

new media

New Media Application and Research Center E-Bulletin



VRlab

2017 July

2017 July

Editorial Board

T.C.
İstanbul Aydın University
Dr. Mustafa AYDIN
President of the Board of Trustees

Prof.Dr. Yadigar İZMİRLİ (Rector)
Prof.Dr. Hülya YENGİN (Dean)
Prof.Dr. Özden CANKAYA
Assoc.Prof.Dr. Deniz YENGİN (Director)

PREPARING THE BROADCAST
Res.Ast. Tamer BAYRAK



Our Activities

NEW MEDIA E-JOURNAL IS ONLINE

New Media E - Journal started its publication life as of January 2017 under the editorship of Assoc.Prof.Dr. Deniz YENĞİN, one of the faculty members of the Faculty of Communication.

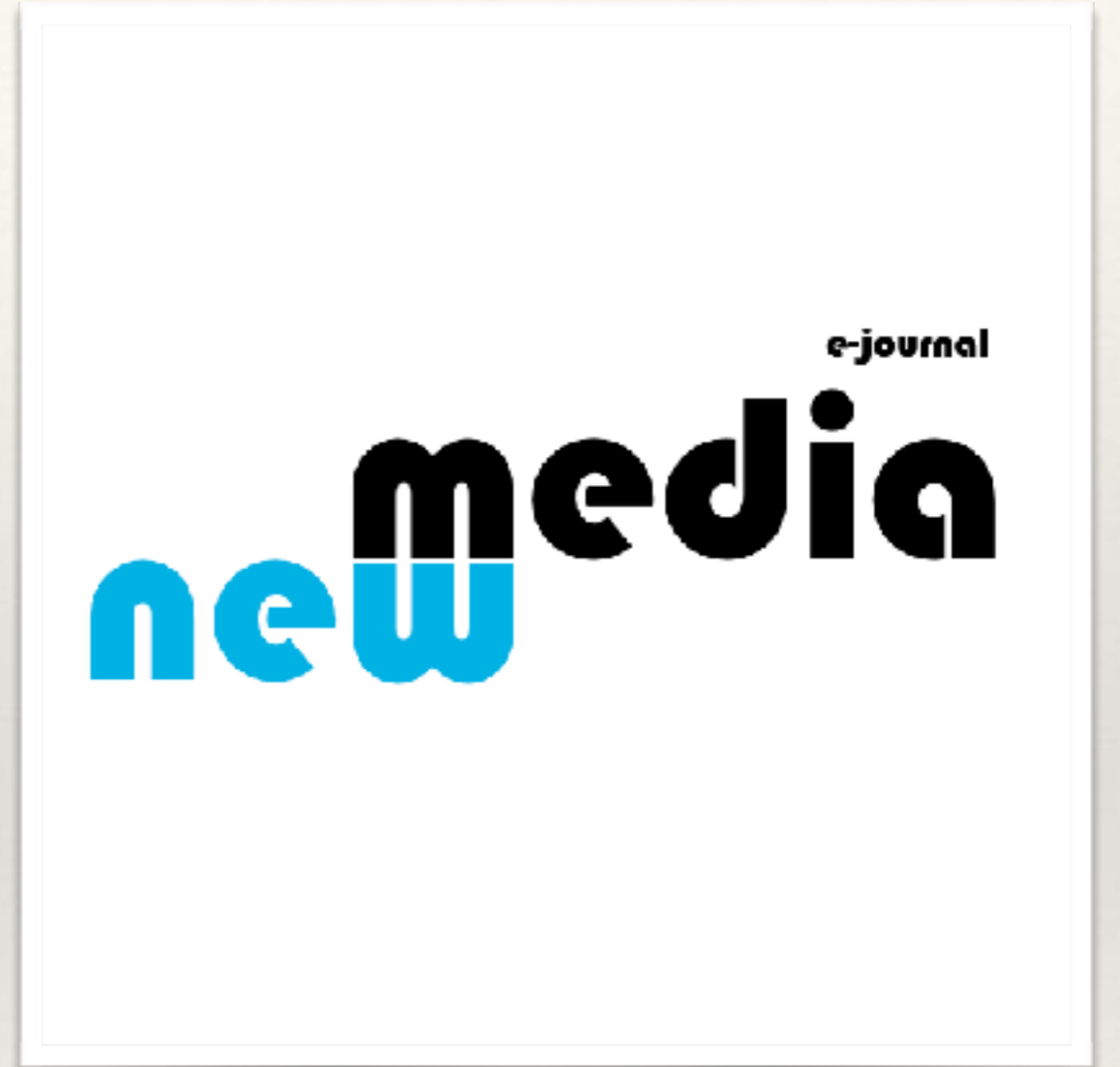
The journal, which aims to be an academic and scientific resource in the new media field, will be published electronically three times a year. You can send your articles to yenimedya@aydin.edu.tr for more detailed information, to share suggestions and opinions or to publish the work.

