı bağlamında değerlendirilebilmektedir. Neşe'nin, Üzüntü'yü kontrol panelinden uzak tutma girişimi ise bireylerin olumsuz duyguları bastırma eğilimini yansıtmaktadır. Ancak ilerleyen sahnelerde Üzüntü'nün duygusal farkındalığı artıran ve kişilerarası bağları güçlendiren bir unsur olduğu görülmekte; bu dönüşüm, duygusal regülasyonun bastırmadan ziyade, duygular arasında denge kurmayı içerdiğini vurgulamaktadır.

* Arş. Gör., Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi, fyagmurdemirel@baskent.edu.tr

Riley'nin taşınma sürecinde yaşadığı zorluklar ise Sosyal Bilişsel Kuram'ın gözlemsel öğrenme ilkesiyle açıklanabilmektedir. Babasının öfke yönetimi ve annesinin hoşgörölü tutumu, Riley'nin duygusal tepkilerini ve sosyal rollerini şekillendirmekte, Riley, sosyal rollerini ebeveynlerinin duygusal yönetim biçimlerini gözlemleyerek geliştirmektedir.

Benlik Sunumu Kuramı ise Riley'nin aile içinde ve arkadaş çevresinde sergilediğı farklı davranışlarla ilişkilendirilebilmekte; bu sahnelerde bireyin, hissettiğinden çok toplum tarafından göstermesi beklenen duyguyu göstermesi, “duygusal emek” kavramını gündeme getirmektedir.

Filmin sonunda Riley'nin annesine sarıldığı sahne ile Üzüntü'nün, Riley'nin duygusal bütünlüğünü sağlamadaki rolü vurgulanmakta; bu sahne, duyguların yalnızca bireysel değil, toplumsal ve iletişimsel olarak da şekillendiğini ortaya koyması açısından “duyguların toplumsal inşası” kavramı bağlamında değerlendirilebilmektedir.

Riley'nin duygularını bastırdığı sahnelere eklenen iletişim kopuklukları ve kimlik karmaşası, birey-içi iletişim ile kişilerarası iletişim arasındaki güçlü bağlantının altını çizmektedir. Filmde Riley'nin arkadaşını telefonla arayıp konuşamadığı, ailesine hislerini açıklayamadığı sahneler, duyguların bastırılmasıyla gelişen iletişimsel kopuklukları göstermektedir. Bu durum, birey-içi iletişimin sağlıklı işlememesi halinde, kişilerarası iletişimin de sekteye uğradığının altını çizmektedir.

Ters Yüz filmi, bu kuramsal altyapıyla, yalnızca bir ergenlik hikâyesi değil, aynı zamanda duygusal farkındalık yoluyla benlik inşasını ve kişilerarası iletişimde duyguların düzenleyici rolünü görünür kılan bir anlatı olarak ele alınmıştır. Bu yönüyle çalışma, animasyon türündeki anlatıyla, iletişimsel dönüşüm açısından kavramsal bir okuma sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İletişim Psikolojisi, Kişilerarası İletişim, Birey-İçi İletişim, Ters Yüz

Dijital Krizler Çağında Bireysel Dayanıklılık: Yeni Medya ve İletişim Psikolojisi Perspektifinden Kişisel Gelişim

Fatih AYDIN *

21. yüzyılın hızla dijitalleşen yapısı, bireylerin maruz kaldığı kriz biçimlerini dönüştürmüş; ekonomik, sosyal ve psikolojik etkileri olan yeni nesil dijital krizler bireysel düzeyde dayanıklılık kavramını yeniden tanımlama gereğini doğurmuştur. Bu çalışmada, bireyin dijital kriz ortamlarında sergilediği psikolojik ve iletişimsel tepkiler; yeni medya dinamikleri ve iletişim psikolojisi kuramları çerçevesinde analiz edilmiştir.

Dijital medya platformlarında sürekli maruz kalınan bilgi bombardımanı, dezenformasyon, sosyal karşılaştırma, siber zorbalık ve dijital mahremiyet ihlalleri gibi olgular, bireylerin zihinsel esneklik, öz-farkındalık ve benlik saygısı gibi psikolojik kaynaklarını sınamaktadır. Bu bağlamda çalışma, bireysel dayanıklılığın (resilience), sadece kriz sonrası toparlanma becerisi değil, aynı zamanda dijital bağlamda önleyici bir stratejik farkındalık olarak ele alınması gerektiğini savunmaktadır.

Çalışmada ayrıca Bandura'nın öz-yeterlik kuramı, Goleman'ın duygusal zekâ modeli ve Lazarus & Folkman'ın başa çıkma stratejileri gibi iletişim psikolojisine ait temel yaklaşımlar temel alınarak bireyin yeni medya ortamlarında karşılaştığı kriz durumlarında nasıl bir psikolojik başa çıkma repertuarı geliştirdiği tartışılmıştır. Özellikle kişisel gelişim sürecinde dijital okuryazarlık, medya eleştirisi, öz-düzenleme ve dijital etik gibi becerilerin bireysel dayanıklılığı nasıl yapılandığı örneklerle incelenmiştir.

Sonuç olarak bu bildiri, dijital çağda bireyin hem teknolojik hem de psikolojik anlamda donanımlı hale gelmesinin, krizleri yalnızca atlatmakla kalmayıp onları gelişimsel fırsatlara dönüştürme kapasitesiyle yakından ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda bireysel dayanıklılık, sadece içsel bir güç değil; aynı zamanda yeni medya ekosisteminde edinilen dijital bilinç ve iletişimsel yeterliliklerin bir çıktısı olarak kavramsallaştırılmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Krizler, Bireysel Dayanıklılık, İletişim Psikolojisi, Yeni Medya, Kişisel Gelişim

* Tezsiz Yüksek Lisans Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Kişilerarası İletişim, fatih.aydin@marun.edu.tr|

Sosyal Medyanın Absürt Fenomenleri: “Hayrettin ile Kaos Show” Programının Baudrillard Simülasyon Kuramı Kapsamında Analiz Edilmesi

Fatma AKKUŞ *

Günümüzde sosyal medya, bireysel ve toplumsal düzeyde yeni anlamlar ve gerçeklikler inşa eden güçlü bir mecra haline gelmiştir. Jean Baudrillard’ın Simülasyon kuramı, bu dönüşümü anlamak için önemli bir teorik çerçeve sunar. Baudrillard, modern toplumda gerçeklik ile simülakr arasındaki sınırların ortadan kalktığını ve yerini Simülasyonun aldığını ifade eder. Kaos Show gibi dijital yapımlar, bu Simülasyonun kültürel bir unsuru olarak öne çıkar. Program, sosyal medyada viral olmuş içeriklerin fenomenlerini YouTube platformuna taşıırken, toplumun "anormal" olarak nitelendirdiği bireyleri mizahi bir dille ön plana çıkarır. Absürt mizahı, sosyal medya fenomenleri bağlamında ele alan Kaos Show, aynı zamanda Baudrillard’ın tanımladığı simülasyonun somut bir örneğini yansıtmaktadır.

Bu çalışmada amaç, Kaos Show’u Baudrillard’ın Simülasyon kuramı doğrultusunda farklı perspektiflerden detaylıca analiz etmektir. Bu kapsamda, programda yer alan kişiler, anormallik kavramı, sosyal medya, meme(mem) kültürü ve Kaos show’un formatı Baudrillard’ın kuramsal çerçevesinden incelenmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Bu kapsamda programın YouTube’daki bölümleri, TikTok ve Instagram gibi sosyal medya platformlarında dolaşıma giren, kullanıcılar tarafından yeniden üretilen meme’ler, kesit videolar da analiz kapsamına alınmıştır. Bu içerikler, simülasyon, hipergerçeklik ve medya temsilleri bağlamında çözümlenerek programın dijital kültürdeki konumuna dair bütüncül bir değerlendirme yapılmıştır. Böylece hem programın doğrudan ürettiği içerikler hem de izleyici etkileşimiyle yeniden biçimlenen dijital temsilleri ele alınmıştır.

İnceleme sonucunda, Kaos Show mizah unsuru olarak "anormallik" ve "delilik" kavramlarını merkeze alırken, bu unsurları toplumsal normlar ve otoriteler çerçevesinde yeniden üretmekte ve izleyicilere hipergerçek bir deneyim sunduğu saptanmıştır. Baudrillard’ın teorik çerçevesine uygun olarak, Kaos Show’daki katılımcılar birer simülakr olarak değerlendirilerek bu bireylerin ekranlarda yansıtılan kimlikleri, gerçek hayattaki kimliklerinden kopmuş ve sosyal medya aracılığıyla yeniden inşa edildiğine rastlanmıştır. Programın bu şekilde topluma sunduğu hipergerçeklik deneyimi, izleyicilerin kendi norm ve değerlerini sorgulamalarına olanak sağlarken, aynı zamanda bu absürt ve anormal davranışları bir eğlence unsuru olarak

* Doktorant, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Reklamcılık ve Tanıtım Bilim Dalı, fatmaakkus1@gmail.com

tüketmelerine neden olmaktadır. Bu hali ile Kaos Show yalnızca bir mizah programı değil, aynı zamanda günümüz toplumunun Simülasyon çağında nasıl şekillendiğini ve toplumsal davranışların bu bağlamda nasıl yeniden kurgulandığını anlamak için güçlü bir örnek teşkil etmektedir. Bu bağlamda program, Baudrillard'ın Simülasyon kavramıyla birebir örtüşen bir popüler kültür ürünü olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır. Bu çalışma, dijital platformlardaki içeriklerin kültürel ve kuramsal analizine yönelik yapılacak araştırmalara katkı sunmayı ve bu alanda ileride gerçekleştirilecek çalışmalara zemin oluşturmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Simülasyon, Baudrillard, Hipergerçeklik, Sosyal Medya, Absürt Mizah

Dijital Platformlar ve Kültürel Deformasyon: Bir Çevrimiçi Oyun İncelemesi: Brawl Stars Oyununun Çocuklar Üzerindeki Etkisi

Fatma YILDIRIM OSKAY*

Araştırma Finlandiya merkezli oyun firması Supercell'in dünya çapında dağıtımına soktuğu bir çevrimiçi oyun olan Brawl Stars oyununa ilişkin çocukların görüşlerini incelemek amacıyla yapılmıştır. Bu inceleme sonucunda Brawl Stars oyununun, çocuklar tarafından neden bu kadar sevildiğini ortaya koyarak, oyunun çocuklar üzerinde kültürel deformasyona yol açıp açmadığına ilişkin bulgular ortaya konması hedeflenmiştir. Araştırmanın kuramsal çerçevesinde Edward Deci ve Richard Ryan'ın Öz Belirleyicilik teorisi ile Albert Bandura'nın Özyeterlilik Teorisi'nden faydalanılmıştır.

Araştırmanın evrenini Brawl Stars oyununun hedef kitlesi olan yaşları 8 ile 18 arasında değişen kız ve erkek çocuklar oluşturmaktadır. Araştırmanın çalışma grubu evren içinden tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen araştırmaya katılmaya gönüllü 6 kız 6 erkek toplam 12 çocuk dahil edilmiştir. Araştırmacı çalışma grubuna kendi 2 çocuğunu da dahil etmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak çocukların Brawl Stars oyununa ilişkin görüşlerini incelemek amacıyla oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırmada nitel araştırma çeşidi olan tipik durum çalışması yöntemi kullanılmıştır. Durum çalışmalarındaki amaç belirli bir duruma ilişkin sonuçlar ortaya koymaktır. Çalışmaya katılan çocukların ailelerinden gerekli izinler alınmıştır. Araştırmada çalışmaya katılan çocuklardan ikisi Brawl Stars oyununu oynamadığını söylemiştir. Çocuklara oyunu ne sıklıkla hangi araç ile oynadıkları sorulmuş, çalışmada yer alan ilkokul öğrencilerinin haftada birkaç gün tablet üzerinden anne ya da babasının telefonundan oynadığı cevabı alınmıştır. Bir ortaokul öğrencisi oyunu kendi telefonundan oynadığını ifade etmiştir. Oyunda en beğendiğin karakter ve nedeni nedir diye sorulduğunda güçlü ve tasarımı güzel olduğu için seçtikleri farklı karakter isimlerini sıralamışlardır. Oyunda en beğenmediğin karakter ve nedeni nedir diye sorulduğunda yine 9 çocuk tasarımı güzel bulmadığını ya da güçlerinin zayıf olduğunu düşündükleri karakteri söylemiştir. 1 çocuk ise diğer çocukların tersine bir karakteri çok güçlü olduğu için sevmediğini ifade etmiştir. Yine bu çocuk en sevdiği karaktere görünmezlik özelliği olan Leon cevabını vermiştir.

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Marmara Ün.Sos.Bil.Enst.Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı

Günümüzde çocukların oyun algısının teknolojik gelişmelere paralel olarak değişikliğe uğradığı söylenebilir. Geçmişte çocuklar sokaklarda akranları ile oyun oynarken günümüzde Z-kuşağı diye adlandırdığımız çocuklar için teknolojik aletler oyun araçları haline gelmiştir. Dolayısıyla dijital oyunlar çocukların hayatlarında vazgeçilmez bir hal almış durumdadır.

Brawl Stars, Batılı kültür unsurlarını temel alan, çizgi film tarzında evrensel karakterlere sahiptir. Oyunda yer alan karakterlerin çoğu Amerikan popüler kültüründen esinlenmiştir (örneğin kovboy, ninja, robot vb. temalar). Bu durum, yerel kültürel öğelerin görünmez hâle gelmesine ve çocukların/ergenlerin başka kültürleri daha "çekici" görmesine neden olabilir. Bu tür bir yönelim, zamanla kendi kültürel kimliklerini değersizleştirme riskini taşıyabilmektedir. Oyun dili İngilizce olarak tasarlanmış ve sonradan çok sayıda dile çevrilmiştir. Ancak, birçok oyuncu oyunu İngilizce olarak oynamakta veya oyun videolarını İngilizce içerik üreticilerinden izlemektedir. Bu durum, ana dilin kullanımının geri planda kalmasına ve yabancı dilin baskınlaşmasına ve sadece oyun içinde kullanılan kelimelerin dilin düzgün kullanıma zarar vermesi muhtemeldir.

Brawl Stars, doğrudan bir kültürel deformasyon aracı olmasa da yoğun ve denetimsiz kullanım durumlarında kültürel kimlik üzerinde etkiler yaratabilir: Yerel kültürün görünmezleşmesi, yabancı dil ve tüketim alışkanlıklarının baskın hâle gelmesi, Sosyal değerlerin (şiddet, rekabet, dış görünüş) farklılaşması, gibi unsurlar özellikle çocuklar için risk oluşturur.

Ebeveynler, eğitimciler ve kültürel politika yapıcılar, bu tür oyunların etkilerini izlemeli; dijital okuryazarlık ve kültürel bilinç eğitimleriyle bu etkileri dengelemelidir.

Anahtar Kelimeler: Çocuk, Teknoloji, Çevrimiçi Oyun, Kültürel Deformasyon, Öz Yeterlilik

Büyüyünce Hangi Kahraman Olacağım? Dezavantajlı Çocuklar ve Kişisel Gelişimleri

Fatma YAMAN*

Bu bildiri, dezavantajlı çocukların kişisel gelişimini etkileyen temel faktörleri ele almakta ve bu faktörlerin bireysel ve toplumsal düzeydeki sonuçlarına dikkat çekmektedir. Dezavantajlılık, bir çocuğun potansiyelini gerçekleştirmesini engelleyen bir dizi olumsuz koşulu ifade eder. Bu koşullar, çocuğun fiziksel, zihinsel, duygusal ve sosyal gelişimini etkileyebilir. Dezavantajlı çocuklar, yaşlıtlarına göre daha fazla risk altında olabilir ve bu durum onların eğitim, sağlık ve sosyal gelişimlerini olumsuz etkileyebilir. Bu nedenle, dezavantajlı çocukların kişisel gelişimini desteklemek için erken müdahale ve kapsamlı destek sistemleri büyük önem taşır.

Dezavantajlılık, sadece maddi yoksunlukla sınırlı değildir; aynı zamanda ayrımcılık, sosyal dışlanma, yetersiz eğitim ve sağlık hizmetlerine erişim gibi çeşitli faktörleri de içerir. Bu durumlarla başa çıkmak, çocuklar için ek zorluklar yaratır ve onların kişisel gelişimlerini olumsuz etkileyebilir. Dezavantajlı çocukların kişisel gelişimini desteklemek için toplumun her kesiminin iş birliği yapması gerekmektedir. Bu iş birliği, çocukların daha iyi bir geleceğe sahip olmalarını sağlayacaktır. Erken çocukluk döneminden itibaren destekleyici ve kapsayıcı politikaların geliştirilmesi, çocukların temel becerilerini kazanmalarına ve okula hazır olmalarına yardımcı olur. Ailelere yönelik destek programlarının yaygınlaştırılması, ebeveynlerin çocuklarına daha iyi bir bakım vermelerini ve onları desteklemelerini sağlar. Eğitim sisteminde fırsat eşitliğinin sağlanması ve dezavantajlı bölgelere yatırım yapılması, tüm çocukların kaliteli bir eğitim almalarını sağlar. Sosyal hizmetlerin güçlendirilmesi ve erişilebilirliğinin artırılması, çocukların ve ailelerinin ihtiyaç duydukları yardımı almalarını kolaylaştırır. Toplumun dezavantajlı çocuklara yönelik farkındalığının ve duyarlılığının artırılması ise, çocuklara yönelik olumlu tutumların gelişmesine ve onların topluma entegre olmalarına yardımcı olur. Bu önerilerin uygulanması, dezavantajlı çocukların kişisel gelişimlerini destekleyerek onların topluma aktif ve sağlıklı bireyler olarak katılmalarını sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dezavantajlı Çocuklar, Kişisel Gelişim, Yoksulluk, Eğitim, Psikososyal Destek

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kişilerarası Anabilim Dalı
fatmayaman1453@gmail.com

Sanal Kimliğin Söylemsel İnşası: Reddit Paylaşımlarında Dijital Göçün Psikososyal Yansımaları

Ferit Mehmet EREN*

Dijital çağ, bireylerin kimliklerini kurma, ifade etme ve dönüştürme biçimlerini radikal biçimde değiştirmiştir. Sanal kimlik ve dijital göç kavramları, bireylerin çevrimdışı benliklerinden uzaklaşarak, dijital ortamlarda yeni aidiyet alanları inşa etmelerine zemin hazırlamaktadır. Bu araştırma, sanal kimliğin söylemsel düzeyde nasıl inşa edildiğini ve bireylerin dijital ortamlarda kendilerini nasıl konumlandıklarını Reddit platformundaki r/TrueOffMyChest başlığı altında yapılan paylaşımlar üzerinden incelemektedir. Reddit'in anonim yapısı, kullanıcıların bastırılmış duygularını, kimlik çatışmalarını ve dijital dünyadaki aidiyet arayışlarını açıkça ifade edebilmelerine olanak tanımaktadır. Bu bağlamda, bireylerin sanal ortamdaki benlik sunumları, dijital göçün psikolojik etkileriyle birlikte değerlendirilmiştir. Araştırmada temel amaç, r/TrueOffMyChest başlığı altında yapılan paylaşımlarda bireylerin gerçek yaşamlarından uzaklaşıp dijital ortama sığınmalarıyla oluşan söylem yapılarını analiz ederek sanal kimliğin nasıl kurulduğunu anlamaktır. Bu çalışma kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden söylem analizi yöntemi kullanılmıştır. Örneklem yöntemi olarak amaçlı örneklem benimsenmiş; 2022–2024 yılları arasında r/TrueOffMyChest başlığı altında paylaşılmış 10 nitelikli metin seçilmiştir. Yalnızca yazılı ve kişisel deneyime dayalı metinler çalışmaya dâhil edilmiş; görsel, video ya da mizahi içerikler dışlanmıştır. Araştırmanın sınırlılıkları, yalnızca bir alt başlıkla (r/TrueOffMyChest) sınırlandırılmış olması ve seçilen içerik sayısının derinlemesine analiz için 10 metinle sınırlı tutulmasıdır. Araştırma, dijital platformlarda bireylerin kendilik anlatılarını nasıl şekillendirdiğini ve sanal ortamlarda kurulan bu kimliklerin psikolojik yönlerini çözümleyerek, dijital göçün söylemsel izdüşümlerine ışık tutmayı amaçlamaktadır. Sanal kimlik dijital bir kaçış alanı mı sunmaktadır, yoksa yeni bir benlik inşasının başlangıç noktası mıdır? Bu sorunsallar, çalışmanın temel odak noktalarını oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Çağ, Dijital Göç, Sosyal Medya

* Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı, Kişilerarası İlişkiler Bölümü, Orcid: 0000-0003-1936-1458

Alfa Kuşığı'nın Dijital Dünya İle Etkileşimlerinde Yeni Nesil Babaların Rolü

Feyza YONTAR*

Bu çalışma, 2010 yılından sonra doğan ve “dijital yerliler” olarak da adlandırılan Alfa Kuşığı'nın yeni medya kullanımında, yeni nesil babaların rolünü kültürel bir bakış açısıyla incelemeyi amaçlamaktadır. Geleneksel baba rolünden farklı olarak, günümüz babalarının çocuk yetiştirme ve özellikle teknoloji kullanımı konularında daha aktif ve katılımcı oldukları görülmektedir. Bu değişim, Alfa Kuşığı'nın yeni medya ile olan etkileşimini anlamak için babaların rolünü önemli hale getirmektedir. Sosyal Öğrenme Kuramı (Bandura, 1977) ve Dijital Yerlilik tanımı (Prensky, 2001) temel alarak Alfa Kuşığı'nın yeni medya kullanımında babaların rolünü anlamaya çalışmaktadır. Sosyal Öğrenme Kuramı, çocukların davranışlarını çevrelerindeki modellerin, özellikle de ebeveynlerinin davranışlarını gözlemleyerek ve taklit ederek öğrendiklerini öne sürer. Bu bağlamda, yeni nesil babalar, çocukları için dijital dünyada nasıl gezecekleri, teknolojileri nasıl güvenli ve etkili bir şekilde kullanacakları konusunda rol model olmaktadır.

