



İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ

İLETİŞİM FAKÜLTESİ E-BÜLTENİ



NİSAN 2023



İLETİŞİM FAKÜLTESİ

YAYIN KURULU

T.C.

İstanbul Aydın Üniversitesi

Adına Sahibi

Doç. Dr. Mustafa AYDIN

Mütevelli Heyet Başkanı

Prof. Dr. Yadigar İZMİRLİ (Rektör)

Prof. Dr. Selahattin YILDIZ (Dekan)

Doç. Dr. Ayten ÖVÜR (Dekan Yrd.)

Dr. Öğr. Üyesi Veli BOZTEPE (Dekan Yrd.)

YAYINA HAZIRLAYAN

Doç. Dr. Deniz AKBULUT

Arş.Gör. Hatice ÖKSÜZ

BÖLÜMLERİMİZ

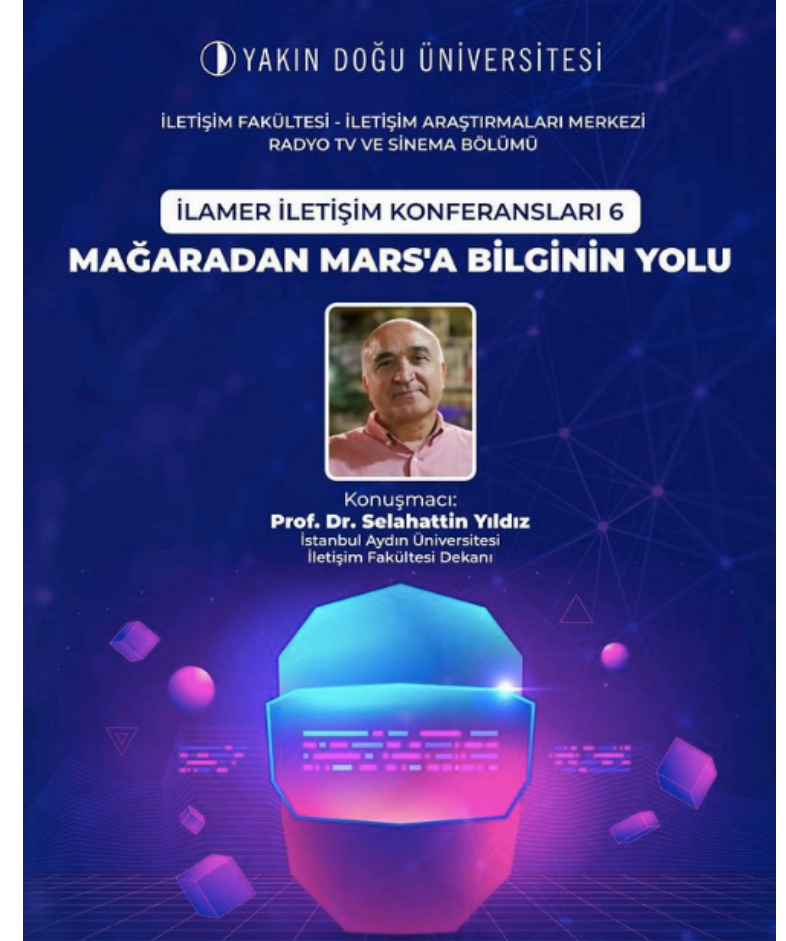
- **Gazetecilik Bölümü**
- **Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü**
- **Radio, Televizyon ve Sinema Bölümü**
- **Görsel İletişim Tasarımı Bölümü**
- **Reklamcılık Bölümü**
- **Televizyon Haberciliği ve Programcılığı Bölümü**
- **Yeni Medya ve İletişim Bölümü**

Akreditasyon

İLEDAK İletişim Eğitimi Değerlendirme Akreditasyon Kurulu'nun Özdeğerlendirme Raporu üzerinden ve ara ziyaretle yapılan incelemeler sonucu hazırlanan Ara Değerlendirme Raporu'nun neticesinde; daha önce fakültemiz Televizyon Haberciliği ve Programcılığı, Radyo Televizyon ve Sinema, Gazetecilik ve Reklamcılık Bölümü'ne verilen 2 yıl akreditasyon kararının 5 yıla tamamlanması için "3 yıl geçerli akreditasyon kararı" verildi. Bölümlerimiz 07.04.2026 tarihine kadar geçerli olan İLAD Akreditasyon sertifikası almaya hak kazandı.



Sektör Buluşmaları: İLAMER İletişim Konferansları 6
İletişim Fakültesi Dekanımız Prof. Dr. Selahattin YILDIZ, Yakın Doğu Üniversitesi tarafından düzenlenen “İLAMER İletişim Konferansları 6” başlıklı konferansa konuşmacı olarak katıldı.



Akademik Yükselme

Yeni Medya ve İletişim Bölüm Başkanı Dr. Nur Emine KOÇ
Doçentlik unvanını aldı.



Doktora Tez Savunması

Televizyon Haberciliği ve Programcılığı bölümünde görev yapan Arş. Gör. Sema BULAT DEMİR İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalında “Gelenekselden Sanal Gerçekçiliğe Kitabın Dönüşümü ve Okuyucu Üzerindeki Etkisi: Bir Karma Desen Araştırması” başlıklı tezini başarı ile savunarak doktor unvanını aldı.



Akademik Yayın

Yeni Medya ve İletişim Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Gökmen Hakan KARADAĞ'ın "Dijital Okumalar" adlı kitabı Nobel Yayınevinden çıktı. Kitapta fakültemiz öğretim üyelerinden Doç. Dr. Veli BOZTEPE, Dr. Öğr. Üyesi Müge ÖZTUNÇ, Dr. Öğr. Üyesi F. Nazlı KÖKSAL, Dr. Öğr. Üyesi Burhan KILIÇ ve Arş. Gör. Gizem UYANIK'ın bölümleri yer aldı.



" Women Studies" Scopusta Taranmaya Başladı

Editörlüğünü fakültemiz hocalarından Doç. Dr. Ayşegül AKAYDIN AYDIN ve Dr. Öğr. Üyesi Nur Emine KOÇ'un üstlendiği Peterlang yayınevinden çıkan #WomenStudies kitabı #scopus tarafından indekslenmiştir. Ayrıca kitapta yine Dr. Öğr. Üyesi Nur Emine KOÇ, Doç. Dr. Gonca YILDIRIM, Dr. Öğr. üyesi Sertaç KAYA, Arş. Gör. Azime Ayşenur ÇELİMLİ ve Arş. Gör. Sema BULAT DEMİR hocalarımızın da kitap bölümleri bulunmaktadır.



**SCOPUSTA
TARANMAYA
BAŞLADIK**

Yeni Medya Elektronik Dergisi (EJNM)

Yeni Medya Elektronik Dergisi'nin Mayıs 2023 (Cilt 7 Sayı 2) sayısı yayımlandı.

Link: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ejnm>



e-Journal of New Media

MAY 2023

Volume 7 – Issue 2

ISSN: 2548-0200

DOI: 10.17932/IAU.EJNM.25480200.2023.7/2

Editor

Asst. Prof. Dr. Gülsün BOZKURT

Co-Editor

Rsc. Asst. Özlem VATANSEVER



yenimedya@aydin.edu.tr

Reklamcılık Bölümü Öğrencileri Arvak A Awards Junior Yarışmasında İkinci Oldu

Açık hava Reklamcılar Vakfı tarafından düzenlenen A Awards Junior yarışmasında Reklamcılık Bölümü öğrencileri Mehmet ŞİMŞEK, Melih DİNÇ ve Muhammed Cüneyd DEMİRKAYNAK ikinci oldu.



