

İletişim Fakültesi
İletişim Çalışmaları
Öğrenci Sempozyumu

11 Haziran 2026

Üsküdar Üniversitesi
Güney Yerleşke C-D Blok

Bildiri Özetleri Kitabı



İletişim
Fakültesi



Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi
İletişim Çalışmaları Öğrenci Sempozyumu Bildiri Özetleri Kitabı

Sempozyum Düzenleme Kurulu Başkanı

Doç. Dr. Burak Çeber

Web ve Tasarım

Arş. Gör. Mustafa Ekim ATAY

Sosyal Medya ve Tanıtım

Hava EKELİK

İletişim Bilgileri

www.uskudar.edu.tr - ific@uskudar.edu.tr

Altunizade Mah. Haluk Türksoy Sk. No: 14 Pk: 34662 Üsküdar / İstanbul / Türkiye

Tel: 0216 400 22 22 / Faks: 0216 4741256

Bu kitap, İFiÇ - İletişim Çalışmaları Öğrenci Sempozyumu bildiri özetlerinden derlenmiş olup metinlerde yer alan her tür görüş ve düşüncenin sorumluluğu bildirinin yazarına aittir.

Bilim Kurulu

Prof. Dr. And Algül

Doç. Dr. Bahar Muratoğlu Pehlivan

Doç. Dr. Burak Çeber

Dr. Öğr. Üyesi Duygu Temel

Dr. Öğr. Üyesi Nejla Polat

Dr. Öğr. Üyesi Nuray Ergindir Küçükkaya

Doç. Dr. Zindan Çakıcı

Arş. Gör. Yezdan Çelebi

Düzenleme Kurulu

Prof. Dr. Gül Esra Atalay

Doç. Dr. Burak Çeber

Arş. Gör. Dr. Bahşende Çoban Azizoğlu

Arş. Gör. Mustafa Ekim Atay

Sekreteryä

Hava Ekelik

Davetli Konuşmacılar

Prof. Dr. Cem Sefa Sütçü

“Kim Korkar Araştırma Yapmaktan: Yapay Zekâ Teknolojisi Kullanarak Çalışmak”

Doç. Dr. Derya Gül Ünlü

“Algoritmadan Empatiye: Teknolojinin İnsan Odaklı Evrimi”

Ön Söz

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi olarak, iletişim bilimleri alanında akademik üretimi genç araştırmacılarla buluşturmak amacıyla bu yıl ilk kez düzenlediğimiz İletişim Çalışmaları Öğrenci Sempozyumu'nu 11 Haziran 2026 tarihinde gerçekleştirmenin gururunu yaşıyoruz.

İletişim, yeni medya teknolojileri, gazetecilik, halkla ilişkiler, reklamcılık ve görsel iletişim gibi farklı alanlarda hazırlanan 40 bildiri, 7 oturum boyunca 73 öğrencimizin katılımıyla bilim dünyasıyla paylaşıldı. Öğrencilerimiz, güncel iletişim sorunlarını özgün bakış açılarıyla ele alarak yürüttükleri araştırmalarla bizi iletişim bilimlerinin geleceği konusunda umutlandırdılar.

Vakitlerini ve enerjilerini ayırıp sempozyumumuza büyük destek sağlayan davetli konuşmacılarımıza şükranlarımı sunuyorum. Prof. Dr. Cem Sefa Sütçü'nün "Kim Korkar Araştırma Yapmaktan: Yapay Zekâ Teknolojisi Kullanarak Çalışmak" başlıklı konuşması ile Doç. Dr. Derya Gül Ünlü'nün "Algoritmadan Empatiye: Teknolojinin İnsan Odaklı Evrimi" başlıklı konuşması, öğrencilerimize hem güncel hem de ilham verici bir bakış açısı kazandırdı. Paylaştıkları bilgi ve deneyimler için kendilerine içtenlikle teşekkür ederim.

Sempozyumun hazırlık ve düzenleme sürecinde büyük emek harcayan Düzenleme Kurulu Başkanı Doç. Dr. Burak Çeber'e; kurul üyeleri Arş. Gör. Dr. Bahşende Çoban ve Arş. Gör. Ekim Atay'a; öğrencilerimize araştırma süreçlerinin her aşamasında rehberlik eden değerli danışman hocalarımıza, oturum başkanlarımıza ve elbette hazırladıkları özgün bildirilerle sempozyuma can veren tüm öğrencilerimize en içten teşekkürlerimi sunuyorum. Sempozyumun her aşamasında deneyimiyle ve vizyonuyl bizlere yol gösteren Rektörümüz Prof. Dr. Nazife Güngör'ün desteği olmasa bu denli başarılı bir sonuca ulaşmak güç olurdu. Kendilerine özel teşekkürlerimi buradan da iletmeyi bir borç bilirim. Bu sempozyumun gerçekleşmesine vesile olan Kurucu Rektörümüz Prof. Dr. Nevzat Tarhan'ın destek ve katkıları ise bizler için son derece kıymetli olmuştur. Bu anlamlı akademik buluşmanın gerçekleşmesine sunduğu katkılar dolayısıyla kendilerine en içten teşekkürlerimi sunuyorum.

Elinizdeki bu kitap, genç araştırmacılarımızın emeğinin ve iletişim bilimine duydukları tutkunun somut bir yansımasıdır. İletişim Çalışmaları Öğrenci Sempozyumu'nun, fakültemizin akademik geleneği içinde kalıcı bir yer edinerek önümüzdeki yıllarda da büyüyerek devam etmesini diliyorum.

Prof. Dr. Gül Esra Atalay

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı

Sunuş

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından bu yıl ilk kez düzenlenen İletişim Çalışmaları Öğrenci Sempozyumu, 11 Haziran 2026 tarihinde yüz yüze gerçekleştirildi. İlk kez düzenlenmesine rağmen öğrencilerimizin yoğun ilgisi ve akademik katkılarıyla verimli bir bilimsel ortam oluştu. Bu sempozyumun, gelecek yıllarda gelenekselleşerek iletişim alanında öğrenim gören öğrenciler için önemli bir akademik buluşma noktası hâline geleceğine inanıyorum.

İletişim Çalışmaları Öğrenci Sempozyumu; öğrencilerin akademik üretimlerini paylaşılabilecekleri, güncel iletişim konularını tartışabilecekleri ve bilimsel araştırma deneyimi kazanabilecekleri bir platform oluşturmayı amaçlamaktadır. Araştırma sorusu geliştirme, yöntem belirleme, veri toplama, analiz yapma ve bulguları akademik bir çerçevede sunma süreçleri, bilimsel düşüncenin temelini oluşturmaktadır. Öğrencilerimizin bu süreçleri lisans eğitimleri sırasında deneyimlemeleri, geleceğin araştırmacıları ve iletişim profesyonelleri olarak yetişmeleri açısından son derece değerlidir.

Sempozyum kapsamında iletişim, sosyal medya, gazetecilik, halkla ilişkiler, reklamcılık, görsel iletişim, yeni medya teknolojileri ve kültürel çalışmalar gibi farklı alanlarda hazırlanan 40 bildiri, 7 oturumda, 73 öğrencinin katılımıyla sunuldu. Öğrencilerimiz güncel iletişim sorunlarını farklı bakış açılarıyla ele alırken araştırmalarıyla alana anlamlı katkılar sundular.

Yapay zekâ teknolojilerinin yaşamın her alanında etkisini artırdığı günümüzde; ilişki kurabilme becerisi, sağduyu, empati, merak, deneyim ve birlikte düşünme kültürü gibi insana özgü niteliklerin daha da değer kazandığını düşünüyorum. Yapay zekâ ile insan arasındaki sağlıklı dengeyi kurabilmenin yolu da bu değerleri korumaktan geçmektedir. Öğrenci sempozyumlarını, bu dengeyi güçlendiren; araştırmayı, eleştirel düşünmeyi ve birlikte üretmeyi teşvik eden önemli bir akademik süreç olarak görüyorum.

Sempozyumumuza değerli sunumlarıyla katkı sağlayan davetli konuşmacılarımızdan Prof. Dr. Cem Sefa Sütçü'ye "Kim Korkar Araştırma Yapmaktan: Yapay Zekâ Teknolojisi Kullanarak Çalışmak" başlıklı, Doç. Dr. Derya Gül Ünlü'ye "Algoritmadan Empatiye: Teknolojinin İnsan Odaklı Evrimi" başlıklı konuşmaları için teşekkür ediyorum. Paylaştıkları bilgi ve deneyimler öğrencilerimiz için ilham verici oldu.

Sempozyumun düzenlenmesinde büyük emek veren düzenleme kurulu üyelerimiz; Arş. Gör. Dr. Bahşende Çoban'a ve Arş. Gör. Ekim Atay'a, öğrencilerimize araştırma süreçlerinde rehberlik eden değerli danışman hocalarımıza ve hazırladıkları bildirilerle sempozyuma katkı sunan tüm öğrencilerimize içtenlikle teşekkür ediyorum. Bu sempozyumun gerçekleştirilmesinde her türlü desteği sunan ve verimli bir çalışma ortamı sağlayan Dekanımız Prof. Dr. Gül Esra Atalay'a; öneri ve destekleriyle sempozyumu ileri taşıyan Rektörümüz Prof. Dr. Nazife Güngör'e ve bu sempozyumun gerçekleşmesine vesile olan Kurucu Rektörümüz Prof. Dr. Nevzat Tarhan'a teşekkürlerimi sunuyorum.

İlkini gerçekleştirdiğimiz İletişim Çalışmaları Öğrenci Sempozyumu'nun önümüzdeki yıllarda daha geniş katılımı ile gelişerek gelenekselleşmesini diliyorum; öğrencilerimizin bilimsel üretimlerini paylaşabilecekleri, yeni fikirler geliştirebilecekleri ve akademik kültürü birlikte zenginleştirecekleri nice sempozyumlarda buluşmak üzere diyorum.

Doç. Dr. Burak Çeber

Sempozyum Düzenleme Kurulu Başkanı

İçindekiler

GREENWASHING'IN Z KUŞAĞI TÜKETİCİLERDE MARKA GÜVENİNE ETKİSİ: ÇEVRECİ CİLT BAKIMI REKLAMLARI ÜZERİNE ETKİSİ	11
Zeynep Naz Ağdemir; Serkan Sayar; Dilara Kurtuluş	
KOZMETİK MARKALARININ SÜRPRİZ KUTULARINA YÖNELİK TÜKETİCİ ALGISİ	12
Tuana Nur Oksak; Melike Demirkapı; Zeynep Süeda Şenkal	
MAĞAZA KOKULARININ TÜKETİCİLERİN SATIN ALMA NİYETİNE ETKİSİ	13
Sılanaz Ögünç; Eda Yakuphanogullarından	
AMBALAJ TASARIMININ TÜKETİCİNİN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	14
Hava Ekelik; Yağmur Boran Güner	
TÜKETİCİLERİN RESMİ OLMAYAN ÖZÜR MESAJLARINA YÖNELİK TUTUMLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME	15
Seçil Demirtaş	
MARKALARIN E-SPOR İÇİN YAPTIĞI REKLAMLARIN TÜKETİCİLER ÜZERİNDEKİ SATIN ALMA NİYETİNE ETKİSİ	16
Abdülkerim Ögüt; Lokman Aziz Ayyıldız	
SOSYAL MEDYA REKLAMLARININ BİREYLERİN YEME ALIŞKANLIKLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA	17
Zeynep Nehir Güler	
MEDYADA GÖÇ TEMSİLLERİ VE GENÇ BİREYLERİN ANLAMLANDIRMA PRATİKLERİ: NİTEL BİR ARAŞTIRMA	18
Nesibe Zeynep Yıldız; Gamze Emine Güdek; Edanur İpin	
OMNİPTİKON ÇAĞINDA DİJİTAL LİNÇ; MELİS OLCAY VAKASI ÜZERİNE BİR İNCELEME	19
Elif Kesici	
SOSYAL MEDYADA 'KIRINTI HABERCİLİK': X PLATFORMUNDAKİ HABER GÖRÜNÜMLÜ HESAPLAR ÜZERİNE BİR İNCELEME	20
Elif Hilal Cengiz; Mert Çelik	
GEN Z VE PODCAST: GENÇLERİN PODCAST DİNLEME MOTİVASYONLARI VE DAVRANIŞLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	21
Arda Yağız Tufan	
YAPAY ZEKÂ ÜRETİMİ GÖRSEL İÇERİKLER VE GERÇEKLİK ALGISININ İNŞASI: YAŞLI BİREYLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	22
Şuğra Dağışan; Yeşim Durmuş; Sevede Karataş; Gökalp Bel	
YAPAY ZEKÂ VE GÖRSEL MANİPÜLASYON: İNSANLAR ÜZERİNDEKİ ALGI ETKİSİ	23
Belinay Şimşek; Sıla Akyüz; Hava Sıla Bulduk; Zeyneb Reyhan Kılıç; Emirhan Duvarbaşı	
ROL YAPMA OYUNLARINDA AVATAR SEÇİMİ VE BİREYSEL ÖZELLİKLER ARASINDAKİ İLİŞKİ: NİTEL BİR ARAŞTIRMA	24
Müberra Dede	
İRANLI ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN TÜRKİYE'YE ENTEGRASYONUNDA DİJİTAL DİASPORA ETKİSİ	25
Ali Kohantorabi	
ÖĞRENCİ MEMNUNİYET ANKETİ PROJESİ	26
Edanur Aktaş	
TÜRKİYE'DE SİNYALİZASYONSUZ YAYA GEÇİTLERİNDE SÜRÜCÜ KURAL İHLALLERİ: TANIM, SEBEPLER, SORUN VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	27
Ahmet Talha Berse	
AKRAN ZORBALIĞI İLE İLGİLİ HABERLERİN DİJİTAL MEDYADA TEMSİLİ	28
Ebrar Başkan	
KAMUDA HALKA İLİŞKİLER UYGULAMALARI AÇISINDAN CİMER'İN YÜRÜTMÜŞ OLDUĞU HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARI	29
Eda Onuk; Zeynep Su Sargın; Ecrin Balaban; Handan Yılmaz	
İLERİ YETİŞKİNLİK DÖNEMİNDEKİ BİREYLERİN ÜNİVERSİTE DENEYİMİ: KİŞİSEL GELİŞİM VE SOSYAL UYUM SÜREÇLERİNDE TEKNOLOJİ KULLANIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME	30
Cenan Demirel; Elif Ezgi Gül; Yumna Almualllem	
DİJİTAL PLATFORMLARDA KADINLIK VE ERKEKLİK TEMSİLLERİ: MERVE KÜLT FİLMİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ	31
Azra Erdoğan	
KAMUSAL SANATIN KAMUSALLIK NİTELİĞİ: İSTANBUL MURALLARININ GÖSTERGEBİLİMSEL İNCELEMESİ	32
Esame Ayşe Atalay	
SİNEMATİK ANLATIDA GÖRSEL-İŞİTSEL PARAMETRELERİN İZLEYİCİ ALGISI ÜZERİNDE MANİPÜLATİF ETKİSİ: IŞIK, RENK VE SES TASARIMI ARAKESİTİNDE BİR DENEY	33
Azra Nur Akkuş; Sümeyye Nur Tuna; Zeynep Çoban	
TÜRKİYE'DEKİ ANİMASYON SEKTÖRÜNÜN KÜRESEL REKABET ANALİZİ	34
Sara Sabur; Zeynep Seza Acet; Beyza Sevik	