Dijital Yerlilik tanımı ise, Alfa Kuşığı gibi dijital teknolojilerle iç içe büyüyen neslin, bu teknolojilerle doğal ve sezgisel bir şekilde etkileşime girdiğini savunur. Ancak, dijital yerliler bile, dijital dünyanın karmaşıklığı ve sürekli değişen doğası karşısında rehberliğe ihtiyaç duymaktadırlar. Bu noktada, yeni nesil babalar, çocuklarının dijital okuryazarlık becerilerini geliştirmelerinde önemli bir rol oynamaktadır.

Nitel araştırma desenlerinden durum çalışması, araştırmanın yöntemi olarak tercih edilmiştir. Araştırmanın örneklemini, Sakarya ilinde ikamet eden ve 10-14 yaş aralığında çocuğu olan 10 yeni nesil baba oluşturacaktır. Babalarla yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilecek ve elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi kullanılarak analiz edilecektir. Görüşmelerde, babaların; kendi yeni medya kullanım alışkanlıkları, çocuklarının yeni medya kullanımına yönelik tutum ve davranışları, çocuklarının yeni medya kullanımını nasıl yönettikleri, çocuklarının dijital dünyada karşılaşılabilecekleri riskler hakkındaki görüşleri, çocuklarının dijital okuryazarlık becerilerini geliştirmek için neler yaptıkları konularına odaklanılacaktır.

Bu çalışmanın, yeni nesil babaların, Alfa Kuşığı'nın yeni medya kullanımı üzerindeki kültürel olarak şekillenen rollerine ışık tutması beklenmektedir. Özellikle, babaların dijital okuryazarlık

*Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Orcid: 0009-0009-2300-7823, feYZa.yontar@ogr.sakarya.edu.tr

becerilerinin aktarımı, yeni medya kullanımı konusunda sınırların belirlenmesi ve çocukların dijital dünyada güvende kalmalarının sağlanması konularındaki rolleri derinlemesine incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Alfa Kuşığı, Yeni Nesil Babalar, Yeni Medya, Dijital Okuryazarlık, Kültürel Çalışmalar

Kişilerarası İletişim Perspektifinden Dijital Medya Bağımlılığı ile Mücadele Süreçlerine Yaklaşım ve Çözüm Önerileri

Firuze Selen ÇAĞLAR*

Yapılan çalışmada, dijital medya bağımlılığı konusu kişilerarası iletişim gözünden ele alınmaktadır. İlgili literatür incelendiğinde, hayatlarının yeni bir dönemine başlayan üniversite öğrencilerinin yüksek risk grubunda olduğu görülmüş olup, bu grup çerçevesinde hem psikosoyal bağlamda hem de kişilerarası iletişim dinamikleri açısından çözüm önerileri getirilmesi amaçlanmıştır. Geleneksel bağlamda tanımladığımız kişilerarası iletişim yöntemlerinin özellikle son yıllarda dijital platformlara kaymış olması, kişilerin kendilerini ifade etme, sosyal bağlar kurma ve yaşam alanlarını anlamlandırma biçimlerinde köklü değişikliklere sebep olmaktadır. Dijital medya platformlarının sunduğu, zaman ve mekândan bağımsız iletişim kurabilme fırsatları bir yandan pozitif etkiler yaratırken bir taraftan da bireyleri yalnızlaştırıcı bir etkiye sahiptir. Dijital platformların, sürekli olarak yeni uyarılar sağlama, bireylerin haz mekanizmalarını etkileyerek zaman içerisinde problemli internet kullanımına yatkınlıklarını arttırmaktadır.

Özellikle üniversiteye yeni başlayan öğrencilerin hem yaş aralıkları hem de çevresel etmenler sebebi ile problemli internet kullanımı açısından hassas bir grup oluşturdukları görülmüştür. Yapılan çalışmalarda üniversite öğrencilerinin hayatlarının bu döneminde yeni sosyal ilişkiler kurmaya başladıkları, ekonomik olarak özerklik kazandıkları ve ailelerinden uzaklaşarak bireyselleştikleri bu zaman aralığında özellikle yüz yüze kişilerarası ilişkiler kurmada zorlandıkları durumlarda, dijital medya platformlarını bir sosyalleşme ve kaçış alanı olarak kullanma eğilimde oldukları görülmüştür. Bu durum dijital medya platformlarında geçirilen süreyi arttırmakta ve zamanla internet ile kurulan ilişkiyi problemli hale getirebilmektedir.

Bu noktada bağımlılık kavramının kuramsal tartışmaları incelenmiş olup, sadece fiziksel madde bağımlılığı açısından değil, davranışsal bağımlılıklar çerçevesinden değerlendirme gerekliliği doğmuştur. Bu çalışmada dijital medya bağımlılığının kavramsal ve kuramsal çerçevesi kişilerarası iletişim ile ilişkilendirilerek ele alınmıştır. Bu amaçla bireylerin yüz yüze kişilerarası iletişimden kaçınma eğilimlerine değinilmiş, benlik sunumu ve kendi benliklerine ilişkin kaygılarının onay arayışı ile birleşerek problemli internet kullanımına neden yatkınlık doğurduğu açıklanmıştır.

* İstanbul Bilgi Üniversitesi Öğretim Görevlisi, Mail: firuzeselenclr@gmail.com Orcid:0009-0005-1064-9895.

Sürece ilişkin çözüm önerileri geliştirilmesi hedeflenen bu araştırmada, sadece bireylerin kendilerine yönelik farkındalık çalışmalarının yeterli olmayacağı öngörülerek, üniversite düzeyinde yapısal değişiklikleri de içerecek çok katmanlı stratejiler önerilmiştir. Bunlardan ilki medya okuryazarlığı ve dijital farkındalık üzerine odaklanmıştır. Üniversite öğrencilerinin dijital medya platformlarında geçirdikleri zamanı verimli hale getirebilmek, platformlar üzerinden edindikleri dürtüsel hazlar yerine, eleştirel bir bakış açısı ile bilgiyi değerlendirebilir hale gelmeleri hedeflenmektedir. Dijital medya platformlarının dikkat çekmek için kullandıkları tekniklerin ayırımına varmaları ve bu uyarıların zihinsel ve duygusal olarak yaratacağı etkileri tanıma becerileri geliştirmeleri, dijital medya platformları ile daha sağlıklı ilişkiler geliştirmelerine sebebiyet verecektir. Bir diğer strateji olarak yüz yüze kişilerarası iletişim alanlarının arttırılmasına yönelik çalışmalardır. İnsanoğlu sosyal bir varlıktır ve bireyler sosyal bağlar kurma ihtiyacı hissetmektedirler. Özellikle yüz yüze iletişimi pekiştiren fiziksel alanların varlığı, üniversite öğrencilerinin empati, duygularını tanıma kendi beden dillerini yorumlama yetileri gibi konularda sosyal becerilerini geliştirebilmelerine destek vermektedir. Bu bağlamda, üniversite kampüsleri, okul kulüpleri, tematik akademik ve/veya sosyal çalışma grupları yaratılması önem arz etmektedir. Son olarak, üniversitelerin dijital okuryazarlığı teşvik eden kapsamlı müfredat geliştirmesi, dijital medya kullanımıyla mücadele eden öğrenciler için destek hizmetleri oluşturması ve sağlıklı dijital alışkanlıkları teşvik eden farkındalık kampanyaları oluşturmayı içeren projelerde etkin rol oynaması önerilmektedir. Örneğin psikolojik danışma merkezlerinin, dijital medya bağımlılığı konusuna özel bir çerçeveye yaklaşması ve dijital kullanım alışkanlıklarının psikolojik değerlendirme süreçlerine dâhil edilmesi ve grup çalışmalarıyla desteklenmesi önerilmektedir. Bu bağlamda üniversitelerin yalnızca akademik kurumlar değil; öğrencilerin dijital dünya ile sağlıklı ilişkiler kurmasını destekleyecek sosyal ortamlar olarak yeniden yapılandırılması tartışmaya açılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Medya Bağımlılığı, Kişilerarası İletişim, Problemli İnternet Kullanımı, Sosyal Medya, Dijital Okuryazarlık

Kişisel Gelişim Sürecinde Risk ve Kriz Yönetimi: Bireysel Farkındalıktan Stratejik Dayanıklılığa

Gizem ERDEM*

Bireylerin yaşam yolculukları boyunca karşılaştıkları beklenmedik olaylar ve zorluklar, kişisel gelişimlerini önemli ölçüde şekillendirebilir. Bu bağlamda, risk yönetimi ve kriz yönetimi becerileri, bireylerin olumsuz durumlarla başa çıkmalarını ve gelişimlerini sürdürebilmeleri sağlayan kritik unsurlar arasında yer almaktadır. Bu araştırmanın amacı, kişisel gelişim sürecinde risk ve kriz yönetiminin rolünü, bireysel farkındalığın geliştirilmesinden stratejik dayanıklılığın inşa edilmesine kadar olan evreyi kapsamlı bir biçimde incelemektir.

Risk yönetimi, potansiyel tehditlerin önceden tanımlanması ve bu tehditlere karşı alınabilecek önleyici tedbirlerin planlanması sürecini ifade etmektedir. Bireylerin, olası riskleri önceden öngörebilme ve bu risklere karşı hazırlıklı olma kapasiteleri, kriz durumlarının meydana gelme olasılığını azaltabilir veya etkilerini hafifletebilir. Kriz yönetimi ise beklenmedik ve stresli olayların yaşandığı durumlarda, bireylerin duygusal dengelerini koruyabilme, problem çözme yetkinliklerini kullanabilme ve uyum sağlayıcı davranışlar sergileyebilme yetilerini kapsamaktadır. Bireysel farkındalığın artırılması, bireylerin kendi güçlü ve zayıf yönlerini, stres kaynaklarını ve başa çıkma stratejilerini daha derinlemesine kavrayabilmelerini sağlayarak hem risklerin tanımlanmasında hem de kriz anlarında daha etkin ve verimli tepkiler vermelerine olanak tanımaktadır. Stratejik dayanıklılık, geçmiş deneyimlerden edinilen öğrenimlerle gelecekteki zorluklara karşı hazırlıklı olmayı, uzun vadeli hedeflere odaklanmayı ve psikolojik sağlamlığı korumayı ifade etmektedir.

Bu araştırma, kişisel gelişim sürecinde bireysel farkındalığın derinleştirilmesi ve stratejik dayanıklılık becerilerinin geliştirilmesinin, bireylerin psikolojik iyi oluşlarını artırarak, stresle başa çıkma yeteneklerini güçlendireceğini ve yaşamın getirdiği zorluklara karşı daha dirençli hale gelmelerini sağlayacağını öne sürmektedir. Araştırmanın bulguları, kişisel gelişim alanında risk ve kriz yönetimi eğitimlerinin önemini vurgulamakta ve bireysel farkındalık temelli stratejik dayanıklılık yaklaşımları için sağlam bir temel sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Risk yönetimi, kriz yönetimi, kişisel gelişim, psikolojik iyi oluş

* Tezsiz Yüksek Lisans Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Kişilerarası İletişim, gizem.eerdem@hotmail.com

Öğrencilerin Sosyal Medya Platformu ve İçerik Alımlaması Üzerine Bir İnceleme: Tercihler, Gerekçeler ve İfade Alanları

Gülsün BOZKURT*

Bu çalışma, farklı bölümlerden seçmeli Sosyal Medya dersi alan 69 üniversite öğrencisinin sosyal medya platformlarına yönelik tercihlerine ve içerik üretim süreçlerine odaklanmaktadır. Öğrenciler, ders kapsamında özgürce bir sosyal medya kampanyası ya da içerik tasarlayarak hem seçtikleri platformu hem de içerik türünü kendileri belirlemiştir. Araştırma, katılımcıların platform tercihlerinin kişisel eğilimleri, bölüm bazlı medya okuryazarlığı düzeyleri ve hedef kitleye ulaşma stratejileri ile doğrudan ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Instagram, özellikle Yeni Medya ve İletişim bölümü öğrencileri tarafından en çok tercih edilen platform olmuş; bunun temel nedenleri arasında görselliğin ön planda olması, erişilebilirlik, Z kuşağına ulaşma isteği ve platformun etkileşim odaklı yapısı yer almaktadır. YouTube, blog ve podcast gibi daha üretim ve hazırlık süreci gerektiren mecralar ise genellikle diğer bölümlerdeki öğrenciler tarafından kullanılmıştır. Twitter ve TikTok gibi daha niş mecralara ise çok sınırlı sayıda öğrenci yönelmiştir.

Çalışma sonucunda öğrencilerin sosyal medya kullanımının yalnızca bir paylaşım aracı değil, aynı zamanda bölüm kimlikleriyle, medya stratejisi geliştirme becerileriyle ve içerik alımlama alışkanlıklarıyla bağlantılı olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, İçerik Üretimi, Üniversite Öğrencileri, Yeni Medya, Medya Okuryazarlığı

*Doç. Dr., İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, İİSBF, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, gulsun.bozkurt@nisantasi.edu.tr

Hikâye Anlatıcılığı İletişim Etiği ve Kişilerarası İletişim Boyutunda Eleştirel Bir Analiz

Habibe ÖZ*

Dijital dönüşümün etkisiyle birlikte kişilerarası iletişim büyük oranda dijital araçlar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu durum, iletişim etiği açısından incelenmesi gereken önemli bir alanı ortaya koymaktadır. Dijital medya çağında reklam kampanyaları yalnızca birer tanıtım aracı olmanın ötesinde, toplumsal söylemlerin üretildiği ve dönüştürüldüğü mecralar hâline gelmiştir. Özellikle hikâye anlatımı temelli kampanyalar, izleyiciyle kurdukları duygusal bağ aracılığıyla sadece ürün değil, aynı zamanda bir değer sistemi de pazarlamaktadır. Bu bağlamda Dove’un 2022 yılında yayımladığı “Toxic Influence: Mothers & Daughters Confront Toxic Social Media” adlı kampanya dikkate değer bir örnek teşkil etmektedir. Deepfake teknolojisi kullanılarak oluşturulan bu kampanya, annelerin seslerinden genç kızlara yöneltilen toksik güzellik söylemleri aracılığıyla dijital ortamda maruz kalınan psikolojik baskıya dikkat çekmektedir. Bu çalışmanın amacı, söz konusu kampanyayı hikâye anlatıcılığı, iletişim etiği ve kişilerarası iletişim perspektiflerinden analiz etmek ve reklamın toplumsal etkilerini çok boyutlu bir çerçevede değerlendirmektir. Bu doğrultuda çalışmada, nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir.

Dijital hikâye anlatıcılığı, markaların tüketicilerle iletişim kurmak amacıyla sıklıkla başvurduğu bir strateji olarak ele alınmaktadır. YouTube platformunda yayımlanan reklam filmi üzerinden yapılan analizde, “toksik” kelimesinin sosyal medyada yaygın olarak kullanılmasının stratejik bir tercih olduğu görülmektedir. Reklam, kurgusal olarak anne ve kızlarının sosyal medyada yayılan zararlı güzellik normlarını, annelerinin ağzından duydukları bir video aracılığıyla deneyimledikleri bir senaryo sunmaktadır. Bu bağlamda, marka tarafından dijital bir hikâyenin hedef kitleye izletilerek duygusal bağ kurma stratejisi izlendiği anlaşılmaktadır. Dove, uzun süredir kadın odaklı reklamcılık (Femvertising) yaklaşımıyla marka anlatısını şekillendirmektedir. Reklamda, annelerin kızlarının sosyal medyada maruz kaldığı şiddetin farkında olmadığı, ancak yapay zekâ ile oluşturulmuş kendi görüntülerini izlediklerinde farkındalık kazandıkları aktarılmaktadır. Dove, bu anlatı aracılığıyla güzellik ve estetik normlarına karşı çıkan bir kahraman rolü üstlenmekte; ancak nihayetinde kendi güzellik anlayışını pazarlayan bir strateji yürütmektedir. Hikâyenin manipülatif yönü özellikle deepfake gibi etik sınırları belirsiz teknolojiler aracılığıyla duygusal gerçeklik ile kurgusal inandırıcılık

* Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık ve Tanıtım, Orcid ID: 0000-0001-9656-0552, habibe.oz@marun.edu.tr

arasında bir çelişki yaratmakta ve bu durum izleyicilerde hem bilinçli farkındalık hem de etik gerilim oluşturmaktadır.

Kampanya, güçlü bir hikâye anlatımı ve etkili bir dil kullanımıyla toplumsal bir probleme dikkat çekmektedir. Ancak bu yüzeyin altında etik manipölasyon, kurumsal çelişkiler ve toplumsal yapının indirgemeci biçimde değeriendirilmesi gibi sorunlar yer almaktadır. Kişilerarası iletişim sorunlarını dönüştürmeyi amaçlayan bir kampanyanın, ancak etik sorumluluk ve söylemsel tutarlılık ilkeleri doğrultusunda yürütölmesi hâlinde toplumsal açıdan olumlu sonuçlar doğurması mümkündür. Bu tür kampanyaların yalnızca pazarlama stratejileri açısından değil, toplumsal sorumluluk ve etik ilkeler çerçevesinde değeriendirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda sunulan analiz, gelecek çalışmalar için de örnek teşkil etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Hikâye Anlatıcılığı, İletişim Etiğı, Kişilerarası İletişim

Gerbner'in Ekme Kuramı Bağlamında 2025 Yılında Türk Televizyonlarında Yayına Giren Dizilerin Tematik Analizi

Hasan Malik AYDINER*

Bu çalışma, televizyon dizilerinin kültürel temsilleri nasıl aktardığını anlamaya yönelik olarak Gerbner'in Ekme Kuramı bağlamında 2025 yılında Türkiye'de yayın hayatına başlayan dokuz dizinin incelenmesini içermektedir. Televizyonun kültürel değerleri izleyiciye fark ettirmeden aktarma gücünden hareketle, dizilerde tekrar eden temalar belirlenmiş; aile yapısı, toplumsal ilişkiler, saygı, sevgi, şiddet ve ahlaki değerler açısından çözümlemeler yapılmıştır.