List of our publications

[VOLUME 1 ISSUE 1](#)

[VOLUME 1 ISSUE 2](#)

[VOLUME 1 ISSUE 3](#)





NEW MEDIA E-JOURNAL

VOLUME I ISSUE I



TABLE OF CONTENTS January 2017 Volume 1 Issue 1 (ISSN: 2548-0200)

| | |
|---|-----|
| REALITY CONTRADICTION OF THE SOCIAL MEDIA USERS Orkun ÖNGEN..... | 1 |
| CONSUMER PERCEPTION IN CONTEXT OF IMAGE IN PUBLIC RELATIONS: RESEARCH OF VOLKSWAGEN EMISSION NEWS Berkan BAYINDIR..... | 15 |
| DIGITAL ETHIC IN SOCIAL MEDIA: INVESTIGATION OF VIOLENT MESSAGES ON TWITTER Tamer BAYRAK..... | 32 |
| SOCIAL MEDIA USAGE AS A PUBLIC RELATIONS APPLICATION: CHANGE.ORG ZEYTINHAYATTIR SIGNATURE CAMPAIGN RESEARCH Elif Tuba TEZCAN | 47 |
| EFFECTS ON THE ADVERTISING CAMPAIGN OF AUGMENTED REALITY APPLICATION Necla KÖSE..... | 53 |
| THE HATE SPEECH IN NEW MEDIA Eray TAŞ..... | 60 |
| AN ANALYSIS OF THE RELIABILITY OF SEARCH ENGINE RESULTS: A GOOGLE STUDY Seda Akagün YOZKAT..... | 72 |
| ANALYSIS OF 'THE MATRIX I' FILM BY J. BAUDRILLARDS' SIMULATION AND J. HUIZINGAS' GAME THEORY Ayten ÇALIŞ..... | 82 |
| A STUDY ON TECHNOLOGICAL DYSTOPIA WITHIN THE CONTEXT OF INFORMATION SOCIETY: AN EXAMPLE OF MR. ROBOT Nergiz YALÇIN..... | 93 |
| AN EXAMINING AROUND AGENDA SETTING THEORY ABOUT REPRESENTATION FORMATS OF INTERNAL SECURITY LAW Meriç KILINÇ..... | 102 |
| REFLECTION OF CRISIS IN NATIONAL FOOTBALL TEAM TO THE SOCIAL NETWORKS WITHIN THE CONTEXT OF DIGITAL SPORT COMMUNICATION Ali YILDIRIM..... | 110 |
| BEYOND THE ILLUSION: FROM THE ILLUSION OF THE CINEMA TO THE DIGITAL VIRTUAL REALITY RELATED WITH THE SUBJECTIVE POINT OF VIEW Selin SÜAR..... | 119 |
| UNDERSTANDING LIVESTREAM IN SOCIAL MEDIA Nurseda YILMAZ..... | 127 |



