



22^{Yıl}

İAÜ İletişim BÜLTENİ

2026 TEMMUZ BÜLTENİ | July Bulletin





İLETİŞİM FAKÜLTESİ E-BÜLTENİ



T.C. İstanbul Aydın Üniversitesi | Yayın Kurulu

Adına Sahibi | Prof. Dr. Mustafa AYDIN | Mütevelli Heyet Başkanı

Prof. Dr. İbrahim Hakkı AYDIN (Rektör)

Prof. Dr. Özer KANBUROĞLU (Dekan)

Doç. Dr. Veli BOZTEPE (Dekan Yrd.)

Doç. Dr. Ayten ÖVÜR (Dekan Yrd.)



Yayına Hazırlayan

Doç. Dr. Deniz AKBULUT

Arş. Gör. Emir AKSOY

Öğr. Gör. Furkan FEDAI

if
2020

2. İletişim Şûrası'nda Fakülte Dekanımız Prof. Dr. Özer Kanburoğlu Tarafından Temsil Edildik**Our Faculty Took Part in the 2nd Communication Council, Represented by Dean Prof. Dr. Özer Kanburoğlu**

Fakültemizin Dekan Vekili Prof. Dr. Özer Kanburoğlu, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından “Türkiye Yüzyılı: İletişimin Yüzyılı” temasıyla 28-29 Temmuz 2026 tarihlerinde Ankara’da düzenlenen 2. İletişim Şûrası’na katıldı. Kamu kurumları, akademi, medya ve sivil toplum temsilcilerini bir araya getiren Şûra’da, Türkiye’nin iletişim politikaları, dijital dönüşüm, dezenformasyonla mücadele ve iletişimin geleceğine yönelik stratejiler ele alındı. Prof. Dr. Kanburoğlu’nun katılımı, İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi’nin ulusal düzeyde gerçekleştirilen önemli iletişim platformlarında etkin şekilde temsil edilmesine katkı sağladı.

Our Dean Prof. Dr. Özer Kanburoğlu attended the 2nd Communication Council, organized by the Presidency’s Directorate of Communications under the theme “Century of Türkiye: The Century of Communication,” held on July 28–29, 2026, in Ankara. The Council brought together representatives from public institutions, academia, media, and civil society, and addressed Türkiye’s communication policies, digital transformation, the fight against disinformation, and strategies for the future of communication. Prof. Dr. Kanburoğlu’s participation contributed to the effective representation of İstanbul Aydın University Faculty of Communication at important national communication platforms.



Akademik Yayın

Academic Publication

İngilizce Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü öğretim üyesi Prof. Dr. Aybike Serttaş'ın "Rebranding the Gaze in Contemporary Hollywood: Orientalism, Patriarchy, and Genre Recalibration" başlıklı araştırma makalesi, 7 Temmuz 2026 tarihinde açık erişimli akademik dergi Cogent Arts & Humanities'in 13. cildinin 1. sayısında yayımlanmıştır. Makale, Arap kadınlarının çağdaş Hollywood filmlerindeki temsilini Oryantalizm ve ataerkilliğin kesişen yapıları çerçevesinde analiz etmektedir.

.The research article titled "Rebranding the Gaze in Contemporary Hollywood: Orientalism, Patriarchy, and Genre Recalibration" by Prof. Dr. Aybike Serttaş, a faculty member of the Department of Radio, Television and Cinema (English), was published in the open-access academic journal Cogent Arts & Humanities, Volume 13, Issue 1, on July 7, 2026. The article analyzes the representation of Arab women in contemporary Hollywood films within the framework of the intersecting structures of Orientalism and patriarchy.