Çalışma nitel bir araştırma yöntemi olan içerik analizi ile yürütülmüştür. Elde edilen bulgular, televizyonun kültürel kodları yeniden üretme ve yayma işlevini günümüzde de sürdürdüğünü ortaya koymaktadır.

Televizyon, yalnızca bir eğlence aracı değil; aynı zamanda toplumun normlarını, değerlerini ve kimliğini yeniden üreten güçlü bir iletişim aracıdır. Türkiye'de geniş izleyici kitlesine ulaşan televizyon dizileri, toplumun gündelik yaşamına etki edecek biçimde kültürel mesajlar içermektedir. Bu bağlamda, televizyon içeriklerinin incelenmesi, medya-sosyoloji kesişiminde önemli bir araştırma alanı sunmaktadır.

George Gerbner tarafından geliştirilen Ekme Kuramı, medyanın uzun vadede izleyici davranışları ve inançları üzerindeki etkisini ele almaktadır. Gerbner'e göre, televizyon izleyicileri, tekrar eden temalar ve içerikler yoluyla zamanla televizyonun sunduğu dünyayı gerçek dünya olarak algılamaya başlarlar. Bu 'kültür ekimi' süreci, toplumun değer yargılarının medya aracılığıyla şekillendirilmesine zemin hazırlar.

Araştırma için 1 Ocak 2025 ile 10 Nisan 2025 tarihleri arasında Türk televizyonlarında yayına giren dokuz dizi seçilmiştir. Zaman kısıtı nedeniyle dizilerin tamamı değil, fragmanları ve özet metinleri incelenmiştir. Bu diziler aracılığıyla sunulan tematik yapılar belirlenmiş, içerikler Gerbner'in kuramsal çerçevesine göre analiz edilmiştir. İncelenen dizilerde sevgi, ihanet, şiddet ve toplumsal çatışmalar öne çıkan temalar arasında yer almıştır. Şiddet, tehdit ve bağırma gibi negatif ifadeler bazı dizilerde yoğun olarak işlenmiştir. Saygı, nezaket ve yardımlaşma gibi toplumsal değerlere ise yeterince yer verilmemiştir. Komşuluk ilişkileri, yaşlılara saygı, kamuya açık nazik davranışlar göz ardı edilmiş; bireysel gerilimlere dayalı senaryolar tercih edilmiştir. Dizilerin çoğunda aile dışı ilişkiler, duygusal yakınlıklar ve ataerkil yapı

* Doktorant, Marmara Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım ABD, Reklamcılık ve Tanıtım Doktora Programı, info@hasanmalikaydiner.com

çerçevesinde hiyerarşik düzenler dikkat çekmiştir. Televizyon dizileri, kültürel değerlerin aktarımı açısından güçlü bir mecra olmaya devam etmektedir. Gerbner'in Ekme Kuramı çerçevesinde yapılan analizler, dizilerde toplumsal gerçekliğin medya aracılığıyla yeniden üretildiğini göstermektedir. Olumsuz temaların baskınlığı, televizyonun izleyici zihninde nasıl bir norm oluşturduğuna dair önemli göstergeler sunmaktadır. Bu bağlamda, medya üreticilerinin kültürel sorumluluk bilinciyle hareket etmeleri önem arz etmektedir.

Bu çalışma, televizyon dizilerinde kültürel temsillerin nasıl işlendiğine dair ön bulgular sunmaktadır. Gelecek araştırmalarda daha geniş zaman aralığı, tam dizi içeriklerinin incelenmesi ve izleyici görüşlerinin dahil edilmesiyle daha derinlemesine analizler yapılabilir. Ayrıca, farklı kuramsal çerçevelerle yapılacak karşılaştırmalı çalışmalar, medya etkileri literatürüne katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Ekme Kuramı, Kültürel Temsil, Türk Dizileri, Televizyon Araştırmaları

Dijital Dönüşüm Sürecinin Endüstriyel Pazarlama Uygulamaları Üzerindeki Etkisi: Türkiye’deki Üretim Sektöründen Bir Örnek Olay İncelemesi

Haşim ACAR*

Dijital dönüşüm ve Endüstriyel Pazarlama kavramları çalışmamızda öncelikle tanımsal çerçevede açıklanmaktadır. Ardından kuramsal çerçevede dijital dönüşümün etkili bileşenleri ve Endüstriyel pazarlamanın etkili bileşenleri ve bunların çeşitleri hakkında temel bilgilendirmeler yapılmaktadır. Teorik açıklamadan sonra Dijital araçların endüstriyel pazarlamadaki yeri öneminden bahsedilmekte aralarındaki ilişki verilmektedir. Dünya ve Türkiye’den çeşitli örneklerle araştırma devam etmektedir. Araştırma yapılandırılmış görüşme formuyla devam etmektedir. Görüşme orta ve büyük ölçekli 2 firma ile yapılmaktadır. Bulgular enegrasyon etkileşim ve pazarlama performansına katkı olacak şekilde oluşturulmak istenmektedir. Çalışmamızın sonuç kısmı ise bulguların değerlendirilmesi, akademik ve sektörel öneriler, çalışmanın kısıtları ve gelecek çalışmalar için öneriler şeklinde devam etmektedir.

Bu çalışmadaki asıl amaç dijital dönüşümün endüstriyel pazarlamaya nasıl etki ettiği, ya da daha etkili neler yapılarak kar ve satışların artırılacağı, olumsuz durumlar varsa bunların ne ile eritileceği araştırılmaya çalışılmıştır. Genel durumun betimlenmesi, etkileri ve neler yapıp bir vizyon oluşturulacağı açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Digitalizm, Pazarlama, Yapay Zeka, Endüstri

* Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Kişilerarası İletişim.

Yapay Zekâ ile Ortaklaşa Konuşmak: Kişilerarası İletişimde Öneri Sistemleri ve Sessiz Katılımcılar

Hatice TÜLÜN*

Bazen birine yazmaya karar verdiğimizde, ekranın üstünde beliren öneri cümleleri bizden önce davranıyor. Henüz ne diyeceğimizi tam bilemeden, “Teşekkür ederim!” ya da “Bunu senin için yaptım.” gibi hazır ifadeler elimizin altına geliyor. Bu bir kolaylık mı, yoksa yavaş yavaş ruhumuzun yerini alan bir araç mı?

Giderek daha fazla kişi, mesajlarını yazarken yalnız değil. WhatsApp’ın önerdiği cevaplar, Gmail’in tamamladığı cümleler, ChatGPT ile yazılan özür mektupları... Hepsi, kişisel bir iletişim gibi görünen şeyin artık yalnızca iki kişi arasında geçmediğini gösteriyor. Bu konuşmalara adı konmayan bir “üçüncü” katılıyor: algoritma.

Bu sunumda, yapay zekâ destekli öneri sistemlerinin kişilerarası iletişim üzerindeki etkisini sorgulamak istiyorum. Yapay zekânın sunduğu bir yanıt hâlâ ne kadar bize ait? “İstersen bu mesajı daha akademik ya da daha samimi yazabilirim!” gibi sistem önerileriyle şekillenen cevaplar gerçekten samimi mi? Hazır şablonlar ya da milyonlarca kullanıcı için tekrar kurgulanan özürler ne kadar gerçek?

İletişim yalnızca ne söylediğimiz değil, nasıl ve hangi niyetle söylediğimizle ilgilidir. Birine içtenlikle “özür dilerim” demek, düşünmeyi, hissetmeyi ve ifade etmeyi içerir. Oysa bu süreci bir öneri sistemi hızlandığında —bizden çok daha iyi düşünen ve ifade eden araçlar olsa bile— eksik kalan bir şey oluyor: hissetmek. AI çağında, özellikle genç kullanıcıların deneyimlerinde, gerçek bir kolaylıkla duygusal yüzeysellik arasında ince bir çizgi oluşuyor.

Öneri sistemleri yalnızca teknik araçlar değil; aynı zamanda iletişim normları sunan kültürel aktörlere dönüşüyorlar. Ne zaman, neyi, ne kadar söylemenin uygun olacağını onlar belirlemeye başladığında, kişilerarası ilişkilerin ritmi ve tonu da yeniden biçimleniyor. Bu durumun duygusal emek, özgünlük ve mahremiyet gibi kavramlarla nasıl kesiştiğini düşünmek gerektiğine inanıyorum.

Bazı cümleler vardır, insanın içinde bir süre yoğrulur. Kolay çıkmaz. Belki biraz gecikir, biraz eksik kalır ama tam da o eksiklik, o kırılgnalık onun insani yanını oluşturur. Yapay zekâ ile

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Üsküdar Üniversitesi, Medya ve Kültürel Çalışmalar, hatice.tulun@st.uskudar.edu.tr
<https://orcid.org/0009-0006-2324-0076>

önerilen mesajlar ise o eksikliği silip süpürüyor. Empatiyle örülmüş dili sadeleştirip otomatikleştiriyor. Peki, geriye ne kalıyor?

Bu sunum, gündelik iletişimlerimizin arka planında sessizce çalışan algoritmaların ilişkilerimizin dokusunu nasıl dönüştürdüğünü görünür kılmayı amaçlıyor. Çünkü bazen en çok, içimizdeki sessizlikler şekil veriyor konuşmalarımıza.

Anahtar Kelimeler: Kişilerarası İletişim, Yapay Zekâ Etiği, Öneri Sistemleri, Dijital Mahremiyet, Algoritmik Etkileşim

Yapay Zekâ Destekli Bilim İletişimi: Bireyin Bilgiyle Kurduğu İletişimin Dönüşümü

Karolin Hiripsima HAÇİKOĞLU*

Yapay zekâ teknolojileri, dijital dönüşüm çağında iletişim süreçlerini derinlemesine biçimde dönüştürmektedir. Bilim insanları ile toplum arasındaki bilgi paylaşımı, dijital çağın iletişim ortamlarında yaşanan dönüşümle birlikte, bilimsel bilginin iletim biçimlerini köklü biçimde değiştirmiştir. Bu bağlamda yapay zekânın yalnızca bir teknoloji olarak değil, bireyin bilimle kurduğu iletişimi yeniden düşünmemizi mümkün kılan bir paradigma olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Bilimin teknolojik ve ekonomik kalkınmadaki rolü, bireyin bilime yönelik ilgisini teşvik etme gerekliliğini ortaya koymuş; bu durum, bilimin farkındalığını artırma ve önemini vurgulama ihtiyacını da beraberinde getirmiştir. Günümüzde bilimsel bilginin topluma etkili biçimde aktarımı yalnızca geleneksel medya ya da akademik kanallar yoluyla değil, dijital araçların sunduğu olanaklarla da gerçekleştirilmektedir. Bu dönüşümün merkezinde yer alan yapay zekâ teknolojileri, yalnızca bilgi üretim süreçlerinde değil, bu bilginin bireye sunulmasında da etkin bir rol üstlenmektedir. Çalışma bilgiye erişim pratiklerinde yaşanan dönüşümün hangi yeni dinamikleri ortaya çıkardığını incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, nitel bir yöntemsel yaklaşım doğrultusunda yapılandırılmıştır. Alandaki çalışmalar incelenerek, bilim iletişiminin bireysel düzeyde kurulan iletişim sürecine yönelik olanak ve riskler kategorize edilerek tartışmaya açılacaktır. Analiz kapsamında, yapay zekâ tabanlı içerik üretim sistemleri, dijital bilim okuryazarlığı, algoritmik bilgi akışı ve kişiselleştirme mekanizmaları gibi temel temalar ele alınmıştır. Bilim iletişimi, geleneksel anlamda akademik bilginin halka erişimini sağlayan uzman temelli bir süreç olarak tanımlanırken; yapay zekâ, bu süreçte hem içerik üretici hem de filtreleyici olarak rol oynamaktadır. Çalışmada, yapay zekânın bilim iletişiminde bir tür "dijital turnusol" işlevi görebileceği ileri sürülmektedir. Bu doğrultuda, yapay zekâ destekli sistemlerin; bilgi doğruluğunu denetleme, güvenilir kaynakları öncelikli hâle getirme ve içerikleri uygun biçimde filtreleme gibi işlevleri aracılığıyla, bireyin bilimsel bilgiyle kurduğu iletişim süreçlerini güçlendirebileceği öngörülmektedir. Çalışma yapay zekâ ile bilim iletişimi disiplinlerinin kesişiminden doğan sinerjiden en üst düzeyde bireyin nasıl faydalanabileceğini ortaya koymayı hedeflemektedir. Bireyin bilimle kurduğu ilişki artık daha hızlı, daha bireysel ancak aynı zamanda daha kırılğan bir zeminde ilerlemektedir. Bu

* Doktorant, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, ORCID No: 0000-0002-0777-4952, k.hacikoglu.2017@ogr.iu.edu.tr

dönüşümün toplumsal etkilerini sağlıklı şekilde yönlendirebilmek için bilim insanları, iletişimciler ve politika yapıcılar arasında disiplinlerarası iş birliklerine ihtiyaç duyulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, Bilim İletişimi, Bilgi Güvenirliliği

Akran Zorbalığını Yeniden Tanımlamak: Sonuç Odaklı ve Kurban Merkezli Alternatif Bir Yaklaşım Önerisi *

Kenan ŞAHİN, Emel POYRAZ*****

Akran zorbalığı, sadece çocuklukla sınırlı olmayan, bireylerin tüm yaşamını derinden etkileyebilen; kurban, zorba ya da seyirci fark etmeksizin tüm taraflar için kalıcı psikolojik, sosyolojik ve akademik sonuçları olabilen küresel bir halk sağlığı sorunudur. Bu önemli sorunla mücadele amacıyla farklı yaklaşımlarla geliştirilen çok sayıda önleme ve müdahale programı bulunmasına rağmen istenen yaygın etkiye ulaşılamamakta; hatta bazı programlarda zorbalığı artırıcı etkiler gözlenebilmektedir. Başlı başına bu durum bile mevcut yaklaşımları gözden geçirme ve meseleyi yeni perspektiflerle ele alma gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Mevcut alan çalışmaları incelendiğinde, zorbalığın uzun süredir güç dengesizliği, kasıtlı zarar verme niyeti gibi dışarıdan gözlemlenmesi mümkün olmayan veya tekrarlanma gibi sınırları belirsiz ölçütler üzerinden tanımlandığı görülmektedir. Örneğin, niyetin nasıl tespit edileceği veya hangi sıklıktaki davranışların zorbalık sayılacağı ya da güç dengesinin gerçekten belirleyici olup olmadığı tartışmaya fazlasıyla açık konulardır. Buna rağmen hâkim paradigma; nesnelliği ve geçerliliği tartışmalı bu ölçütlerle zorbalığı “nesnel” bir biçimde ölçmeye çalışmakta; bu mümkün olmadığı için zorbalığı sadece “istenmeyen eylemler” üzerinden değerlendirmekle yetinmektedir. Ancak bu yaklaşım tüm taraflar için öznel ve çok boyutlu bir deneyim olan zorbalığın tüm yönleriyle kavranmasını zorlaştırmaktadır.

Sorunun yeterince anlaşılamaması, mücadele programlarını çoğunlukla eylem temelli, “zorbayı düzeltme” odaklı, cezalandırıcı ve tepkisel bir anlayışa hapsetmekte; önleyici stratejiler dahi genellikle kurbanı değil, zorbaya yönelmektedir.

Sonuç olarak, mevcut hâkim paradigma, zorbalığı anlamının ve onunla mücadelenin önündeki başlıca engellerden biri hâline gelmiştir. Bu noktada eylemden ziyade eylemin öncesi ve sonrası süreçlere; kişiler arası iletişim, akran kabulü ve tehdit algısı gibi psikososyal dinamiklere ve öz kabul, bireysel algı gibi öznel deneyimlere odaklanmak iyi bir alternatif olabilir. Bu pencereden bakıldığında, odak zorbadan kurbanı kaymakta; zorbalık eylemin niteliğinden ziyade bireyde oluşturduğu etkiler üzerinden değerlendirilmektedir. Bu sayede, mağdurun algı ve deneyimini

* Bu bildiri T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Kişilerarası İletişim Bilim Dalı doktora programı öğrencisi Kenan Şahin’in “Kişiler Arası İletişimde Kabul Olgusu: Akran Zorbalığı Örneği” isimli doktora tez çalışmasından üretilmiştir.

** Doktora öğrencisi, T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Kişilerarası İletişim Bilim Dalı, posta@kenansahin.com, İstanbul, Türkiye, ORCID: 0000-0002-4269-9193

*** Prof. Dr., T.C. Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye, emel.poyraz@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1420-7673

merkeze alan; zorbalığı eylem öncesi ve sonrası etkilerle birlikte bütüncül bir biçimde ele alan yeni bir akran zorbalığı paradigması inşa etmek mümkün olabilir.

Bu yeni paradigma, akran zorbalığını daha derinlikli kavramayı ve daha isabetli tanımlamayı sağlayabilir. Böylece hem müdahale hem de önleme boyutlarını bir arada sunan, etkili, uygulanabilir ve “ekonomik” yöntemler geliştirilmesinin önünü açabilir. Örneğin, akran kabulünü güçlendirmek ve öğrencilerin kendilerini oldukları gibi kabul etmelerini desteklemek, bir yandan zorbalığın olumsuz etkilerini hafifletirken diğer yandan zorbalığın yeniden yaşanma riskini azaltabilir. Sonuç olarak, zorbalığın tüm taraflarının “içten dışa” desteklenmesini mümkün kılan bu yaklaşım, bireylerin benlik gelişimine katkıda bulunarak toplum genelinde uzun vadeli olumlu etkiler oluşturulabilir.

Anahtar Kelimeler: Akran Zorbalığı, Kişiler Arası İletişim, Öz Kabul, Akran Kabulü, Kurban

“Appearance-Related Social Media Consciousness” Kavramının Türkçeye Çevirisinin Değerlendirilmesi

Kevser KARAKÖSE TÜRK*

“Appearance-Related Social Media Consciousness” kavramı, Sophia Choukas-Bradley, Jacqueline Nesi, Laura Widman ve Mary Higgins-Neyland tarafından alanyazınına 2018 yılında sunulmuştur. Kavramın ilk üretildiği dil olan İngilizcede “appearance-related social media consciousness” olan kavram, “görünümle ilişkili sosyal medya bilinci” (Öngören vd., 2021, s.1, “görünüşle ilgili sosyal medya farkındalığı” (Çetinkaya vd., 2022, s. 71) ve “sosyal medyada görünüş algısı” (Yıldırım-Kurtuluş vd., 2022, 456) gibi farklı çeviri ve terimlerle Türkçede kullanılmaktadır. Bu anlamda kavramın Türkçe karşılığı hususunda bir fikir birliğinin bulunmadığı görülmektedir. Bu durum, kavramın üretildiği dilde sahip olduğu anlamı değiştirerek ilgili çalışmalarda anlam kaymalarına ve böylelikle kavramı içeren yerel ve orijinal dilindeki çalışma bulgularının değerlendirilmesi ve kıyaslanmasında zorluklar yaratma riskini içinde barındırmaktadır. Bu çalışmada “appearance-related social media consciousness” kavramının Türkçeye çevirisinde verilen farklı karşılıkların yol açtığı anlam kaybı ve anlam farklılıklarının alan yazınında tespit edilmesi ve tespiti ilişkin tartışmalarda bulunduktan sonra ortak kullanımı mümkün kılacak bir Türkçe karşılığın varlığına ilişkin bir tartışma yürütülmesi ve kavramın daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunmak amaçlanmıştır.