NEW MEDIA E-JOURNAL

VOLUME 1 ISSUE 2



TABLE OF CONTENTS May 2017 Volume 1 Issue 2 (ISSN: 2548-0200)

| | |
|--|-----|
| VIRTUAL MUSEUMS IN THE CONTEXT OF VIRTUAL REALITY AND SIMULATION Derya AYDOĞAN..... | 137 |
| EVALUATING THE DIGITAL MUSEUMS IN TURKEY VIA CONTENT ANALYSIS Taner KIZILHAN..... | 149 |
| THE IMPACT ON A LOGO BRAND IN CREATING CORPORATE IDENTITY Özge TOPÇU..... | 157 |
| NOMOPHOBIA AS DIGITAL DISEASE Reyhan POLAT..... | 164 |
| AN INSTAGRAM STUDY IN THE CONTEXT OF ECONOMY POLITICS OF SOCIAL MEDIA Seda Akagün YOZKAT..... | 173 |
| SOCIAL NETWORKING MOTIVATIONS OF ABOVE 60 YEARS OLD INDIVIDUALS: SAMPLE OF FACEBOOK Şenay Demet ŞENTÜRK..... | 183 |
| A STUDY ON INFORMATION MONOPOLY IN NETWORK SOCIETY IN THE CONTEXT OF PUBLIC RELATIONS: AN EXAMPLE OF AARON SWARTZ Nergiz YALÇIN..... | 196 |
| DIGITAL CULTURE TRANSITION IN DIGITAL ADDICTION: NETLESSFOBIA Büşra GÜNEY..... | 207 |
| THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF BOOK CONSUMPTION AN INVESTIGATION ON CONSUMPTION BEHAVIOR Elif Tuba TEZCAN..... | 214 |



NEW MEDIA E-JOURNAL

VOLUME 1 ISSUE 3



TABLE OF CONTENTS

September 2017 Volume 1 Issue 3
(ISSN: 2548-0200)

| | |
|--|-----|
| THE CONSUMPTION POWER OF SOCIAL MEDIA <i>Çağla CEYHAN</i> | 221 |
| VIRTUAL TRANSFORMATION IN THE VIRTUAL WORLD <i>Laman İSMAYİL ZADA</i> | 227 |
| THE RELATIONSHIP BETWEEN COMMUNICATIONS EDUCATION AND MEDIA SECTOR IN THE PERIOD OF MEDIA TRAINING <i>Özden CANKAYA</i> <i>Aysun KÖKTENER</i> | 237 |
| IMMIGRATION MOVEMENT AND MIGRANT NEWS IN MEDIA <i>Olcay UÇAK</i> | 242 |
| EXAMINING TWO LOCAL NEWSPAPERS OF ATAKÖY NEWSPAPERS AND YAŞAM NEWSPAPERS <i>Ömer DİNÇER</i> | 255 |



PlayStation VR



As a new Media Application and Research Center, our University has established Virtual Reality Lab - VRlab. In vrlab; Academic, sectoral and educational studies will be carried out. The systems installed in our lab are Playstation VR, Vive HTC and Oculus. The Unity game engine station has also been established to support these three platforms in terms of software.



VRlab

Our Sites Are Active

<http://yenimedya.aydin.edu.tr/>



new **media** e-journal

<http://vrlab.aydin.edu.tr/>



VR **lab**

*New Media Application and Research Center
Publication Studies*

Geçmişten Günümüze Üç Boyutlu Sinema

In the context of New Media Application and Research Center publications, a daily three-dimensional cinema book was published. This book is a guide to those who want to explore technological development in cinema in terms of shedding light on technological developments in cinema.



*New Media Application and Research Center
Publication Studies*

İletişim Çalışmalarında Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları

Head of New Media and Communication Systems
Department Asc.Prof.Dr. Deniz YENGİN's book has been
published by Der Publishing.