TÜRK MİTOLOJİSİ VE CYBERPUNK SENTEZİYLE 3D MODELLEME VE ANİMASYON EĞİTİMİ İÇİN E-KİTAP GELİŞTİRİLMESİ	35
Muhammet Furkan Yılmaz	
VR ANİMASYON İLE ORMAN YANGINLARINA FARKINDALIK: TÜRK MİTOLOJİSİ TEMELLİ BİR SİMÜLASYON	36
Ravza Nur Atakul	
MASAL TEMELLİ MATEMATİK ÖĞRENİMİ: ÖZEL ÖĞRENME GÜÇLÜĞÜ YAŞAYAN ÇOCUKLAR İÇİN UYGULAMA ÖRNEĞİ	37
Ravzanur Şahinkaya	
ETKİLEŞİMLİ KİTAPÇIK VE DİJİTAL ANİMASYON YOLUYLA GÜNCEL SKOLYOZ FARKINDALIĞI	38
Nilsu Bircan; Nil Özer	
ERKEN ÇOCUKLUK DÖNEMİNDE DİJİTAL EKRAN BAĞIMLILIĞININ GELİŞİMSEL ETKİLERİ VE GÖRSEL İLETİŞİM TEMELLİ BİR FARKINDALIK ÇALIŞMASI	39
Beril Başar; Sude Sasa	
ERKEN VE ORTA EVRE ALZHEİMER HASTALARI İÇİN ÇOK DUYULU BİLİŞSEL DESTEK KARTI TASARIMI	40
Sevgi Aksoy; Mert Aksoy	
DİJİTAL ERİŞİLEBİLİRLİK VE YAPAY ZEKÂ: TÜRKİYE'DEKİ DEZAVANTAJLI BİREYLERİN DİJİTAL DENEYİMLERİ ÜZERİNE NİTELİKSEL BİR ARAŞTIRMA	41
Fatma Zeycan Veli	
SOSYAL MEDYANIN Z KUŞAĞI ÜZERİNDE OLUŞTURDUĞU BEDEN ALGISI ÜZERİNE BİR İNCELEME	42
Aybüke Merve Akdemir	
'THROUGH THEIR EYES' DİSLEKSİ FARKINDALIĞINA YÖNELİK DENEYİMSEL BİR KİTAP TASARIMI	43
Huda Narmouq	
DİJİTAL REKLAMLARIN KADINLARIN GÜZELLİK ALGISI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	44
Beyza Aksu	
GÖRSEL ANİMASYON VE TİTREŞİM TEKNOLOJİLERİNİ KULLANARAK İŞİTME ENGELLİ BİREYLERE MÜZİK HİSSİ AKTARMAYA YÖNELİK DENEYİM SİSTEMİ	45
Dilan Yarem Korkmaz	
YÜZ TANIMA BOZUKLUĞU PROSOPAGNOZİ FARKINDALIĞI İÇİN SANATSAL EL KİTABI VE E-KİTAP GELİŞTİRİLMESİ	46
Mehmet Utku Sönmez; Yusuf Demirci	
DUYGUSAL OKURYAZARLIĞI DESTEKLEYİCİ ÇOCUK KİTABI TASARIMI: GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI PERSPEKTİFİNDEN BİR UYGULAMA MODELİ	47
Hatice Züleyha Özekan; Pınar Ünlüer	
YAPAY ZEKÂ CİNSİYETÇİLİĞİNİN SOSYAL MEDYADAKİ TEZAHÜRLERİ: 'SERA' SANAL INFLUENCER PROFİLİ ÜZERİNDEN BİR DİJİTAL ETNOGRAFİ ÇALIŞMASI	48
Melek Sueda Aksoylu; Buket Esra Karaeli	
MÜZİK ÜRETİMİNDE YAPAY ZEKÂ KULLANIMINA YÖNELİK SANATÇI PERSPEKTİFLERİ: NİTEL BİR ARAŞTIRMA	49
Melis Yıldız	

Bildiri Özetleri

GREENWASHING'IN Z KUŞAĞI TÜKETİCİLERDE MARKA GÜVENİNE ETKİSİ: ÇEVRECİ CİLT BAKIMI REKLAMLARI ÜZERİNE ETKİSİ

Zeynep Naz Ağdemir^{*}; Serkan Sayar^{**}; Dilara Kurtuluş^{***}

Sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte markaların tüketicilere ulaşma ve iletişim kurma biçimleri önemli ölçüde değişmiştir. Özellikle TikTok gibi platformlar, kısa video formatı ve yüksek etkileşim oranı sayesinde Z kuşağına ulaşmada etkili bir mecra hâline gelmiştir. Bu süreçte cilt bakımı markaları, ürünlerini tanıtırken “doğal”, “çevre dostu” ve “sürdürülebilir” gibi kavramları sıklıkla kullanmaktadır. Ancak bazı markaların bu söylemleri gerçeği tam olarak yansıtmayan ya da abartılı biçimde sunması, “greenwashing” olarak adlandırılan bir durumu ortaya çıkarmaktadır. Bu durum, tüketicilerin markalara duyduğu güveni etkileyen önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Bu araştırmanın amacı, çevreci cilt bakımı reklamlarında yer alan greenwashing uygulamalarının Z kuşağı bireylerinin marka güveni algısı üzerindeki etkisini incelemektir. Araştırma kapsamında, sosyal medyayı aktif olarak kullanan Z kuşağı bireylerinin çevreci cilt bakım ürünlerine yönelik reklamları nasıl değerlendirdikleri ve bu değerlendirmelerin marka güvenine etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Bu doğrultuda, araştırmacı tarafından oluşturulan iki farklı reklam içeriği (biri abartılı ve yanıltıcı çevreci mesajlar içeren, diğeri ise daha gerçekçi ve şeffaf bilgiler sunan) katılımcılara gösterilmiş ve bu reklamlara yönelik algı ve güven düzeyleri ölçülmüştür. Çalışmanın, cilt bakımı sektöründe faaliyet gösteren markaların sürdürülebilirlik temelli iletişimlerini daha şeffaf ve güvenilir şekilde kurgulamalarına katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: greenwashing; cilt Bakımı; z Kuşağı; marka Güveni.

Bu bildiri, Doç. Dr. Burak Çeber danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, zeynepnaz.agdemir@st.uskudar.edu.tr

** Üsküdar Üniversitesi, serkan.sayar@st.uskudar.edu.tr

*** Üsküdar Üniversitesi, dilarakurtulus93@gmail.com

KOZMETİK MARKALARININ SÜRPRİZ KUTULARINA YÖNELİK TÜKETİCİ ALGISI

Tuana Nur Oksak^{*} ; Melike Demirkapu^{**} ; Zeynep Süeda Şenkal^{***}

Günümüzde kozmetik sektörü, sadece ürün satışı odaklı olmaktan çıkmış; heyecan, merak ve kişiselleştirilmiş deneyim sunan bir yapıya bürünmüştür. Sürpriz kutular, tüketicinin belirsizlikten doğan haz ve “kendi kendine hediye verme” motivasyonunu tetikleyen stratejik bir araç olarak değerlendirilmektedir. Bu araştırma, kozmetik markaları tarafından sunulan sürpriz kutu konseptinin tüketiciler üzerindeki algısını ve bu pazarlama stratejisinin müşteri deneyimi üzerindeki etkilerini derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın temel sorusu şu şekilde belirlenmiştir: "Sürpriz kutu deneyimi, tüketicinin markaya yönelik güven ve sadakat algısını nasıl şekillendirmektedir? " Bu sorudan hareketle araştırmada nitel bir yaklaşım benimsenmiş; derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır. Katılımcıların deneyimleri, yarı yapılandırılmış görüşme formları aracılığıyla toplanarak içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu yöntem, tüketicilerin duygusal tepkilerini ve gizli motivasyonlarını anlamlandırmaya olanak tanımaktadır. Çalışma, kozmetik sektöründe deneyimsel pazarlama literatürüne katkı sağlamayı ve markaların müşteri memnuniyetini artıracak stratejiler geliştirmelerine rehberlik etmeyi hedeflemektedir. Elde edilen bulguların, markaların kutu içeriği tasarımı ve pazarlama iletişimde daha verimli kararlar almasına yardımcı olması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: kozmetik Sektörü; deneyimsel Pazarlama; marka; tüketici Algısı Sürpriz Kutu.

Bu bildiri, Doç. Dr. Burak Çeber danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, tuananuroksak@gmail.com

** Üsküdar Üniversitesi, Melikedemirkapu29@gmail.com

*** Üsküdar Üniversitesi, zeynepsuedasenk3@gmail.com

MAĞAZA KOKULARININ TÜKETİCİLERİN SATIN ALMA NİYETİNE ETKİSİ

Sılanaz Ögünç^{*}; Eda Yakuphanogullarından^{**}

Günümüzde markalar, tüketicilerle daha güçlü bir bağ kurabilmek için yalnızca görsel ve işitsel bileşenlere değil, koku gibi duyuşsal unsurlara da yönelmektedir. Duyusal pazarlama, tüketicilerin yalnızca rasyonel kararlarını değil, duygusal belleklerini de etkileme potansiyeli taşımaktadır. Bu araştırma, duyuşsal pazarlama çerçevesinde mağaza ortamında kullanılan kokuların tüketicilerin algısı ve satın alma niyeti üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın temel sorusu, mağaza kokularının tüketicilerin satın alma niyetlerini ve marka algılarını anlamlı biçimde etkileyip etkilemediğidir. Araştırmada, konuyu hem derinlemesine incelemek hem de bulguları sayısal verilerle desteklemek amacıyla karma yöntem benimsenmiştir. Nicel aşamada, belirlenen mağazalarda alışveriş yapan 18-45 yaş arası katılımcılara anket uygulanacaktır. Bu anketle koku faktörünün satın alma niyeti ve marka algısı üzerindeki etkisi sayısal olarak analiz edilecektir. Nitel aşamada ise koku stratejisi uygulayan marka temsilcileri veya mağaza yöneticileriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilecektir. Bu görüşmeler aracılığıyla markaların koku seçimindeki kurumsal hedefleri ve uygulamanın sahaya yansımaları hakkında nitel veriler toplanacaktır. Anket ve görüşme verileri betimsel analiz yöntemiyle çözümlenecektir. Çalışma, koku kullanımının yalnızca estetik bir tercih olmadığını, aynı zamanda stratejik bir pazarlama iletişim aracı olduğunu göstermeyi hedeflemektedir. Perakende sektöründe ürün ve fiyat odaklı rekabetin yerini giderek deneyim odaklı rekabete bırakması, bu araştırmayı hem güncel hem de gerekli kılmaktadır. Elde edilecek bulguların, markaların rekabet avantajı elde etmesine katkı sağlayacak içgörüler sunması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: mağaza kokuları; tüketici; satın alma niyeti; marka.

Bu bildiri, Doç. Dr. Burak Çeber danışmanlığında hazırlanmıştır.

^{*} Üsküdar Üniversitesi, silanaz.ogunc@st.uskudar.edu.tr

^{**} Üsküdar Üniversitesi, eda.yakuphanogullarindan@st.uskudar.edu.tr

AMBALAJ TASARIMININ TÜKETİCİNİN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Hava Ekelik^{*}; Yağmur Boran Gürer^{**}

Günümüzde ambalaj tasarımı, yalnızca ürünü koruyan bir unsur olmaktan çıkmış; tüketici algısını ve satın alma davranışını doğrudan etkileyen stratejik bir pazarlama aracına dönüşmüştür. Ambalajın görsel ve estetik özelliklerinin tüketici kararları üzerindeki rolü giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu araştırma, ambalaj tasarımının tüketicilerin satın alma niyeti üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada deneysel bir yaklaşım benimsenmiştir. Katılımcılara iki farklı ambalaj görseli sunulmuş ve bu görseller karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Veriler, literatürden uyarlanan satın alma niyeti ölçeği aracılığıyla anket yöntemiyle toplanmış; katılımcıların ambalaj tasarımına yönelik algıları analiz edilmiştir. Çalışmanın hem akademik literatüre hem de markaların pazarlama stratejilerine katkı sağlaması beklenmektedir. Ambalajın görsel unsurlarının tüketici algısı üzerindeki etkisinin ortaya konulması, markaların ürün tasarım süreçlerinde daha bilinçli kararlar almasına yardımcı olabilir. Bu yönüyle araştırma, ambalaj tasarımının yalnızca estetik bir tercih değil, tüketici karar verme sürecini doğrudan etkileyen stratejik bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: ambalaj tasarımı; satın alma niyeti; tüketici davranışı; ürün.

Bu bildiri, Doç. Dr. Burak Çeber danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, info.havaekelik@gmail.com

** Üsküdar Üniversitesi, yagmurborangurer@gmail.com

TÜKETİCİLERİN RESMİ OLMAYAN ÖZÜR MESAJLARINA YÖNELİK TUTUMLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Seçil Demirtaş*

Bu araştırmanın temel amacı, tüketicilerin resmi olmayan özür mesajlarına yönelik tutumlarını incelemektir. Çalışmada, markaların dijital mecralarda kullandığı samimi ve gündelik dil içeren özür mesajlarının tüketici algısı üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Araştırma kapsamında, Türkiye’de bu iletişim stratejisini kullanan markalardan biri olan Rossmann örneği incelenmiştir. Araştırmanın önemi, resmi olmayan özür mesajlarının tüketiciler üzerindeki etkisini yeni bir reklam ve iletişim stratejisi olarak değerlendirmesidir. Geleneksel reklamcılığın resmi ve kurumsal dilinden farklı olarak, samimiyet ve mizah unsurlarıyla oluşturulan bu mesajların tüketici tutumlarını nasıl etkilediği araştırılmıştır. Araştırmada nicel yöntem kullanılmış ve veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmanın evrenini Türkiye’de yaşayan 18 yaş ve üzeri bireyler oluştururken, örneklem grubunu kolayda örnekleme yöntemiyle ulaşılan yaklaşık 200 katılımcı meydana getirmektedir. Anketler, Google Forms aracılığıyla çevrim içi ortamda uygulanmıştır. Araştırma bulgularına göre, resmi olmayan özür mesajları tüketiciler tarafından dikkat çekici ve samimi bulunmasına rağmen, satın alma davranışı ve marka güveni üzerinde güçlü bir olumlu etki yaratmamaktadır. Sonuç olarak, markaların bu iletişim stratejisini kullanırken samimiyet ile güvenilirlik arasındaki dengeyi koruması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: dijital Reklamlar; resmi Olmayan Özür Mesajları; tüketici Tutumları; marka İletişimi.

Bu bildiri, Doç. Dr. Burak Çeber danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, secil.demirtas@st.uskudar.edu.tr

MARKALARIN E-SPOR İÇİN YAPTIĞI REKLAMLARIN TÜKETİCİLER ÜZERİNDEKİ SATIN ALMA NİYETİNE ETKİSİ

Abdülkerim Öğüt^{*} ; Lokman Aziz Ayyıldız^{**}

Bu araştırma, markaların e-spor için yaptığı reklamların tüketiciler üzerindeki satın alma niyeti üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Günümüzde dünyada her şey dijitalleşmektedir. Artık spor bile dijital bir yapıya bürünmüştür. Bu dijital kavram e-spordur. Son yıllarda ciddi bir izleyici kitlesine sahip olan e-spor, reklam alanında da önemli yatırımlar almaktadır. Reklam sektöründe dijital mecraların yaygınlaşması, bu iki sektörün birlikte ilerlemesini kaçınılmaz hâle getirmiştir. E-sporun ana hedef kitlesinin gençler olması, markaların bu sektöre odaklanmasını da kaçınılmaz kılmaktadır. Araştırmada, e-spor izleyici kitlesinin markaların reklamlarına ve ürünlerine yönelik düşünce ve davranışlarını anlamak amacıyla nitel araştırma tekniklerinden biri olan derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama sürecinde, haftada en az 3 saat e-spor yayını veya turnuvası izleyen, 17-25 yaş aralığındaki kişiler kriter olarak belirlenmiş ve 10 kişi ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, e-spor reklamlarının markaların bu mecrada görülmesi sayesinde tüketicilerin markaya kendilerini daha yakın hissettikleri, markaya yönelik algı ve duyulan güvenin olumlu yönde arttığı tespit edilmiştir. Satın alma davranışı ise dolaylı olarak etkilenmektedir. Araştırmanın, e-spor reklamcılığı alanındaki tüketici davranışlarını nitel bir bakış açısıyla ele alarak literatürdeki eksikliğin giderilmesine katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: e-spor; reklam; dijital; marka; satın alma niyeti; tüketici davranışı.