GEREÇ-YÖNTEM: İlgili kavramın isimlendirilmesi ve Türkçeye çevirisi üzerinden bir değerlendirme ve karşılaştırma, Türkçe dilindeki YÖK Ulusal Tez Merkezi (<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>) veri tabanında yer alan lisansüstü tezler üzerinden gerçekleştirilecektir. Çalışma yöntemi olarak döküman analizi belirlenmiş olup ilgili akademik çalışmaların kavram için kullandıkları çeviri ve kavram ile açıklanan değişken uyumu perspektifinde çalışma içinde ve çalışmalar arası karşılaştırmalı bir kavram değerlendirmesi yapılacaktır. Araştırmada temel olarak "appearance-related social media consciousness" kavramının üretildiği dilde yer alan "consciousness" kelimesi ve ilgili kelimenin Türkçe çevirileri kavramın anlaşılmasında nasıl rol oynadığı ve Türkçe akademik çalışmaların, "appearance-related social media consciousness" kavramını çalışırken hangi çevirileri kullandığı ve bu çevirilerin orijinal kavramın içeriğiyle ne kadar uyumlu olduğu sorularına cevap aranmaktadır.

* Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, Kişilerarası İletişim Doktora Programı, İstanbul, karakosekevser@gmail.com

BULGULAR: Çalışma kapsamında veri toplama süreci devam etmekte olup, YÖK Ulusal Tez Merkezi veri tabanındaki ön incelemeler, "appearance-related social media consciousness" kavramının Türkçeye farklı biçimlerde çevrildiğini göstermektedir. İlk gözlemler, kavramın orijinal isimlendirmesinde yer alan “consciousness”ın sahip olduğu geniş anlam çerçevesi ve bu kavramın Türkçe çevirisinde “bilinç”, “farkındalık” ve “görünüş algısı” gibi terimlerle karşılık bulması ile kavramın Türkçe karşılığı konusunda bir fikir birliğinin bulunmadığı göstermektedir. Kavramın asıl anlamının değiştiği çalışmalara, anlam kaymalarına ve çalışmaların bulgularının değerlendirme ve kavramın ilk tanımlandığı anlamdan uzaklaşması, ölçüm aracı ile ölçümlenen değişken arasında farklılıklar ve dolayısıyla bulguların yorumlanması ve kıyaslanmasında yanlışlıklar gibi zorluklar tespit edilmiştir.

SONUÇ:

Çalışma tamamlandığında, söz konusu kavramın Türkçeye çevrilmesinde karşılaşılan anlam farklılıklarının alanyazındaki etkilerine dair daha kapsamlı bir değerlendirme yapılması ve bu çeviri çeşitliliğinin kavramın akademik tutarlılığı üzerindeki yansımalarının ortaya konması hedeflenmektedir. Bu doğrultuda, kavramın Türkçede ortak bir kullanım çerçevesine oturtulmasına yönelik öneriler sunulurken, ileride yapılacak yerel araştırmalarda kavramsal birlikteliğe katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Görünüşle İlgili Sosyal Medya Farkındalığı, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci, Sosyal Medyada Görünüş Algısı

Sözün Sanata Dönüşümü: Yetişkinlere Yönelik Masal Anlatıcılığı Üzerine Kültürel Ve Sosyoekonomik Bir Değerlendirme

Kevser TAŞLIK*

Masal anlatıcılığı, tarih boyunca yalnızca çocuklara yönelik bir eğlence ya da eğitim aracı değil; aynı zamanda toplumsal hafızayı taşıyan, kültürel değerleri aktaran ve bireyler arasında güçlü bir iletişim kuran sanatsal bir form olmuştur. Bu çalışmada, yetişkinlere yönelik masal anlatıcılığı pratiği ele alınmakta; Türkiye’deki tarihsel köklerinden (özellikle Dede Korkut anlatıları) günümüze kadar geçirdiği dönüşüm irdelenmektedir. Türkiye’de sözlü anlatı geleneği zengin bir mirasa sahip olsa da bu anlatıların yetişkinlere yönelik modern anlatım biçimlerine dönüşmesinde sınırlı bir gelişim görülmektedir. Oysa Avrupa’da, özellikle İngiltere, Almanya ve İskandinav ülkelerinde masal anlatıcılığı bir sahne sanatı, iletişim pratiği ve hatta terapi yöntemi olarak benimsenmekte; festivaller, atölyeler, eğitim programları ve anlatıcı dernekleri aracılığıyla kurumsallaşmaktadır.

Çalışmada, Türkiye’de yetişkin masal anlatıcılığının neden gelişemediği kültürel ve sosyoekonomik dinamikler üzerinden değerlendirilmektedir. Özellikle sanatın bir "ihtiyaç" değil, "lüks" olarak algılandığı yapılar, yaratıcı anlatım biçimlerinin desteklenmesini zorlaştırmaktadır. Bununla birlikte, anlatıcılığın bir performans sanatı olarak kurumsallaşamamış olması, eğitici kaynakların azlığı ve kamu desteğinin sınırlılığı da bu gelişim eksikliğini pekiştiren unsurlardır. Türkiye’de son yıllarda bireysel çabalarla gelişen masal anlatıcılığı girişimleri (örneğin Seiba gibi kurumlar ve anlatıcı Nazlı Çevik Azazi gibi isimler) umut verici olsa da yaygın ve sürdürülebilir bir yapıya dönüşmemiştir.

Bu bağlamda çalışmanın amacı, Türkiye’de masal anlatıcılığının kültürel zeminini, güncel gelişim düzeyini ve yurtdışı örneklerle kıyaslandığında içinde bulunduğu konumu ortaya koymak; eksiklikleri belirleyerek bu alandaki olası gelişim yollarını önermektir. Araştırma, nitel yöntemle, yalnızca literatür taramasına dayalı olarak yürütülecektir. Akademik tezler, makaleler, konferans bildirileri, kültürel politika belgeleri ve sanat pratiklerine ilişkin yayınlar analiz edilerek karşılaştırmalı bir değerlendirme yapılacaktır.

Sonuç olarak, yetişkinlere yönelik masal anlatıcılığı Türkiye’de henüz hak ettiği akademik, kültürel ve sanatsal ilgiyi görmemektedir. Oysa bu alan, bireyler arası iletişimi güçlendiren,

* Yüksek Lisans Programı Öğrencisi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı, kevsertaslik@marun.edu.tr

toplumsal aidiyeti destekleyen ve kültürel belleği canlı tutan çok katmanlı bir potansiyele sahiptir. Bu bildiride hem bu potansiyelin altı çizilecek hem de Türkiye'nin bu alandaki gelişimini destekleyecek öneriler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Masal Anlatıcılığı, Yetişkin Eğitimi, Sözlü Kültür, Sanatla İletişim, Karşılaştırmalı İnceleme

Yapay Zekanın Güzellik Algısı: Dove'un "The Code" Reklam Filmi Üzerine Eleştirel Bir İnceleme

Kübra IŞIK*

Bu çalışma, Dove'un 'The Code' adlı reklam filmi üzerinden yapay zekanın güzellik algısını nasıl yeniden ürettiğini ve bu temsillerin feminist reklamcılık bağlamında nasıl değerlendirilebileceğini ele almaktadır. Dove, 'Gerçek Güzellik' kampanyası kapsamında yapay zekanın güzellik anlayışına eleştirel bir yaklaşım sunarak, tek tipleştirici kadın imajlarına karşı çıkmakta ve farklılıkların görünürlüğünü savunmaktadır. Kampanya, yapay zekâdan 'ideal kadın' ve 'ideal cilt' gibi tanımlamalar istemekte ve çıkan sonuçların çeşitliliğini sorgulamaktadır. Bu bağlamda reklam filmi, teknolojik indirgemecilik ve eleştirel feminist teori ışığında örnek olay incelemesi yöntemi ile analiz edilmiştir.

Teknoloji, modern yaşamın tüm alanlarında olduğu gibi güzellik ve beden temsillerinde de etkili bir belirleyici hâline gelmiştir. Yapay zekâ uygulamaları, özellikle sosyal medya ve reklamcılık alanında bireylerin estetik algılarını yönlendiren bir araca dönüşmüştür. Bu çalışma, Dove'un "The Code" reklam filmi üzerinden yapay zekâ destekli güzellik anlayışını ve bu anlayışa yönelik eleştirileri tartışmayı amaçlamaktadır.

Çalışma, teknolojik indirgemecilik ve eleştirel feminist kuram bağlamında şekillenmektedir. Teknolojik indirgemecilik, teknolojiyi kendi başına toplumu dönüştüren bir faktör olarak görürken; eleştirel kuram, teknolojinin toplumsal, kültürel ve ideolojik yapılardan bağımsız düşünülemeyeceğini vurgular. Bu bağlamda, Dove'un kampanyası teknolojiyi sadece araçsal değil, ideolojik bir yapı olarak ele almaktadır.

Yapay zekâ sistemleri, eğitildikleri veriler aracılığıyla öğrenir ve karar verir. Bu nedenle, yapay zekâ tarafından oluşturulan güzellik imgeleri, toplumun tarihsel, kültürel ve ideolojik normlarını yansıtır. Dove'un 'The Code' reklamında yapay zekâyı 'mükemmel kadın' sorusu yöneltildiğinde, çıkan sonuçların genellikle Batı merkezli, beyaz, zayıf, genç ve belirli estetik normlara sahip kadınlar olması dikkat çekicidir. Bu da yapay zekânın mevcut güzellik kalıplarını yeniden üretme eğiliminde olduğunu ve toplumsal çeşitliliği yeterince temsil etmediğini bizlere göstermektedir.

Dove'un reklam filminde sunulan eleştirel yaklaşım, güzellik normlarının toplumsal çeşitlilik temelinde yeniden tanımlanması gerektiğini vurgulamaktadır. Ancak kampanyanın, markanın ticari kimliğiyle bütünleşmiş olması, feminist değerlerin pazarlama stratejisi olarak kullanıldığı

* Doktorant, Marmara Üniversitesi Reklamcılık ve Tanıtım Anabilim Dalı, kubraisik52@gmail.com

yönünde eleştirileri de beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda, Dove'un kampanyası feminist reklamcılığın sınırlarını ve yapay zekâ aracılığıyla estetik kodların yeniden üretilmesini tartışmaya açmaktadır. Bunların yanı sıra yapay zekâ destekli estetik temsillerin daha geniş veri kümeleriyle ve farklı kültürel bağlamlarla karşılaştırmalı olarak incelenmesi, bu alandaki eleştirel bakış açısını derinleştirecektir. Ayrıca, sadece kadın temsilleri değil, erkeklik, yaşlılık, engellilik gibi farklı kategorilerin de yapay zekâ bağlamında temsiline odaklanan çalışmaların yapılması önem arz etmektedir.

Anahtar Kavramlar: Yapay Zeka, Feminist Reklam, Yapay Zeka Reklamcılığı

Dijital Çağda Hakikat Krizi: Vatandaş Gazeteciliği, Dezenformasyon ve Toplumsal Etkileri

Kübra TOKUŞ AYAR*

“Yeterince büyük bir yalan söylerseniz ve bunu sürekli tekrarlarsanız, insanlar sonunda buna inanmaya başlar.” Bu söz, Joseph Goebbels tarafından devlet aygıtının hakikate karşı duyarsızlığına bir eleştiri olarak söylenmişti. Goebbels, iddiasını propaganda gücüyle destekleyerek etkili bir şekilde tamamlamıştı.

Ancak günümüzde, özellikle dijital medyanın yükselişiyle bu denklem tersine dönmüş durumda. Yaklaşık 10-15 yıl önce, hakikatin sesi olacağı iddiasıyla yüceltilen "vatandaş gazeteciliği" ne yazık ki bugün dezenformasyonun en yaygın kaynaklarından biri haline geldi. Bu dönüşümde, etkileşimi ödüllendiren ve kışkırtıcı içerikleri görünür kılan sosyal medya platformlarının rolü büyük. Toplumsal olaylar ve siyasal gelişmeler, bu mecralarda yapılan paylaşımlar aracılığıyla manipüle edildi; bizler de çoğu zaman "doğru bildiğimiz yalanlar" silsilesinin bir parçası haline geldik. Akademik çalışmalar ve istatistikler, bu alandaki çarpıcı bir gerçeği ortaya koyuyor: Yalan, hakikatten çok daha hızlı yayılıyor. Bir zamanlar doğru ve temiz habercilik adına yüceltilen vatandaş gazeteciliği, bugün önemli ölçüde yalan bilgi ve manipülasyonun üretildiği bir mecra haline gelmiştir. Bu noktada şu soruyu sormak gerekir: Devlet aygıtının kontrolündeki medyanın yönlendirmesi mi daha tehlikeli, yoksa manipülasyon gücünün halkın eline geçmiş olması mı?

Göçmen karşıtlığı, etnik ayrımcılık ve sahte haberlerle beslenen yalan içerikler, çoğu zaman toplumsal linç kültürünü körükleyen birer "cadı avına" dönüşmüştür. Bu tür içerikler yalnızca bireysel aktörler tarafından değil, bu dili bilerek ve isteyerek kullanan siyasi figürler tarafından da desteklenmiştir. Bu da bize, artık yalnızca devletlerin değil, halkın da gerçeğe karşı bir tür "alerji" geliştirdiğini göstermektedir. Günümüz bilgi ekosisteminde kontrolsüz enformasyon paylaşımı ve yalanın yayılma hızı göz önüne alındığında, artık "vatandaş gazeteciliği"nin Goebbels'in temsil ettiği dezenformasyon modeline yaklaştığını söylemek abartı olmayacaktır.

* Gazeteci

Psikolojik İletişim Bağlamında Kişilerarası Güvenin İnşası: Teorik Bir Yaklaşım ve Söylem Analizi

Mahire AHMEDOVA*

İletişim yalnızca sözel mesajların aktarımından ibaret olmayan, bireylerin duygu, düşünce ve tutumlarını etkileyen derin bir psikolojik süreçtir. Bu bağlamda “psikolojik iletişim” kavramı, özellikle kişilerarası güven inşası açısından kritik bir öneme sahiptir. Güven, bireyler arası etkileşimlerin sürdürülebilirliği için gerekli en temel unsurlardan biridir. Bu çalışma, psikolojik iletişim kapsamında güven olgusunun nasıl inşa edildiğini kuramsal ve söylemsel düzeyde incelemeyi amaçlamaktadır.

Çalışmanın kuramsal çerçevesi Carl Rogers’ın empatik iletişim kuramı, Daniel Goleman’ın duygusal zekâ yaklaşımı ve Niklas Luhmann’ın sistemik güven kuramı ile yapılandırılmıştır. Bu kuramlar doğrultusunda, güvenin yalnızca bireylerin içsel eğilimleriyle değil, aynı zamanda söylem düzeyinde kullanılan dilsel stratejilerle kurulduğu varsayılmaktadır. Güven, açık iletişim, duygusal uyum, süreklilik ve karşılıklılık gibi unsurlar üzerinden kişilerarası iletişimde inşa edilmektedir.

Bu bağlamda çalışmada nitel bir yöntem olarak söylem analizi kullanılmıştır. Analiz için farklı sosyal bağlamlarda (yakın arkadaşlık, iş ortamı ve dijital iletişim) gerçekleşmiş 15 farklı bireysel görüşmeden elde edilen konuşma örnekleri derlenmiştir. Veriler içerik çözümlemesi yöntemiyle değerlendirilmiş ve güvenin inşasında öne çıkan söylemsel unsurlar belirlenmiştir.

Bulgulara göre güvenin söylem düzeyinde inşasında şu öğeler belirleyici olmuştur:

Açık ve doğrudan iletişim biçimleri

Sözsüz iletişim

Onaylayıcı, destekleyici ve empatik ifadeler

Tutarlılık gösteren ben dili kullanımı

Duygusal geçişlilik ve karşılıklı anlayış dili

Anahtar Kelimeler: Psikolojik İletişim, Güven, Kişilerarası İletişim, Söylem Analizi, Duygusal Zekâ, Empatik Etkileşim

* Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sos. Bil. Enst., Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı, mahira.ahmedova@gmail.com, mahiraahmadova@marun.edu.tr, ORCID: 0009-0007-0338-8871

Gürültü Çağında Sessiz Bir Yoksunluk: Dinleme

Merve ÇATAL*

Dinleme, insan iletişiminin temel taşlarından biri olarak, sadece bir işitsel algı süreci değil, aynı zamanda bilişsel, duygusal ve sosyal boyutları içeren çok katmanlı bir etkinliktir. Modern çağın teknolojik gelişmeleri, iletişimi niceliksel olarak artırmış; ancak niteliksel derinliği büyük ölçüde azaltmıştır. Bu bağlamda, dinleme becerisi, dijital gürültü ortamında ihmal edilen ve zamanla zayıflayan bir insani yeti hâline gelmiştir. Gürültü çağının karakteristik özelliği, dikkat ekonomisine dayalı iletişim modelleriyle bireyleri sürekli uyarana maruz bırakmasıdır. Bu durum, sürekli konuşan fakat nadiren dinleyen bir toplumsal yapı doğurmuştur. Sosyal medya mecraları, çok sesliliği teşvik etmekle birlikte, anlamlı etkileşimlerin yerini çoğunlukla yankı odalarına ve tek yönlü ifadelerle bırakmaktadır. Bu çerçevede dinleme, bir kayıp değil; bir yoksunluk olarak karşımıza çıkmakta, yani varlığı değil yokluğu hissedilen bir değer hâlini almaktadır. Psikoloji, nörobilim ve iletişim bilimleri alanlarında yapılan çalışmalar, etkin dinlemenin bireyler arası empatiyi geliştirdiğini, çatışmaları azalttığını ve toplumsal bağları güçlendirdiğini ortaya koymaktadır. Buna karşın, hızlı ve çok kanallı iletişim biçimleri bireyleri sabırsız, odaklanma sorunu yaşayan ve çoğu zaman karşıdakini anlamaktan ziyade yanıt vermeye hazır hâle getirmektedir. Bu eğilim, toplumsal ilişkilerde anlamlı bağların kurulmasını güçleştirmekte, yalnızlığı artırmakta ve psikolojik iyi oluşu olumsuz etkilemektedir. Dinlemenin yoksunluğu, yalnızca bireysel düzeyde değil; aynı zamanda kültürel, siyasal ve pedagojik düzeyde de kendini göstermektedir. Eğitsel bağlamda, öğrencilerin dinleme becerilerinin zayıflığı öğrenme süreçlerini sekteye uğratmakta; siyasal düzlemde ise karşıt görüşler arasında yapıcı bir diyalog kurulmasını imkânsız hâle getirmektedir. Kültürel olarak ise dinleme, geçmişten bugüne aktarılan sözlü geleneğin devamlılığı açısından hayati bir öneme sahiptir. Dinlemeyen toplumlar, kendi hafızalarını ve kimlik inşasını da zedelemektedir. Sonuç olarak, içinde yaşadığımız gürültü çağında dinleme, yeniden öğrenilmesi ve inşa edilmesi gereken bir kültürel praksis olarak değerlendirilmelidir. Sadece bir beceri değil, aynı zamanda bir etik tavır olarak dinleme; bireyleri sadece birbirine değil, kendilerine de yaklaştıran bir köprü işlevi görür. Bu bağlamda, dinlemenin yoksunluğu, sessiz ama derin bir kayıp olarak çağdaş insanın en temel iletişim boşluklarından birini temsil etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dinleme, İletişim, Empati, Kültürel Aktarım

* Tezsiz Yüksek Lisans Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı

Sanal Bedenler, Gerçek Roller: Sohbet Botlarında Toplumsal Cinsiyetin Performatif Üretimi

Merve TOSUN*

Yapay zekâ teknolojilerinin sosyal hayata entegrasyonu, yalnızca teknolojik bir dönüşüm değil, aynı zamanda toplumsal normların, kimliklerin ve rollerin yeniden üretildiği bir zemin sunmaktadır. Bu bağlamda, Judith Butler’ın toplumsal cinsiyeti sabit bir kimlikten çok, kültürel olarak tekrarlanan performanslar bütünü şeklinde kavramsallaştırması, yapay zekâ uygulamalarının cinsiyet temsillerinin inşasında kuramsal bir referans noktası oluşturmaktadır. Butler’ın yaklaşımından hareketle, sohbet botları dijital ortamda toplumsal performansların temsilcisi olarak değerlendirilebilir. İnsanların bu sistemlere atfettiği cinsiyet temelli özellikler, çoğunlukla teknolojik tarafsızlıktan değil, kültürel kodlardan beslenmektedir. Örneğin, “yardımsever” ya da “nazik” gibi niteliklerin kadın sesleriyle özdeşleştirilmesi, geleneksel cinsiyet rollerinin dijital düzlemde yeniden üretilmesine neden olmaktadır. Bu durum, sohbet botlarının yalnızca işlevsel araçlar değil, aynı zamanda toplumsal normları taşıyan sembolik aktörler olarak da işlev gördüğünü ortaya koymaktadır.