The researchers also included in the book:

Tamer Bayrak (IAU Ph.d. Student and Research Assistant)
Gizem ÖZDEL (IAU Lecturer)
Berkan BAYINDIR (IAU Ph.d. Student)
Hakan TAN (IAU Ph.d. Student)

İLETİŞİM ÇALIŞMALARINDA ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ VE UYGULAMALARI

| DENİZ YENGİN



DERİN
PUBLISHING



The Turkish
Online Journal
of Design
Art and
Communication

APRIL 2017

Volume 7 – Issue 2

DOI: 10.7456/10702100

ISSN: 2146-5193

www.tojdac.org

SOSYAL MEDYADA DİJİTAL KAMUOYU

Deniz YENGİN
İstanbul Aydın University, Turkey
denizyengin@aydin.edu.tr

Tamer BAYRAK
İstanbul Aydın University, Turkey
tbayrak@aydin.edu.tr

Öz

İletişim kavramı, insanlığı için temel bir gereksinim olan, bireyler arası bilgi aktarım sürecini ifade etmektedir. İnsanoğlu iletişim sürecini gerçekleştirebilmek uğruna iletişim kanallarını oluşturmuş ve bu kanalları daima geliştirmeye çalışmıştır. Elektrikli çağın sonuna gelmiş teknoloji, iletişimin gelişimiyle birlikte konvansiyonel medyanın oluşmasına neden olmuştur. Yapısı itibarıyla tek yönlü bir iletişim modeli sunan konvansiyonel medya, insanların iletişim sürecine katılma arzularından dolayı yerini yeni medya teknolojilerine bırakmıştır. Yeni medya teknolojileri bireylere bilginin oluşum sürecine doğrudan müdahale etme şansı tanımaktadır. Bu bağlamda toplum olarak ve toplum olarak yaşayabilmek için belli etik kavramlar nezdinde kamuoyu oluşmasına gereksinim duyan insanlar, yeni medya teknolojileri sayesinde sosyal medya ortamlarında da kamuoyu oluşturmakta ve gündemi belirleyerek toplum olarak tecrübe artırmaktadırlar. Bu çalışmada konvansiyonel medyadan yeni medyaya olan geçiş ile birlikte sosyal medyada kamuoyu oluşumu, sosyal medya ortamı Twitter'dan seçilen tweetler derlenerek incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: konvansiyonel medya, sosyal medya, dijital kamuoyu, twitter

DIGITAL PUBLIC OPINION IN SOCIAL MEDIA

ABSTRACT

The concept of communication refers to the process of information transfer between individuals, which is a fundamental requirement for mankind. Mankind has created communication channels for the purpose of realizing the communication process and has always tried to develop these channels. The technology that developed after the invention of the electric power, together with the development of the technique, led to the formation of the conventional media. Conventional media, which offer a one-way communication model, have left their place to new media technologies because of their desire to participate in the communication process. New media gives individuals the chance to intervene directly in the process of knowledge creation. In this context, people who need to form public opinion in certain ethical concepts in order to be a society and to live as a society, are creating public opinion in social media environments thanks to new media technologies and increasing their experience as a society by setting an agenda. In this study, public opinion formation in the social media will be examined by compiling selected social media tweets from Twitter with the transition from conventional media to new media.

Keywords: conventional media, social media, digital public opinion, Twitter

GİRİŞ

İnsanoğlunun tarih boyunca ihtiyaç duyduğu ve oluşuma hakkında çeşitli kuramlar üreterek yapısını anlamaya çalıştığı iletişim, Türkçe'de "duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirilmesi, haberleşme, konuşulması" (TDK, 1998, s.1067) anlamına gelmektedir. İletişim kavramı, enformasyon ile işlenerek anlamlı veri kümesi haline gelmiş olan bilgilerin kaynaktan hedefe doğru aktarılma sürecini ifade etmektedir. Jan Van Dijk'in Ağ Toplumu

Asc.Prof.Dr. Deniz YENGİN and Rsc.Ast. Tamer BAYRAK's joint work, Social Media Digital Public Opinion, was published in The Turkish Online Journal of Design Art and Communication.