Ders İçi Etkinlik

Gazetecilik Bölümü Öğr. Gör. Tunç ELİBOL tarafından verilen "Spor Gazeteciliği ve Spor Programcılığı" derslerine Fenerbahçe TV ekran yüzlerinden Sunucu Kıvanç ÖZKÖK konuk oldu.



Tez Savunması

Gazetecilik bölüm başkanı Dr. Öğr. Üyesi Sertaç KAYA, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesinde doktora tezi savunma jürisinde yer aldı.



Akademik Yayın

Gazetecilik Bölümü Arş. Gör. Gizem UYANIK'ın "Dijital Medya Platformlarını Henry Jenkins'in Kavramları Üzerinden Okumak" başlıklı makalesi Etkileşim Dergisi'nde yayımlandı.

DENEME / ESSAY

DİJİTAL MEDYA PLATFORMLARINI HENRY JENKINS'İN KAVRAMLARI ÜZERİNDEN OKUMAK

Gizem UYANIK*

Uyanık, G. (2023). Dijital medya platformlarını Henry Jenkins'in kavramları üzerinden okumak.

Etkileşim, 11, 432-444.

doi: 10.32739/etkilesim.2023.6.11.204

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

This study complies with research and publication ethics.

Yeni medya platformlarının kullanıcılara sağladığı imkânlarla ve kullanıcıların bu platformlar aracılığıyla gerçekleşen çevrim içi eylemleri üzerine olumlu/olumsuz birçok tartışma mevcuttur. Gündelik yaşamda bireylerin medya ve teknoloji ile ilişkisini ele alan Jenkins, dijital teknolojilerin ortaya çıkardığı dönüşümün sadece araçsal bir çıktı hazırlamadığını; aynı zamanda kültürel, toplumsal, ekonomik ve küresel sonuçları da beraberinde getirdiğini belirtmektedir. Jenkins, alternatif ve demokratik bir mecra olarak tanımladığı dijital medya ortamlarının ortaya çıkması ile geleneksel medyada var olan pasif tüketici-okuyucu-izleyicinin yerini aktif "katılımcıların" aldığını ve dijital medyada var olan kullanıcıların artık ortak bir kültür oluşturarak bilgiyi üretir konuma geçtiklerini savunmaktadır. Böylece dijital mecralar kolektif zekâyı oluşturarak kullanıcıları, aktif katılımcı konumuna getirmektedir. Jenkins'e göre yeni medyanın aktif katılımcıları, dijital platformlarda yer alan içeriğin üretiminden tüketimine, dağıtımından bu içeriğin duyurulmasına kadar her aşamasında üretken ve göçebe bir konumdadır. Jenkins, "Yakınsama-Yöndeşme, Katılımcı Kültür, Transmedya" gibi kavramlar üzerinden yeni medyayı; kullanıcıların birbirleriyle istedikleri zaman iletişime geçtikleri, fikir alışverişinde bulundukları, kendi içeriklerini oluşturabildikleri ve her an etkileşimde kalabildikleri demokratik bir mecra olarak karakterize etmektedir. Çalışmada, Jenkins'in günümüzde yakınsama, katılımcı kültür ve transmedya hikâyeciliği gibi tartışmalara konu olan kavramsallaştırmaları irdelenerek dijital medya platformlarının ve yeni katılımcıların özelliklerinin Jenkins'in bakış açısıyla ortaya konması amaçlanmaktadır. Çalışma ayrıca Jenkins'in yeni medya üzerine tartıştığı kavramları Türkçeye çevrilmemiş eserlerinden örnekler ile irdeleyerek alana katkı sağlama amacı taşımaktadır.

* Araştırma Görevlisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye.
gizemuyanik@aydin.edu.tr, 0000-0002-7841-1526

Basın Müzesi ve Tan Gazetesi Gezisi

Gazetecilik Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Olcay UÇAK koordinatörlüğünde 1. sınıf öğrencilerinin katılımıyla Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Basın Müzesi ve Tan Gazetesi'ne gezi düzenlendi.



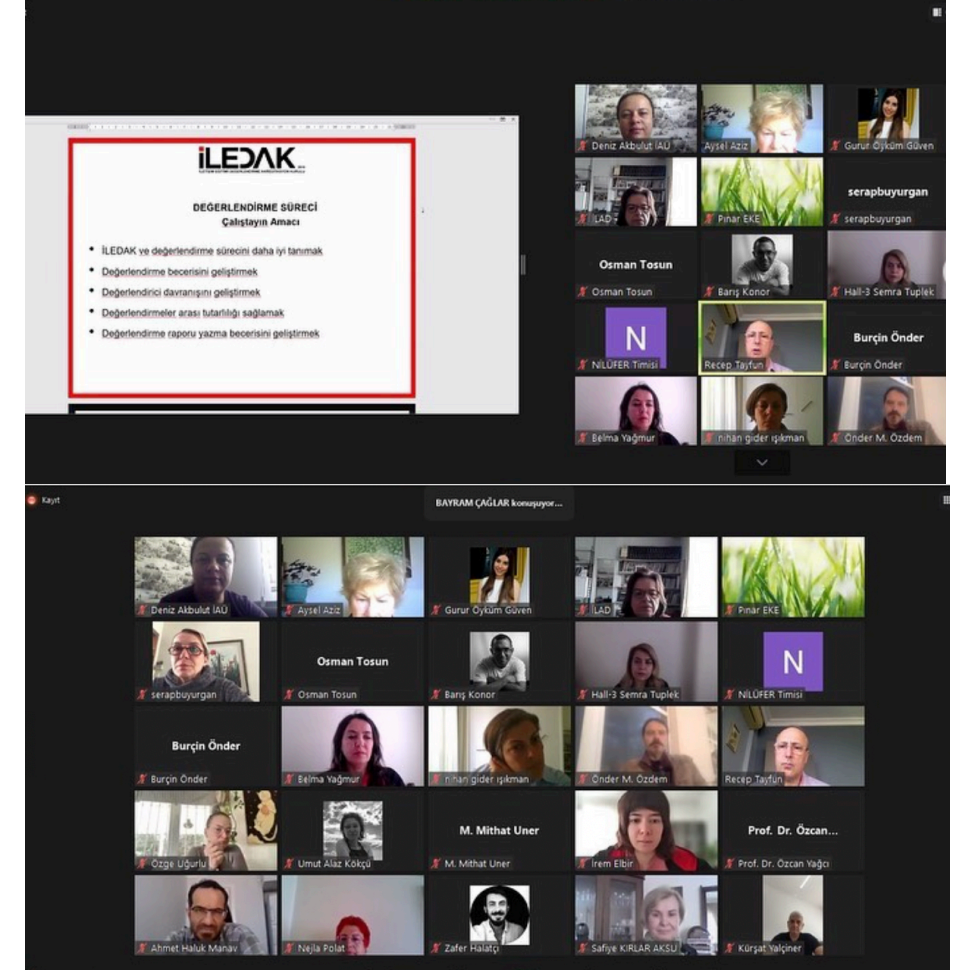
Çift Anadal Protokolü

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümümü ile İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Kamu Yönetimi ve İşletme Bölümleri arasında yapılan iş birliği kapsamında çift anadal (ÇAP) protokolü imzalandı. Yapılan törende İletişim Fakültesi Dekanımız Prof. Dr. Selahattin YILDIZ, Kamu Yönetimi Bölüm Başkanı Prof. Dr. Levent ÜRER, İşletme Bölüm Başkanı Prof. Dr. Salih GÜNEY, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölüm Başkanı Doç. Dr. Deniz AKBULUT, fakülte sekreterleri ve bölüm öğretim elemanları hazır bulundu.