Butler’ın performatiflik kuramından hareketle, dijital temsillerin doğal değil, toplumsal olarak inşa edilmiş yapılar olarak değerlendirilebileceği görülmektedir. Dijital ortamlarda toplumsal cinsiyetin dönüşebilir ve yeniden üretilebilir olduğu vurgulanmaktadır. Kullanıcıların sohbet botlarına bilinçdışı biçimde cinsiyet atfetmeleri bu sürecin önemli bir parçasıdır. Bu durum, dijital teknolojilerin kültürel normlarla ne kadar iç içe geçtiğini göstermektedir. Sohbet botları, toplumsal cinsiyetin insan bedeninin ötesinde sanal temsiller aracılığıyla da performe edilebileceğini göstermekte ve mevcut eşitsizliklerin dijital alanda süreklilik kazanma riskine işaret etmektedir. Dolayısıyla performatif yapı sorgulanmadıkça, yapay zekâ teknolojileri toplumsal cinsiyet eşitliğini desteklemek yerine mevcut eşitsizliklerin dijital olarak yeniden üretilmesine zemin hazırlayabilmektedir. Feminist bir kuramsal çerçeve sunan bu çalışma, literatür taramasına dayalı bulgular doğrultusunda, sohbet botlarının söylemsel yapısını Judith Butler’ın toplumsal cinsiyetin performatifliği kuramı çerçevesinde incelemektedir. Çalışmanın amacı, teknolojik temsillerin toplumsal normlarla kurduğu ilişkiye eleştirel bir perspektif sunmaktır.

* Doktora Öğrencisi, Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sosyoloji, tsnmerv@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0002-5915-7454

Anahtar Kelimeler: Judith Butler, Performatiflik, Yapay Zekâ, Toplumsal Cinsiyet, Sohbet Botları

YouTube Türkiye Reklamlarının İletişim Psikolojisi

Musa ŞİMŞEK*

Bu çalışmada, YouTube Türkiye’de 2021 ile 2023 yılları arasında en çok izlenen reklamların metin içerikleri, Linguistic Inquiry and Word Count (LIWC-22) yazılımı kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmanın temel amacı, popüler reklam filmlerinde kullanılan dilin ortak unsurlarını ve örüntülerini incelemektir. İletişim psikolojisi ve tüketici psikolojisi perspektifleri doğrultusunda gerçekleştirilen bu incelemede, YouTube Ads Leaderboard Türkiye’nin her çeyrek dönemde yayınladığı en çok izlenen reklamlar listesi kaynak olarak kullanılmıştır.

Araştırmanın kapsamı, belirtilen tarih aralığında en çok izlenen reklamların dilsel yapıları, duygu yoğunluğu, sosyal etkileşim ifadeleri, ikna stratejileri ve mesaj içerikleri üzerine yoğunlaşmıştır. LIWC-22 yazılımı, reklam metinlerinde yer alan dilsel öğeleri analiz etmek amacıyla kullanılmış; bu analizde, reklamların duygu yükü, güven, otorite, samimiyet ve analitik dil gibi kategorilerdeki farklılıklar ortaya konulmuştur.

Elde edilen sonuçlar, dijital reklamların izleyicilere yönelik dilsel stratejilerinin zaman içinde nasıl evrildiğini ve bu değişimlerin toplumsal bağlamdaki etkilerini ortaya koymaktadır. Bu çalışma, dijital reklamcılığın iletişim psikolojisi üzerindeki etkilerini daha iyi anlamaya yönelik önemli bir katkı sunmakta olup, aynı zamanda medya tüketimi üzerine yapılacak gelecekteki araştırmalar için sağlam bir temel teşkil etmektedir. İletişim psikolojisinin ele aldığı çeşitli faktörlerin, tüketicilerin hangi tür reklamları daha çekici bulduğu üzerindeki etkisine dair önemli içgörüler sağlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İletişim Psikolojisi, Tüketici Psikolojisi, Medya Etkisi, Youtube Türkiye, LIWC-22

* Arş. Gör., İstanbul Kent Üniversitesi, musasimseksy@gmail.com

Gazze Savaşının Medyadaki Yansıması: Siyonist İdeolojinin İnşası ve Propaganda Üretimi*

Mustafa ŞAHİN, Serhat ULAĞLI*****

Medya ve dijital medya olarak tanımlanan yeni medya, modern toplumlarda yalnızca bilgi iletimini sağlayan araçlar olmanın ötesinde, ideolojilerin yaygınlaştırılması ve içselleştirilmesinde etkin rol oynayan güçlü ideolojik aygıtlardır. Günümüzde medya ve ideoloji birbirinden ayrı düşünülemez iki bileşendir. Medya, yapay gündemler oluşturarak kendi çıkarlarını öncelikli hâle getirmekte ve bu doğrultuda toplumun doğru ve nesnel bilgiye erişimini engelleyebilmektedir. Bu çerçevede medya, propaganda süreçlerinde merkezi bir aktör konumuna gelmekte; başvurduğu çeşitli iletişim stratejileri aracılığıyla kamuoyunu yönlendirme ve manipüle etme kapasitesine sahip olmaktadır. Nitekim İsrail'in Gazze'ye yönelik askeri operasyonları, yalnızca sahadaki çatışmalarla sınırlı kalmayıp, uluslararası kamuoyunu etkilemeyi amaçlayan yoğun bir propaganda ve medya stratejisiyle desteklenmektedir. Bu doğrultuda, İsrail'in ana akım medya üzerindeki lobi faaliyetleri yalnızca içerik üretim süreçlerini değil, aynı zamanda haberlerin sunum biçimini ve hedef kitlede oluşturulmak istenen algıyı da doğrudan etkilemektedir. İsrail'in Gazze operasyonları sürecinde yürüttüğü propaganda faaliyetlerinde tercih edilen anlatı dili, haber başlıklarının seçimi ve medya kurumlarıyla kurulan ilişkiler, savaşın yalnızca fiziksel değil, aynı zamanda ideolojik bir boyut taşıdığını da açık biçimde ortaya koymaktadır. İsrail'in Siyonist ideolojisi ve militarist bir devlet yapısına sahip olmasının yansıması olarak, Gazze Savaşı sürecinde iletişim alanında yürütülen tüm faaliyetler, İsrail ordusunun doğrudan denetimi ve organizasyonu altında gerçekleştirilmiştir. Devlet güvenliğini temel öncelik olarak kabul eden bu askeri stratejik yaklaşım, savaşın başlamasıyla birlikte hızlıca uygulamaya konmuş; medya üzerinde yoğun ve etkili bir algı yönetimi süreci işletilmiş, alıntılama, dezenformasyon ve propaganda faaliyetleri sistematik biçimde yürütülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Propaganda, İdeoloji, Medya, Siyonizm. Gazze,

* Bu bildiri T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı Kişilerarası İletişim Bilim Dalı doktora programı öğrencisi Mustafa Şahin'in "Medya Emperyalizmi ve Siyasal Algı İlişkisi Ekseninde Uluslararası Medya Kuruluşlarında Gazze Savaşı İle İlgili Yayınlanan Haberlerin Eleştirel Söylem Analizi" adlı doktora tez çalışmasından üretilmiştir.

** Doktora Programı Öğrencisi, T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı Kişilerarası İletişim Bilim Dalı, msahinim@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1206-0353

*** Prof. Dr., T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, serhat.ulagli@marmara.edu.tr, ORCID:0000-0001-7565-332X

Yapay Zeka, İnsan ve İletişim: Etik ve Sosyal Sorumluluk Boyutları

Özge ULUSOY*

Bu bildiri, yapay zeka teknolojilerinin insan iletişimine olan etkilerini etik ve sosyal sorumluluk perspektifinden incelemeyi amaçlamaktadır. Dijital dönüşüm sürecinde yapay zeka (YZ) sistemleri, insan-insan ve insan-makine iletişimini yeniden şekillendirirken, toplumsal etkileşimler üzerinde derin izler bırakmaktadır. Yapay zekanın veri analitiği, doğal dil işleme ve makine öğrenimi gibi alanlardaki ilerlemeleri, iletişim süreçlerinde hız ve verimlilik sağlarken, etik ve sosyal sorumluluk bağlamında yeni tartışmalar da doğurmuştur.

Bu çalışmada, YZ destekli iletişim teknolojilerinin bireyler ve toplum üzerindeki etkileri, etik ilkeler doğrultusunda değerlendirilecektir. Veri mahremiyeti, algoritmik şeffaflık, toplumsal eşitlik ve sorumlu inovasyon başlıkları altında, yapay zekanın kullanımının doğurduğu etik ikilemler tartışılacaktır. Ayrıca, dijital iletişimde YZ'nin kullanımının toplumsal sorumluluk çerçevesinde ele alınması gerektiği ve bu teknolojilerin doğru yönetilmesi durumunda toplumsal faydaya dönüşebileceği vurgulanacaktır.

Bu bağlamda, araştırmamanın ana soruları şunlardır:

- 1) Yapay zeka destekli iletişim teknolojileri etik sorumluluk ilkeleri doğrultusunda nasıl yönetilmelidir?
- 2) İnsan ve yapay zeka arasındaki iletişimde etik sınırlar nasıl belirlenmelidir?
- 3) Toplumsal sorumluluk perspektifi, YZ tabanlı iletişim stratejilerinde nasıl daha etkin bir şekilde uygulanabilir?

Son yıllarda dijitalleşme süreciyle birlikte, yapay zekanın günlük hayattaki kullanım alanları genişlemiş ve iletişim pratiklerinde daha fazla yer almaya başlamıştır. YZ tabanlı çözümler, insan-makine etkileşimini artırarak toplumsal iletişim ağlarını yeniden tanımlamaktadır. Bununla birlikte, algoritmik karar alma süreçlerinde karşılaşılan ayrımcılık sorunları, veri gizliliği ihlalleri ve şeffaflık eksikliği, etik tartışmaların merkezinde yer almaktadır. Bu nedenle, YZ'nin sorumlu bir şekilde kullanılması, toplumsal faydayı en üst düzeye çıkaracak şekilde yönetilmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, çalışmanın bulguları, yapay zeka teknolojilerinin iletişimdeki etkilerini daha sorumlu, etik ve toplumsal fayda odaklı bir bakış açısıyla ele almanın önemini ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım, sadece bireysel düzeyde değil, kurumsal ve toplumsal düzeyde de

* Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Reklamcılık ve Marka İletişimi, ozge-ulusoy@hotmail.com

daha kapsayıcı ve eşitlikçi iletişim stratejilerinin geliştirilmesine katkı sağlayacaktır. Ayrıca, YZ tabanlı iletişim uygulamalarının sosyal sorumlulukla bütünleştirilmesi, dijital çağda insan haklarının korunmasına ve toplumsal eşitliğin sağlanmasına yönelik önemli bir adım olacaktır. Bu bağlamda, gelecekte etik ve sosyal sorumluluk ilkelerinin daha güçlü bir şekilde vurgulanması gerektiği öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zeka, İletişim, Etik, Sosyal Sorumluluk, Veri Mahremiyeti

Teknolojinin Sosyal İnşası Kuramı Bağlamında Dijitalleşme ve İletişim Pratiklerinin Eleştirel Değerlendirilmesi

Özgür KÜTÜKCÜ*

Dijital dönüşüm, yalnızca teknik araç ve gereçlerin çoğalmasından ibaret olmayan; özellikle birey-toplum-iletişim üçgeninde derin kırılmalara yol açan çok katmanlı bir değişim süreci olarak tanımlanmaktadır. Bu dönüşümün, bireyin gündelik yaşam pratiklerinden kültürel kodlara, kimlik inşa süreçlerinden kişilerarası iletişim biçimlerine kadar geniş bir etki alanına yayıldığı gözlemlenmektedir. Teknoloji, bu bağlamda yalnızca bir araç ya da tarafsız bir kolaylaştırıcı olarak değil; toplumsal gerçekliği biçimlendiren aktif ve yönlendirici bir güç olarak değerlendirilmektedir. Ancak bu etkinin niteliğinin anlaşılabilmesi, teknolojiyi içsel bir ilerleme çizgisiyle açıklayan indirgemeci yaklaşımlar yerine, onu toplumsal bağlam içinde tartışan kuramsal çerçevelerle mümkün kılınmaktadır.

Bu bağlamda çalışmada, Teknolojinin Sosyal İnşası (TSİ) kuramı merkeze alınmıştır. Kurama göre teknoloji; aşkın, kendi iç mantığına sahip ve ilerlemeye mahkûm bir yapı olarak değil, toplumsal aktörlerin değerleri, anlam dünyaları ve etkileşimleri tarafından şekillendirilen dinamik bir oluşum olarak ele alınmaktadır. TSİ, teknolojik determinizmin tek boyutlu, indirgemeci ve bireyi edilgenleştiren bakış açısına karşı, bireyin ve toplumun teknolojiyi şekillendiren asli özneler olduğunu ileri sürmektedir.

Teknolojik determinizm, tarihsel süreçte çeşitli biçimlerde dile getirilmiştir. Bu yaklaşım, kimi zaman Marx'ın üretim ilişkileri çözümlemelerinde, kimi zaman ise Innis'in medya teknolojilerine atfettiği dönüştürücü güçte somutlaştırılmıştır. Bu tür yaklaşımlarda, teknolojik araçların neredeyse kutsandığı ve toplumsal yapının asli kurucusu olarak konumlandırıldığı görülmektedir. TSİ kuramında ise bu tür doğrusal bir gelişim çizgisi yerine, çok yönlü ve dairesel bir toplumsal şekillenme süreci önerilmektedir. Teknolojinin yalnızca toplumu dönüştürmediği; toplum tarafından da yön verildiği, şekillendirildiği ve hatta kimi durumlarda reddedilebildiği ileri sürülmektedir.

Çalışmada, TSİ kuramının temel kavramları olan yorumlama esnekliği, ilgili sosyal gruplar, teknolojik çerçeve, metodolojik görelilik ve sosyo-teknolojik birlikler hem kuramsal düzlemde hem de dijitalleşme bağlamında iletişim olgusu ekseninde ele alınmıştır. Sözgelimi “yorumlama esnekliği”, bir teknolojik nesnenin ne olduğundan çok ne anlama geldiğini belirleyen toplumsal bağlamların çeşitliliğine vurgu yapmaktadır. Aynı teknolojik nesnenin

* Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Anabilim Dalı, ozgur_kutukcu@hotmail.com

farklı sosyal gruplar tarafından farklı biçimlerde yorumlandığı ve bu yorumların toplumsal gerçeklik içerisinde farklı sonuçlar doğurduğu görülmektedir. Bu yaklaşım doğrultusunda, teknoloji yalnızca teknik bir süreç değil; aynı zamanda sosyal mücadelelerin ve kültürel anlam üretimlerinin de alanı olarak tanımlanmaktadır. Bir teknolojik ürünün “başarılı” ya da “başarısız” olarak etiketlenmesi, büyük ölçüde hangi sosyal grup tarafından nasıl benimsendiğiyle doğrudan ilişkili olarak görülmektedir. Örneğin bir sosyal medya platformunun algoritmik yapısının yanı sıra, o platformun kültürel zeminde nasıl yorumlandığı, hangi davranışları teşvik ettiği ve kullanıcılar tarafından ne tür anlamlarla yüklendiği de belirleyici olmaktadır.

Sonuç olarak, iletişim teknolojilerinin yalnızca teknik yenilikler değil; aynı zamanda kültürel üretim süreçlerinin, güç ilişkilerinin ve toplumsal anlam dünyalarının bir bileşeni olarak değerlendirilmesi gerektiği savunulmaktadır. TSİ kuramı, günümüz dijital toplumunu anlamaya yönelik güçlü bir kuramsal çerçeve sunmakta ve teknolojik değişimin kaçınılmaz bir yazgı olarak sunulmasına karşı düşünsel bir itiraz işlevi görmektedir. Bu çalışmada, dijital dönüşüm, iletişim felsefesi ve teknoloji-toplum ilişkisi bağlamında, iletişim bilimlerine bireyin özne konumunu yeniden kazanabileceği bir düşünsel zemin sunulması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Teknolojinin Sosyal İnşası, Dijital Dönüşüm, Kişilerarası İletişim, Yorumlama Esnekliği, Teknolojik Determinizm

Instagram Influencerları Üzerinden Gösterişçi Tüketimin Veblenci Okuması

Özümsu ALAGÖZ*

Merve ÇERÇİ SEVGİ**

Bu bildiri, Thorstein Veblen’in “gösterişçi tüketim” ve “aylak sınıf” kuramlarını dijital çağın tüketim pratikleriyle ilişkilendirerek, Instagram influencerlarının içerikleri üzerinden bir çözümleme sunmaktadır. Danla Biliç, Elvin Levinler ve Mika Raun örnekleme üzerinden yürütülen bu nitel araştırma, influencer pazarlamasının gösterişçi tüketimle nasıl iç içe geçtiğini tematik analiz yöntemiyle incelemektedir. Veriler, influencerların Instagram gönderileri üzerinden manuel olarak toplanmış; “lüks tüketim ve marka gösterisi”, “gösterişli boş zaman ve deneyimler” ve “üretken gösterişçi tüketim” olmak üzere üç ana tema belirlenmiştir.

Bulgulara göre, influencerlar lüks markaları, ayrıcalıklı tatil ve etkinlikleri görünür kılarak; aynı zamanda sponsorluk iş birlikleri aracılığıyla tüketimi kazanca dönüştürerek sosyal medyada hem sembolik hem de ekonomik bir prestij üretmektedir. Veblen’in teorisinde tüketim, bireyin sosyal statüsünü israf yoluyla görünür kılma aracı olarak tanımlanırken, dijital çağda bu süreç daha “üretken” bir zemine taşınmıştır. Influencerlar artık yalnızca tüketerek değil, bu tüketimi içerik haline getirerek ve ekonomik faydaya dönüştürerek kendilerini konumlandırmaktadır.