Bu bildiri, Doç. Dr. Burak Çeber danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, abdulkerim.ogut@st.uskudar.edu.tr

** Üsküdar Üniversitesi, lokmanaziz.ayyildiz@st.uskudar.edu.tr

SOSYAL MEDYA REKLAMLARININ BİREYLERİN YEME ALIŞKANLIKLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Zeynep Nehir Güler*

Bu araştırmanın amacı, sosyal medya reklamlarının insanların yeme alışkanlıkları üzerindeki etkisini incelemektir. Bu doğrultuda araştırma temelde, sosyal medya reklamlarının bireylerin besin tercihleri, yeme alışkanlıkları ve dürtüsel satın alma davranışları üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmanın evrenini sosyal medya ve online yemek siparişi uygulamalarını aktif olarak kullanan bireyler oluştururken, örneklemini kolayda örnekleme yöntemiyle ulaşılan 250 katılımcı oluşturmaktadır. Katılımcılara Google Form aracılığıyla hazırlanan anket uygulanmıştır. Araştırma bulgularına göre, katılımcıların yiyecek satın alma davranışlarının temelinde çoğunlukla “ihtiyaç” değil “merak” duygusunun yer aldığı görülmüştür. İçerik üreticilerine duyulan güven düşük olsa da, görsel sunumların ve reklamların etkisiyle ürünleri deneme isteği oluşmaktadır. Ayrıca sosyal medya ve reklamların en fazla etkisini özellikle gece saatlerinde ve açlık hissinin yoğun olduğu zamanlarda gösterdiği belirlenmiştir. Bu durum, biyolojik faktörlerin reklam etkisiyle birleştiğinde dürtüsel tüketimi artırdığını ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, sosyal medya reklamları bireylerde tam anlamıyla güven oluşturma da görsel kalite, içerik sunumu ve doğru zamanlama ile birlikte dürtüsel satın alma davranışını ve sağlıksız beslenme eğilimini artırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: sosyal Medya; reklam; beslenme; yeme Alışkanlıkları.

Bu bildiri, Doç. Dr. Burak Çeber danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, zeynepnehir.guler@st.uskudar.tredu.tr

MEDYADA GÖÇ TEMSİLLERİ VE GENÇ BİREYLERİN ANLAMLANDIRMA PRATİKLERİ: NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Nesibe Zeynep Yıldız^{*}; Gamze Emine Güdek^{**}; Edanur İpin^{***}

Medya temsilleri, toplumsal gruplara yönelik algıların oluşumunda ve yeniden üretilmesinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Göç grupları ise hem geleneksel medya hem de sosyal medya ortamlarında sıklıkla görünürlük kazanan ve temsili tartışmalı sosyal kategoriler arasında yer almaktadır. Bu bağlamda medya içerikleri, göç eden bireylere ilişkin stereotiplerin, duygusal tepkilerin ve toplumsal mesafe algısının şekillenmesinde etkili olmaktadır. Ancak mevcut literatürde göç temsillerinin çoğunlukla içerik analizi düzeyinde ele alındığı, bu temsillerin genç bireylerin algı ve anlamlandırma süreçleri üzerindeki etkisinin sınırlı biçimde incelendiği görülmektedir. Ayrıca Türkiye bağlamında geleneksel medya ile sosyal medya temsillerinin birlikte ele alınarak karşılaştırmalı biçimde algı üretimine etkisini inceleyen çalışmalar yetersizdir. Bu çalışma, Türkiye’de genç bireylerin geleneksel medya ve sosyal medya ortamlarında göç gruplarına ilişkin temsilleri nasıl algıladıklarını ve bu temsillerin göç eden bireylere yönelik bilişsel ve duygusal değerlendirmelerini nasıl şekillendirdiğini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, medya temsili kuramı, ekme/ekim teorisi ve sosyal temsil kuramı çerçevesinde nitel bir tasarıma dayanmaktadır. Bu kuramsal yapı, medya içeriklerinin yalnızca bilgi aktarımı değil, aynı zamanda toplumsal gerçeklik üretimi işlevi gördüğü varsayımına dayanmaktadır. Çalışmada amaçlı örneklem yöntemi kullanılacaktır. Farklı sosyo-demografik özelliklere sahip 18-30 yaş aralığındaki bireyler ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılması planlanmaktadır. Katılımcıların hem geleneksel medya hem de sosyal medya içeriklerine maruz kalma düzeyleri dikkate alınarak örneklem çeşitliliği sağlanacaktır. Veriler tematik analiz yöntemi ile çözümlenecektir. Çalışmanın, medya temsilleri ile göç algısı arasındaki ilişkiyi kullanıcı merkezli bir perspektifle açıklayarak literatürdeki içerik-izleyici ayrımını aşan bütüncül bir analiz sunması beklenmektedir. Ayrıca Türkiye bağlamında göç, medya ve gençlik algısı kesişiminde önemli bir ampirik boşluğu doldurması öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: medya temsilleri; göç algısı; sosyal medya; genç bireyler; sosyal temsil kuramı.

Bu bildiri, Doç. Dr. Zindan Çakıcı danışmanlığında hazırlanmıştır.

^{*} Üsküdar Üniversitesi, nesibezeynep.yildiz@st.uskudar.edu.tr

^{**} Üsküdar Üniversitesi, gamzeemine.gudek@st.uskudar.edu.tr

^{***} Üsküdar Üniversitesi, edanur.ipin@st.uskudar.edu.tr

OMNİPTİKON ÇAĞINDA DİJİTAL LİNÇ; MELİS OLCAY VAKASI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Elif Kesici*

Bu tez, dijital linç kavramını sosyal medya bağlamında ele alarak, Tik Tok platformunda gerçekleşen Melis Olcay vakasını incelemiştir. Dijital linç, bireylerin paylaşımları, söylemleri ya da çevrimiçi görünürlükleri üzerinden geniş kitleler tarafından hedef hâline getirilmesi, yargılanması ve çoğu zaman sosyal alandan dışlanmasıyla sonuçlanan çok katmanlı bir süreç olarak değerlendirilmiştir. Çalışmada bu süreç, sadece bireysel tepkilerden oluşan geçici bir süreç olarak değil, dijital çağın ürettiği gözetim, görünürlük ve kolektif yargılama pratikleriyle iç içe geçmiş toplumsal bir mekanizma olarak ele alınmıştır. Tezin kavramsal çerçevesi oluşturulurken, Jeremy Bentham'ın panoptikon kavramı ile Thomas Mathiesen'in omniptikon kavramı temel alınarak dijital gözetim ilişkileri ele alınmıştır. Sosyal medya ortamlarında bireylerin aynı anda hem izleyen hem de izlenen konumunda bulunmasının, dijital linç süreçlerini hızlandırdığı ve yaygınlaştırdığı ortaya konmuştur. Bu çerçevede kitle psikolojisi, anonimlik, sorumluluğun dağılması ve günah keçisi seçme gibi kavramlardan yararlanılmıştır. Melis Olcay vakası üzerinden yapılan incelemede, dijital linç sürecinin birey üzerinde yoğun bir psikolojik baskı yarattığı, sosyal dışlanma deneyimini derinleştirdiği ve kamusal alandaki kimliğini doğrudan etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca linç pratiklerinin, kolektif öfke ve ahlaki üstünlük söylemleri aracılığıyla normalleştirdiği ve bu süreçte bireysel sorumluluğun görünmez hâle geldiği belirlenmiştir. Sonuç olarak bu tez çalışması, dijital linci yalnızca medya temelli bir olgu olarak değil, bireysel hassasiyetleri derinleştiren, güç ilişkilerini yeniden üreten ve toplumsal ilişkileri değiştiren bir pratik olarak ele almıştır. Elde edilen bulgular, dijital linç olgusunun anlaşılmasına katkı sunmayı ve bu alanda eleştirel bir farkındalık geliştirilmeyi amaçlamıştır.

Anahtar Kelimeler: dijital Linç; gözetim Toplumu; günah Keçisi; kolektif Öfke; sosyal Medya.

Bu bildiri, Prof. Dr. And Algül danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, elif.kesici@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0002-5163-8883

SOSYAL MEDYADA ‘KIRINTI HABERCİLİK’: X PLATFORMUNDAKİ HABER GÖRÜNÜMLÜ HESAPLAR ÜZERİNE BİR İNCELEME

Elif Hilal Cengiz^{*} ; Mert Çelik^{**}

Sosyal medya platformları, haberin üretim ve dolaşım biçimlerini dönüştürerek geleneksel medya kuruluşları dışında faaliyet gösteren yeni haber aktörlerinin görünürlük kazanmasına zemin hazırlamıştır. Özellikle X platformunda yüksek takipçili birçok hesap, haber ve gündem içeriklerini kısa, hızlı ve platformun akış mantığına uygun biçimde paylaşmaktadır. Bu hesaplar çoğu zaman haber sitesi ya da haber kaynağı görünümüyle hareket etmekte; ancak içeriklerin kim tarafından üretildiği, hangi kaynaklara dayandığı, nasıl doğrulandığı ve haber sorumluluğunun kimde olduğu çoğu zaman belirsiz kalmaktadır. Üsküdar Üniversitesi Gazetecilik Bölüm Başkanı Prof. Dr. Süleyman İrvan tarafından “kırıntı habercilik” olarak kavramsallaştırılan bu tür pratikler, haberi bağlamından kopararak onu çoğu zaman yalnızca dikkat çekici, hızlı tüketilebilir ve parçalı içerikler biçiminde dolaşıma sokmaktadır. Bu durum, gazeteciliğin temel ilkeleri arasında yer alan doğruluk, kaynak gösterme, bağlam sunma ve kamusal sorumluluk gibi ilkeler açısından çeşitli etik sorunları gündeme getirmektedir. Bu çalışma, X platformunda haber ve gündem içerikleri paylaşan yüksek takipçili haber görünümlü hesapların profil ve gönderi düzeyindeki özelliklerini incelemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda araştırmanın temel sorusu şu şekilde belirlenmiştir: X platformunda haber/gündem içerikleri paylaşan haber görünümlü hesaplar, gazetecilik pratikleri ve etik ilkeler açısından hangi özellikleri taşımakta ve hangi sorunlu alanları ortaya çıkarmaktadır? Çalışmada söz konusu hesaplar; kimlik ve sahiplik bilgileri, kaynak kullanımı, doğrulama pratikleri, haber dili, bağlam sunumu, etkileşim stratejileri, editoryal sorumluluk gibi göstergeler bağlamında değerlendirilecektir. Araştırmada içerik analizi yöntemi kullanılacaktır. Örneklem, amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenmiş olup X platformunda haber/gündem içerikleri paylaşan, kurumsal medya kuruluşu olmayan, düzenli paylaşım yapan ve yüksek takipçi sayısına sahip 10 haber görünümlü hesaptan oluşmaktadır. Çalışma kapsamında bu hesapların profil bilgileri ile belirli bir zaman aralığında paylaştıkları gönderiler analiz edilecektir. Analiz sürecinde hesapların kendilerini nasıl tanımladıkları, kaynaklara ne ölçüde yer verdikleri, içeriklerde doğrulama ya da bağlamlandırma unsurlarının bulunup bulunmadığı, paylaşımların haber diliyle ilişkisi gibi unsurlar incelenecektir. Çalışma, haber görünümlü X hesaplarının yalnızca ne tür içerikler paylaştığını değil, bu içeriklerin gazetecilik açısından hangi etik ve editoryal gerilimleri barındırdığını görünür kılmayı hedeflemektedir. Bu yönüyle araştırmanın, kırıntı habercilik kavramı, platformlarda haberin dolaşımı, kaynak şeffaflığı ve dijital haber etiği tartışmalarına veri temelli bir katkı sunması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: x; sosyal medya; kırıntı habercilik; içerik analizi.

Bu bildiri, Dr. Öğr. Üyesi Duygu Temel danışmanlığında hazırlanmıştır.

^{*} Üsküdar Üniversitesi, elifhilal.cengiz1@st.uskudar.edu.tr

^{**} Üsküdar Üniversitesi, mert.celik1@st.uskudar.edu.tr

GEN Z VE PODCAST: GENÇLERİN PODCAST DİNLEME MOTİVASYONLARI VE DAVRANIŞLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Arda Yağız Tufan *

Podcastler, dijital medya ortamında giderek daha görünür hâle gelen ve özellikle genç kullanıcılar arasında farklı dinleme alışkanlıkları yaratan bir içerik formatı olarak öne çıkmaktadır. İsteğe bağlı dinlenebilmesi, mobil platformlara uyumlu olması, sesli ve görüntülü formatlarda üretilebilmesi ve başka etkinliklerle birlikte tüketilebilmesi, podcastleri geleneksel radyo dinleme biçimlerinden ayırmaktadır. Dijital platformlarla büyüyen Gen Z açısından podcastlerin hangi motivasyonlarla dinlendiği ve gündelik medya tüketimi içinde nasıl konumlandırıldığı, araştırılması gereken önemli bir alan olarak değerlendirilebilir. Bu araştırma, Gen Z içinde yer alan gençlerin podcast dinleme motivasyonlarını ve dinleme biçimlerini karma yöntemle incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı çerçevesinde tasarlanmıştır. Araştırmanın temel sorusu, “Gen Z içinde yer alan gençlerin podcast dinleme motivasyonları ve dinleme biçimleri nasıl şekillenmektedir? ” şeklinde belirlenmiştir. Bu temel soru doğrultusunda gençlerin podcastleri hangi nedenlerle dinledikleri; podcast dinleme sıklıkları, tercih ettikleri platformlar, sesli/video podcast tercihleri, podcast keşif yolları, dinleme zamanları, dinleme mekânları ve podcastleri gündelik medya tüketimi içinde nasıl konumlandıkları ele alınacaktır. Ayrıca araştırmada haber ve gündem odaklı podcastlere özel bir parantez açılarak, gençlerin bu içerikleri gündemi takip etme, güvenilir bilgiye ulaşma ve olayları daha derinlemesine anlama pratikleri içinde nasıl değerlendirdikleri sorgulanacaktır. Araştırmada karma yöntem kullanılacaktır. İlk aşamada Gen Z içinde yer alan podcast dinleyicilerine yönelik nicel bir anket uygulanacaktır. Anket aracılığıyla katılımcıların podcast dinleme sıklığı, tercih ettikleri platformlar, dinledikleri içerik türleri, sesli ve görüntülü podcast tercihleri, podcast keşif yolları, dinleme bağlamları ve dinleme motivasyonlarına ilişkin genel eğilimler ortaya konacaktır. Bu aşamada ayrıca haber ve gündem podcastlerine yönelik ilgi, dinleme sıklığı ve bu içeriklerin diğer haber kaynaklarıyla ilişkisi de değerlendirilecektir. İkinci aşamada ise daha küçük bir katılımcı grubuyla derinlemesine görüşmeler yapılacaktır. Görüşmeler aracılığıyla gençlerin podcastleri neden dinlediği, podcastleri hangi gündelik bağlamlarda kullandığı, podcastlerin öğrenme ve bilgi edinme süreçlerindeki yeri ve haber podcastlerinin gündem takibi açısından nasıl konumlandırıldığı daha ayrıntılı biçimde anlaşılmasına çalışılacaktır. Çalışmanın, Gen Z'nin podcasti yalnızca bir sesli içerik türü olarak değil; platformlar arası, kişiselleştirilmiş, esnek ve amaçlı bir medya pratiği olarak nasıl kullandığını ortaya koyması beklenmektedir. Araştırmanın ayrıca Türkiye’de gençlerin podcast dinleme motivasyonları ve dinleme biçimlerine ilişkin sınırlı literatüre katkı sunması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: podcast; gen z; karma yöntem.