İLAD 16. Kurum Bilgilendirme Çalıştayı

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölüm Başkanı Doç. Dr. DENİZ AKBULUT, 08.04.2023 tarihinde İLAD/İLEDAK tarafından çevrimiçi olarak gerçekleştirilen İLAD 16. Kurum Bilgilendirme Çalıştayı'na katıldı. 2019'da ilk akreditasyonunu alan ve 2024'e kadar akredite olan Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, bu sene II. genel değerlendirme için başvuruda bulundu ve gerekli hazırlıklarını sürdürmektedir.



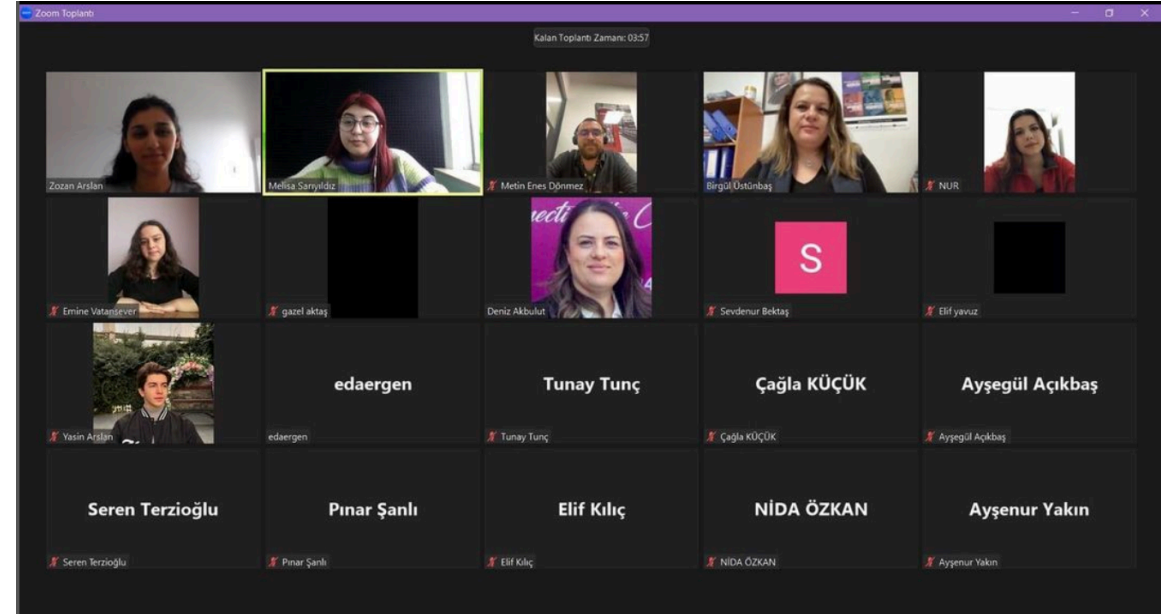
Atölye İçi Eğitimleri

Atölye içi eğitim programı kapsamında Arş. Gör. Hatice ÖKSÜZ tarafından PR Atölye Dergi grubuna yönelik düzenlenen "Wordpress ve Web Eğitimi" 7 Nisan Cuma günü saat 14.00'te verildi. Eğitim kapsamında wordpress ve web sitelerinde yazıların nasıl yazıldığı ve paylaşıldığı örneklerle anlatıldı.



İAÜ PR Atölye Sosyal Medya Departmanı Toplantısı

İAÜ PR Atölye sosyal medya departmanı bahar dönemi ilk toplantısı 5 Nisan Çarşamba günü saat 16.00'da zoom üzerinden gerçekleşti. Doç. Dr. Deniz AKBULUT, Arş. Gör. Birgül ÜSTÜNBAŞ ERDOĞAN ve Arş. Gör. Metin Enes DÖNMEZ'in katılımıyla gerçekleşen toplantıda bahar dönemi çalışmaları planlandı.



Tez Savunması

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Süleyman Arif GÜRÜ, Dr. Öğr. Üyesi Müge ÖZTUNÇ danışmanlığında yazdığı “Türkiye’de 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimi Öncesi Siyasi Partilerin Z Kuşağına Yönelik İletişim Stratejileri: Twitter Üzerinden Bir Söylem Analizi” başlıklı tezini Dr. Öğr. Üyesi Umur BEDİR ve Doğu Üniversitesi Dr. Öğr. Üyesi Burcu GÜMÜŞ’ten oluşan jüri karşısında başarıyla savundu.



Tez Savunması

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Ramazan KOÇ, Haliç Üniversitesi öğretim üyesi Doç. Dr. M. Cebail SADAİAOĞLU danışmanlığında yazdığı tezini Doç. Dr. N. Beril EKŞİOĞLU SARILAR ve Dr. Öğr. Üyesi Engin BAŞCI'dan oluşan jüri karşısında başarıyla savundu.



Erasmus+ Personel Hareketliliği

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Arş. Gör. Metin Enes DÖNMEZ, Erasmus+ Personel Hareketliliği kapsamında Bulgaristan'daki Varna University of Management'e gitmeye hak kazanmıştır.



İmaj Yönetimi Dersi Proje Sunumları

İmaj Yönetimi dersi final projesi sunumları başladı. Beş hafta boyunca Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü 2. sınıf öğrencileri hazırladıkları kurum kimliği projelerini Doç. Dr. Deniz AKBULUT, Arş. Gör. Birgül ÜSTÜNBAŞ ERDOĞAN ve Arş. Gör. Metin Enes DÖNMEZ'den oluşan jüriye sunacaklar.



PR Atölye Metin Yazarlığı Departmanı Yazıları

İAÜ PR Atölye metin yazarlığı departmanı öğrencisi Müzeyyen TOKALAK'ın “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve İtibar Yönetimi” ve Damla Büyükkol'un “Markaların Gözünden Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı” başlıklı yazısı paylaşıldı.



Sektör Buluşmaları: Medya Okur Yazarlığı Semineri

Dr. Öğr. Üyesi Buket AKDEMİR DİLEK geçtiğimiz günlerde Orhan Cemal FERSOY Anadolu Lisesi'nde Erasmus Projesi kapsamında “Medya Okur Yazarlığı” konusunda seminer gerçekleştirdi.



Akademik Yayın

Bölümümüz Dr. Öğr. Üyesi Buket AKDEMİR DİLEK'in "Kızılırmak Karakoyun Filmini Anlatı Ve Kahramanın Yolculuğu Bağlamında Biçimbilimsel Olarak Yeniden Okumak" başlıklı makalesi Motif Akademi Halkbilimi Dergisi'nde yayımlandı.



Geliş Tarihi/Submission Date: 09.11.2022
Kabul Tarihi/Acceptance Date: 24.02.2023
DOI Number: 10.12981/mauhder.1201978
Motif Akademi Halkbilimi Dergisi, 2023, Cilt: 16, Sayı: 41, 141-158.