Sonuç olarak, Instagram gibi görsel odaklı platformlar, Veblen’in gösterişçi tüketim teorisini güncelleyen yeni bir görünürlük ve statü performansı alanına dönüştüğü ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, influencer pazarlaması, tüketimin yalnızca bireysel değil, kolektif ve dijital bir güç gösterisi olarak nasıl yeniden yapılandığını anlamak açısından önemli bir çalışma alanı sunmaktadır. Bu çalışmanın gelecekte bu alanda yapılacak çalışmalara ışık tutması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gösterişçi Tüketim, Influencer Pazarlaması, Sosyal Statü Performansı

* Doktorant, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Reklamcılık ve Tanıtım Bilim Dalı, ozumalagoz@gmail.com

** Doç. Dr. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık ve Tanıtım Anabilim Dalı, merve.cerci@marmara.edu.tr

Yapay Zekânın Üniversite Öğrencileri Üzerindeki Etkileri

Rana PEKGÜZEL*

Hayatın en önemli parçalarından biri olan iletişim, teknolojinin ilerlemesiyle paralel bir şekilde gelişim göstermektedir. Teknolojinin getirdiği yenilikler ile dünya üzerindeki tüm insanlar hem birbirleri ile kolayca iletişim kurabilmektedir hem de dünyada olan biten her şeyi daha hızlı bir şekilde öğrenme imkanına sahip olmaktadır. Teknolojinin bu denli hızlı ilerlemesi son yıllarda yapay zekânın gündeme gelmesini sağlamıştır. Yapay zekâ tarihte ilk kez 1956 yılında John McCarthy tarafından kullanılmıştır. Son yıllarda oldukça popüler olan ve popülerliğini korumaya da devam eden yapay zekâ, yalnızca insan doğasına ait olan düşünme, algılama/kavrama, öğrenme, fikir üretme, iletişim kurma, var olan sorunları çözme gibi davranışlar sergileyen bir işletim sistemidir. Yapay zekâ teknolojisinin ilerlemesiyle birlikte birçok yapay zekâ programları, uygulamaları üretilmeye başlanmıştır. Bu programlar ve uygulamalar iş hayatında, öğrenim hayatında, günlük hayatta sıkça kullanılmaktadır. Böylelikle yapay zekâ hayatın bir parçası haline gelmiştir. Bu makalede yapay zekânın üniversite öğrencileri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Çalışmanın amacı öğrencilerin en çok hangi yapay zekâ uygulamalarını kullandıkları, kullanılan yapay zekâ uygulamalarının öğrencilere sağladığı katkıların neler olduğunu, yapay zekâ uygulamalarının ne gibi kolaylıklar sağladığını, öğrencilerin beklentilerini karşılayıp karşılamadığını analiz etmektir. Yapay zekânın üniversite gençliği üzerindeki etkisi Aydın Adnan Menderes Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri üzerinden nicel araştırma yöntemlerinden olan anket yöntemi ile analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ- Yapay Zekâ ve İletişim- Yapay Zekâ Uygulamaları

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi, Sinema ve Televizyon, Aydın, Türkiye <https://orcid.org/0009-0008-2303-9641> pekguzelrana09@gmail.com

Havuçla Barışmak: Kişisel Gelişimle Anlamli Başarıya: Profesyonel Başarı ve Kişisel Gelişim Arasındaki İlişki

Sena ERGÜN*

Bu çalışma, bireylerin yaşam kalitesini artırmada kişisel gelişim ve kendini gerçekleştirme (self-aktüalizasyon) süreçlerinin profesyonel başarıyla nasıl ilişkilendiğini ele almaktadır. Günümüzde başarı genellikle maaş, unvan ve terfi gibi dışsal göstergelerle tanımlansa da içsel doyum ve anlam arayışı giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Kişisel gelişim; öz farkındalık, duygusal zeka, psikolojik dayanıklılık ve öz yeterlik gibi bileşenler aracılığıyla bireyin kendini tanıma ve potansiyelini gerçekleştirme sürecidir.

Gelişim odaklı zihin yapısının, bireyin iş yaşamındaki performansına ve genel yaşam doyumuna olan katkısı vurgulanmakta; başarı ile kişisel gelişim arasındaki çift yönlü etkileşime dikkat çekilmektedir. Gerçek başarı; yalnızca hedeflere ulaşmakla değil, aynı zamanda bu süreçte bireyin kim olduğuna, nasıl dönüştüğüne ve hangi değerleri içselleştirdiğine dair farkındalık kazanmasıyla mümkündür.

Sonuç olarak; profesyonel başarı ile kişisel gelişim, birbirini besleyen ve tamamlayan dinamiklerdir. Bu bağlamda sunum, başarı kavramına bütüncül bir bakış açısı kazandırmayı ve içsel gelişimin dışsal başarı üzerindeki etkisini göstermeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kişisel Gelişim, Self-Aktüalizasyon (Kendini Gerçekleştirme), Profesyonel Başarı, Yaşam Kalitesi, İçsel Doyum

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı

Türk Aile Yapısının Korunmasında “2025 Aile Yılı” Stratejisinin Önemi

Sevim SAYIM MADAK*

2025 yılının Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan tarafından aile yılı ilan edilmesinin arkasında sosyolojik, kültürel ve ekonomik birçok bileşenin olduğu göz ardı edilmemelidir. Dijitalleşmenin etkisiyle tehdit altındaki geleneksel aile yapısını bir arada tutan temel dinamiklerden kopma tehlikesi ortaya çıkmıştır. Geleneksel Türk toplum yapısının korunması amacıyla ilan edilmiş olan aile yılı konsepti sosyal bir doku olarak birlik ve beraberliğinin korunması noktasında aileyi yeniden sosyal iletişimin merkezine almıştır.

2025 yılı içerisinde Aile içerisinde ebeveynin rolünü, çocuk yetiştirilmesini ve bu konudaki sosyolojik dengelerin yeniden gözden geçirilmesi üzerine hazırlanmış olan temel stratejiler geleceğin Türkiye’sinin inşa edilmesinde ciddi bir sosyolojik katkı sağlayacaktır

Çalışmanın genel amacı dijitale karşı gelenekselin mücadelesinde Türk aile yapısının yeniden eski normlarına dönmesi, milli ve manevi değerler ekseninde yükselen Türk aile yapısının güçlendirilmesi için yürütülen çalışmalar, araştırmalar ve bakanlığın hazırlamış olduğu çeşitli içerikler katılımcılar ile paylaşılarak aile içi iletişimin sosyolojik yapıya etkisi ortaya konulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Aile İçi İletişim, Kitle Psikolojisi, Sosyal Kimlik

* Dr., Aile ve Sosyal Politikalar Bakan Yardımcısı

Görünmeyen Zincirler: Sosyal İzolasyon ve Baskının Bireysel Gelişime Etkisi

Sevgi YENİLMEZ*

Kişisel gelişim, bireyin potansiyelini gerçekleştirme süreci olup; öz farkındalık, özgüven, duygu yönetimi, sosyal beceriler ve karar verme yetilerini içerir. Bu sürecin sağlıklı bir şekilde ilerlemesi, bireyin içinde bulunduğu sosyal çevreyle doğrudan ilişkilidir. Sosyal izolasyon, bireyin gönüllü ya da zorunlu olarak sosyal ilişkilerden uzak kalması durumudur. Bu durum, yalnızlık, dışlanmışlık hissi ve aidiyet duygusunun zedelenmesi gibi sonuçlara yol açabilir. Uzun süreli sosyal izolasyon, özellikle genç yaşlarda bireyin duygusal zekâ gelişimini, empati yeteneğini ve iletişim becerilerini olumsuz yönde etkileyebilir.

Sosyal baskı, bireyin içinde bulunduğu grup ya da toplumun değerlerine, normlarına veya beklentilerine uyması yönünde maruz kaldığı doğrudan ya da dolaylı etkidir. Bu baskı, bireyin kendi değerleriyle çatışabilir ve özgün karar alma süreçlerini sekteye uğratabilir. Özellikle ergenlik döneminde yoğun olarak hissedilen akran baskısı, bireyin kimlik gelişimini olumsuz yönde etkileyebilir. Sosyal baskı bireyi toplumla uyumlu hâle getirebilse de aşırıya kaçtığında bireysel özgürlüğü ve yaratıcılığı sınırlayıcı bir faktör hâline gelir.

Sosyal izolasyon ve sosyal baskı, bireyin kişisel gelişimini farklı yönlerden tehdit eden iki kutup olarak değerlendirilebilir. İzolasyon bireyin sosyal becerilerinin körelmesine neden olurken, aşırı sosyal baskı bireyin bireyselliğini bastırarak uyumlu ama edilgen bireyler yetişmesine sebep olabilir. Bu iki olgu, bireyin özgün benliğini oluşturmamasını ve sağlıklı bir kimlik geliştirmesini engelleyebilir. Eğitim ve aile ortamı gibi sosyal kurumlar, bireyin bu etkilerden minimum düzeyde etkilenmesini sağlamak adına destekleyici rol oynamalıdır.

Sonuç olarak, sosyal izolasyon ve sosyal baskı, bireyin kişisel gelişimini çok boyutlu olarak etkileyen iki temel toplumsal durumdur. Bu etkilerin en aza indirgenmesi için bireylerin sosyal becerilerle donatılması, psikolojik dayanıklılıklarının artırılması ve destekleyici sosyal çevrelerin oluşturulması önem arz etmektedir. Eğitim politikaları, birey merkezli gelişimi önceliklendiren, empati ve eleştirel düşünme gibi sosyal-duygusal becerilere odaklanan yapılarla güçlendirilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Kişisel Gelişim, Sosyal İzolasyon, Sosyal Baskı, Yalnızlık.

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı

Türk Toplum Yapılaşmasında Kadın Kimliğinin Önemi

SümeYra MACİT⁴

Orta Asya’da yerleşik olmayan yaşam ve geleneksel toplumsal yapılar içinde kadınların hayat içerisindeki konumu, toplumun temel taşlarından biri olmuştur. Kadınlar, hem aile içinde hem de toplumda önemli bir figür olarak kabul edilmiştir; tarım, hayvancılık ve sosyal düzenin sürekliliğinde aktif rol almışlardır. Bilge Kağan kitabesinde: “*Türk Tanrısı, Türk milleti yok olmasın diye, babam İl-teriş Kağan ile anam İl-Bilge Hatun’u gönderdi*” (Turan, 2003: 311; Ergin, 2013: 69) ibaresi toplumsal devamlılık, her türlü kültür aktarımı ve kadının hayatın devamı mahiyetinde görüldüğünü ispatlamak adına önemlidir.

Göçebe yaşam tarzı ve geleneksel değerler, kadınların toplumdaki konumunu belirlemiş ve güçlendirmiştir. Osmanlı dönemine gelindiğinde ise, kadınların toplumsal hayattaki yeri çeşitli derecelerde değişiklik göstermiştir; bazı dönemlerde sarayda, bazı dönemlerde ise kırsal ve şehir hayatında farklı temsillerle görünmüşlerdir. Cumhuriyetle birlikte kabuğundan çıkan kadınlar, eğitim ve çalışma hayatına adım atarken, farklı dönemlerde geleneksel ve modern kimlikler arasında gidip gelmiştir. Bu süreçte, kadınların aile ve toplum içindeki temsili, tartışmalar ve değişimlerle şekillenmiştir. Gözlemlerimiz, Türk toplumunda kadın kimliğinin sadece zamanla değil, aynı zamanda kültürel ve tarihsel bağlamda da sürekli inşa edilen bir yapı olduğunu göstermektedir. Kadınların toplumdaki rolü, tarih boyunca değişmekle birlikte, her dönemde toplumun temel taşı olmaya devam etmiştir.

Eski Türk toplumu içinde kadınların, özellikle belli bir sosyal ve hukuki statüye sahip olduklarında, devlet törenleriyle ve hukuki alanda söz sahibi olabildiklerini vurguluyor. Bu durum, Türk kültüründe kadınların toplumdaki yerinin, zaman zaman erkeklerle eşit veya benzer derecede saygı ve yetkiyle ifade edildiğine işaret eder. Eski Türk devlet teşkilatına göre kağanlığa atanan erkekler gibi kadınlar da devlet töreni ile, hukuk ve sosyal alanda söz hakkı bulunan ‘hatunluk’ mertebesine atanıp ‘İl Bilge Hatun’ sıfatını alıyorlardı. (Akt. DÖĞÜŞ).

Anahtar Kelimeler: Kadın, Alp, Türk Toplumu, Türk Kadını

⁴ Bağımsız Araştırmacı

Farklı Kuşaklar Arasında Mahremiyet ve İletişim Kavramlarının Dönüşümü: Darülaceze Örneği

Tuba AYDIN SEL*

Doğası gereği sosyal bir varlık olan ve iletişime ihtiyaç duyan insan bu ihtiyaçlarını gidermek için tarihten günümüze kadar çeşitli iletişim araçları ve yöntemleri geliştirmiş, haberleşme ve bilgilenme gibi gereksinimlerini de gelişen bu teknolojiler sayesinde gerçekleştirmiştir.

Postmodern çağda hayatımıza giren ve çift yönlü iletişim imkânı sunan internet ve sosyal ağların kullanımı ise gündelik rutinimizde önemli yer edinmeye başlamış, yaygın kullanımı hayatımızda ve algı dünyamızda bazı değişiklikleri de beraberinde getirmiştir. Günlük yaşam pratiklerimizi ve hayatı algılama biçimimizi yeniden şekillendiren internet ve dijital platformların kullanımı, “görünür olma”, “bilinme”, “izleme-izlenme”, “tanınma” ve en kısa ifadesiyle gizlilik anlamına gelen (özel alanı içeren) “mahremiyet” kavramlarının anlam ve sınırlarının değişmesine sebebiyet vermiş, kavramların sınırları bu araçların kullanımıyla muğlaklaşmıştır.

İlişkisel pratiklerini dijital iletişim teknolojilerinin dışında şekillendirmiş Bebek Patlaması kuşağı ile dijitalleşmenin norm haline geldiği bir çağda toplumsallaşan Z kuşağının sosyal medya kullanım biçimleri, kuşaklar arası etkileşim ve kişilerarası ilişki dinamiklerinde belirli ayrışmalara işaret etmektedir. Kamuoyunda, bu iki kuşağın iletişim alışkanlıkları ve sosyal etkileşim tarzları bakımından birbirine tezat oluşturan davranış örüntülerine sahip olduğu yönünde güçlü bir algı bulunsa da mevcut gözlemler ve güncel araştırmalar, sosyal medya araçlarına yüklenen anlamlar ve bu araçlarla kurulan ilişkiler bağlamında kuşaklar arasında düşünüldüğü kadar derin anlamsal farkların bulunmadığını göstermektedir.

Bu çalışmada, Türkiye’nin en köklü sosyal hizmet kurumlarından biri olan Darülaceze’de, Z kuşağı gönüllüler ile kurumda ikamet eden yaşlı bireyler arasında kurulan iletişim, gözleme dayalı olarak incelemektedir. Farklı yaş, yaşam deneyimi ve medya kültürlerine sahip bu iki kuşak arasındaki iletişim biçimlerinin; mahremiyet, sessizlik, dijital teknoloji kullanımı üzerinden kişiler arası iletişimi nasıl şekillendiği ele alınmaktadır.

Nitel bir yaklaşım benimsenen çalışmada, katılımlı gözlem ve içerik çözümlemesi yöntemleri birlikte kullanılmaktadır. Doğal gözlem ortamı olarak Darülaceze’de gönüllü gençlerin yaşlı bireylerle kurduğu etkileşimler kayıt altına alınarak, bu etkileşimlerde öne çıkan temalar betimsel analizle değerlendirilmektedir.

Elde edilen ön bulgular, özellikle mahremiyetin fiziksel ve duygusal boyutlarında kuşaklararası farklılıklar bulunduğunu; ancak yardım etme, anlam arayışı ve ortak ritüellerin bu farklılıkları

* İletişim Uzmanı, Darülaceze Başkanlığı, tuba.aydin@yandex.com

aşan bağlar kurduğunu göstermektedir. Çalışma, yaşlı bireylerle gençler arasındaki iletişimin yalnızca kuşak farkı üzerinden değil, aynı zamanda günümüz medya kültürü ve bireyselleşme dinamikleri çerçevesinde yeniden düşünülmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Bu bağlamda çalışma, kişilerarası iletişim alanına, gönüllülük temelli etkileşimler üzerinden sahaya dayalı yeni bir perspektif sunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Sosyal Medya, Bebek Patlaması Kuşağı, Z Kuşağı

Algoritmaların Vicdanı Var mı?: Yapay Zekâda Etik ve Sosyal Sorumluluk İkilemi

Tuğçe GARİP*

Yapay zekâ (YZ) teknolojileri, iş dünyası, sağlık sektörü ve kamu hizmetlerinden eğitime kadar geniş bir yelpazede kullanılmakta ve toplumsal yapılar üzerinde derin etkiler yaratmaktadır. Ancak bu hızlı gelişim, yalnızca operasyonel verimlilik sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda etik ve sosyal sorumluluk ilkelerinin gözetilmesi gerektiğini de gündeme getirmektedir. Yapay zekâya yönelik etik tartışmaların merkezinde veri gizliliği, algoritmik ayrımcılık, şeffaflık ve hesap verebilirlik gibi konular yer almakta; bu bağlamda YZ teknolojilerinin tasarım ve uygulama süreçlerinde etik sorumlulukların göz önünde bulundurulması, toplumsal adalet ve eşitlikle doğrudan ilişkilidir.

Bu çalışmanın temel amacı, YZ alanındaki etik ve sosyal sorumluluk ilkelerinin gelişim sürecini incelemek ve bu ilkelerin teknoloji şirketleri tarafından ne ölçüde benimsendiğini araştırmaktır. Microsoft ve IBM gibi etik duyarlılık sergileyen şirketler ile Amazon ve Clearview AI gibi eleştiri konusu olan şirketler karşılaştırılarak, şeffaflık, veri gizliliği, algoritmik adalet ve hesap verebilirlik gibi etik ilkeler üzerinden analiz yapılacaktır. Çalışmada şu üç temel soruya yanıt aranmaktadır: 1) Şirketler toplumsal fayda sağlamak amacıyla hangi önlemleri almakta ve toplumsal güveni sağlama konusunda hangi zorluklarla karşılaşmaktadır? 2) Şirketler etik ilkeler konusunda nasıl bir yaklaşım sergilemektedir? 3) Yapay zekâ uygulamalarında sosyal sorumluluk denetim mekanizmaları nasıl işlemektedir?

Bu çalışma, karşılaştırmalı analiz yöntemiyle Microsoft, IBM, Amazon ve Clearview AI örnekleri üzerinden YZ teknolojilerinin etik ve sosyal sorumluluk ilkelerine uyumunu değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Çalışma, bu şirketlerin YZ kullanımında etik ilkelere uyum düzeylerini, toplumsal yarar sağlama potansiyellerini ve sosyal sorumluluk denetim mekanizmalarını inceleyerek, YZ'nin toplumsal etkilerini daha derinlemesine anlamayı hedeflemektedir.

* Bağımsız Araştırmacı

Sembolik Etkileşimcilik Bağlamında Kültürlerarası Mizah: Yapay Zeka Tarafından Üretilen İtalyan Brain Rot Akımı Üzerine Bir Değerlendirme

Tutku Yağmur AKSOY*

Bu çalışma, sembolik etkileşimcilik kuramının yeni medyadaki tezahürlerinden biri olan ‘‘meme’’ kültürünün günümüzde yapay zeka tasarısının etkisini ve yapay zekanın ürettiği ‘‘meme’’lerin kültürlerarası etkileşimdeki karşılığını incelemek üzerine yapılmıştır. Söz konusu incelemenin araştırma örnekleri, güncel bir yeni medya içeriği olan İtalyan *brain rot* (beyin çürümesi) adı verilen ‘‘meme’’lerden seçilmiştir. Oxford tarafından 2024 yılının kelimesi seçilen brain rot, özellikle çevrimiçi içeriklerde, bireyin zihni için önemsiz ve düşünmesine gerek olmayan içeriklerin birey tarafından aşırı tüketilerek bireyde gerçekleşen zihinsel veya entelektüel sözde bozulma olarak tanımlanmıştır.

Kültürlerarası iletişim, 21. yüzyılda gelişen yeni medyanın etkisi ile sosyal bilimlerin çalışma alanında görünürlük kazanmıştır. İnternet ve bilgi iletişim teknolojilerinin (BİT) rolü, bu bağlamda akademik çalışmalar için azımsanamayacak bir konuma sahiptir. BİT sayesinde, medya kullanıcıları interaktif ve uluslararası bir paylaşım zincirine dahil olmuştur. Bu zincir, zaman içerisinde yeni medyayı bir ‘‘küresel köy’’ haline getirerek ortak bir kültür paylaşımının mümkün olmasına katkıda bulunmuştur.