**İSTANBUL AYDIN
ÜNİVERSİTESİ**

Q1 (Scopus, WOS)

**Makale Adı: Rebranding the gaze in contemporary
Hollywood: orientalism, patriarchy, and genre
recalibration**

Dergi: Cogent Arts & Humanities

İndeks: Q1 (Scopus, WOS)

Yayın Tarihi: Haziran 2026

**Prof. Dr.
Aybike SERTTAŞ**

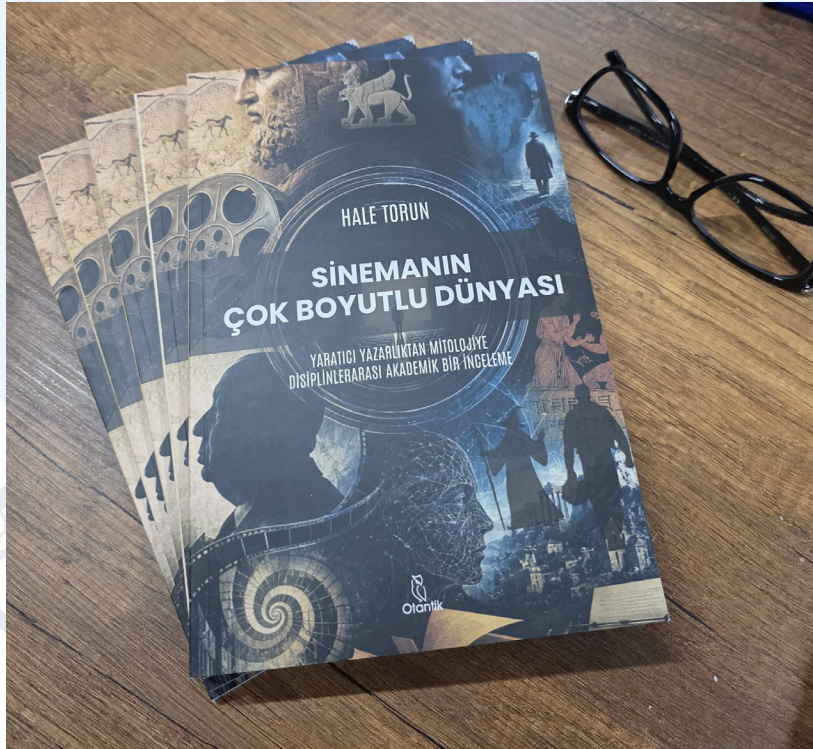


Kitap Yayını

Book Publication

Radyo Televizyon ve Sinema bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Hale Torun hocamızın yeni kitabı “Sinemanın Çok Boyutlu Dünyası” yayımlandı. Sinema sanatını mitoloji, edebiyat, göstergebilim, kültürel çalışmalar ve felsefe ekseninde disiplinlerarası bir bakışla ele alan bu eser sinemaya özgün ve sıra dışı bir perspektif kazandırmakta.

The new book titled “Sinemanın Çok Boyutlu Dünyası” (The Multidimensional World of Cinema) by Assoc. Prof. Hale Torun, a faculty member of the Department of Radio, Television and Cinema, has been published. The work, which approaches the art of cinema from an interdisciplinary perspective through the lenses of mythology, literature, semiotics, cultural studies, and philosophy, offers a unique and unconventional viewpoint on cinema.









Gazetecilik Bölümü

Department of Journalism



Erasmus Hareketliliği

Erasmus Mobility

Gazetecilik bölüm başkanımız Doç. Dr. Sertaç KAYA, "Erasmus+ Staff Training Mobility" kapsamında Kuzey Makedonya'nın Tetova şehrinde bulunan Tetova Üniversitesi'nde bulundu.

Our Head of the Department of Journalism, Assoc. Prof. Sertaç Kaya, visited Tetova University in Tetovo, North Macedonia, within the scope of "Erasmus+ Staff Training Mobility."



Canlı Yayın

Live Broadcast

Gazetecilik Bölümü Öğretim Üyesi Dr. Hüseyin Kazan, TV100 canlı yayınında son dönemde sıkça tartışılan “gösteriş odaklı” davranışların psikolojik arka planını değerlendirdi. Benlik sunumu, statü arayışı, onay ihtiyacı ve dijital dünyada “görünür olma” isteğinin bireylerin kararlarını nasıl etkilediğini ele aldı.

Dr. Hüseyin Kazan, a faculty member of the Department of Journalism, evaluated the psychological background of the recently much-debated “performance-oriented” behaviors on the live broadcast of TV100. He addressed how self-presentation, status seeking, the need for approval, and the desire to “be visible” in the digital world affect individuals’ decisions.