Araştırma Makalesi
Research Article

KIZILIRMAK KARAKOYUN FİLMİNİ ANLATI VE KAHRAMANIN YOLCULUĞU BAĞLAMINDA BİÇİMBİLİMSEL OLARAK YENİDEN OKUMAK

RE-READING THE FILM KIZILIRMAK KARAKOYUN IN THE CONTEXT OF
THE HERO NARRATIVE AND THE HERO'S JOURNEY

Buket AKDEMİR DİLEK*

ÖZ: Anlatı kavramı Batı tarafından uzun yıllar tartışılan, üzerine düşünülen ve çalışılan bir alandır. İçerisinde anlatı barındıran metinlerin belirli bir çizgide incelenmesi ve bunun paralelinde bilimlerin ve çalışmaların ortaya çıkmasını amaçlayan bir disiplindir. Anlatı kavramı içerisinde birçok sanat dalı barındırmaktadır. Bu kavram; sözlü sanattan, yazılı sanata devamında görsel sanatlara kadar kendine yer bulmaktadır. Anlatı tarzı, gelişen teknolojiler ve toplumsal yapı paralelinde değişime uğrayabilmektedir. Aracı olan araç değişmiş olsa bile anlatının özelliği değişmemektedir. Vladimir Propp'un Rus masallar üzerine yaptığı biçimbilimsel yaklaşım olan yapısal çözümleme yöntemi bugün sinema sanatında karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada, Vladimir Propp'un masal çözümleme metodu olarak adlandırılan yapısal çözümleme yöntemi Lütfi Ömer Akad yönetmenliğinde çekilen *Kızılırmak Karakoyun* filmi üzerine uygulanmıştır. Çalışmanın amacı; Lütfi Ömer Akad'ın *Kızılırmak Karakoyun* filminde değişim köy gerçeğini ve kahraman yolculuğunu masalsı bir anlatı ile ortaya koyduğunu kanıtlamaktır. Propp'un yapısal çözümleme yöntemini olağanüstü masallar üzerine gerçekleştirilmiş olsa da anlatı yapısının sunduğu imkânlar doğrultusunda disiplinlerarası olarak bu yöntemi sinemada uygulamak mümkündür. Özellikle hikâyesini efsanelere, mitlere dayandıran sinema filmleri için bu çözümleme yöntemini kullanmak uygundur. Anadolu'da geçen iki farklı efsane olan *Kızılırmak* efsanesi ile *Karakoyun* efsanesini bir araya getiren filmin olay dizisi yapısal çözümleme yönteminin birçok işlevini karşıladığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Propp, *Kızılırmak Efsanesi*, *Karakoyun Efsanesi*, Lütfi Ö. Akad, Sinema.

ABSTRACT: The concept of narrative has been a field that has been discussed, thought about and studied by the West for many years. It is a discipline that aims to examine texts containing narratives in a certain line and to reveal sciences and studies in parallel with this. This concept; it has found a place for itself from oral art to written art and then to visual arts. From oral art to written art, it has found a place for itself in visual art. Narrative style can change in parallel with developing technologies and social structure. The character of the narrative does not change, even if the vehicle that is the mediator has changed. Structural analysis method, which is the morphological approach of Vladimir Propp on Russian fairy tales, appears in the art of cinema today. In this study, the structural analysis method of Vladimir Propp, called the tale analysis method, was applied on the film *Kızılırmak Karakoyun*, which was directed by Lütfi Ömer

* Dr. Öğr. Üyesi-İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü / İstanbul- buketdilek@aydin.edu.tr (Orcid: 0000-0001-7809-2935)



This article was checked by Turnitin.

Akademik Yayın

Bölümümüz Dr. Öğr. Üyesi Buket AKDEMİR DİLEK'in "Gürcistan Sinemasında Kadın Temsilinin Sovyet Dönemi ve Sovyet Sonrası Dönemi Film Örnekleri Üzerinden Değerlendirilmesi" başlıklı makalesi Karadeniz Araştırmaları Enstitüsü Dergisi yayımlandı.



KARADENİZ ARAŞTIRMALARI ENSTİTÜSÜ DERGİSİ
THE JOURNAL OF INSTITUTE OF BLACK SEA STUDIES
2023 9 / 17 (45-64)



Dilek, Buket Akdemir, "Gürcistan Sinemasında Sovyet ve Sovyet Sonrası Dönemde Kadın Temsili", Karadeniz Araştırmaları Enstitüsü Dergisi, 9/17, ss.45-64.
DOI: 10.31765/karen.1194944

Bu makale etik kurul izni ve/veya yasal/özel izin alınmasını gerektirmemektedir.
This article does not require ethical committee permission and/or legal/special permission.

GÜRCİSTAN SİNEMASINDA SOVYET VE SOVYET SONRASI
DÖNEMDE KADININ TEMSİLİ*

Buket Akdemir DİLEK**

* Araştırma Makalesi / Research Article

** Dr. Öğr. Üyesi,
İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim
Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema
Bölümü, İstanbul/TÜRKİYE
✉ batakdemir@gmail.com
ORCID iD: 0000-0001-7809-2935

Anahtar Kelimeler: Gürcistan Sineması,
Kadın, Temsil, Feminizm, Sovyetler Birliği

Keywords: Georgian Cinema, Woman,
Representation, Feminism, Soviet Union

Öz: Feminist kuram bağlamında kadın temsilinin incelendiği çalışmada; kavramsal çerçeveyi ve dönemin ideolojik ve sosyolojik yapısını anlamak için öncelikle Gürcistan tarihi anlatılmış devamında Gürcistan sineması üzerine bilgi verilmiştir. Çalışmayı anaşlar hale getirmek adına Sovyetler Birliği dönemi ve Sovyet Sonrası Dönemi Gürcistan filmleri örneklem olarak seçilmiştir. Seçilen ve örnekleme dâhil edilen filmler feminist kuram çerçevesinde betimsel analiz yöntemine bağlı kalınarak incelenmiş olup zaman zaman ele alınan filmlerde toplumsal dinamikler açısından ideolojik incelemeye de yer verilmiştir. İncelenen eserlerde feminist kuram çerçevesinde kadın temsilinin nasıl olduğunu ortaya çıkartmak için betimsel analiz yapılmıştır. Örnekleme dâhil edilen beş Gürcü filminde feminist kuram çerçevesinde betimsel analiz yöntemi ile kadın karakterlerin beyaz perdede temsil edilişi irdelenmiştir. Tarihsel olarak iki farklı dönem çekilen filmlerde atarıkli bakış incelenerek atarıkli Gürcü toplumunda kadın temsili film analizleri ile tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda Gürcistan sinemasında kadın temsilinin siyasal ve toplumsal olaylar paralelinde değişikliğe uğradığı tespit edilmiştir.

**REPRESENTATION OF WOMEN IN THE GEORGIAN DURING
AND AFTER SOVIET PERIOD**

Abstract: In the study examining the representation of women in the context of feminist ideology; in order to understand the conceptual framework and the ideological and sociological structure of the period, first of all, Georgian history is explained and then information on Georgian cinema is given. In order to make the study understandable, Georgian films from the Soviet Union period and the Post-Soviet period were chosen as samples. The films selected and included in the sample were examined within the framework of feminist theory, adhering to the descriptive analysis method, and ideological analysis in terms of social dynamics was also included in the films discussed from time to time. In the analyzed works, descriptive analysis was used to reveal how women are represented within the framework of feminist theory. In the five Georgian films included in the sample, the representation of female characters on the screen was examined with the descriptive analysis method within the framework of feminist theory. By ex-

Geliş Tarihi / Received Date: 26.10.2022
Kabul Tarihi / Accepted Date: 07.03.2023

Akademik Yayın

Görsel İletişim Tasarımı Bölüm Başkanı Dr. Öğr. Üyesi S. Kuzey YILDIZ'ın kaleme aldığı "Post-Truth Çağının Teknolojik Enstrümanlarına Yeni Medya Perspektifinden Eleştirel Bir Bakış" başlıklı makalesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi adlı dergide yayınlandı.