The Turkish
Online Journal
of Design
Art and
Communication

JANUARY 2017
Volume 7 – Issue 1
DOI: 10.7456/10701100
ISSN: 2146-5193

www.tujdac.org

BİLİNÇALTI ETKİLEME YÖNTEMLERİ VE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDAKİ UYGULAMALARI

Ayten ÖVÜR
Istanbul Kültür Üniversitesi, Türkiye
aytenovur@aytenovur.com

ÖZ

Bilinçaltı insan tutum ve davranışlarını belirleyen en önemli etkenlerden biri olduğundan etkileme, bu alanda, kişi veya fikrîsel olarak herkesi etkilemek hedefi halinde faaliyet gösterir. Etkileme yöntemleri ve siyasî etkileme yöntemleri kullanılarak çıkar sağlanmaya amaçlanıyor ve bunun için de çeşitli araçlar kullanılmaktadır. Bilinçaltı mesaj yöntemi bilinçaltı etkileme yöntemi olarak bilinir. Bu yöntem, grafiklerden oluşan kadar değişik alanlarda uygulanmaktadır. Özellikle Türkiye'de konunun çok bilinen ve buna göre özelleştirilerek uygulanması nedeniyle insanları bilinçaltı mesajlarla etkilemek için bilinçaltı mesaj yöntemi yaygın olarak kullanılmaktadır.

Anahtar kelimeler: bilinçaltı, mesaj, kütle iletişim araçları

THE METHODS OF SUBLIMINAL INFLUENCE AND APPLICATIONS IN MASS MEDIA

ABSTRACT

Understanding the subconscious mind is one of the most important factors determining human attitude and behavior, has made this field the target of those who want to sell their products or ideas. Advertisers and politicians aimed to make profits by using subconscious influencing methods and for this used various tools. The method of influencing the subconscious with the subliminal message technique is preferred in various fields from cosmetics to politics, from graphics to advertisement. Especially in Turkey, because of the subject is not known very well and the experts who will notice it are inadequate, people's subconscious mind is open unconsciously to any kind of direction.

Keywords: subconscious, subliminal message, mass media

GİRİŞ

İnsanın etkilenmesi ve onun bilinçaltı mesajları gibi bilinçaltı mesajlar aracılığıyla etkileme yöntemi bilinçaltı mesaj yöntemi olarak bilinir. Bu yöntem, grafiklerden oluşan kadar değişik alanlarda uygulanmaktadır. Özellikle Türkiye'de konunun çok bilinen ve buna göre özelleştirilerek uygulanması nedeniyle insanları bilinçaltı mesajlarla etkilemek için bilinçaltı mesaj yöntemi yaygın olarak kullanılmaktadır.

Bilinçaltı mesajlar yani bilinçaltı mesajlar bilinçaltı etkileme yöntemleri olarak bilinir. Özellikle Türkiye'de konunun çok bilinen ve buna göre özelleştirilerek uygulanması nedeniyle insanları bilinçaltı mesajlarla etkilemek için bilinçaltı mesaj yöntemi yaygın olarak kullanılmaktadır. Özellikle Türkiye'de konunun çok bilinen ve buna göre özelleştirilerek uygulanması nedeniyle insanları bilinçaltı mesajlarla etkilemek için bilinçaltı mesaj yöntemi yaygın olarak kullanılmaktadır.

Bilinçaltı mesajlar bilinçaltı etkileme yöntemleri olarak bilinir. Özellikle Türkiye'de konunun çok bilinen ve buna göre özelleştirilerek uygulanması nedeniyle insanları bilinçaltı mesajlarla etkilemek için bilinçaltı mesaj yöntemi yaygın olarak kullanılmaktadır.