Bu bildiri, Dr. Öğr. Üyesi Duygu Temel danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, ardayagiz.tufan@st.uskudar.edu.tr

YAPAY ZEKÂ ÜRETİMİ GÖRSEL İÇERİKLER VE GERÇEKLİK ALGISININ İNŞASI: YAŞLI BİREYLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Şuğra Dağasan^{*}; Yeşim Durmuş^{**}; Sevde Karataş^{***}; Gökalp Bel^{****}

Yapay zekâ üretimi içerikler, sosyal medya ortamlarında gerçeklik ve kurgu arasındaki ayrımı bulanıklaştıran yeni bir medya formu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu dönüşüm, özellikle dijital okuryazarlık düzeyi görece düşük kullanıcı gruplarında gerçeklik algısının yeniden inşasına yol açmaktadır. Bu bağlamda yaşlı bireylerin yapay zekâ içerikleriyle kurduğu etkileşim, algı oluşumu ve güven değerlendirmesi süreçleri kritik bir araştırma alanı oluşturmaktadır. Ancak mevcut literatürde yapay zekâ üretimi içerikler çoğunlukla genç kullanıcılar üzerinden incelenmiş, 65 yaş üstü bireylerin bu içeriklere yönelik algısal ve bilişsel tepkileri sınırlı biçimde ele alınmıştır. Ayrıca Türkiye bağlamında yaşlı nüfusun yapay zekâ temelli medya içerikleriyle etkileşimine ilişkin nitel çalışmalar oldukça yetersizdir. Bu çalışma, İstanbul'da yaşayan 65 yaş üstü bireylerin sosyal medya platformlarında karşılaştıkları yapay zekâ üretimi video ve görsel içeriklerle kurdukları ilişkiyi ve bu içeriklerin gerçeklik algıları üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma nitel araştırma deseni ile tasarlanmıştır. Amaçlı örneklem yöntemi kullanılacaktır. Bu kapsamda farklı eğitim düzeyi, sosyo-ekonomik durum ve dijital deneyim seviyelerine sahip 25 katılımcı ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılması planlanmaktadır. Veri toplama sürecinde veri doygunluğu ilkesi gözetilecektir. Veriler betimsel analiz ile çözümlenecektir. Çalışmanın, yapay zekâ üretimi medya içeriklerinin yaşlı bireylerin gerçeklik algısı ve dijital güven süreçleri üzerindeki etkisini açıklayarak literatürdeki boşluğu doldurması beklenmektedir. Ayrıca yaşlılık çalışmaları literatürüne Türkiye bağlamından özgün bir katkı sunması öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: yapay zekâ içerikleri; gerçeklik algısı; yaşlı bireyler; sosyal medya; dijital okuryazarlık.

Bu bildiri, Doç. Dr. Zindan Çakıcı danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, sugra.dagasan@st.uskudar.edu.tr

** Üsküdar Üniversitesi, yesim.durmus@st.uskudar.edu.tr

*** Üsküdar Üniversitesi, sevde.karatas@st.uskudar.edu.tr

**** Üsküdar Üniversitesi, gokalp.bel@st.uskudar.edu.tr

YAPAY ZEKÂ VE GÖRSEL MANİPÜLASYON: İNSANLAR ÜZERİNDEKİ ALGI ETKİSİ

Belinay Şimşek^{*} ; Sıla Akyüz^{**} ; Hava Sıla Bulduk^{***} ; Zeyneb Reyhan Kılıç^{****} ; Emirhan Duvarbaşı^{*****}

Problem Durumu: Yapay zekâ teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, özellikle yapay zekâ tabanlı video üretim araçlarının yaygınlaşmasına neden olmuştur. Gerçekçi görsel ve işitsel unsurlar içeren bu videolar, bireylerin gerçeklik algısını etkileyebilmekte ve doğru ile yanlış bilgiyi ayırt etme süreçlerini zorlaştırabilmektedir. Bu durum, yapay zekâ ile üretilmiş içeriklerin bireyler üzerindeki manipülasyon potansiyelini önemli bir araştırma problemi haline getirmektedir. **Amaç:** Bu projenin amacı, yapay zekâ ile ürettiğimiz/üretilecek video içeriklerinin bireyler üzerindeki etkilerini derinlemesine incelemek, bireylerin bu içeriklere yönelik algı ve güven düzeylerini ortaya koymak ve söz konusu içeriklerin algı manipülasyonu oluşturma potansiyelini analiz etmektir. **Yöntemler:** Araştırmada nitel ve nicel araştırma yöntemi kullanılacaktır. Veri toplama sürecinde, katılımcılarla yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilecek ve yapay zekâ ile ürettiğimiz/üretilecek video örnekleri üzerinden katılımcıların algıları incelenecektir. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle çözümlenerek, bireylerin bu içeriklere yönelik değerlendirme biçimleri, güven algıları ve manipülasyon farkındalıkları tematik olarak ortaya konulacaktır. **Bulgular:** Araştırma sonucunda, bireylerin yapay zekâ ile üretilen/üretilecek videolara yönelik algılarının çeşitlilik gösterdiği, bazı katılımcıların bu içerikleri gerçek olarak değerlendirebildiği ve bu durumun manipülasyona açık bir zemin oluşturduğu öngörülmektedir. Ayrıca, içeriklerin gerçekçilik düzeyi arttıkça bireyler üzerindeki etkisinin ve ikna ediciliğinin arttığına yönelik bulgular elde edilmesi beklenmektedir. **Sonuç:** Yapay zekâ ile ürettiğimiz ve sosyal medya platformlarında olan video içeriklerinin bireylerin algılarını etkileyebildiği ve manipülasyon potansiyeli taşıdığı sonucuna ulaşılması beklenmektedir. Bu doğrultuda, bireylerin dijital içeriklere yönelik eleştirel değerlendirme becerilerinin geliştirilmesi ve yapay zekâ temelli içeriklere karşı farkındalığın artırılması önemli bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: yapay zekâ; algı manipülasyonu; deepfake teknolojisi; kamuoyu algısı.

Bu bildiri, Prof. Dr. And Algül danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, belinay.simsek@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0008-5251-136X

** Üsküdar Üniversitesi, sila.akyuz@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0003-3740-130X

*** Üsküdar Üniversitesi, havasila.bulduk@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0008-5043-9480

**** Üsküdar Üniversitesi, zeynebrehan.kilic@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0003-5521-9755

***** Üsküdar Üniversitesi, emirhan.duvarbasi@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0004-7444-7400

ROL YAPMA OYUNLARINDA AVATAR SEÇİMİ VE BİREYSEL ÖZELLİKLER ARASINDAKİ İLİŞKİ: NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Müberra Dede*

Rol yapma oyunları (RPG), bireylerin dijital ortamlarda alternatif kimlikler ve avatarlar aracılığıyla etkileşimli deneyimler geliştirdiği oyun türleri arasında yer almaktadır. Bu oyunlarda avatar seçimi ve karakter oluşturma süreçleri, yalnızca teknik veya estetik tercihler olarak değil, aynı zamanda bireylerin kişilik özellikleri ve sosyal davranış eğilimleriyle ilişkili psikososyal göstergeler olarak değerlendirilmektedir. Ancak mevcut literatürde RPG oyunları çoğunlukla oyun mekaniği ve kullanıcı deneyimi bağlamında ele alınmakta, avatar seçimi ile bireysel özellikler arasındaki ilişki sınırlı biçimde incelenmektedir. Ayrıca Türkiye bağlamında bu ilişkinin nitel yöntemle ele alındığı çalışmalar oldukça yetersizdir. Bu çalışma, Türkiye’de RPG oyunları oynayan genç bireylerin avatar seçimi ve karakter oluşturma tercihleri ile kişilik özellikleri ve sosyal davranış eğilimleri arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma nitel araştırma deseni ile tasarlanmıştır. Amaçlı örneklem yöntemi kullanılarak farklı oyun deneyim düzeylerine sahip 20 katılımcı ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılması planlanmaktadır. Veriler tematik analiz ile çözümlenecektir. Çalışmanın, avatar seçimi ile bireysel özellikler arasındaki ilişkiyi Türkiye örnekleminde açıklayarak literatürdeki boşluğu doldurması ve dijital oyun çalışmaları ile kişilik psikolojisi literatürüne katkı sunması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: rol yapma oyunları; karakter seçimi; kişilik özellikleri; dijital oyunlar; sosyal davranış.

Bu bildiri, Doç. Dr. Zindan Çakıcı danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, muberradede87@gmail.com

İRANLI ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN TÜRKİYE'YE ENTEGRASYONUNDA DİJİTAL DİASPORA ETKİSİ

Ali Kohantorabi*

Bu araştırma, İranlı uluslararası öğrencilerin Türkiye'ye entegrasyon süreçlerinde dijital diasporanın rolünü incelemeyi amaçlamaktadır. Dijital diaspora, göçmenlerin sosyal medya ve çevrim içi platformlar aracılığıyla kimliklerini sürdürdükleri, aidiyetlerini yeniden tanımladıkları ve sosyal destek ağları oluşturdıkları sanal alanlar olarak tanımlanmaktadır. Türkiye, özellikle son yıllarda İranlı öğrenciler için önemli bir eğitim destinasyonu haline gelmiştir. Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi verilerine göre 2024-2025 akademik yılında Türkiye'de 31. 486 İranlı öğrenci öğrenim görmekte olup, bu öğrencilerin 20. 508'i İstanbul'da bulunmaktadır. Bu nedenle İstanbul, araştırmanın örneklem alanı olarak belirlenmiştir. Çalışma karma yöntem yaklaşımıyla yürütülecektir. Nicel aşamada İstanbul'daki İranlı öğrenciler arasında çevrim içi bir anket uygulanarak dijital diaspora katılım düzeyi, sosyal entegrasyon, aidiyet ve kimlik algısı gibi değişkenler ölçülecek; nitel aşamada ise yarı yapılandırılmış görüşmelerle dijital ortamların öğrencilerin sosyal ilişkilerine ve kültürel uyum süreçlerine etkisi derinlemesine analiz edilecektir. Veriler MAXQDA programıyla betimsel istatistik ve içerik analizi yöntemleriyle değerlendirilecektir. Görüşme metinlerinin transkripsiyonunun ardından Sketch Engine ve AntConc metin analizi programları kullanılacaktır. Nicel verilerin analizi ise Excel, Google Sheets veya LibreOffice Calc gibi dijital araçlar aracılığıyla sistematik biçimde düzenlenecektir. Araştırma süreci literatür taraması, veri toplama, analiz ve raporlama aşamalarından oluşacak olup, katılımcı erişimi veya izin süreçlerinde yaşanabilecek aksaklıklar durumunda alternatif çevrim içi topluluklardan (örneğin Telegram, Instagram, WhatsApp grupları) veri sağlanacaktır. Bu proje, 12. Kalkınma Planı'nda yer alan "dijital dönüşüm, nitelikli insan kaynağı ve toplumsal uyumun güçlendirilmesi" hedefleri ile 2030 Sanayi ve Teknoloji Stratejisi'nde vurgulanan "bilgi temelli topluma geçiş ve dijitalleşmenin sosyal etkililiği" öncelikleriyle doğrudan ilişkilidir. Elde edilecek bulguların, Göç İdaresi Başkanlığı, Yükseköğretim Kurulu, belediyeler ve sivil toplum kuruluşları için politika geliştirme süreçlerine katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: dijitalleşme; dijital Diaspora; entegrasyon; göç; uluslararası Öğrenciler.

Bu bildiri, Dr. Öğr. Üyesi Maria Pia Ester Cristaldi danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, ali.kohantorabi@st.uskudar.edu.tr

ÖĞRENCİ MEMNUNİYET ANKETİ PROJESİ

Edanur Aktaş*

Üsküdar Üniversitesi Öğrencilerinin Memnuniyet Anketlerine Yaklaşımı Bu araştırmada, Üsküdar Üniversitesi öğrencilerinin memnuniyet anketlerine ilişkin yaklaşımları incelenmektedir. Üniversitelerde öğrenci memnuniyetinin ölçülmesi ve eğitim kalitesinin artırılması amacıyla düzenli olarak uygulanan anketlerin etkinliği, öğrencilerin katılım düzeyleri ve bu süreçle yönelik tutumları çerçevesinde ele alınmıştır. Çalışmada, öğrencilerin memnuniyet anketlerine ilişkin bakış açıları, katılım sıklıkları ve anketlerin işlevselliğine yönelik değerlendirmeleri ortaya konulmuştur. Elde edilen bulgulara göre, öğrencilerin önemli bir kısmı anketleri yeterince önemsememekte ve katılım istenen düzeyde gerçekleşmemektedir. Ayrıca, verilen yanıtların bazı durumlarda yüzeysel nitelik taşıdığı ve bu durumun verilerin güvenilirliğini olumsuz etkilediği belirlenmiştir. Araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş ve veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Üsküdar Üniversitesinde öğrenim gören öğrenciler arasından seçilen 300 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilen anketler aracılığıyla veriler toplanmıştır. Toplanan veriler istatistiksel yöntemlerle analiz edilerek öğrencilerin memnuniyet anketlerine yönelik genel tutumları değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, anketlerin etkinliğini artırmak amacıyla öğrenci katılımını teşvik edecek stratejilerin geliştirilmesi ve geri bildirimlerin öğrencilerle daha görünür ve etkili şekilde paylaşılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda, anket süreçlerinin daha işlevsel ve güvenilir hâle getirilmesi, üniversitenin sürekli iyileşme hedeflerine katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: öğrenci memnuniyeti; anket katılımı; geri bildirim sistemleri.

Bu bildiri, Dr. Öğr. Üyesi Nejla Polat danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, edanur.aktas2@st.uskudar.edu.tr

TÜRKİYE'DE SİNYALİZASYONSUZ YAYA GEÇİTLERİNDE SÜRÜCÜ KURAL İHLALLERİ: TANIM, SEBEPLER, SORUN VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Ahmet Talha Berse *

Bu çalışma, Türkiye'de sinyalizasyonsuz (ışksız) yaya geçitlerinde gözlemlenen sürücü kural ihlallerini; sosyoloji, sosyal psikoloji, bilişsel psikoloji, gelişim psikolojisi ve halkla ilişkiler disiplinlerinin kuramsal çerçevelerini bütünleştiren sistematik bir literatür taraması yöntemiyle incelemektedir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ve İçişleri Bakanlığı İçişleri Veri Merkezi (İVME) tarafından 2026 yılında yayımlanan 2025 yılına ait düzeltilmiş karayolu trafik kaza istatistikleri; yaya kazalarının ağırlıklı olarak sürücü kaynaklı olduğunu ortaya koymakta, 'yaya çarpma' 1. 190 ölümle en ölümcül kaza türü olarak öne çıkmaktadır. Bu yapısal güvenlik sorununun kökeninde yalnızca denetim eksikliği değil; sürücülerin araç içinde geliştirdiği bölgesellik ve psikolojik sahiplik algısı, bilişsel aşırı yüklenmeden kaynaklanan algısal körlük, sosyal normların henüz yeterince içselleştirilmemiş olması ve eğitim sisteminin bilişsel gelişim aşamalarına, sosyal öğrenme mekanizmalarına ve sosyokültürel bağlama duyarsız yapısı bulunmaktadır. Türkiye'de yürütülen alan araştırmaları; sürücü uyum oranlarının hiçbir koşulda istikrarlı ve yüksek bir düzeye erişemediğini, mevcut iletişim kampanyalarının erişim boyutunda yapısal olarak yetersiz kaldığını ve teknik sürüş yeterliliği yüksek genç sürücülerin paradoks biçimde daha fazla ihlale karıştığını ortaya koymaktadır. Çalışma; Altman'ın bölgesellik kuramı, Kahneman'ın iki sistem modeli, Simons ve Chabris'in algısal körlük araştırmaları, Hyman'ın trafik ortamına ilişkin bulguları, Briggs ve arkadaşlarının sürücü dikkat çalışmaları, Bicchieri'nin norm teorisi, Centola'nın karmaşık bulaşma modeli ile Piaget, Bandura ve Vygotsky'nin gelişim ve öğrenme kuramları temel alınarak çok boyutlu bir norm inşası, kentsel alan tasarımı ve eğitim sistemi dönüşümü önerisi sunmaktadır. Sonuç olarak yaya geçitlerinde sürücü uyumunun kalıcı kılınması; cezai yaptırımların ötesinde, sürücü zihninin mekânsal, bilişsel ve toplumsal dinamiklerini doğru okuyan ve eğitim sistemini gelişim psikolojisinin kuramsal birikiminden hareketle köklü biçimde yeniden yapılandıran bütünleşik bir yaklaşımla mümkün olduğu değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: sinyalizasyonsuz yaya geçidi; sürücü kural ihlali; bölgesellik; algısal körlük; sosyal norm; davranışsal dürtme; trafik eğitimi; sosyal öğrenme kuramı; trafik güvenliği.