İletişim
Kuram ve Araştırma
Dergisi

Sayı: 101, 44. Bahar 2022
<https://dergipark.org.tr/kuad>
DOI: <https://doi.org/10.47960/kuad.1229627>

Post-Truth Çağının Teknolojik Enstrümanlarına Yeni Medya Perspektifinden Eleştirel Bir Bakış

A Critical Look At the Technological Instruments of Post-Truth Age from the New Media

Front

Serdar Kuzey YILDIZ*

İncelene Makale | Gözden Geçirildi | Başvuru | 15.12.2022 | Kabul | 14.02.2023

ÖZ

Sahte ve yanlış bilgilerin kolaylıkla dolanma girdiği, deepfake (derin sahtelik) ürünlerinin ve hatta hologram teknolojisinin sahte anlatıları inandırıcı kılmak için kullanılabildiği bir çağda hakikat ile yalan arasındaki çizgi giderek muğlaklaşmaktadır. Bunun yanı sıra alternatif bir gerçeklik yaratmada kullanılan ya da propaganda malzemesine dönüştürülen sahte haberler, teyit edilmemiş bilgiler, komplo teorileri sadece dakikalar içerisinde hakikatin belini kırılabilmekte, onu eğip bükebilmekte ve nihayetinde üretilmiş olan yeni ürün viral olabilmektedir. Büyük bir kesim ise post-truth kavramını liberalleşmiş demokrasinin yadsınmaz etkisi teknolojinin kimi zaman oldukça tehlikeli bir post-truth enstrümanına dönüşmesine olanak sağlamıştır. Etik problemler ve karşı duruşlar da tam olarak bu noktada cereyan etmeye başlamıştır. Hakikat arayışları olarak tabir edilebilecek her tür statüden birey için gerçeklik artık bir tür kutsal ikonaya dönüşmektedir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan dokümanlar analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu doğrultuda post-truth kavramını konu alan birçok güncel çalışma, gazete ve dergi yazıları, istatistikler, podcast kayıtları, blog yazıları, açık erişimli web kaynakları ile çoklu ortam (multimedya) verileri incelenmiştir. Bu noktadan hareketle, bu çalışmada post-truth çağının tanımını, çağrışımları, kapsamı ile teknoloji odaklı ürünlerinin bireyler üzerindeki olası etkileri incelenmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda post-truth kavramı ile gündeme gelen yeni medya araçlarının dünya siyasetinde ayrıştırıcı dil yaygınlaştırma kullanımları teknolojik enstrümanlara dönüştüğü görülmektedir. Ayrıca, siyasi yolsuzluğun toplumlarda bireyler düzeyinde atomize olmuş kutuplaşmaya yol açtığı ve küresel çapta medyaya olan güvenin sorgulandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Post-truth, Yalan Haber, Gerçeklik, Yeni Medya, Sosyal Medya.

ABSTRACT

In an age when fake and false information is easily circulated, deepfake products and even hologram technology can be used to make fake narratives believable, and the line between truth and lies is increasingly blurred. In addition, fake news, unconfirmed information, and conspiracy theories that are used to create an alternative reality or transform into propaganda material can break the truth in just minutes, bend it and eventually the end-product that has been produced can become viral. A large majority accept the concept of post-truth as a powerful threat to liberalized democratic comprehension and its institutions. The undeniable effect of new media tools and social media has allowed technology at times to turn into a very dangerous post-truth instrument. Ethical problems and oppositions have emerged at this point. The truth itself is now turning into a kind of sacred icon for individuals of any status that can be described as truth seekers. In this study, the document analysis method, one of the qualitative research methods, was used. From this perspective numerous current studies, newspaper and magazine articles, statistics, podcast recordings, blog posts, open-access web resources and multimedia data on the concept of post-truth have been examined. Within this framework, in this study, the definition, connotations and scope of the post-truth age and the possible effects of its technology-oriented products on individuals have been tried to be examined. As a result of this study, it is seen that the new media tools that came to the agenda with the concept of post-truth have turned into technological instruments used to distribute the divisive language in world politics. In addition, it was concluded that political corruption leads to atomized polarization at the level of individuals in societies and the trust in the media on a global scale is questioned.

Keywords: Post-truth, Fake News, Reality, New Media, Social Media.

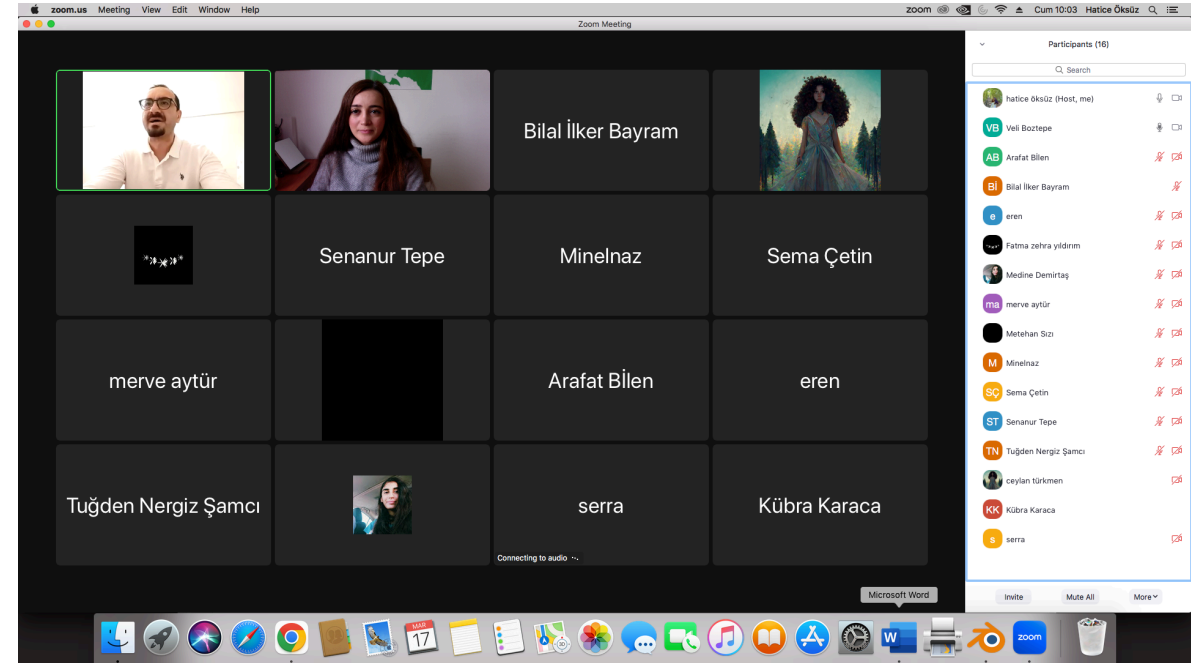
Erasmus+ Personel Hareketliliği

Erasmus+ Personel Hareketliliği kapsamında Arş. Gör. Hatice ÖKSÜZ eğitim almak amacıyla Almanya'da bulunan Hochschule Trier'a gitmeye hak kazanmıştır.