Asst.Prof.Dr. Ayten ÖVÜR's work on The Methods of Subliminal Influence and Applications In Mass Media has been published in The Turkish Online Journal of Design Art and Communication.





VRlab

We have presented the finishing project presentation prepared by senior students in Public Relations and Publicity, Advertising and Visual Communication Design in VR laboratory.





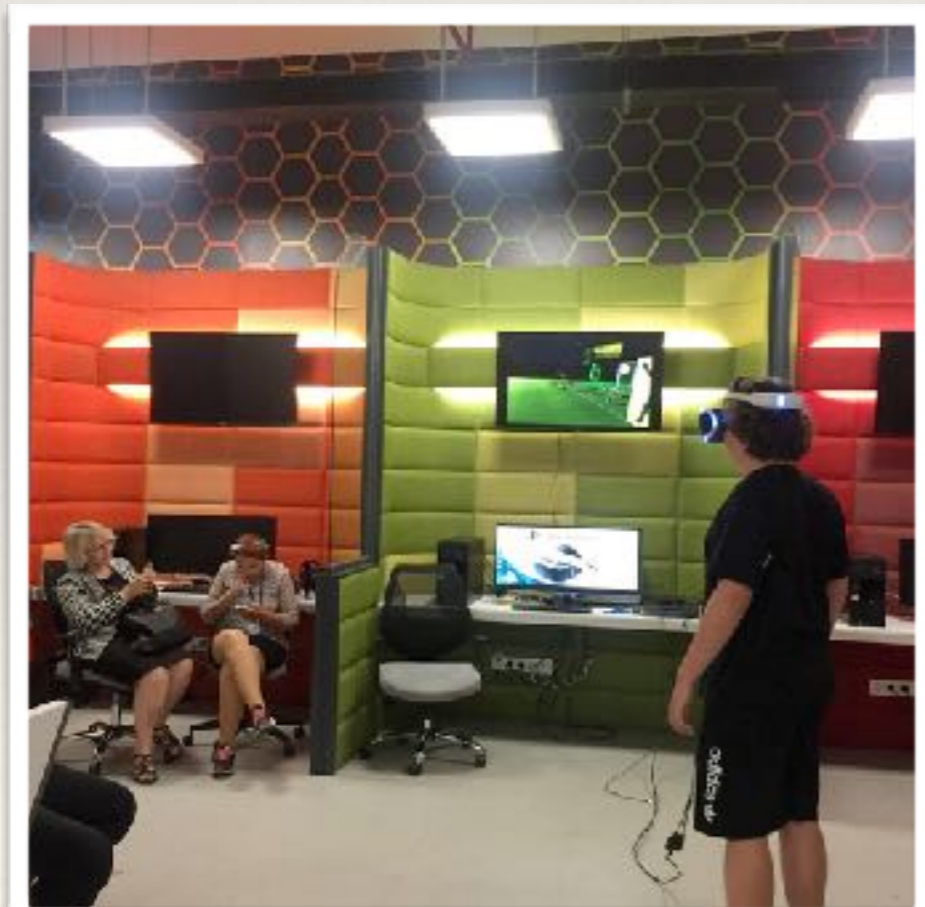
Our headquarters Youtube channel has been opened. In this channel, we realized our first live broadcast using virtual reality technology.



[Link: Yeni Medya İAU](#)



IAU Summer School students are introduced to virtual reality applications. Students have experienced virtual reality technology.





Virtual soccer experience in IAU VR Laboratory with young footballers

Istanbul Aydın Üniversitesi New Media Application and Research center welcomed Arsenal Soccer School's players. "Virtual Football Experience" was presented to young talents in our VR lab.





Asc.Prof.Dr. Deniz YENGİN, Head of the Center, participated as a speaker in the 4th International Communication Days Digital Addiction Symposium organized at Üsküdar University.