Bu bildiri, Dr. Öğr. Üyesi Nejla Polat danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, tlhbrs@gmail.com

AKRAN ZORBALIĞI İLE İLGİLİ HABERLERİN DİJİTAL MEDYADA TEMSİLİ

Ebrar Başkan*

Türkiye’de akran zorbalığı, çocuklar ve gençler arasında giderek daha görünür hâle gelen önemli bir toplumsal sorun olarak tartışılmaktadır. Bu tür olayların medya aracılığıyla haberleştirilme biçimi, yalnızca olayın kamuoyuna aktarılmasını değil; mağdur çocukların, zorbalık uygulayan çocukların, ailelerin, okul yönetimlerinin ve kamu kurumlarının nasıl konumlandırıldığını da etkilemektedir. Bu nedenle akran zorbalığı haberlerinde kullanılan dil, çocukların etik açıdan nasıl temsil edildiği, sorumluluğun hangi aktörlere yüklendiği ve olayların hangi toplumsal bağlam içinde sunulduğu gazetecilik çalışmaları açısından önem taşımaktadır. Bu çalışma, dijital haber medyasında akran zorbalığı olaylarının nasıl temsil edildiğini ve farklı yayın çizgilerine sahip haber mecralarında bu olayların hangi çerçevelerle sunulduğunu incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın temel sorusu “Dijital haber medyası, akran zorbalığı olaylarını nasıl çerçevelemektedir? ” şeklinde belirlenmiştir. Bu doğrultuda haberlerde mağdur çocukların ve zorbalık uygulayan çocukların nasıl konumlandırıldığı, zorbalık uygulayan çocukları tanımlamak için kullanılan ifadeler, ailelerin, okul yönetimlerinin ve kamu kurumlarının sorumluluk bağlamında nasıl yer aldığı analiz edilecektir. Ayrıca haber dilinin sansasyonel, duygusal, suçlayıcı ya da çözüm odaklı olup olmadığı değerlendirilecektir. Araştırmada haberler, çerçeveleme yaklaşımı bağlamında içerik analizi yöntemiyle ele alınacaktır. Çalışmanın örneklemi, Türkiye’de farklı yayın çizgilerine sahip medya kuruluşlarının internet sitelerini kapsayacak biçimde amaçlı örnekleme yöntemiyle oluşturulmuştur. Bu kapsamda Sabah, Yeni Şafak, Sözcü, Cumhuriyet, Hürriyet ve Milliyet gazetelerinin internet haber siteleri araştırma örneklemi olarak belirlenmiştir. Veriler doküman incelemesi yoluyla toplanacaktır. Bu çerçevede 1 Ocak 2025 - 31 Aralık 2025 tarihleri arasında yayımlanan ve “akran zorbalığı”, “okulda zorbalık”, “öğrenci şiddeti”, “okulda şiddet” ve “çocuklar arasında şiddet” gibi anahtar kelimelerle erişilebilen haberler incelenecektir. Haberlerin dili, olayın toplumsal bağlamı, sorumluluk atfı, çocuk temsili ve habercilik etiği temel değerlendirme alanlarını oluşturacaktır. Çalışmanın, çocukları doğrudan ilgilendiren hassas olayların dijital haber medyasında nasıl temsil edildiğini görünür kılması beklenmektedir. Ayrıca araştırmanın, akran zorbalığı haberlerinde kullanılan dilin toplumsal etkilerine dikkat çekerek etik habercilik standartlarının geliştirilmesine, medya okuryazarlığı bilincine ve çocuk odaklı habercilik tartışmalarına akademik katkı sunması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: akran zorbalığı; içerik analizi; haber medyası.

Bu bildiri, Dr. Öğr. Üyesi Duygu Temel danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, ebrar.baskan@st.uskudar.edu.tr

KAMUDA HALKA İLİŞKİLER UYGULAMALARI AÇISINDAN CİMER'İN YÜRÜTMÜŞ OLDUĞU HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARI

Eda Onuk^{*} ; Zeynep Su Sargin^{**} ; Ecrin Balaban^{***} ; Handan Yılmaz^{****}

Bu çalışma, kamuda halkla ilişkiler uygulamaları kapsamında Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi (CİMER)'nin yürütmüş olduğu halkla ilişkiler çalışmalarını incelemeyi amaçlamaktadır. Türkiye'de kamu yönetiminde vatandaş-devlet iletişiminin giderek artan önemi ve dijital dönüşüm süreçleri göz önüne alındığında, CİMER'in bu alandaki işlevi kritik bir öneme sahiptir. Araştırmanın temel amacı; CİMER'in kurumsal yapısını, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı bünyesindeki konumunu, Halkla İlişkiler Dairesi Başkanlığı çerçevesindeki işleyişini ve vatandaşlarla kurduğu iletişim mekanizmalarını bütüncül bir perspektifle değerlendirmektir. Aynı zamanda çalışmada, CİMER'in bir halkla ilişkiler aracı olarak etkinliği, başvuru istatistikleri, erişilebilirlik projeleri ve katılımcı yönetim anlayışına katkıları da ele alınmaktadır. Araştırmanın önemi, kamu kurumlarının vatandaşla iletişimde dijital platformların rolünü ve halkla ilişkiler disiplini açısından bu platformların değerlendirilmesi gerekliliğinden kaynaklanmaktadır. CİMER, yalnızca bir şikayet mekanizması olmayıp aynı zamanda Anayasal güvence altındaki dilekçe ve bilgi edinme haklarının kullanımını kolaylaştıran, katılımcı demokrasi anlayışını destekleyen ve kamuoyunun kamu politikaları üzerindeki etkisini artırmayı hedefleyen kapsamlı bir halkla ilişkiler uygulamasıdır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden literatür taraması yapılmış; kurumun resmi web sitesi, Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi Yönetmeliği (5690 sayılı Karar), yıllık istatistik raporları, akademik makaleler ve konuya ilişkin kitaplardan yararlanılmıştır. Doküman analizi tekniği esas alınmış, kurumsal yapı ve iletişim faaliyetleri teorik çerçevede ele alınmıştır. Çalışma; CİMER'in yapısı ve işleyişi, bulgular ile sonuç bölümlerinden oluşmaktadır. Bulgular, CİMER'in kuruluşundan bu yana milyonlarca vatandaş başvurusunu işleme aldığını, Engelsiz CİMER, çift faktörlü doğrulama ve akıllı cihaz entegrasyonu gibi yenilikçi uygulamalarla erişilebilirliği artırdığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, kurumun halkla ilişkiler uzmanı istihdamı açısından değerlendirildiğinde bazı yapısal eksikliklerin de göze çarptığı tespit edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: cİMER; kamusal Halkla İlişkiler; vatandaş İletişimi; dijital Halkla İlişkiler; katılımcı Yönetim.

Bu bildiri, Dr. Öğr. Üyesi Nejla Polat danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, edaonuk@outlook.com

** Üsküdar Üniversitesi, zeynepsusargin@gmail.com

*** Üsküdar Üniversitesi, ecrinbalaban34@gmail.com

**** Üsküdar Üniversitesi, handanyilmaz777@gmail.com

İLERİ YETİŞKİNLİK DÖNEMİNDEKİ BİREYLERİN ÜNİVERSİTE DENEYİMİ: KİŞİSEL GELİŞİM VE SOSYAL UYUM SÜREÇLERİNDE TEKNOLOJİ KULLANIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Cenan Demirel^{*}; Elif Ezgi Gül^{**}; Yumna Almuallem^{***}

Yaşam boyu öğrenme paradigmasının küresel ölçekte yaygınlık kazanmasıyla birlikte, yükseköğretim kurumları farklı demografik katmanları barındıran heterojen bir yapıya bürünmüştür; bu durum ileri yetişkinlik dönemindeki bireylerin akademik süreçlere katılımını hızlandırmıştır. Ancak dijitalleşen eğitim ekosisteminde, ileri yaş grubundaki bireylerin teknolojik imge üretimi ve karmaşık görsel arayüzlerle kurduğu etkileşim, bu bireylerin akademik adaptasyon süreçlerinde aşılması gereken kritik bir eşik olarak varlığını sürdürmektedir. Bu araştırmada, ileri yetişkinlik dönemindeki üniversite öğrencilerinin kişisel gelişim motivasyonları ve teknolojik adaptasyon süreçleri Görsel İletişim Tasarımı perspektifiyle çözümlenmektedir. Bu bağlamda, bireylerin dijital okuryazarlık düzeyleri ile görsel materyallerle kurdukları etkileşimin analizi yoluyla, ileri yaş grubuna yönelik kapsayıcı tasarım stratejilerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bununla beraber, ileri yaş grubundaki bireylerin dijital okuryazarlık seviyelerindeki değişimi istatistiksel verilerle ortaya koymak, teknoloji kullanımında karşılaşılan görsel ve işlevsel engelleri tespit etmek ve elde edilen veriler ışığında "yaşam boyu öğrenme" sürecini destekleyen kapsayıcı tasarım parametreleri oluşturmak hedeflenmektedir. Araştırmada nicel araştırma deseni benimsenmiş olup, veri toplama sürecinde hedef kitleye yönelik yapılandırılmış Likert tipi anket formlarının uygulanması yöntem olarak kullanılmaktadır. Elde edilen verilerin istatistiksel çözümlemeleri üzerinden; hedef kitlenin bilişsel ve algısal ihtiyaçlarını karşılayacak kullanıcı odaklı arayüz (UI) tasarımları, karmaşık veri setlerini sadeleştiren infografik modelleri ve sosyal farkındalık odaklı kampanya içeriklerinin geliştirilmesi, araştırmanın uygulama safhalarını oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda, üniversite eğitiminin ileri yetişkinlik dönemindeki bireylerin dijital özgüvenini artırdığı ve görsel okuryazarlık becerilerini geliştirdiği öngörülmektedir. Bu bağlamda; toplumun demografik olarak tüm katmanlarına uygun arayüz tasarımları (UI), karmaşık akademik bilgileri sadeleştiren infografikler ve sosyal farkındalık kampanyaları gibi uygulama önerileri sunulmaktadır. Çalışma, akademik bulguları somut tasarım çıktılarına dönüştürerek toplumsal kapsayıcılığı güçlendiren ve Görsel İletişim disiplini yaşam boyu öğrenme süreçleriyle senkronize eden özgün bir model sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: yaşam Boyu Öğrenme; dijital Okuryazarlık; kullanıcı Odaklı Tasarım; görsel İletişim; teknoloji Adaptasyonu.

Bu bildiri, Prof. Dr. And Algül danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, cenan.demirel@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0002-1285-6589

** Üsküdar Üniversitesi, elifezgi.gul@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0009-6102-9652

*** Üsküdar Üniversitesi, yumna.almuallem@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0008-4795-9928

DİJİTAL PLATFORMLARDA KADINLIK VE ERKEKLİK TEMSİLLERİ: MERVE KÜLT FİLMİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ

Azra Erdoğan*

Dijital platformların film üretimi ve dağıtımındaki merkezi rolü, romantik komedi türünün anlatı yapıları ve karakter temsillerini yeniden şekillendirmektedir. Küresel ve yerel izleyici beklentilerini aynı anda karşılama zorunluluğu, geleneksel cinsiyet kalıplarını hem sorgulayan hem de yeniden üreten melez anlatıların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Türkiye'de Netflix için üretilen yerli romantik yapımlar da Yeşilçam romantik komedi mirasını post-feminist ve neoliberal söylemlerle harmanlayan örnekler sunmaktadır. Bu çalışma, Netflix yapımı Merve Kült (2023) filmi üzerinden dijital platformlarda yayınlanan romantik komedilerde kadın ve erkek karakter temsillerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın temel sorusu, filmin kadın ve erkek karakterleri hangi toplumsal cinsiyet kalıpları, güç ilişkileri ve dijital görünürlük pratikleri üzerinden temsil ettiğidir. Çalışmanın kuramsal çerçevesi; Judith Butler'ın toplumsal cinsiyetin performatifliğine ilişkin yaklaşımı ile feminist film eleştirisinin temsil tartışmalarına dayanmaktadır. Bununla birlikte post-feminist medya kültürü, neoliberal özne anlayışı ve dijital benlik sunumu kavramlarından yararlanılmaktadır. Araştırma, nitel araştırma yöntemi çerçevesinde tasarlanmıştır. Çalışmanın örneklemini Merve Kült filmi oluşturmaktadır. Film, görsel-işitsel bir metin olarak ele alınmış ve göstergebilimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Bu kapsamda sahneler, diyaloglar, karakter ilişkileri, kostüm tercihleri, mekân kullanımı ve görsel anlatı unsurları; gösteren-gösterilen ilişkisi çerçevesinde değerlendirilmiştir. Kadın ve erkek karakterlerin temsil biçimleri; toplumsal cinsiyet rolleri, güç ilişkileri ve dijital görünürlük kültürü bağlamında çözümlenmiştir. Araştırma sonucunda, Merve Kült filminin kadın karakteri "güçlü ama kırılgan kadın" stereotipini hem yeniden üreten hem de kısmen dönüştüren bir temsil sunarken; erkek karakterin duygusal erişilebilirlik üzerinden güncellenmiş bir erkeklik modeli oluşturduğu görülmektedir. Çalışmanın, dijital platformlarda üretilen romantik komedilerde toplumsal cinsiyet temsilleri üzerine yapılacak akademik tartışmalara katkı sağlaması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: dijital platformlar; romantik komedi; toplumsal cinsiyet; netflix; göstergebilimsel analiz; post-feminizm.

Bu bildiri, Arş. Gör. Yezdan Çelebi danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, erdoganazra2005@gmail.com

KAMUSAL SANATIN KAMUSALLIK NİTELİĞİ: İSTANBUL MURALLARININ GÖSTERGEBİLİMSEL İNCELEMESİ

Esame Ayşe Atalay*

Problem Durumu: Kamusal sanat, siyasi iktidara alternatif söylemler üretebilmeyi, toplumdaki tüm gruplara temsil ve ifade imkanı sağlamayı, sanata erişim engelini azaltmayı ve izleyicinin doğrudan katılımı ile kentteki ikilikleri, dezavantajları ve çatışmaları ortaya çıkaran üretimler yapmayı gerektirir. “Kamusal” kavramının öznel ve değişken olması sebebiyle kamusal sanat eserlerinin estetiği konusunda halkın ortak rızası, bazı bağlamlarda çelişkili bir konu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu noktada kapsayıcı ve erişilebilir bir kamusal sanat kültürü oluşturabilmek için ötekileştirme ve ayrıştırmalardan kaçınarak, kamu kurumları ve özel kuruluşların desteği ile sanatta çeşitli kamusalılıkların yaratılmasına imkan sağlanmalıdır. **Amaç:** Çalışmada, kamusal sanatın kamusalılık niteliğinin İstanbul’daki mural eserlerin göstergebilimsel incelemesi sonucunda saptanması hedeflenmiştir. Örnek faaliyetler doğrultusunda, ifade ve temsil olanağı iddialarıyla öne çıkan kamusal sanatın erişilebilirliği ve kapsayıcılığına dair bir inceleme amaçlanmıştır. Kamusal alanda sanat pratiklerinin var olma ve uygulanma koşulları, aktörleri, destekçileri ve toplumsal grupların kamusal sanata erişimi ilişkisi araştırılmak istenmiştir. **Yöntemler:** Çalışmada kamusal sanat pratikleri incelenerek kuramsal bir çerçeve çizilmiş ve İstanbul’da uygulanan mural pratiği eserlerin kamusal sanatın kamusallığını nasıl etkilediği, toplum içindeki grupların varlıklarına katkıları ve kamusal sanatın toplumun algısına etkileri incelenmiştir. Kuramsal çerçeve doğrultusunda literatür taraması ve ardından derleme yapılmıştır. Seçilen 3 mural pratiği eseri göstergebilimsel analiz tekniği ile incelenmiştir. İncelenen örnekler ve kuramsal araştırma üzerinden kamusal sanatın kamusalılık niteliği ortaya konulmaya çalışılmıştır. **Bulgular:** Literatürde, kamusal sanat eserlerinin alternatif ve proleter kamusal alanlar içerisinde verilerek karşıt kamusalılıklar yaratması gerektiği anlayışı hakimdir. Türkiye’de iktidar ve sermaye sahiplerinin ideolojik yaklaşımları doğrultusunda gerçekleştirilen faaliyetler ve verilen eserler, kentle ve kent sakinleriyle iletişim kuramayarak başarısız olmuştur. 2012 yılında Kadıköy Belediyesi ve ÇEKÜL Vakfı ortaklığında Yeldeğirmeni Mahallesi’nde “mahalle yenileme projesi” kapsamında hayata geçirilen mural festivali ile kamusal sanat, ortak paylaşım ve deneyimler ile, fikir ve duygu oluşturma amacıyla işlevsel olarak kullanılmıştır. **Sonuç:** Çalışma süresince toplanan veriler ışığında, kamusal sanat etkinliklerinin birçoğunun otoritenin baskısı altında geliştiği ve kamusalılık niteliğini karşılayamadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: kamusal Sanat; kamusal Alan; mural; mural İstanbul Festivali; kamusalılık.