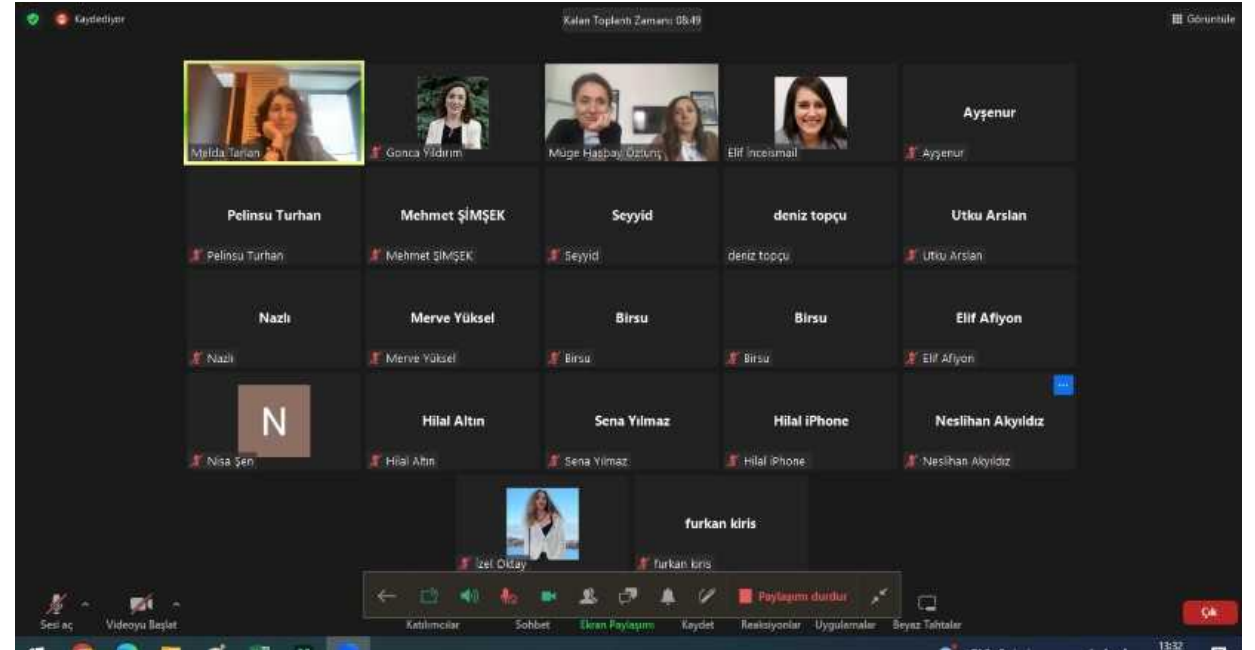
Öğrenci Toplantısı

Görsel İletişim Tasarımı Bölüm Başkanı Dr. Öğr. Üyesi Veli BOZTEPE başkanlığında 17 Mart 2023 tarihinde zoom platformu üzerinden öğrenci toplantısı yapıldı.



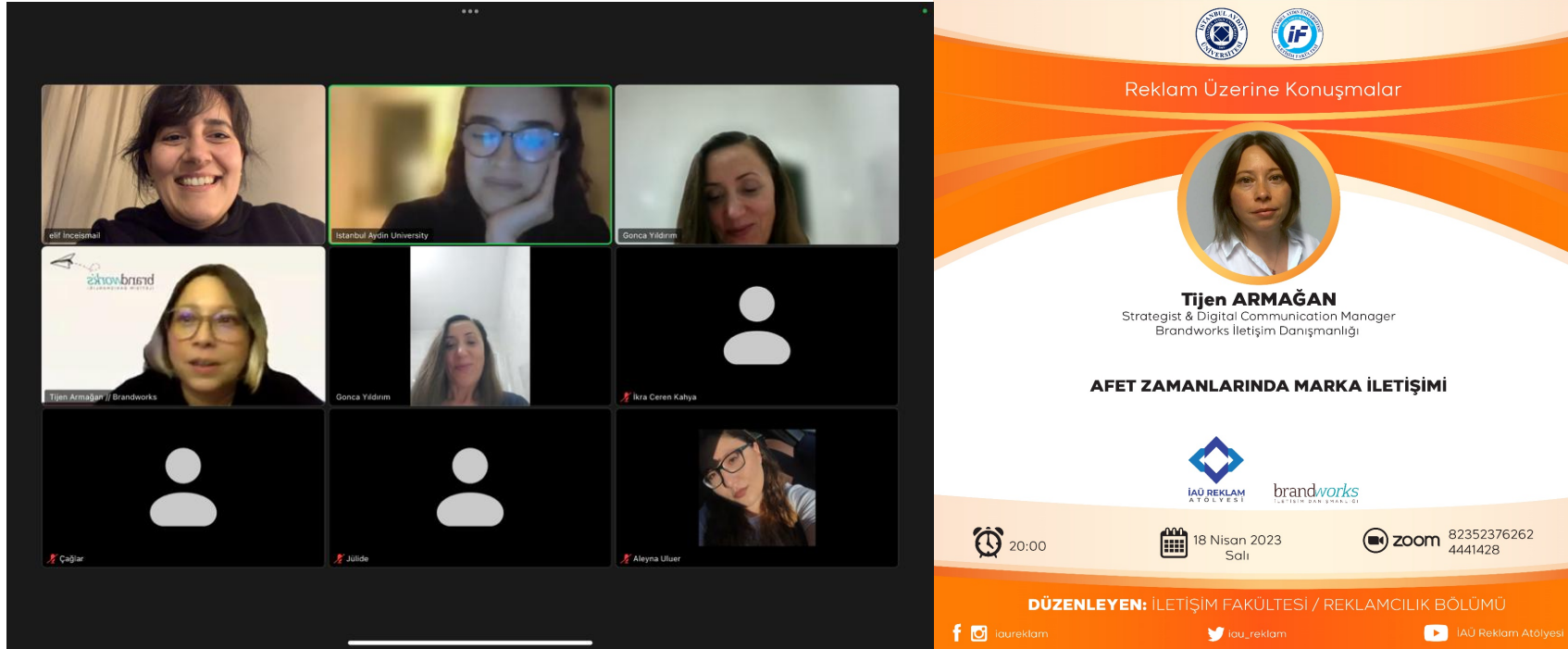
Karpat Ajans & Bitirme Projesi Ortaklığı

ILF411 Bitirme Projesi dersi kapsamında Karpat Ajans Genel Müdürü Melda TARLAN tarafından Indomie markası kampanya briefi zoom üzerinden öğrenciler ile paylaşıldı.



Afet Zamanlarında Marka İletişimi

Reklam üzerine konuşmalar serisinde “Afet Zamanlarında Marka İletişimleri” başlıklı etkinliğe Stratejist ve Dijital İletişim Yöneticisi Tijen ARMAĞAN konuk oldu. Etkinlik 18 Nisan Salı günü saat 20:00’da Zoom üzerinden gerçekleşti.