Sembolik etkileşimcilik, 20. yüzyıl koşullarıyla gelen endüstrileşmeyi ön planda tutarak sosyal dönüşümleri anlamlandırmayı amaçlayan ve sosyal davranışı açıklama gayesinde bulunan bir yaklaşımdır. Sembolik etkileşimcilik, nesnelerin anlamlarının insanlar tarafından bireysel bir şekilde yola çıkılarak, sosyal etkileşime göre yeniden bir anlamlandırma sürecine girdiğini savunmaktadır. Bu bağlamda ise, Brain rot meme akımını, daha doğrusu yapay zekanın ortaya çıkarmış olduğu post- modern anlatıya sahip ve kopuk bağlamların birleşimi olan içerikleri anlamlandırma çabası içerisinde sembolik etkileşimcilik tercih edilmiştir.

‘‘Meme’’ler, görsel bir mizah anlatısı sunan, çoğu zaman yazıya ihtiyacı olmadan katmanlı bir güldürü unsuru sunan içeriklerdir. Belli kültürel kodlara ve yapılara sahip olan, çoğunluklu olarak bir anlama sahip olduğu için bir güldürü oluşturan ‘‘meme’’ler bireyde bir anlamlandırmayı uyandırabilmesi için bireyin söz konusu kodlara ve yapılara dair bilgiye sahip olması gerekmektedir.

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Fakültesi- Radyo, Televizyon ve Sinema Yüksek Lisans Programı

Ancak incelenen İtalyan brain rot ‘‘meme’’leri, cansız biçimler ile canlı biçimleri birleştiren, herhangi bir kültürel koda ya da belli bir temsile sahip olmayan bir yapıya sahiptir. Örneğin, kafası kapuçino bardağı olan bir balerin, vücudu buzdolabı olan bir deve gibi hiçbir gerçekliğe ait olmayan ve bir anlatısı olmayan görsellerdir. Söz konusu görsellerin isimleri ise Ballerina Capuccina (Balerin Kapuçino) ve Frigo Camelo (Buzdolabı Deve) gibi isimler taşıyan ve herhangi bir anlamı olmayan isimlerdir.

Bu bağlamda incelenen İtalyan brain rot akımı, herhangi bir belirli koda sahip olmamakla beraber anlamlı bir ifadeye de sahip değildir. Yapay zeka tarafından oluşturulan ve adlandırılan bu görseller, herhangi bir anlamdan ve bağlamdan tamamen kopuk ve soyut görsellerdir. Söz konusu akım sayesinde görülmektedir ki, yapay zekanın bir insanın sahip olduğu anlamlandırma ve olgular arasında bağ kurma yetisi bir insanın sahip olduğu anlamlandırma ve bağ kurma becerisine kıyasla sürreal olanı oluşturmaya daha yatkındır. Ancak görülmektedir ki, yapay zekanın sahip olduğu bu post-modern ve sürreal bir yapıbozum sayesinde ortaya çıkan içeriklerin hiçbir anlam ifade etmemesi, kültürlerarası bir etkileşimin oluşarak küresel bir güldürü ögesi haline gelmesini kolaylaştırmıştır.

Sembolik etkileşimcilik bağlamında, bu durumun bireylerin toplumda yer alan yansımalar sayesinde anlamlı olmayanı anlamlandırdığı gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, hiçbir anlamı olmayan bir olgu, ortak bir kültürel paylaşım haline gelebilmektedir. Taşınan anlam, bu durumda bir anlamsızlık olarak görünmektedir ve bu perspektifte ortak bir kültür için ortak bir anlamlandırmanın yerine ortak bir anlamlandıramama durumu kişilerarası iletişimi kurabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zeka, Kişilerarası İletişim, Sembolik Etkileşimcilik, İnternet ‘‘Meme’’leri

Frankfurt Okulu Bağlamında Yapay Zeka ile Tasarım Eğitimi

Volkan Davut MENGİ*

Yapay zeka araçlarının üniversitelerde tasarım eğitimi içinde nasıl konumlandığı, Frankfurt Okulu'nun eleştirel kuramı temelinde ele alınarak, bu araçların etik sorunlarına rağmen neden hızla yaygınlaştığı ve bu yaygınlaşmaya karşı durmanın neden giderek imkânsızlaştığı incelenmektedir. Bu bağlamda, tüm etik tartışmalara ve yapısal çelişkilere rağmen, yapay zeka araçlarının tasarım eğitiminin bir parçası haline getirilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Zira bu araçlar, günümüz tasarım üretim pratiğinin ve iletişim biçimlerinin belirleyici unsurlarından biri haline gelmiş hem yaratım süreçlerini dönüştürmüş hem de öğrenci-yaratıcılık ilişkisinde yeni bir pedagojik alan açmıştır. Eğitim kurumlarının bu araçları dışlaması, yalnızca teknolojik bir olanaktan değil, aynı zamanda çağdaş tasarım okuryazarlığından da öğrencileri mahrum bırakma riski taşımaktadır. Temel hipotez, yapay zeka sistemlerinin sanatçı ve tasarımcıların emeğini izinsizce kullanarak etik açıdan ciddi sorunlar yarattığı; ancak bu etik sorunlara rağmen gerek akademide gerekse profesyonel alanda bu araçların yaygınlaşmasının durdurulamaz bir hal alacağıdır.

Horkheimer ve Adorno'nun kültür endüstrisi kavramı, yapay zekanın eğitime entegrasyonunun yalnızca teknik değil, aynı zamanda ideolojik bir işlev taşıdığını gösterir. Marcuse'ün “tek boyutlu insan” figürü, bu araçların öğrencilerin düşünsel derinliğini ve eleştirel kapasitesini zayıflattığını ima eder. Habermas'ın iletişimsel eylem kuramı bağlamında ise, yapay zeka destekli eğitimlerin diyalojik bilgi üretimini değil, stratejik ve veriye dayalı bir aktarıma yöneldiği görülmektedir. Benjamin'in “aura” kaybı, tasarım ürünlerinin yapay üretimle birlikte ruhsuzlaştığını ortaya koyarken; Fromm ve Honneth üzerinden yapılan okuma, yaratıcı emeğin tanınmadığını, ancak bu adaletsizliğe rağmen yapay zeka araçlarının kullanımının karşısında güçlü bir etik pozisyon almanın neredeyse imkânsızlaştığını savunur.

Çalışmanın sonucunda yapay zeka araçlarının sanatçı ve tasarımcıların üretimlerini izinsiz biçimde kullanarak ciddi etik ihlallere yol açtığı kabul edilmektedir. Ancak bu etik sorunlara rağmen, yapay zekanın sunduğu hız, erişim kolaylığı ve düşük maliyet gibi avantajlar hem bireyler hem de kurumlar açısından bu araçları vazgeçilmez kılmıştır. Bu durum, etik ilkelerin teknolojik pratikler karşısında işlevsizleştiği bir çağda yaşadığımız gerçeğini ortaya koymaktadır. Sanatçılar ve üreticiler haklarının ihlal edildiğini bilseler dahi, yapay zeka araçlarının sağladığı verimlilik karşısında etkili bir itiraz geliştirememekte; üniversiteler ise bu

* Dr. Öğr. Üyesi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Çizgi Film ve Animasyon Bölümü

araçları ders programlarına dahil ederek hem eleştirdikleri sistemi yeniden üretmekte hem de bu çelişkili pozisyonu kabullenmek zorunda kalmaktadır. Sonuç olarak etikle uyumsuz olan bir teknolojik gerçeklik, günümüz koşullarında kaçınılmaz bir zorunluluk haline gelmiştir.

Anahtar Kelimeler: Görsel Tasarım, Yapay Zeka, Frankfurt Okulu, Tasarım Eğitimi, Eleştirel Kuram

İletişimde Yapay Zeka: Verimlilik, Kişiselleştirme ve Etik Zorluklar

Yasemin AKDEMİR*

Yapay zeka (YZ), dijital iletişimde devrim yaratmaya devam eden bir teknoloji olarak, iletişim süreçlerinde önemli bir yer edinmiştir. Günümüzde, özellikle ChatGPT ve Google Gemini gibi yapay zeka modelleri, kişiselleştirilmiş ve daha verimli iletişim biçimlerini mümkün kılmaktadır. Bu dönüşüm, hem iletişimin hızını arttırmakta hem de bireysel deneyimleri kişiselleştirmekte önemli bir rol oynamaktadır. Ancak, bu teknolojilerin getirdiği fırsatlar kadar, beraberinde etik sorunlar ve toplumsal etkiler de bulunmaktadır. YZ'nin en belirgin avantajlarından biri, iletişimde verimliliği artırmasıdır. YZ modelleri, içerik üretimini otomatikleştirerek zaman ve iş gücü tasarrufu sağlamaktadır. Örneğin, ChatGPT ve Gemini gibi modeller, büyük dil verilerini işleyerek insan benzeri yanıtlar üretme kapasitesine sahiptir. Bu, özellikle medya ve dijital pazarlama sektörlerinde verimliliği artırmış ve iş süreçlerini hızlandırmıştır. Yıldız (2021) ve Kavut (2022) gibi araştırmalar, YZ'nin medya ve halkla ilişkiler gibi alanlarda süreçleri hızlandırdığına dikkat çekmiştir. Ancak, bu verimlilik artışı, mesleki kaygıları da beraberinde getirmiştir. Özellikle gazetecilik gibi alanlarda, YZ'nin iş güvencesi üzerindeki etkisi konusunda endişeler bulunmaktadır.

YZ, kişiselleştirilmiş içerikler üretme yeteneği ile iletişimi daha etkili hale getirmektedir. ChatGPT ve Gemini, kullanıcıların geçmiş davranışlarına göre içerikleri özelleştirebilmekte ve daha tatmin edici deneyimler sunmaktadır. Kişiselleştirme, dijital pazarlama ve sosyal medya alanlarında büyük bir etki yaratmış ve kullanıcıların ilgi alanlarına dayalı içerikler sunmuştur. Bununla birlikte, kişiselleştirme algoritmalarının "filtre balonu" etkisi yaratma riski bulunmaktadır. Bu durum, kullanıcıların sadece kendi görüşlerini pekiştiren içeriklerle karşılaşmalarına ve farklı bakış açılarını göz ardı etmelerine neden olabilir. YZ'nin iletişimdeki yaygınlaşması, önemli etik sorunları da gündeme getirmektedir. En kritik sorunlardan biri, veri güvenliği ve gizliliğidir. YZ sistemleri, kullanıcıların kişisel verilerini toplar ve işler, bu da veri sızıntıları ve kötüye kullanım riski yaratmaktadır. Ayrıca, algoritmaların içerik üretirken önyargılı sonuçlar vermesi, toplumsal eşitsizlikleri pekiştirebilir. Bu nedenle, şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkeleri doğrultusunda YZ'nin etik kullanımına yönelik güçlü politikaların geliştirilmesi gerekmektedir.

Türkiye'de yapılan araştırmalar, özellikle mesleki etik ve veri gizliliği konusunda kaygıların arttığını göstermektedir. Gazetecilik öğrencileri arasında yapılan anketlerde, YZ'nin iş

* Öğr. Gör., Kocaeli Sağlık ve Teknoloji Üniversitesi

güvencesi üzerindeki belirsizlik ve mesleki etik kaygıları önemli bir yer tutmaktadır. YZ, iletişim alanında verimliliği artırarak kişiselleştirilmiş deneyimler sunmakta önemli bir rol oynamaktadır. Ancak, bu teknolojilerin etik kullanımı ve toplumsal etkileri üzerine yapılan çalışmaların arttırılması gerekmektedir. Türkiye ve dünya genelinde, YZ'nin iletişimdeki rolü ve bu teknolojilerin sorumlu bir şekilde kullanılması için insan merkezli yaklaşımların benimsenmesi kritik öneme sahiptir. Bu alanda daha fazla akademik iş birliği ve etik rehberlerinin geliştirilmesi, YZ'nin sağladığı fırsatların sorumlu bir şekilde kullanılması için temel oluşturacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zeka, YZ, İletişim, Etik

Dış Politikanın Ulusal Marka Değerine Etkisi: Türkiye Örneği

Yağız Berk ULAĞLI*

Bu bildiride, Türk Dış Politikası'nın "Türkiye" markası üzerindeki olumlu etkisine değinilmiştir. 2022 yılının Şubat ayında Rusya-Ukrayna Savaşı'nın patlak vermesiyle birlikte Türkiye kolaylaştırıcı ve sonrasındaki arabuluculuk çabalarıyla, sonuç vermemiş olsa da, savaşın taraflarını müzakere masasına dahil edebilmiştir. Bir taraftan diplomatik ve siyasi çabalarla savaş sona erdirmek adına çeşitli insiyatiflerde bulunmuş, diğer taraftan başta gıda krizi olmak üzere savaşın yarattığı olumsuz etkileri en aza indirmek adına Tahıl Koridoru Girişimini hayata geçirmiştir. Ayrıca, Rusya ve Ukrayna arasında esir takasının gerçekleşmesine ön ayak olmuştur. Bu noktadan hareketle, Türkiye'nin dış politikada aldığı insiyatifler ve arabuluculuk faaliyetleri Türkiye'nin ulusal markasını ve imajını güçlendirdiğini söylemek mümkündür. Özellikle kriz yönetimi ve insani yardım faaliyetleri, Türkiye'nin uluslararası arenadaki imajını şekillendiren önemli faktörler arasındadır. Türkiye'nin yalnızca diplomatik müzakerelerle değil, aynı zamanda insani yardım faaliyetleriyle küresel meselelere çözüm odaklı yaklaşımı, ulusal marka algısını güçlendirmektedir. Gayri safi milli hasılaya oranla en fazla yardım yapan ve dış politikasının merkezine insanı koyan Türkiye, başta Suriye, Filistin, Yemen, Afganistan gibi ülkeler olmak üzere insani yardımlarla ulusal marka değerine katma değer katmıştır. Türkiye'nin savunma sanayii ve yerli üretim hamlelerindeki gelişmeler ulusal marka değeri ve imajının artmasındaki önemli faktörlerden bir diğeridir. Aynı zamanda, yüksek teknoloji ve katma değeri yüksek ürünlerin Asya, Avrupa, Afrika pazarlarında rağbet görmesi ve ihraç edilmesi hem Türkiye'nin dış ilişkilerinin (siyasi, ekonomik vb.) gelişip derinleşmesine hem de ulusal marka değerine önemli katkılar sunmaktadır. Son olarak, tarihi, kültürel zenginliklerimizin tanıtılmasında gerek dış temsilciliklerimizin kendisi gerek Yunus Emre Enstitüsü gibi yumuşak güç unsurlarıyla iş birliği yaparak ulusal marka değerine kayda değer katkı sağlamaktadır. Sonuç olarak, Türkiye'nin dış politikada izlediği aktif ve çok yönlü stratejiler, uluslararası arenadaki marka değerini pekiştirmekte ve küresel ölçekte algısını güçlendirmektedir. Hem diplomatik hem ekonomik açılardan sürdürülen bu politikalar, Türkiye'nin ulusal kimliğini ve küresel imajını destekleyerek ülkenin uluslararası ilişkilerdeki etkinliğini artırmaktadır.

Anahtar Kelimeler : Dış Politikası, Türkiye, Ulusal Marka Değeri

* Galatasaray Üniversitesi S.B.E Yüksek Lisans Öğrencisi, yagizberkulagli@gmail.com

Sosyal Medyada Kimlik İnşasının Bilgi Güvenliği Açısından İncelenmesi: Paylaşan Ebeveynlik (Sharenting) Örneği

Zeynep AKDOĞAN *

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin her alanda yaygın şekilde kullanılması sosyal medya platformlarını da etkilemiştir. Bu platformlar, kişilerin ve kurumların kimliklerini ifade ettikleri temel alanlardan biri olmuştur. Dijital olarak platformlarda oluşturulan kimliklerde kişisel veriler (ad-soyad, doğum yeri, tarihi vd.) bir başka deyişle kimliği belirli ya da belirlenebilir gerçek kişiye ait her türlü bilgi yer almaktadır. Dijital kimlikler her geçen gün ön plana çıkmakta ve gerçek hayattaki kimliklerden farklılaşabilmektedir. Dijital kimliklerde yer alan bilgilerin bazen doğruluktan uzak olduğu gözlemlenmektedir. Sosyal medya platformları, hesap sahibi kişilerin/kurumların gerçek kişiler ya da kurumlar olmalarını önemsemektedir. Platformlar, gerçek olmayan, toplumu yanıltıcı, evrensel ahlak kurallarına aykırı, kişisel verilerin olduğu bilgilerin paylaşılmasını istememektedir. Bu doğrultuda platformlar, gerçeğe uygun olmayan bilgiler yerine doğruluğu kullanıcılar tarafından onaylanmış bilgileri muhafaza etmeyi hedeflemektedir. Dünyada dijital verilerin büyük bir kısmını sosyal medya platformlarındaki veriler oluşturmaktadır. Kullanıcılar açısından sosyal medyanın ücretsiz olması, sosyal çevrenin aynı platformda hesap sahibi olması, internetin olduğu her yerden ulaşılabilir olması, toplumsal olaylara tepki göstermede araç veya amaç olması cazip olmaktadır. Bununla birlikte platformların kullanıcı dostu olması, filtre kullanımı, canlı yayın yapabilme, grup oluşturma gibi pek çok teknolojik kolaylık sağlaması kullanımı arttırmaktadır. Dijital kimliklerin sosyal medya üzerinden inşa edilmesi bilgi güvenliği ve kişisel verilerin korunması açısından önemli riskleri beraberinde getirmektedir. Bilgi güvenliği bağlamında siber saldırılarda dijital kimlikler, özellikle çocukların bilgilerinin yer aldığı hesaplar açık hedef haline gelmektedir. Ebeveynlerin çocuklarına ait bilgilerini internette, sosyal medya hesaplarında bulunması, literatürde “sharenting” kavramı ile karşılık bulmaktadır. Türkçede paylaşan ana-babalık (anababalık) ya da paylaşan ebeveynlik olarak geçen sharenting, ebeveynlerin çocuklarının rızasını almadan tüm bilgilerini, fotoğraflarını, videolarını dijital ortamda paylaşmalarıdır. Bu çerçevede çalışmada, sosyal medyada kimlik inşasının bilgi güvenliği boyutu sharenting örneği üzerinden irdelenecektir. Youtube’da 13.05.2025 tarihinde “çocuk” anahtar kelimesiyle arama yapılmıştır. Yapılan aramada gelen ilk sonuçlarda bir milyon üzeri takipçisi olan ve Instagram hesabı bulunan 5 anne-çocuk hesabı içerik analiz

* Öğr. Gör. Dr., Ankara Üniversitesi Siber Güvenlik Meslek Yüksekokulu, zsen@ankara.edu.tr

yöntemiyle incelenecektir. Araştırmaya dahil edilen hesabın anne tarafından oluşturulmuş olması ve baba dahil tüm çocukların yer aldığı hesaplar olmasına dikkat edilmiştir. Youtube ve Instagramda yer alan paylaşımlar bilgi güvenliği ve kişisel verilerin korunması kapsamında değerlendirilecektir. Gönderiler bilgi güvenliği kapsamında siber zorbalık, mahremiyet, çocuk hakları, veri güvenliği, istismar, sosyal mühendislik, siber saldırılar, kendini ispat, dolandırıcılık, ürün tanıtımı, etik konuları çerçevesinde analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Kimlik İnşası, Bilgi Güvenliği, Sharenting, Paylaşan Ebeveynlik

Sempozyum Programı

I. ULUSAL KİŞİLERARASI İLETİŞİM SEMPOZYUMU 29-30 Mayıs 2025

MARMARA Üniversitesi İletişim Fakültesi Göztepe Kampüsü Eğitim Mh. Fahrettin Kerim Gökay
Cd. MÜ Göztepe Yerleşkesi - Göztepe, 34722 Kadıköy/İstanbul