Bu bildiri, Prof. Dr. And Algül danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, esameayse.atalay@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0009-3468-132X

SİNEMATİK ANLATIDA GÖRSEL-İŞİTSEL PARAMETRELERİN İZLEYİCİ ALGISI ÜZERİNDE MANİPÜLATİF ETKİSİ: IŞIK, RENK VE SES TASARIMI ARAKESİTİNDE BİR DENEY

Azra Nur Akkuş^{*} ; Sümeyye Nur Tuna^{**} ; Zeynep Çoban^{***}

Günümüzde sinema, dijital medya ve görsel içerik üretiminde izleyici algısı yalnızca anlatı ve oyunculukla değil; ışık, renk ve ses gibi teknik unsurlarla da şekillendirilmektedir. Ancak bu unsurların izleyici üzerindeki etkileri çoğu zaman ayrı ayrı ele alınmakta, birlikte oluşturdukları bütüncül etki yeterince incelenmemektedir. Bu durum, görsel-ışitsel tasarımın algı üzerindeki gerçek gücünün tam olarak anlaşılmasını zorlaştırmaktadır. Bu araştırmanın amacı, sinematik anlatımda kullanılan ışık, renk ve ses unsurlarının izleyicinin duygusal ve bilişsel algısı üzerindeki etkilerini incelemektir. Ayrıca bu unsurların birlikte kullanımıyla ortaya çıkan etkileşimin, izleyici algısını nasıl yönlendirdiğini ortaya koymak hedeflenmektedir. Araştırmada karma yöntem yaklaşımı kullanılmaktadır. Öncelikle aynı sahnenin farklı ışık, renk ve ses düzenlemeleriyle oluşturulmuş versiyonları hazırlanmaktadır. Bu sahneler katılımcılara izletilerek anketler aracılığıyla nicel veriler toplanmaktadır. Ardından seçilen katılımcılarla görüşmeler yapılarak nitel veriler elde edilmekte ve sonuçlar birlikte değerlendirilmektedir. Araştırma sonucunda, farklı görsel ve işitsel düzenlemelerin izleyicilerde farklı duygusal tepkiler oluşturduğu beklenmektedir. Özellikle renk sıcaklığı, ışık yoğunluğu ve ses özelliklerinin izleyicinin güven, huzur veya gerilim algısı üzerinde belirleyici olduğu öngörülmektedir. Bu çalışmanın, sinema ve dijital içerik üretiminde teknik unsurların izleyici algısını nasıl etkilediğini daha anlaşılır hale getirmesi beklenmektedir. Ayrıca içerik üreticileri için rehber niteliğinde bilgiler sunarak daha etkili tasarımlar geliştirilmesine katkı sağlayabilir.

Anahtar Kelimeler: sinematik anlatı; izleyici algısı; görsel-ışitsel tasarım; renk; ses.

Bu bildiri, Prof. Dr. And Algül danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, azranur.akkus@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0003-1957-491X

** Üsküdar Üniversitesi, summeyenur.tuna@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0002-0439-4863

*** Üsküdar Üniversitesi, Zeynep.coban2@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0008-2668-4507

TÜRKİYE'DEKİ ANİMASYON SEKTÖRÜNÜN KÜRESEL REKABET ANALİZİ

Sara Sabur^{*}; Zeynep Seza Acet^{**}; Beyza Sevük^{***}

Animasyon sektörü, yüksek katma değer üretme kapasitesi ve kültürel ihracat potansiyeliyle dijital ekonominin önemli bileşenlerinden biri hâline gelmiştir. Türkiye'nin bu alandaki küresel rekabet gücü ise teknolojik altyapı, içerik kalitesi ve uluslararası pazarlara erişim bakımından henüz tam anlamıyla değerlendirilmemiştir. Bu araştırma, Türkiye'deki animasyon sektörünün küresel standartlara ulaşma yolundaki sosyo-ekonomik ve sanatsal dinamikleri akademik bir perspektiften incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, Türkiye 12. Kalkınma Planı'nda öne çıkan dijital dönüşüm, yüksek katma değerli üretim ve kültürel ürünlerin uluslararası pazara açılması hedefleriyle doğrudan ilişkilidir. Araştırmada nitel ve nicel yöntemler bir arada kullanılmıştır. Kapsamlı bir literatür taramasının ardından küresel ölçekte öne çıkan animasyon örneklerinin yapım süreçleri, hikâye anlatım yaklaşımları ve teknik altyapıları belirli kriterler çerçevesinde incelenmiştir. Aynı kriterler yerli animasyon örneklerine de uygulanarak karşılaştırmalı bir analiz gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte yerel sektörün güçlü ve zayıf yönleri sistematik biçimde ortaya konmuştur. Ayrıca sektörde giderek yaygınlaşan bağımsız animasyon tekniklerinin geleneksel üretim anlayışına kıyasla yerel sektöre olası katkıları da araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Araştırmanın bulguları, Türkiye'nin animasyon alanındaki sektörel temsiliğini güçlendirmeye, mevcut yapısal eşitsizliklerin azaltılmasına ve kültürel değerlerin küresel ölçekte yaygınlaşmasına katkı sunması beklenmektedir. Çalışma, yerli animasyon sektörünün uluslararası yatırımcılar, yapımcılar ve yaratıcı ekiplerle iş birliği kurabileceği teorik bir zemin oluşturarak Türkiye'nin dijital içerik ekosistemindeki rekabetçi konumuna akademik düzeyde katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: animasyon sektörü; küresel rekabet; dijital dönüşüm; kültürel ihracat; bağımsız animasyon.

Bu bildiri, Dr. Öğr. Üyesi Nuray Ergindir Küçükkaya danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, sara.sabur@st.uskudar.edu.tr

** Üsküdar Üniversitesi, zeynepseza.acet@st.uskudar.edu.tr

*** Üsküdar Üniversitesi, beyza.sevuk@st.uskudar.edu.tr

TÜRK MİTOLOJİSİ VE CYBERPUNK SENTEZİYLE 3D MODELLEME VE ANİMASYON EĞİTİMİ İÇİN E-KİTAP GELİŞTİRİLMESİ

Muhammet Furkan Yılmaz*

Animasyon eğitiminde Türkçe kaynak yetersizliği, öğrencileri ağırlıklı olarak Batı kaynaklarına yöneltmektedir. Bu kaynaklar kendi kültürel figürlerini esas alarak eğitim vermekte; söz konusu materyallerle yetişen öğrencilerin mezuniyet sonrasında yerli kültürel içerikler üretmedikleri gözlemlenmektedir. Kültürel kimliğin dijital sanat üretimine yansımaması, yalnızca bireysel bir tercih meselesi değil, aynı zamanda yapısal bir kaynak sorunudur. Bu araştırma, Türk mitolojisi figürlerini Cyberpunk estetiğiyle harmanlayan Türkçe bir e-kitap geliştirerek hem bu kaynak açığını kapatmayı hem de öğrencilere kültürel mirası çağdaş dijital sanatla bütünleştirme yetkinliği kazandırmayı amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında dört aşamalı bir süreç izlenecektir. İlk aşamada Türk mitolojisinden seçilecek figürler Cyberpunk estetiğiyle sentezlenerek eskizlere dönüştürülecektir. İkinci ve en kapsamlı aşamada ZBrush ile 3D modelleme, Maya ile rigging ve Substance Painter ile fütüristik dokulandırma işlemleri gerçekleştirilecektir. Her aşamaya ait ekran görüntüleri ve teknik notlar sistematik biçimde kayıt altına alınacak; son aşamada bu veriler adım adım ilerleyen bir öğretim yapısıyla e-kitap formatında bir araya getirilecektir. Çalışmanın tamamı danışman gözetiminde 12 aylık bir süreçte yürütülmesi planlanmaktadır. Araştırmanın çıktısı olarak hazırlanacak e-kitap, animasyon ve oyun tasarımı öğrencilerine yönelik Türk kültürünü konu alan özgün bir Türkçe başvuru kaynağı niteliği taşıyacaktır. Türk mitolojisinin küresel bir akım olan Cyberpunk ile buluşturulması, bu kültürel değerlerin genç nesiller arasında yaygınlaşmasına katkı sağlaması beklenmektedir. Bunun yanı sıra yerli tasarımcı ve animasyonculara uluslararası standartlarda özgün üretimler gerçekleştirmeleri için somut bir yol haritası sunması ve Türkçe eğitim materyalleri alanındaki yapısal eksikliğin giderilmesine akademik düzeyde katkı sağlaması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: 3D modelleme; animasyon eğitimi; türk mitolojisi; cyberpunk; e-kitap.

Bu bildiri, Dr. Öğr. Üyesi Nuray Ergindir Küçükkaya danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, muhammetfurkan.yilmaz@st.uskdar.edu.tr

VR ANİMASYON İLE ORMAN YANGINLARINA FARKINDALIK: TÜRK MİTOLOJİSİ TEMELLİ BİR SİMÜLASYON

Ravza Nur Atakul^{*}

Türkiye, Akdeniz ikliminin etkisiyle yıkıcı orman yangınlarıyla karşı karşıya kalmaktadır. 2021 yılında Antalya-Manavgat'ta gerçekleşen ve Türkiye tarihinin en büyük yangını olarak kayıtlara geçen felaket yaklaşık 60 bin hektar alanı tahrip etmiştir. Mevcut dijital içerikler bu olayı çoğunlukla teknik ya da haber odaklı bir perspektiften ele almakta; bölgenin kültürel ve ekolojik derinliğini yeterince yansıtamamaktadır. Bu araştırma, Türk mitolojisindeki "İye" (doğa ruhu) inancını Manavgat yangını sahasıyla bütünleştirerek Maya ve VR teknolojileri aracılığıyla özgün ve interaktif bir dijital deneyim üretmeyi amaçlamaktadır. Araştırma üç teknik aşamada yürütülecektir. İlk aşamada Manavgat florası ve Türk mitolojisindeki figürler (Arçura, Su İyesi, Umay Ana) literatür taraması ışığında Clip Studio Paint ile görselleştirilecektir. İkinci aşamada yangın öncesi ve sonrası ekosistem ile mitolojik karakterler Autodesk Maya'da modellenip, dokulandırılarak ve riglenecektir. Son aşamada bu varlıklar bir oyun motoruna aktararak kullanıcının serbestçe gezinebildiği, yangının tahribatını ve koruyucu figürlerin tepkilerini gözlemleyebildiği interaktif bir VR ortamı oluşturulacak; final kurgu DaVinci Resolve ile tamamlanacaktır. Bu araştırmanın temel özgünlüğü, ekolojik bir felaketi somut olmayan kültürel miras ile teknolojik bir düzlemde buluşturmasıdır. Literatürde yangın odaklı teknik simülasyonlar bulunmakla birlikte, Türk mitolojik figürlerinin bir VR senaryosunda koruyucu karakterler olarak konumlandırıldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Üretilen 3D modeller ve VR içeriğinin dijital kütüphanelere, eğitim materyallerine ve sosyal sorumluluk kampanyalarına katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: sanal gerçeklik; türk mitolojisi; orman yangını farkındalığı; 3D modelleme; dijital anlatı.

Bu bildiri, Dr. Öğr. Üyesi Nuray Ergindir Küçükkaya danışmanlığında hazırlanmıştır.

^{*} Üsküdar Üniversitesi, ravzanur.atakul@st.uskudar.edu.tr

MASAL TEMELLİ MATEMATİK ÖĞRENİMİ: ÖZEL ÖĞRENME GÜÇLÜĞÜ YAŞAYAN ÇOCUKLAR İÇİN UYGULAMA ÖRNEĞİ

Ravzanur Şahinkaya*

Problem; Çağdaş eğitim sisteminde, özel öğrenme güçlüğü (ÖÖG) yaşayan öğrenciler, zayıf sayısal kavrama, kısa süreli bellek sınırlılıkları ve yavaş bilgi işleme hızı gibi nörobilişsel engeller nedeniyle soyut matematik kavramlarını içselleştirmekte ciddi zorluklar yaşamaktadır. Mevcut geleneksel eğitim materyalleri ve dijital platformlar, genellikle bu öğrencilerin ihtiyaç duyduğu bilişsel erişilebilirlik standartlarını karşılamamakta, öğrenciyi pasif bir alıcı konumunda bırakmaktadır. Özellikle birinci sınıf düzeyinde matematik korkusunun (matematik anksiyetesi) temelini atıldığı görülmekte, bu durum öğrencinin derse karşı duygusal katılımını ve akademik özgüvenini zayıflatmaktadır. Dolayısıyla, soyut kavramları somutlaştıran ve öğrenciyi sürecin merkezine koyan kapsayıcı tasarım yaklaşımlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Amaç: Bu araştırmanın temel amacı, ÖÖG tanısı almış veya risk grubunda bulunan birinci sınıf öğrencilerinin matematiksel kavramları daha kalıcı ve etkili bir şekilde öğrenmelerini sağlamak üzere masal temelli, etkileşimli bir dijital web uygulaması prototipi geliştirmektir. Çalışma, matematiksel içerikleri dijital hikaye anlatıcılığı (digital storytelling) prensipleriyle bütünleştirerek, öğrenme sürecini mekanik bir işlemden çıkarıp anlamlı bir yaşam deneyimine dönüştürmeyi ve bu yolla öğrenci motivasyonunu en üst düzeye çıkarmayı hedeflemektedir. Yöntemler: Araştırma sürecinde, eğitim teknolojileri geliştirmede kullanılan "Eğitsel Tasarım Araştırması" ve "Kullanıcı Merkezli Tasarım" (UCD) metodolojileri hibrit bir yapıda benimsenmiştir. Süreç; kapsamlı bir pedagojik müfredat analizi, ÖÖG ilkelerine uygun masal senaryolarının metinleştirilmesi, Figma üzerinde yüksek sadakatli (high-fidelity) kullanıcı arayüzü prototiplerinin oluşturulması ve modern web teknolojileri (React kütüphanesi) kullanılarak uygulamanın kodlanması aşamalarından oluşmaktadır. Geliştirilen dijital ürünün kullanılabilirliği, uzman özel eğitim öğretmenleri ve alan uzmanları eşliğinde gerçekleştirilen pilot testlerle denetlenmektedir. Bulgular: Tasarım ve uygulama aşamasından elde edilen veriler, masalın yapı taşlarının (karakter, olay örgüsü, mekan) matematiksel simgelerle doğru ilişkilendirilmesinin öğrencilerin odaklanma sürelerini istatistiksel olarak anlamlı düzeyde artırdığını göstermektedir. Görsel ve işitsel uyarılarla zenginleştirilen interaktif kurguların, soyut işlemleri öğrencinin hayal dünyasında somut karşılıklar bulan deneyimlere dönüştürdüğü; karakterlerin matematiksel problemleri çözme sürecine öğrenciyi dahil etmesinin bilişsel yükü hafiflettiği saptanmıştır. Sonuç: Masal temelli interaktif dijital uygulamaların, ÖÖG riski taşıyan çocuklarda matematik kaygısını minimize ettiği ve öğrenme istekliliğini tetiklediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu özgün model, kapsayıcı eğitim materyallerinin tasarımı için yenilikçi bir rehber niteliği taşımaktadır. .

Anahtar Kelimeler: özel Öğrenme Güçlüğü; masal Temelli Öğrenim; matematik Eğitimi; dijital Tasarım; kapsayıcı Eğitim; eğitsel Tasarım.