The image shows a Zoom meeting interface. On the left, a grid of participants is visible, including Tijen Armağan, Gonca Yıldırım, and others. On the right, a presentation slide is displayed. The slide features the logos of İstanbul Aydın University and the Faculty of Communication. The title of the presentation is "Reklam Üzerine Konuşmalar". The speaker is Tijen ARMAĞAN, Strategist & Digital Communication Manager at Brandworks İletişim Danışmanlığı. The topic is "AFET ZAMANLARINDA MARKA İLETİŞİMİ". The slide also includes the logos of İAÜ Reklam Atölyesi and Brandworks. The event details are: 20:00, 18 Nisan 2023 Salı, Zoom 82352376262 4441428. The organizer is İLETİŞİM FAKÜLTESİ / REKLAMCILIK BÖLÜMÜ. Social media handles for İAÜ Reklam are provided at the bottom.

Akademik Yayın

Dr. Öğr. Üyesi Müge ÖZTUNÇ, Dr. Öğr. Üyesi Umur BEDİR ve Prof. Dr. Ahmet K. SUERDEM tarafından kaleme alınan “Üniversitelerin Bilim İletişimi Etkinliklerinin Kurumsallaştırılması Üzerine Yeni Bir Ölçek Önerisi” başlıklı makale Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi’nde yayınlandı.

 Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi¹
Electronic Journal of Social Sciences²
Nisan/April(2023) - Cilt/Volume:22 - Sayı/Issue:06
www.esosder.org
ISSN:1304-0278
[362-390]

ÜNİVERSİTELERİN BİLİM İLETİŞİMİ ETKİNLİKLERİNİN KURUMSALLAŞTIRILMASI ÜZERİNE YENİ BİR ÖLÇEK ÖNERİSİ A NEW SCALE PROPOSAL ON THE INSTITUTIONALIZATION OF SCIENCE COMMUNICATION ACTIVITIES OF UNIVERSITIES

Ahmet K. SÜERDEM¹ - Müge ÖZTUNÇ² - Umur BEDİR³

Öz
Üniversiteler bir yandan öğreniye yönelik ve kurumsal itibarlarını güçlendirmek gibi stratejik amaçlar, diğer yandan topluma bilimsel süreçlere dahil etmek ve sosyal kare alına süreçlerine bilimsel temelli katkı sağlamak gibi kurumsal faaliyetler gerçekleştirirler. Bilimsel süreçlerin toplumla etkileşiminde bilimsel iletişim faaliyetleri önemlidir. Bu süreçlerin en önemli kurumsal aktivitelerinden biri olan üniversitelerin bilimsel iletişim faaliyetleri kurumsallaştırılması ve geliştirilmesi için bir ölçek önerisi sunulmuştur. Araştırmanın temel amacı ise bilim iletişimi etkinliklerinin üniversitelerde kurumsallaştırılması için kullanılabilirliği ve etkinliği ölçmek ve bu ölçümü kullanarak üniversitelerin bilimsel iletişim faaliyetlerini geliştirmelerine yardımcı olmaktır. Ölçek, üniversitelerin bilimsel iletişim faaliyetleri için kullanılmak üzere geliştirilmiştir. Ölçek, üniversitelerin bilimsel iletişim faaliyetleri için kullanılmak üzere geliştirilmiştir. Ölçek, üniversitelerin bilimsel iletişim faaliyetleri için kullanılmak üzere geliştirilmiştir. Ölçek, üniversitelerin bilimsel iletişim faaliyetleri için kullanılmak üzere geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bilim İletişimi, Bilim İletişiminin Kurumsallaştırılması, Kurum İletişimi, Teşvikin Bilimsel İletişimi, Üniversitelerde Bilim İletişimi Etkinlikleri

Abstract
Universities manage science communication activities by strategic objectives, such as attracting potential students and improving corporate reputation. On the other hand, they prioritize social benefits that aim to support public engagement in science and to contribute scientific-based political process. This research focuses on the role of science communication activities of the universities' communication offices which is one of the most crucial institutional activities. The main purpose of this research is to develop a scale for analyzing the extent of the science communication activities that are institutionalized in universities. In this scope, science communication activities were determined using inductive and inductive methods such as literature review, exploratory interviews, and card sorting technique. They were categorized into the four sub-factors: (marketing, public relations, public affairs, and public engagement). The scale was applied to the central communication units of 92 universities representing 48% of Turkey's total "foundation" and research universities to test the measurement invariance statistically. The developed scale can be used in future studies that compare the science communication activities of different types of universities in different countries. On the other hand, this scale can guide researchers in this field to better understand the weaknesses and strengths of universities' activities both methodological and practical.

Keywords: Science Communication, Public Engagement in Science, Institutionalization of Science Communication, Public Communication, Science Communication Events in Higher Education.

¹ Prof. Dr., İstanbul Bilgi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ahmet.suerdem@bilgi.edu.tr.

Orcid: 0000-0001-5082-4594

² Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, mugeoztunc@aydin.edu.tr.

Orcid: 0000-0002-4514-7186

³ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, umurbedir@aydin.edu.tr.

Orcid: 0000-0002-6113-4026

Makale Tutarı: Araştırma Makalesi – Geliş Tarihi: 16.12.2021 – Kabul Tarihi: 25.04.2022

DOI:10.17755/esosder.1017573

Anf için: Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 2022-21(03): 362-390

Akademik Yayın

Doç. Dr. Gonca YILDIRIM ÖGE ve Öğr. Gör. Meltem KOÇ KAPLAN ile birlikte yazdığı “Transmedya Hikayeciliği Ve Bilişsel Kapitalizm İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme” adlı makale Turkish Online Journal of Design Art and Communication dergisinin Nisan 2023 sayısında yayınlandı.



Akademik Yayın

Dr. Öğr. Üyesi Müge ÖZTUNÇ tarafından kaleme alınan **”Digital Activism In Turkey: Istanbul Convention As A Symbol Of Women’s Movement”** başlıklı makale Turkish Online Journal of Design Art and Communication dergisinde yayınlandı.

The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TÖJADAC
ISSN: 2148-1980, April 2023, Volume 13 Issue 2, p.407-423
**DIGITAL ACTIVISM IN TURKEY: ISTANBUL CONVENTION AS A
SYMBOL OF WOMEN’S MOVEMENT**

Müge ÖZTUNÇ
Istanbul Aydın University, Türkiye
mugeoztunc@aydin.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-4514-7386>

doi: 10.24010/tojadac.11214093

ABSTRACT
Digital platforms that allow individuals to interact and offer a public space where people can share the content they produce and seek their rights play a crucial role in organizing activist protests, promoting new representations, and presenting adversary political voices. New activism, called 'digital activism,' is the activities by individuals or organizations in the digital environment to create the social change they desire. Social movements that started on these platforms with the claim of a better world while expressing social discomforts that are unsuitable for the flow of life may also offer new solutions. This study reveals the social and political dimensions of how digital activism is shaped in Turkey through the Istanbul Convention, which appears to be the symbol where women, and non-governmental organizations, have struggled for years. The social struggle for both the existence and the implementation of the protection mechanisms of the Istanbul Convention, was terminated by the Presidential decree, was analyzed with the content analysis method. Twitter posts under the hashtags #IstanbulSözleşmesiYanar, #IstanbulConventionLiveLife, #IstanbulSözleşmesindenVazgeçmiyoruz, #WeWon'tAbandonTheIstanbulConvention, #IstanbulSözleşmesi, #IstanbulConvention and explored categories related to the reflections of digital activism in Turkey was interpreted. According to the results, while the categories such as informing the public, not yielding, acting together for the benefit of society, and not giving up in the online struggle come to the fore, it is seen that digital is actively used in transferring activism offline. Another important finding of the research is that the main opposition party, individual activists, bar associations, and lawyers, especially women's non-governmental organizations, come to the fore as the most active groups and play an active role outside of digital platforms by directing the society.