29 Mayıs AZ01 salonu

09:30-
10:00

Açılış Konuşmaları

Prof. Dr. Serhat ULAĞLI
(Sempozyum Başkanı)

Prof. Dr. Mehmet Emin BABACAN
(Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı)

Panel 1: İletişimde Dil ve Anlam Oturma Başkanı: Prof. Dr. Cem ÇETİN

10:00-
11:30

Prof. Dr. Erdiñç
ASLAN

Kişilerarası İletişim Aracı Olarak Yapay
Zekâ Çevirisi

Marmara Üniversitesi

Habibe ÖZ

Hikâye Anlatıcılığı İletişim Etiği Ve
Kişilerarası İletişim Boyutunda Eleştirel
Bir Analiz

Marmara Üniversitesi

Kevser KARAKÖSE
TÜRK

Appearance-Related Social Media
Consciousness” Kavramının Türkçeye
Çevirisinin Değerlendirilmesi

Marmara Üniversitesi

Mustafa ŞAHİN, Prof.
Dr. Serhat ULAĞLI

Gazze Savaşının Medyadaki Yansıması:
Siyonist İdeolojinin İnşası ve Propaganda
Üretimi

Marmara Üniversitesi

Dr. E. Sahra ÖZTÜRK

Kişilerarası İletişimde Narkotik Jargonu
Ve Neolojisi Türkiye’de Uyuşturucu
Madde Tedarikçileri Ve Kullanıcıları
Arasında Kitle İletişim Araçları
Üzerinden Kullanılan Dilin
Kişilerarası İletişim Bağlamında
İncelenmesi

Bağımsız araştırmacı

11:30-11:45	Ara		
Panel 2: Dijitalleşme Oturum Başkanı: Prof. Dr. Emel POYRAZ			
11:45-13:15	Dr. Öğr. Üyesi Çağrı KARA	Dijital Bağımlılıkla Mücadelede Bütüncül Yaklaşımlar: Kişisel, Kurumsal Ve Politik Stratejiler	İstanbul Kent Üniversitesi
	Dr. Türkan ABDULLAYEVA, Kamal SALİMOV	Dijital Platformlarda Kimlik Performansı: LinkedIn'de Akademik Profillerin Söylem Analizi	Ege Üniversitesi
	Doç. Dr. Hülya SEMİZ TÜRKOĞLU	Siber Zorbalığın Sosyal Medya Boyutu: Lise Öğrencilerinin Deneyimleri Ve Algıları Üzerine İnceleme	İstanbul Üniversitesi
	Özgür KÜTÜKÇÜ	Teknolojinin Sosyal İnşası Kuramı Bağlamında Dijitalleşme ve İletişim Pratiklerinin Eleştirel Değerlendirilmesi	İstanbul Üniversitesi
13:15-14:00	Öğle Arası		
Panel 3: Davetli Konuşmacılar Oturum Başkanı: Prof. Dr. Serhat ULAĞLI			
14:00-15:30	Prof. Dr. Ahmet Yıldırım BAYAZIT	Kulak Burun Boğaz Polikliniklerindeki Kimi Vakaların Psikozfiziyojik Ve Psikosomatik Analizi Ve Tedavi Sürecinde Hekim Hasta İlişkisinin Önemi	
	Prof. Dr. Nurettin YİYİT	Sağlık Kuruluşlarının Kurumsal İletişim Stratejilerinin Vatandaş Memnuniyeti Üzerine Etkisi	Yedikule Göğüs Hastalıkları Ve Göğüs Cerrahisi Eğitim Ve Araştırma Hastanesi
	Prof. Dr. Bingür SÖNMEZ	Sağlıklı Bir Kalp İçin Sağlıklı Bir Ruh	Kardiyoloji ve Kalp Damar Cerrahisi Akademisi
	Doç. Dr. Adnan HUT	Cerrahi Operasyonlar Sonrası İyileşme Sürelerinde Pozitif Psikoloji Ve Duygu Durumunun Etkisi	Bayrampaşa Devlet Hastanesi Başhekimi

15:30-15:45	Ara		
Panel 4: Siyasal İletişim Oturum Başkanı: Prof. Dr. Serhat ULAĞLI			
15:45-17:15	Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Amine TUĞ KIZILTOPRAK	2024 Yerel Seçimlerinde Kullanılan Reklam Filmlerinin Göstergebilimsel Analizi: Ak Parti’nin “Hatıran Yeter” Ve Chp’nin “İşimiz Gücümüz Türkiye” Örneği	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
	Dr. Durmuş Eray GÜÇLÜER	Terör Örgütlerinin İletişim Stratejisi: Pkk Örneği	Times Of Defence
	Arş. Gör. Emine Öztürk TAŞAN	Siyasal İletişimde Mitlerin Rolü: Maşa İle Kocaayı Çizgi Filmi Üzerinden İdeolojik İnşa	Marmara Üniversitesi
	Yağız Berk ULAĞLI	Dış Politikanın Ulusal Marka Değerine Etkisi : Türkiye Örneği	Galatasaray Üniversitesi
	Dr. Öğr. Üyesi Başak KUZAKÇI	Bozkırdan, Cumhuriyet’e: Türk Kimliğinin İmge Hafızası Ve İletişim Dönüşümü	Marmara Üniversitesi
29 Mayıs AZ02 salonu			
Panel 5: Dijitalleşme Oturum Başkanı: Prof. Dr. Ece BABAN			
10:00-11:30	Eda GEDİKOĞLU	Yeni Medyada Mahremiyetin Estetikleştirilmesi: Ev Utancı Sendromu Bağlamında Mekânın Sosyo-Kültürel Dönüşümü	Üsküdar Üniversitesi
	Fatma AKKUŞ	Sosyal Medyanın Absürt Fenomenleri: “Hayrettin İle Kaos Show” Programının Baudrillard Simülasyon Kuramı Kapsamında Analiz Edilmesi	Marmara Üniversitesi
	Ferit Mehmet EREN	Sanal Kimliğin Söylemsel İnşası: Reddit Paylaşımlarında Dijital Göçün Psikososyal Yansımaları	Marmara Üniversitesi

	Beyza KILINÇ	Zorluklarla Baş Etmede İletişimin Rolü: Psikolojik Dayanıklılık Üzerine Nitel Bulguların Meta-Sentezi	Marmara Üniversitesi
	Fatma OSKAY	Dijital Platformlar Ve Kültürel Deformasyon: Bir Çevrimiçi Oyun İncelemesi: Brawl Stars Oyununun Çocuklar Üzerindeki Etkisi	Marmara Üniversitesi
11:30-11:45	Ara		
Panel 6: Toplum, Medya ve Kurumlar Oturma Başkanı: Prof. Dr. Ebru GÜZEL			
11:45-13:15	Haşim ACAR	Dijital Dönüşüm Sürecinin Endüstriyel Pazarlama Uygulamaları Üzerindeki Etkisi: Türkiye'deki Üretim Sektöründen Bir Örnek Olay İncelemesi	Marmara Üniversitesi
	Aynur BİRESA	Dijital Çağda Çalınan Dikkat Ve Johann Hari'nin Perspektifinden Modern Toplumda Odaklanma Sorununun Bilişsel Ve Psikolojik Dinamikleri	Marmara Üniversitesi
	Öğr. Gör. Dr. Zeynep AKDOĞAN	Sosyal Medyada Kimlik İnşasının Bilgi Güvenliği Açısından İncelenmesi: Paylaşan Ebeveynlik (Sharenting) Örneği	Ankara Üniversitesi
	Kübra TOKUŞ AYAR	Dijital Çağda Hakikat Krizi: Vatandaş Gazeteciliği, Dezenformasyon Ve Toplumsal Etkileri	Gazeteci
	Dr. Ali Eren BALIKEL	Sürdürülebilir İş Uygulamaları İle Çalışan İlişkileri Arasındaki Etkileşimde Kurumsal İletişimin Aracı Rolü: Birleşik Krallık Yiyecek Ve İçecek Sektöründe Nicel Bir Analiz	Neuroscience ABS
13:15-14:00	Öğle Arası		
14:00-15:30			
15:30-15:45	Ara		
Panel 7: Psikolojik Dinamikler ve İletişim I Oturma Başkanı: Prof. Dr. Mine DEMİRTAŞ			

15:45-17:15	Arş. Gör. Musa ŞİMŞEK	Youtube Türkiye Reklamlarının İletişim Psikolojisi	Neuroscience ABS
	Orhun Doğuş YILMAZ	Psikoloji Ve İletişim Biliminin Kesişim Noktası: İç İletişim	Marmara Üniversitesi
	Dr. Begüm AL	Dijital Ortamda Güven: Hibrit Çalışma Düzeninin Yeni Dinamikleri	Marmara Üniversitesi - Neuroscience ABS
	Dr. Selma KALKAVAN - Fatih ÖLÇEKCİLER - Yaren DEMİREL	Nöroplastisitenin Kişilerarası İletişim Üzerindeki Etkileri: Nöroplastisyen Koçluk Uygulamaları Üzerine EEG Destekli Nitel Bir İnceleme	Neuroscience ABS
	Kevser TAŞLIK	Sözün Sanata Dönüşümü: Yetişkinlere Yönelik Masal Anlatıcılığı Üzerine Kültürel Ve Sosyoekonomik Bir Değerlendirme	Marmara Üniversitesi
30 Mayıs AZ01 salonu			
Panel 8: Dijital Medya II Oturum Başkanı: Dr. Öğr. Üyesi Gülden DEMİR			
10:00-11:30	Merve TOSUN	Sanal Bedenler, Gerçek Roller: Sohbet Botlarında Toplumsal Cinsiyetin Performatif Üretimi	Anadolu Üniversitesi
	Firuze Selen ÇAĞLAR	Kişilerarası İletişim Perspektifinden Dijital Medya Bağımlılığı İle Mücadele Süreçlerine Yaklaşım Ve Çözüm Önerileri	İstanbul Bilgi Üniversitesi
	Dr. Öğr. Üyesi Ayla ACAR	Medyanın Gelenekselden Dijitale Dönüşümüyle Birlikte Değişen İletişim Pratikleri ve Kültürel Deformasyon	İstanbul Esenyurt Üniversitesi
	Özümsu ALAGÖZ-Doç. Dr. Merve Çerçi SEVGİ	Instagram Influencerları Üzerinden Gösterişçi Tüketimin Veblenci Okuması	Marmara Üniversitesi
	Doç. Dr. Gülsün BOZKURT	Öğrencilerin Sosyal Medya Platformu ve İçerik Alımlaması Üzerine Bir İnceleme: Tercihler, Gerekçeler ve İfade Alanları	İstanbul Nişantaşı Üniversitesi
11:30-11:45	Ara		
Panel 9: Aile ve Kuşaklar Oturum Başkanı: Prof. Dr. Serra İNCİ			

11:45-13:15	Kenan ŞAHİN, Prof. Dr. Emel POYRAZ	Akran Zorbalığını Yeniden Tanımlamak: Sonuç Odaklı Ve Kurban Merkezli Alternatif Bir Yaklaşım Önerisi	Marmara Üniversitesi
	Dr. Sevim SAYIM MADAK	Türk Aile Yapısının Korunmasında “2025 Aile Yılı” Stratejisinin Önemi	Aile ve Sosyal Politikalar Bakan Yardımcısı
	Sümeysra MACİT	Türk Toplum Yapılaşmasında Kadın Kimliğinin Önemi	Bağımsız Araştırmacı
	Feyza YONTAR	Alfa Kuşağı'nın Dijital Dünya İle Etkileşimlerinde Yeni Nesil Babaların Rolü	Sakarya Üniversitesi
	Tuba AYDIN SEL	Farklı Kuşaklar Arasında Mahremiyet Ve İletişim Kavramlarının Dönüşümü: Darülaceze Örneği	Darülaceze Başkanlığı
13:15-14:00	Öğle Arası		
Panel 10: İletişimde Yapay Zeka I Oturum Başkanı: Doç. Dr. Ayşe Müge YAZGAN			
14:00-15:30	Arş. Gör. Elif YILMAZ - Gizem ÖLÇEKÇİLER	Sosyal Medyada Yapay Zekâ Tabanlı İçerik Öneri Sistemlerinin Kamusal Alan Algısına Etkisi	İstinye Üniversitesi Neuroscience ABS
	Arş. Grv. Burak DEMİRER - Fatmanur ARSLAN ESKİKÖY	Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine Ulaşmada Etkili Bir İletişim Aracı Olarak Yapay Zekâ	İstanbul Nişantaşı Üniversitesi
	Karolin HACİKOĞLU	Yapay Zekâ Destekli Bilim İletişimi: Bireyin Bilgiyle Kurduğu İletişimin Dönüşümü	İstanbul Üniversitesi
	Dr. Öğr. Üyesi Volkan MENGİ	Frankfurt Okulu Bağlamında Yapay Zeka İle Tasarım Eğitimi	Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi
	Öğr Gör. Yasemin AKDEMİR	İletişimde Yapay Zeka: Verimlilik, Kişiselleştirme Ve Etik Zorluklar	Kocaeli Sağlık ve Teknoloji Üniversitesi
15:30-15:45	Ara		
Panel 11: Algı ve Etkileşim Oturum Başkanı: Doç. Dr. Duygu AYDIN ASLANER			

15:45-17:15	Arş. Gör. Yağmur DEMİREL	Birey-İçi İletişimden Kişilerarası İletişime: Ters Yüz Filmi Çözümlemesi	Başkent Üniversitesi
	Esmâ Betül ACAR	Çocukluk Çağı Travmalarının Bireyin Bağlanma Stilleri Ve Dini Yönelimi İle İlişkisi	Marmara Üniversitesi
	Dr. Neslihan YAŞŞI KÜLEKÇİOĞLU	Kişilerarası İletişimde Algılama Farklılıkları	Eskişehir Teknik Üniversitesi
	Ali EKREN	Çocuk Edebiyatı Ve Çocuk Sinemasının Çocukların Kişisel Gelişimine Etkileri Üzerine Bir Değerlendirme	Marmara Üniversitesi
	Burçin GÖĞEM	İçsel Kalabalıkta Sessiz Bir Alan Açmak: Mindfulness	Marmara Üniversitesi
	Fatma YAMAN	‘Büyüyünce Hangi Kahraman Olacağım? “Dezavantajlı Çocuklar Ve Kişisel Gelişimleri”	Marmara Üniversitesi
30 Mayıs AZ02 salonu			
Panel 12: İletişimin Dönüşen Oturma Başkanı: Prof. Dr. Giray Saynur DERMAN			
10:00-11:30	Dr. Burçin SARGIN	Disiplinlerarası İletişim Bilimleri Çalışmalarında Karma Yöntem Araştırması: İmkanlar Ve Zorluklar	Bağımsız Araştırmacı
	Ceyda Merve TOSUNOĞLU- Doç. Dr. Merve Sevgi ÇERÇİ	Gösterişçi Tüketim Ve Pazarlamanın Kişilerarası İletişimle Buluştuğu Nokta: The Joneses Örneği	Marmara Üniversitesi
	Doğan KECİN	Kişilerarası İletişimin Çözülüşü: ‘Godot’yu Beklerken’ Oyunu Bağlamında Gösteri Toplumunda İletişimin Absürtleştirilmesi	Marmara Üniversitesi
	Hasan Malik AYDINER	Gerbner’in Ekme Kuramı Bağlamında 2025 Yılında Türk Televizyonlarında Yayına Giren Dizilerin Tematik Analizi	Marmara Üniversitesi
	Dr. Öğr. Üyesi Aysun KAYA DENİZ	Dijital Çağda Kavramsal Olarak Sosyotelizm Ve Kişiler Arası İletişim	İstanbul Gelişim Üniversitesi

	Kübra IŞIK	Yapay Zekanın Güzellik Algısı: Dove’un “The Code” Reklam Filmi Üzerine Eleştirel Bir İnceleme	Marmara Üniversitesi
11:3- 11:45	Ara		
Panel 13: İletişimde Yapay Zeka II Oturum Başkanı: Doç. Dr. Şeyda BARLAS BOZKUŞ			
11:4- 13:15	Ayşegül KIZILKAPLAN	Jurgen Habermasın Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü Işığında Yapay Zekâ İle İnsan Etkileşimi: Alara Turan Örneği	Albayrak Grup- Net Yayınçılık
	Rana PEKGÜZEL	Yapay Zekanın Öğrenciler Üzerindeki Etkileri	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
	Tuğba KEZER	Sosyal Yalnızlık Çağında Dijital Partner: Yapay Zekâ	Marmara Üniversitesi
	Tutku Yağmur AKSOY	Sembolik Etkileşimcilik Bağlamında Kültürlerarası Mizah: Yapay Zeka Tarafından Üretilen İtalyan Brain Rot Akımı Üzerine Bir Değerlendirme	Hacettepe Üniversitesi
	Hatice TÜLÜN	Yapay Zekâ İle Ortaklaşa Konuşmak: Kişilerarası İletişimde Öneri Sistemleri Ve Sessiz Katılımcılar	Üsküdar Üniversitesi
13:15- 14:00	Öğle Arası		
Panel 14: Psikolojik Dinamikler ve İletişim II Oturum Başkanı: Doç. Dr. Nagihan ÇAKAR			
14:00- 15:30	Fatih AYDIN	Dijital Krizler Çağında Bireysel Dayanıklılık: Yeni Medya Ve İletişim Psikolojisi Perspektifinden Kişisel Gelişim	Marmara Üniversitesi
	Gizem ERDEM	Kişisel Gelişim Sürecinde Risk Ve Kriz Yönetimi: Bireysel Farkındalıktan Stratejik Dayanıklılığa	Marmara Üniversitesi
	Merve ÇATAL	Gürültü Çağında Sessiz Bir Yoksunluk: Dinlenme	Marmara Üniversitesi

	Aynur YILDIZ	Özsaygı Ve Özgüvenin Kişilerarası İletişime Etkisi	Marmara Üniversitesi
	Ayşenur ÇOBAN	Psikososyal Gerilimlerin Kişisel Gelişime Etkisi: Tehditten Dönüşüme	Marmara Üniversitesi
	Tuğçe GARİP	Algoritmaların Vicdanı Var Mı?: Yapay Zekâda Etik Ve Sosyal Sorumluluk İkilemi	Başkent Üniversitesi
15:30 15:45	Ara		
Panel 15: Psikolojik Dinamikler ve İletişim III Oturma Başkanı: Dr. Öğr. Üyesi Serhan TEZGEÇ			
14:00- 15:30	Mahire AHMADOVA	Psikolojik İletişim Bağlamında Kişilerarası Güvenin İnşası: Teorik Bir Yaklaşım Ve Söylem Analizi	Marmara Üniversitesi
	Sena ERGÜN	Havuçla Barışmak: Kişisel Gelişimle Anlamli Başarıya	Marmara Üniversitesi
	Sevgi YENİLMEZ	Görünmeyen Zincirler: Sosyal İzolasyon Ve Baskının Bireysel Gelişime Etkisi	Marmara Üniversitesi
	Dursun KOÇ	İletişim’in Görünmeyen Dili: Empati	Marmara Üniversitesi
	Fatmanur ŞAHİN	Öz Şefkatli Farkındalık	Marmara Üniversitesi
	Özge ULUSOY	Yapay Zeka, İnsan ve İletişim: Etik ve Sosyal Sorumluluk Boyutları	İstanbul Nişantaşı Üniversitesi

ISBN: 978-625-7107-83-9
MOTTO YAYINLARI

İletişim

Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Marmara Üniversitesi Göztepe Yerleşkesi, Fahrettin Kerim Gökay Cad. No:23,
34722 Kadıköy, İstanbul / Türkiye

Telefon: +90 (216) 777 20 00
Web Sitesi: <https://iletisim.marmara.edu.tr/>
E-posta: kisilerarasi-sempozyum@marmara.edu.tr