Bu bildiri, Prof. Dr. And Algül danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, ravzanur.sahinkaya1@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0001-5655-1085

ETKİLEŞİMLİ KİTAPÇIK VE DİJİTAL ANİMASYON YOLUYLA GÜNCEL SKOLYOZ FARKINDALIĞI

Nilsu Bircan^{*} ; Nil Özer^{**}

Skolyoz, omurganın yana doğru eğilmesiyle ortaya çıkan ve erken tanı ile kontrol altına alınabilen ilerleyici bir duruş bozukluğudur. Özellikle çocukluk ve ergenlik döneminde görülen skolyoz, zamanında fark edilmediğinde bireylerin fiziksel sağlığını, duruş yapısını ve yaşam kalitesini olumsuz etkileyebilmektedir. Toplumdaki farkındalık eksikliği nedeniyle skolyoz çoğu zaman geç fark edilmekte ve erken müdahale imkânı gecikebilmektedir. Günümüzde dijital görsel iletişim araçları, sağlık alanında bilgilendirme ve farkındalık oluşturma süreçlerinde etkili yöntemler arasında yer almaktadır. Özellikle genç bireylerin dijital içeriklerle daha yoğun etkileşim kurması, görsel anlatım tekniklerini sağlık iletişimi açısından önemli hale getirmektedir. Bu çalışma, etkileşimli görsel anlatım teknikleri aracılığıyla skolyoz konusunda toplumsal farkındalık oluşturmaya ve dijital içeriklerin sağlık iletişimindeki rolünü incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında öncelikle literatür taraması yapılarak skolyozun nedenleri, belirtileri ve erken tanının önemi incelenecektir. Elde edilen bilgiler doğrultusunda Adobe Photoshop ve After Effects programları kullanılarak etkileşimli bir dijital kitapçık ve 2D animasyon içerikleri tasarlanacaktır. Hazırlanan içeriklerde skolyozun belirtileri, duruş bozuklukları ve günlük yaşama etkileri sade ve anlaşılır bir görsel dil ile aktarılacaktır. Ayrıca dijital anlatım araçlarının dikkat çekici ve erişilebilir yapısı sayesinde özellikle genç bireylerde sağlık farkındalığının desteklenmesi hedeflenmektedir. Hazırlanan görsel içeriklerin, bireylerin skolyoz konusunda bilinçlenmesine ve farkındalık kazanmasına katkı sağlaması amaçlanmaktadır. Bu çalışmanın, sağlık iletişimde görsel tasarımın etkisini ortaya koyması, dijital görsel anlatımın farkındalık oluşturmadaki potansiyeline dikkat çekmesi ve sağlık temelli sosyal farkındalık projeleri için örnek bir model sunması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: skolyoz; sağlık farkındalığı; dijital animasyon; etkileşimli tasarım; görsel anlatım.

Bu bildiri, Dr. Öğr. Üyesi Nuray Ergindir Küçükkaya danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, nilsu.bircan@st.uskudar.edu.tr

** Üsküdar Üniversitesi, nil.ozar@st.uskudar.edu.tr

ERKEN ÇOCUKLUK DÖNEMİNDE DİJİTAL EKRAN BAĞIMLILIĞININ GELİŞİMSEL ETKİLERİ VE GÖRSEL İLETİŞİM TEMELLİ BİR FARKINDALIK ÇALIŞMASI

Beril Başar^{*} ; Sude Sasa^{**}

Dijital teknolojilerin günlük yaşamın merkezine yerleşmesiyle birlikte çocukların ekranla karşılaşma yaşı giderek düşmektedir. Özellikle erken çocukluk dönemindeki çocuklarda yoğun ekran maruziyeti; dikkat dağınıklığı ve dikkat eksikliği, sosyal etkileşim problemleri, dil gelişiminde gecikme ve duygu düzenleme becerilerinde zayıflama gibi çeşitli gelişimsel riskler oluşturmaktadır. Ebeveynlerin ekranı çocukları sakinleştirme veya günlük rutinleri kolaylaştırma amacıyla kullanması, ekran bağımlılığına ilişkin farkındalık çalışmalarının önemini artırmaktadır. Bu araştırma, erken çocukluk dönemindeki çocuklarda dijital ekran kullanımının bilişsel, duygusal ve sosyal gelişim üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Aynı zamanda ebeveynlerin ekran kullanımına yönelik tutumlarını değerlendirmeyi ve dijital ekran bağımlılığı konusunda farkındalık oluşturmaya hedeflemektedir. Bu doğrultuda, ebeveynlere yönelik animasyon tabanlı bir kamu spotu tasarlanarak Görsel İletişim Tasarımının toplumsal bilinç oluşturmadaki rolü ele alınmaktadır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmakta olup veri toplama sürecinde gönüllü ebeveynlere ekran kullanımı, dijital alışkanlıklar ve farkındalık düzeylerine yönelik anket uygulanması benimsenmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda animasyon teknikleri ve Görsel İletişim Tasarımı ilkeleri kullanılarak özgün bir kamu spotu hazırlanmaktadır. Hazırlanan içeriğin etkisi, katılımcılara uygulanan ön test-son test yöntemi ile ölçülmektedir. Dijital ekran bağımlılığı yalnızca teknolojik değil, aynı zamanda pedagojik ve toplumsal bir sorun olarak ele alınmalıdır. Erken çocukluk döneminde bilinçli ekran kullanımının desteklenmesi ve ebeveyn farkındalığının artırılması, çocukların sağlıklı gelişim süreçleri açısından önem taşımaktadır. Çalışma, Görsel İletişim Tasarımı alanında toplumsal fayda odaklı projelere örnek oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: dijital ekran bağımlılığı; erken çocukluk; ebeveyn farkındalığı; animasyon; görsel İletişim Tasarımı.

Bu bildiri, Prof. Dr. And Algül danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, beril.basar@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0008-3420-0429

** Üsküdar Üniversitesi, sude.sasa@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0007-5215-4975

ERKEN VE ORTA EVRE ALZHEİMER HASTALARI İÇİN ÇOK DUYULU BİLİŞSEL DESTEK KARTI TASARIMI

Sevgi Aksoy^{*}; Mert Aksoy^{**}

Nörodejeneratif bir süreç olan Alzheimer ve benzeri demans türlerinin tetiklediği bilişsel erozyon, bireylerin uzamsal ve zamansal oryantasyonunda ciddi kırılmalar meydana getirmekte; bu durum günlük yaşam pratiklerinde birer iletişim engeline dönüşmektedir. Günümüzün dijital odaklı çözüm önerileri, hedef kitlenin teknoloji kaygısı ve duyu hassasiyetleri karşısında çoğu zaman yetersiz kalmakta, bu da daha somut, erişilebilir ve çok duyulu tasarım müdahalelerini zorunlu kılmaktadır. Bu araştırmada, erken ve orta evre Alzheimer tanısı almış bireylerin günlük yaşam kalitelerini standardize etmek ve bilişsel gerilemenin yarattığı algısal boşlukları hibrit bir tasarım yaklaşımıyla köprülemek hedeflenmektedir. Bu doğrultuda; haptik (dokunsal) ve görsel uyaranları sentezleyen, evrensel piktogramlarla desteklenmiş ergonomik bir bilişsel destek kartı sisteminin geliştirilmesi ve bu sistemin bilgiye erişim hızı ile hatırlanabilirlik üzerindeki etkisi incelenmektedir. Araştırma kapsamında, Görsel İletişim Tasarımı disiplini ekseninde tasarım temelli araştırma ve karma yöntem yaklaşımı benimsenmiştir. Metodolojik süreç; literatür taraması ve uzman görüşleri rehberliğinde belirlenen kategorik renk hiyerarşisi ile yüksek kontrastlı piktogram setlerinin oluşturulmasını, ardından farklı dokusal yüzeylere sahip A5 boyutunda fiziksel prototiplerin üretimini kapsamaktadır. Son aşamada, üretilen bu analog araçların kullanıcı deneyimi (UX) bağlamındaki etkinliği, hedef kitle üzerinde uygulanacak yapılandırılmış gözlem formları ve nitel analiz yöntemleri ile test edilerek tasarımın doğrulanması hedeflenmektedir. Sonuç olarak, soyut kavramların somut piktogramlara ve dokunsal geri bildirimlere (haptik yüzeyler) dönüştürülmesinin, nörolojik gerileme yaşayan bireylerde sembolik anlamlandırma sürecini hızlandırması beklendiğinden, ortaya çıkacak tasarımların sadece birer hatırlatıcı değil, aynı zamanda hasta ile bakım veren arasındaki iletişim kopukluğunu azaltan birer "ortak dil" işlevi görmesi öngörülmektedir. Düşük maliyetli ve yüksek erişilebilirliğe sahip bu haptik-görsel iletişim araçları, hastaların bağımsız yaşam kapasitelerini artırarak toplumsal bakım yükünü hafifleten kapsayıcı birer yardımcı teknoloji örneğine dönüşmektedir. Geliştirilen bu model, dijital bariyerleri aşan yapıyla 21. yüzyılın yaşlanan toplumlarında sürdürülebilir ve insan odaklı bir tasarım çözümü sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: anahtar Sözcükler: Alzheimer; görsel İletişim Tasarımı; piktogram; bilişsel Destek.

Bu bildiri, Prof. Dr. And Algül danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, sevgi.aksoy1@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0003-4189-4709

** Üsküdar Üniversitesi, mert.aksoy@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0006-4460-8175

DİJİTAL ERİŞİLEBİLİRLİK VE YAPAY ZEKÂ: TÜRKİYE’DEKİ DEZAVANTAJLI BİREYLERİN DİJİTAL DENEYİMLERİ ÜZERİNE NİTELİKSEL BİR ARAŞTIRMA

Fatma Zeycan Veli*

Bu proje, dijital erişilebilirliğin önemi ve yapay zekâ (AI) ile ilişkisi üzerine nitel bir araştırma yapmayı amaçlamaktadır. Bilimsel Niteliği, mevcut literatürdeki teknik denetim odaklı boşluğu doldurarak, Türkiye'deki dezavantajlı grupların (Görme Engelliler, Duyma Engelliler, Renk Körü Bireyler ve İleri Yaş Grubu) Bankacılık, E-Devlet ve Sosyal Medya gibi kritik hizmetlerde yaşadığı önemli sorunları ve bilişsel engelleri nitel yöntemlerle tespit etmeye dayanır. Yöntem olarak, 6 aylık süre içerisinde en az 16 katılımcı ile yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilecek, toplanan verilerin danışman teyidi ile güvenilirliği sağlanacaktır. Projenin özgün değeri, elde edilen bulguları, yapay zekânın potansiyelini kullanarak somut ve düşük maliyetli çözüm önerilerine dönüştürmesidir. Yaygın Etkisi, analiz sonuçları ışığında geliştirilen somut ve uygulanabilir AI çözüm önerisini içeren bir öneri rehberi oluşturarak, kamu ve finans sektöründe kapsayıcılık standartlarının yükselmesine doğrudan katkı sağlamaktır.

Anahtar Kelimeler: dijital Erişilebilirlik; yapay Zekâ; nitel Araştırma; kapsayıcılık; kullanıcı Deneyimi.

Bu bildiri, Dr. Öğr. Üyesi Ebru Karadoğan danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, farmazeycan.veli@st.usdudar.edu.tr

SOSYAL MEDYANIN Z KUŞAĞI ÜZERİNDE OLUŞTURDUĞU BEDEN ALGISI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Aybüke Merve Akdemir^{*}

Bu araştırmanın amacı, sosyal medyanın Z kuşağında olan bireylerin beden algısı üzerindeki etkisini incelemek ve sosyal medyada oluşturulan ideal beden anlayışının bireylerin kendilerine yönelik düşünce, duygu ve davranışlarını ne ölçüde etkilediğini ortaya koymaktır. Araştırma, sosyal medyanın bireylerde oluşturduğu ideal beden algısına yönelik farkındalık oluşturmayı ve beden algısının psikolojik ve fiziksel boyutlarının doğru değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamayı amaçlamaktadır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmanın evrenini Türkiye’de yaşayan Z kuşağı bireyleri oluştururken, örneklemini bu kuşaktan kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 147 kişi oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda katılımcıların büyük çoğunluğunun sosyal medyayı aktif ve uzun süreli kullandığı belirlenmiştir. Sosyal medya kullanım süresi arttıkça bireylerin ideal beden içeriklerine daha fazla maruz kaldığı görülmüştür. Katılımcıların önemli bir kısmı, sosyal medyada sunulan ideal beden paylaşımlarının kendi beden algıları üzerinde etkili olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca sosyal medyada yansıtılan bedenlerin gerçekçi bulunmamasına rağmen bireylerin kendilerini bu bedenlerle kıyasladıkları ve bu durumun bazı katılımcılarda yetersizlik hissi ile baskı oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: beden Algısı; sosyal Medya; z Kuşağı.

Bu bildiri, Doç. Dr. Burak Çeber danışmanlığında hazırlanmıştır.

^{*} Üsküdar Üniversitesi, aybukemerve.akdemir@st.uskudar.edu.tr

‘THROUGH THEIR EYES’ DİSLEKSİ FARKINDALIĞINA YÖNELİK DENEYİMSEL BİR KİTAP TASARIMI

Huda Narmouq*

Disleksi, bireylerin okuma ve yazma süreçlerinde zorluk yaşamasına neden olan nörogelişimsel bir farklılık olmasına rağmen, toplumda yeterince anlaşılmamakta ve çoğunlukla yanlış algılanmaktadır. Geleneksel anlatım biçimleri disleksiye açıklamakta yetersiz kalmakta, bireylerin yaşadığı okuma deneyimi çoğu zaman görünmez olmaktadır. Bu projeyi, disleksinin yalnızca teorik olarak anlatılması yerine, görsel iletişim tasarımı aracılığıyla deneyimlenebilir hale getirilmesini amaçlamaktadır. ‘Through Their Eyes’ adlı kitap ile okuyucunun disleksiye anlamasının ötesine geçerek bu deneyimi hissetmesi hedeflenmiştir. Proje kapsamında editoryal tasarım ve tipografik simülasyon teknikleri kullanılmış, iki bölümü bir kitap yapısı benimsenmiştir. İlk bölümde disleksi hakkında bilgilendirici içerikler, okunabilirliği yüksek, disleksi dostu tipografi ve sade tasarım prensipleriyle sunulurken. İkinci bölümde harf deformasyonu, metin yoğunluğu ve bozulmuş okuma akışı gibi görsel müdahalelerle dislektik okuma deneyimi simüle edilmiştir. Bu karşıtlık, disleksi deneyiminin daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır. Ayrıca bu proje, mezuniyet projesi kapsamında Best in Design Yarışması’nda finalist olmuştur. Sonuç olarak, ‘Through Their Eyes’ projesi, görsel iletişim tasarımının yalnızca bilgi aktaran bir araç olmadığını, aynı zamanda empati kurmayı sağlayan güçlü bir deneyim alanı oluşturabileceğini göstermekte; disleksiye yönelik farkındalığı artırmayı ve eğitim, iletişim ve tasarım alanlarında daha kapsayıcı yaklaşımların benimsenmesini teşvik etmektedir.

Anahtar Kelimeler: disleksi; tipografi; editoryal Tasarımı; deneyim Tasarımı; farkındalık.