Keywords: Digital Activism, Istanbul Convention, Right-Wing Populism, Twitter Hashtag, Women's Movements

**TÜRKİYE'DE DİJİTAL AKTİVİZM: KADIN HAREKETİNİN BİR
SEMBOLÜ OLARAK İSTANBUL SÖZLEŞMESİ**

ÖZ
Bireylerin etkileşime girmesine olanak tanıyan ve insanları ürettikleri içeriği paylaşabilecekleri ve haklarını arayabilecekleri kamusal bir alan olan dijital platformlar, aktivist protestoları düzenlenmesinde, yeni temsilin teşvik edilmesinde ve muhalif siyasi seslerin duyurulmasında her geçen gün daha fazla rol oynamaktadır. 'Dijital aktivizm' olarak adlandırılan bu yeni aktivizm bireylerin veya kuruluşların arzu ettikleri toplumsal değişimi yaratmak için dijital ortamda gerçekleştirilebilen faaliyetlerdir. Daha iyi bir dünya iddiasıyla bu platformlarda başlayan toplumsal hareketler, hayatın akışına uygun olmayan toplumsal rahatsızlıkları dile getirirken, yeni çözümler de sunabilmektedir. Bu

Submitted Date: 14.01.2023, Acceptance Date: 23.02.2023, DOI NO: 10.24010/tojadac.11214093
Research Article - This article was checked by Thematic
Copyright © The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication

Tez İzleme Jürisi

Doç. Dr. Gonca YILDIRIM ÖGE İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı doktora öğrencisi Begüm MUTLU'nun doktora tez izleme jürisine katıldı.



Tez Jürisi

Doç. Dr. Gonca YILDIRIM ÖGE 26 Nisan 2023 tarihinde İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Doktora öğrencisi Anıl DURMUŞAHMET'in doktora tez savunmasında jüri üyesi olarak yer aldı.





Erasmus+

Erasmus+ Personel Hareketliliği

Erasmus+ Personel Hareketliliği kapsamında Dr. Öğr. Üyesi F. Nazlı KÖKSAL ders vermek amacıyla Polonya'da bulunan Poznan School of Social Sciences and Communication'a gitmeye hak kazanmıştır.



Karpat Ajans & Indomie Markası İş Birliği: Bitirme Projesi Vize Sunumları

ILF411 Bitirme Projesi Dersi Kapsamında Vize Sunumları
Karpat Ajans Ve Indomie Marka Yöneticileri İle Katılımı
İle 27 Nisan 2023 Tarihinde Zoom Üzerinden
Gerçekleşti.



Erasmus+ Personel Hareketliliği

Televizyon Haberciliği ve Programcılığı Bölümü Arş. Gör. Meltem BAŞARAN Erasmus+ Personel Hareketliliği kapsamında International Balkan Üniversite'sine konuk oldu. Çeşitli eğitimlerin ve workshopların yer aldığı hareketliliği başarı ile tamamladı.



Erasmus+ Personel Hareketliliği

Yeni Medya ve İletişim Bölüm Başkanı Doç. Dr. Nur Emine KOÇ Erasmus+ Personel Hareketliliği kapsamında Almanya'nın Köln şehrinde yer alan CBS Business School'a konuk oldu. Dijital Kültür, Dijital Hastalıklar, Sosyal Medyada Etik ve Mahremiyet Algısı konuları üzerine lisans ve yüksek lisans düzeyinde ders vermiştir.



Erasmus+ Personel Hareketliliği

Yeni Medya ve İletişim Bölümü öğretim üyesi Dr. Öğr. Üyesi Gülsün BOZKURT ERASMUS programı ile Poznan Üniversitesi'nde Yeni Medya ve Etik üzerine ders vermeye hak kazandı.



Etkinlik: "Mezun Gözüyle İAU Yeni Medya; Mezuniyet Sonrası Nereden Başlamalıyım?"

Yeni Medya Buluşmaları Kapsamında "Mezun Gözüyle İAU Yeni Medya; Mezuniyet sonrası nereden başlamalıyım?" adlı etkinliğimiz, mezun öğrencimiz Rabia GÜLTAŞ'ın katılımıyla ve Bölüm Başkanımız Doç. Dr. Nur Emine KOÇ'un moderatörlüğünde gerçekleştirildi.



Yeni Medya Buluşmaları
New Media Meetings

Rabia GÜLTAŞ
Musov Digital Creative Agency Kurucu Ortak
Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya Yöneticisi

MODERATÖR: Dr. Öğr. Üyesi Nur Emine KOÇ
İAU İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü

**MEZUN GÖZÜYLE İAU YENİ MEDYA;
MEZUNİYET SONRASI NEREDEN BAŞLASAM?**

17:30 7 Nisan 2023 Cuma zoom ID: 869 1415 4027 ŞİFRE: 2DDxH7

DÜZENLEYEN: İLETİŞİM FAKÜLTESİ / YENİ MEDYA VE İLETİŞİM BÖLÜMÜ

f iauifyenimedya

Etkinlik: "Markalar İçin Videolu İçerik Üretimi"

Yeni Medya Buluşmaları kapsamında Marsi Dijital Kurucusu Belen BAKAR ile "Markalar İçin Videolu İçerik Üretimi" başlıklı webinar, Irmak GÜLBAHAR'ın moderatörlüğünde gerçekleştirildi.



The poster features the Istanbul Aydın University and Faculty of Communication logos at the top. The title 'Yeni Medya Buluşmaları / New Media Meetings' is centered. Below are circular portraits of Belen BAKAR (Marsi Digital Kurucusu) and Irmak GÜLBAHAR (Yeni Medya ve İletişim 3. Sınıf Öğrencisi, Sosyal Medya ve Etkinlik Koordinatörü). The event title 'BELEN BAKAR İLE MARKALAR İÇİN VİDEOLU İÇERİK ÜRETİMİ' is prominently displayed. At the bottom, it lists the time (18:00), date (25 Nisan 2023 Salı), Zoom link (ID: 88210755444, ŞİFRE: 4441428), and the organizing department (İLETİŞİM FAKÜLTESİ / YENİ MEDYA VE İLETİŞİM BÖLÜMÜ) with social media handles.

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ

Yeni Medya Buluşmaları
New Media Meetings

Belen BAKAR
Marsi Digital Kurucusu

Irmak GÜLBAHAR
Yeni Medya ve İletişim
3. Sınıf Öğrencisi
Sosyal Medya ve
Etkinlik Koordinatörü

**BELEN BAKAR İLE MARKALAR İÇİN
VİDEOLU İÇERİK ÜRETİMİ**

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ

18:00

25 Nisan 2023
Salı

zoom ID: 88210755444
ŞİFRE: 4441428

DÜZENLEYEN: İLETİŞİM FAKÜLTESİ / YENİ MEDYA VE İLETİŞİM BÖLÜMÜ

f iauif

İLETİŞİM

Florya Yerleşkesi (Halit Aydın Yerleşkesi) Beşyol
Mah.Inönü Cad.No: 38 R Blok Sefaköy–
Küçükçekmece / İSTANBUL

Tel: 444 1 428

Faks: (212) 425 57 59

Email: info@aydin.edu.tr