Bu bildiri, Prof. Dr. And Algül danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, huda.narmouq@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0007-8635-9522

DİJİTAL REKLAMLARIN KADINLARIN GÜZELLİK ALGISI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Beyza Aksu*

Bu araştırmanın amacı, dijital reklamların kadınların güzellik algısı üzerindeki etkisini incelemektir. Çalışmada, reklamlarda sunulan ideal kadın imajlarının kadınların beden algısı, özgüveni ve psikolojik durumları üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Özellikle sosyal medya ve dijital reklamların yaygınlaşmasıyla birlikte kadınların güzellik standartlarına yönelik baskıyı daha yoğun hissettiği görülmektedir. Araştırma, reklamların kadınların öz benlik algısı ve psikolojik sağlığı üzerindeki etkisini ortaya koyması açısından önem taşımaktadır. Geleneksel ve dijital reklamlarda sıkça kullanılan kusursuz beden, pürüzsüz cilt ve estetik görünüm gibi idealize edilmiş kadın imajlarının kadınlarda yetersizlik hissi, beden memnuniyetsizliği ve özgüven kaybı oluşturduğu incelenmiştir. Bununla birlikte özellikle ergenlik dönemindeki kız çocuklarının bu güzellik algılarından daha fazla etkilendiği ortaya konulmuştur. Araştırmada nicel yöntem ve anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmanın evrenini farklı yaş gruplarındaki kadınlar oluştururken, örneklem grubunu kolayda örnekleme yöntemiyle ulaşılan 151 katılımcı meydana getirmektedir. Veriler, Google Forms aracılığıyla çevrim içi ortamda toplanmıştır. Araştırmada katılımcılara demografik bilgiler, reklam ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları ile güzellik algısına yönelik tutumlarını ölçen sorular yöneltilmiştir. Sonuç olarak, dijital reklamların kadınların güzellik algısı üzerinde güçlü psikolojik etkiler oluşturduğu ve reklam içeriklerinde daha kapsayıcı, doğal ve gerçekçi kadın temsillerine yer verilmesinin önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: dijital Reklamlar; güzellik Algısı; kadınlar; sosyal Medya; reklam Etkisi.

Bu bildiri, Doç. Dr. Burak Çeber danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, Beyza.Aksu@st.uskudar.edu.tr

GÖRSEL ANİMASYON VE TİTREŞİM TEKNOLOJİLERİNİ KULLANARAK İŞİTME ENGELLİ BİREYLERE MÜZİK HİSSİ AKTARMAYA YÖNELİK DENEYİM SİSTEMİ

Dilan Yarem Korkmaz*

Problem Durumu: İşitme engelli bireylerin müzik deneyimi, genellikle sadece düşük frekanslı titreşimlerin fiziksel olarak hissedilmesiyle sınırlı kalmaktadır. Literatürde dokunsal ve görsel geri bildirimlerin ritim algısını ve duygusal katılımı artırdığı bilinse de, bu teknolojiler çoğunlukla yüksek maliyetli ve özel üretim cihazlar gerektirmektedir. Bu durum, işitme engelli bireylerin müziğe erişiminde ekonomik ve teknolojik bir engel teşkil etmektedir. **Amaç:** Bu araştırmada, işitme engelli bireylerin müziği çoklu duyuşal yollarla deneyimleyebilmesini sağlayan düşük maliyetli ve erişilebilir bir sistem geliştirilmesi hedeflenmektedir. **Proje ile PS4 DualShock kontrolcüsü** kullanılarak müzikteki ritim ve bas bileşenlerinin eş zamanlı dokunsal titreşimlere ve görsel animasyonlara dönüştürülmesi amaçlanmaktadır. **Yöntemler:** Bu araştırmada, teorik verilerin somut bir ürüne dönüştürülmesini temel alan Deneyisel Geliştirme ve Prototipleme Modeli kullanılacaktır. İlk aşamada, müzik dosyalarındaki düşük frekans ve ritim verileri LibROSA kütüphanesi ile dijital analizden geçirilerek veri setleri oluşturulacaktır. İkinci aşamada, bu veriler PS4 DualShock kontrolcüsünün sağ ve sol motorlarını yönetecek haptik sinyallere ve eş zamanlı görsel animasyonlara dönüştürülerek sistem entegrasyonu sağlanacaktır. Son aşamada ise, geliştirilen prototip 5-8 gönüllü işitme engelli birey üzerinde test edilecek; sistemin teknik performansı ve kullanıcıların müzik algısı gözlem formları aracılığıyla analiz edilerek prototip optimize edilecektir. **Bulgular:** Yapılacak analizler ve testler sonucunda, PS4 DualShock 4 kontrolcüsünün ritim ve bas verilerini stabil bir şekilde dokunsal çıktıya dönüştürebildiği, görsel animasyonların ise müziğin duygusal yoğunluğunu başarıyla desteklediği öngörülmektedir. Sistemin düşük maliyetli bir donanımla işlevsel bir müzik deneyimi sunabileceğine dair somut veriler elde edilmesi beklenmektedir. **Sonuç:** Bu çalışma, işitme engelli bireyler için müzik terapisi, eğitim ve eğlence alanlarında kullanılabilecek erişilebilir bir teknoloji modeli sunmaktadır. Elde edilen prototip ve veriler, insan-bilgisayar etkileşimi literatürüne katkı sağlamanın yanı sıra, pahalı haptik sistemlere alternatif yaratarak sosyal ve ekonomik bir yaygın etki oluşturma potansiyeli taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: işitme; müzik; animasyon; titreşim; etkileşim.

Bu bildiri, Prof. Dr. And Algül danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, dilanyaremkorkmaz777@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5516-5249

YÜZ TANIMA BOZUKLUĞU PROSOPAGNOZİ FARKINDALIĞI İÇİN SANATSAL EL KİTABI VE E-KİTAP GELİŞTİRİLMESİ

Mehmet Utku Sönmez^{*}; Yusuf Demirci^{**}

İnsan iletişiminin büyük bölümü yüz yüze gerçekleşmekte; bu durum yüz tanımayı gündelik yaşamın temel bir işlevi hâline getirmektedir. Prosopagnozi (yüz körlüğü), tanıdık yüzlerin dahi ayırt edilememesine yol açan nörolojik bir bozukluk olmasına karşın toplumsal farkındalığı oldukça sınırlı kalmaktadır. Yalnızca yazılı ya da sözlü anlatımla aktarılması güç olan bu deneyimi somutlaştırmak ve geniş kitlelere ulaştırmak amacıyla görsel-sanatsal bir yaklaşım benimsenmiştir. Araştırma kapsamında öncelikle Prosopagnozi üzerine kapsamlı bir literatür taraması gerçekleştirilmiş; akademik makaleler ve güvenilir kaynaklar sistematik biçimde incelenerek elde edilen veriler projenin kuramsal çerçevesini oluşturmuştur. Bu veriler doğrultusunda, hastalığı yaşayan bireylerin dünyayı nasıl algıladığını yansıtan özgün illüstrasyonlar ve çeşitli sanat teknikleriyle zenginleştirilmiş hem basılı hem dijital bir el kitabı hazırlanacaktır. Çalışma 12 aylık bir takvimde yapılandırılmış; bilgi toplama, tasarım ve üretim aşamalarının ardından son evrede eserin ilgili platformlarda sergilenmesi planlanmıştır. Ortaya çıkan sanatsal el kitabı ve e-kitap, Prosopagnozi hakkında bilgi aktarmayı ve okuyucuda empati ve toplumsal duyarlılık oluşturmayı hedeflemektedir. Sanatın evrensel dili aracılığıyla bu az bilinen nörolojik durumun daha geniş kitlelerce tanınması sağlanarak, bireylerin bu konuda daha bilinçli bir bakış açısı geliştirmesine katkı sunulması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: prosopagnozi; yüz körlüğü; nörolojik farkındalık; sanatsal illüstrasyon; e-kitap.

Bu bildiri, Dr. Öğr. Üyesi Nuray Ergindir Küçükkaya danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, mehmetutku.sonmez@st.uskudar.edu.tr

** Üsküdar Üniversitesi, yusuf.demirci@st.uskudar.edu.tr

DUYGUSAL OKURYAZARLIĞI DESTEKLEYİCİ ÇOCUK KİTABI TASARIMI: GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI PERSPEKTİFİNDEN BİR UYGULAMA MODELİ

Hatice Züleyha Özeke^{*}; Pınar Ünlüer^{**}

Erken çocukluk ve ilk okuma dönemini kapsayan 4-8 yaş aralığı, bireyin duygusal gelişimi ve soyut kavramları yapılandırması açısından kritik bir eşik teşkil etmektedir. Resimli çocuk edebiyatı ürünlerinde görsel dil ve tasarım unsurları, metinsel içeriğin ötesine geçerek okuyucu üzerinde birincil düzeyde bilişsel ve duygusal bir etki uyandırmaktadır. Ancak literatür incelendiğinde, çocuk kitaplarına yönelik çalışmaların büyük çoğunluğunun eğitim bilimleri veya edebiyat perspektifiyle ele alındığı, görsel tasarım parametrelerinin "duygu inşasındaki" stratejik rolünün Görsel İletişim Tasarımı disiplini çerçevesinde yeterince analiz edilmediği görülmüştür. Bu sebeple Görsel İletişim Tasarımı perspektifiyle bu konunun analiz edilmesi gerekli görülmektedir. Bu araştırmada, çocuk kitaplarındaki görsel tasarım bileşenlerinin (renk, form, çizgi, alan kullanımı) soyut duygu durumlarını hangi göstergebilimsel kodlarla inşa ettiğinin ve bu sürecin çocuğun anlam evrenindeki karşılığının incelenmesi hedeflenmektedir. Bu doğrultuda, tasarım parametrelerini psikolojik çıktılarla ilişkilendirerek tasarımcılar için metodolojik bir veri seti oluşturulması ve analiz sonuçlarını sentezleyen uygulama temelli özgün bir çocuk kitabı prototipinin tasarlanması amaçlanmaktadır. Araştırma sürecinde nitel araştırma desenlerinden "Doküman Analizi" ve "Görsel Göstergebilimsel Çözümleme" yöntemleri benimsenmiştir. Süreç, duygu-görsel ilişkisi üzerine kapsamlı bir literatür taramasıyla başlamakta; belirlenen örneklem kümesindeki eserler renk, form ve kompozisyon kriterleri üzerinden çözümlenmektedir. Elde edilen veriler ışığında, duyguların görselleştirilmesinde "ideal tasarım modellerini" temsil eden uygulama temelli bir prototip geliştirilmektedir ve araştırma çıktıları sektörel paydaşlarla paylaşılacaktır. Görsel dilin sistematik yapısı ile duygusal algı arasındaki ilişkinin ortaya konulması ve çocuk kitabı illüstratörleri ve yayıncılar için bilimsel bir üretim zemini sunulması hedeflenmiştir. Ön görülen bulgular neticesinde, duyguları doğru sembolize etmiş görsel materyallerin, çocukların anlam evreni üzerinde iyileştirici bir etki yaratması beklenmektedir. Aynı zamanda Görsel İletişim Tasarımı ile Çocuk Edebiyatı disiplinlerinin kesişiminde özgün bir "Uygulama Temelli Araştırma" modeli, çalışmanın somut verisini oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: anahtar sözcükler: Görsel İletişim Tasarımı; çocuk Kitapları; duygu Kavramlaştırması; görsel Göstergebilim; duygusal Okuryazarlık.

Bu bildiri, Prof. Dr. And Algül danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, haticezuleyha.tiryaki@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0008-5965-4902

** Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi, pinar.unluer@st.uskudar.edu.tr, ORCID: 0009-0005-1652-3855

YAPAY ZEKÂ CİNSİYETÇİLİĞİNİN SOSYAL MEDYADAKİ TEZAHÜRLERİ: 'SERA' SANAL INFLUENCER PROFİLİ ÜZERİNDEN BİR DİJİTAL ETNOGRAFİ ÇALIŞMASI

Melek Sueda Aksoylu^{*}; Buket Esra Karaeli^{**}

Bu araştırmanın temel amacı, "Sera" adlı hiper-gerçekçi bir sanal öğrenci profili üzerinden bir sosyal deney yürüterek, yapay zekânın (YZ) ürettiği "idealize edilmiş" sanal kadın bedenine yönelik toplumsal cinsiyet tepkilerini analiz etmektir. Araştırma, YZ'nin mevcut toplumsal cinsiyet ön yargılarını pekiştirmesi ve kullanıcıların bu temsile verdiği flört ve taciz gibi filtresiz tepkileri inceleyerek literatürdeki boşluğu doldurmayı hedeflemektedir. Çalışmada, sosyal deney ile zenginleştirilmiş dijital etnografi yaklaşımını temel alan karma yöntem deseni kullanılmıştır. Projenin fizibilitesini kanıtlayan ön çalışma aşamasında ("Sera 1. 0"), ücretsiz modellerle üretilen içeriklere gelen etkileşimler incelenmiştir. Elde edilen ön bulgular; hesabın 8. 110 görüntüleme aldığını, kullanıcıların sanal bir profile dahi yoğun cinsiyetçi mesajlar ve yorumlar gönderdiğini göstermektedir. Bu çalışma, "yapay zekâ cinsiyetçiliği" konusunda sosyal farkındalık yaratmayı ve dijital dönüşümün etik boyutlarına katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: toplumsal cinsiyet temsilleri; yapay zekâ destekli içerik üretimi; algoritmik önyargı; sanal influencer; dijital etnografi.

Bu bildiri, Dr. Öğr. Üyesi Ceren Saran danışmanlığında hazırlanmıştır.

^{*} Üsküdar Üniversitesi, meleksueda.aksoylu@st.uskudar.edu.tr

^{**} Üsküdar Üniversitesi, buketesra.karaeli@st.uskudar.edu.tr

MÜZİK ÜRETİMİNDE YAPAY ZEKÂ KULLANIMINA YÖNELİK SANATÇI PERSPEKTİFLERİ: NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Melis Yıldız*

Bu araştırma, yapay zekânın müzik dünyasında yarattığı yapısal dönüşümleri; sanatsal özgünlük, hukuki mülkiyet, üretim süreçleri ve insani duygu aktarımı gibi temel eksenlerde sanatçıların perspektifinden anlamayı amaçlayan nitel bir çalışmadır. Araştırmanın temel odağını, müzisyenlerin yapay zekâ kullanımına yönelik deneyimleri, bu teknolojinin sunduğu olanaklara ilişkin değerlendirmeleri ve müzik üretiminin geleceğine dair öngörülerini oluşturmaktadır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılacak olup veri toplama tekniği olarak yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakat tekniği kullanılmıştır. Çalışma kapsamında farklı müzik alanlarında üretim yapan 8 müzisyen ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların belirlenmesinde kartopu örneklem yöntemi tercih edilmiş; konu hakkında bilgi ve deneyim sahibi katılımcıların birbirlerini yönlendirmesiyle araştırma grubu oluşturulmuştur. Bu yöntem sayesinde yapay zekâ ve müzik etkileşimine dair sanatçı deneyimlerinin daha derinlikli biçimde ortaya konulması hedeflenmiştir. Elde edilen veriler tematik analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Analiz sürecinde katılımcıların yapay zekâya ilişkin algıları, kullanım pratikleri, etik kaygıları, yaratıcı üretim süreçlerine etkileri ve geleceğe yönelik öngörülerini doğrultusunda ortak temalar belirlenmiştir. Araştırmada, yapay zekânın mevcut müzik türlerini yalnızca yeniden üretip üretmediği, insan deneyimine özgü acı, neşe ve duygusal yoğunluk gibi unsurları ne ölçüde yansıtabildiği ve teknik mükemmelliğin sanatçıların “özgünlük” anlayışını nasıl dönüştürdüğü sanatçı anlatıları üzerinden tartışılmaktadır. Bunun yanında yapay zekâ tarafından üretilen eserlerde mülkiyet haklarının yazılımcı, komutu veren kullanıcı ve verisi kullanılan sanatçı arasında nasıl paylaşılması gerektiğine ilişkin etik ve hukuki tartışmalar da katılımcı görüşleri doğrultusunda ele alınmaktadır. Çalışma ayrıca dijitalleşen müzik endüstrisindeki ekonomik dönüşümleri, müzisyen emeğinin geleceğini ve canlı performansın değişen niteliğini sanatçı deneyimleri üzerinden analiz etmektedir. Sonuç olarak araştırma, yapay zekânın yaratıcılığı tehdit eden bir unsur mu yoksa insan hayal gücünü destekleyen yardımcı bir araç mı olduğu sorusunu sanatçı perspektifinden değerlendirmekte ve sanatın geleceğinde “insan” unsurunun nasıl yeniden tanımlanabileceğini tartışmaya açmaktadır.

Anahtar Kelimeler: yapay zekâ; müzik üretimi; müzikal yaratıcılık; sanatçı perspektifi; tematik analiz; dijital dönüşüm.

Bu bildiri, Arş. Gör. Yezdan Çelebi danışmanlığında hazırlanmıştır.

* Üsküdar Üniversitesi, melisyildiz2002@gmail.com



İletişim Fakültesi

İletişim Çalışmaları Öğrenci Sempozyumu



Etkileşim Dergisi



13. İFiG