Eğitim Workshop

İstanbul Aydın Üniversitesi Gazetecilik Bölümü Öğretim Üyesi Dr. Hüseyin Kazan, İstanbul Aydın Üniversitesi ev sahipliğinde, İAÜ SEM organizasyonu ile gerçekleştirilen “Eğitimsel Liderlik ve Stratejik Okul Yönetimi” programında Özbekistan’dan gelen okul yöneticileriyle bir araya geldi. Program kapsamında stratejik okul yönetimi, liderlik becerileri, eğitimde kalite kültürü, kurumsal gelişim ve uluslararası iyi uygulamalar başlıklarında etkileşimli oturumlar gerçekleştirildi. Deneyim paylaşımının ön planda tutulduğu eğitim süreci, katılımcılar arasında bilgi ve tecrübe paylaşımını destekleyerek farklı bakış açılarının ortak hedefler doğrultusunda buluşmasına katkı sağladı.

Dr. Hüseyin Kazan, a faculty member of the Department of Journalism at Istanbul Aydın University, met with school administrators from Uzbekistan within the framework of the “Educational Leadership and Strategic School Management” program, hosted by Istanbul Aydın University and organized by İAÜ SEM. Within the scope of the program, interactive sessions were held on strategic school management, leadership skills, quality culture in education, institutional development, and international best practices. The training process, which prioritized experience sharing, supported the exchange of knowledge and experience among participants and contributed to bringing different perspectives together toward common goals.







Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

Department of Public Relations and Publicity



E-Bülten Newsletter

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü / İAÜ PR Atölye
2025-2026 Bahar Dönemi E-Bülteni yayımlandı.

The Spring 2025-2026 E-Bulletin of Istanbul Aydın University Faculty of Communication, Department of Public Relations and Promotion / IAU PR Atölye has been published.



Akademik Yayın

Academic Publication

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölüm Başkanı Doç. Dr. Deniz Akbulut ile Dr. Öğr. Üyesi Birgül Üstünbaş Erdoğan'ın "Academic-Industry Collaboration in Public Relations Education: A Qualitative Study of Professional Associations in Türkiye" başlıklı makalesi, Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences'ın 70.sayısında yayımlandı.

The article titled "Academic-Industry Collaboration in Public Relations Education: A Qualitative Study of Professional Associations in Türkiye" by Assoc. Prof. Deniz Akbulut, Head of the Department of Public Relations and Promotion, and Asst. Prof. Birgül Üstünbaş Erdoğan was published in the 70th issue of Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences.



İSTANBUL
UNIVERSITY
PRESS

Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences

Research Article | Araştırma Makalesi

Open Access | Açık Erişim

Academic-industry collaboration in public relations education: A qualitative study of professional associations in Türkiye

Halkla ilişkiler eğitiminde akademi-sektör iş birliği: Türkiye'de meslek örgütleri üzerine nitel bir araştırma

Birgül Üstünbaş Erdoğan¹ & Deniz Akbulut¹

¹ İstanbul Aydın University, Faculty of Communication, Department of Public Relations and Publicity, İstanbul, Türkiye

Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences
Connectist 2026, (70): 85-102

<https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2026-1822931>

Submitted | Başvuru 13.11.2025
Revision Requested | Revizyon Talebi 14.11.2025
Last Revision Received | Son Revizyon 11.05.2026
Accepted | Kabul 13.05.2026
Published Online | Online Yayın 08.07.2026



Doktora Yeterlilik

Doctoral Qualification

İstinye Üniversitesi doktora yeterlilik sınavı jüri üyeliği ve danışmanlığını Doç. Dr. Deniz Akbulut'un yaptığı öğretim görevlisi Latife Ağılgaç yeterlilik sınavını geçti.

Assoc. Prof. Deniz Akbulut served as a jury member and advisor for the doctoral qualification exam at İstinye University, and lecturer Latife Ağılgaç, under her supervision, successfully passed the qualification exam.



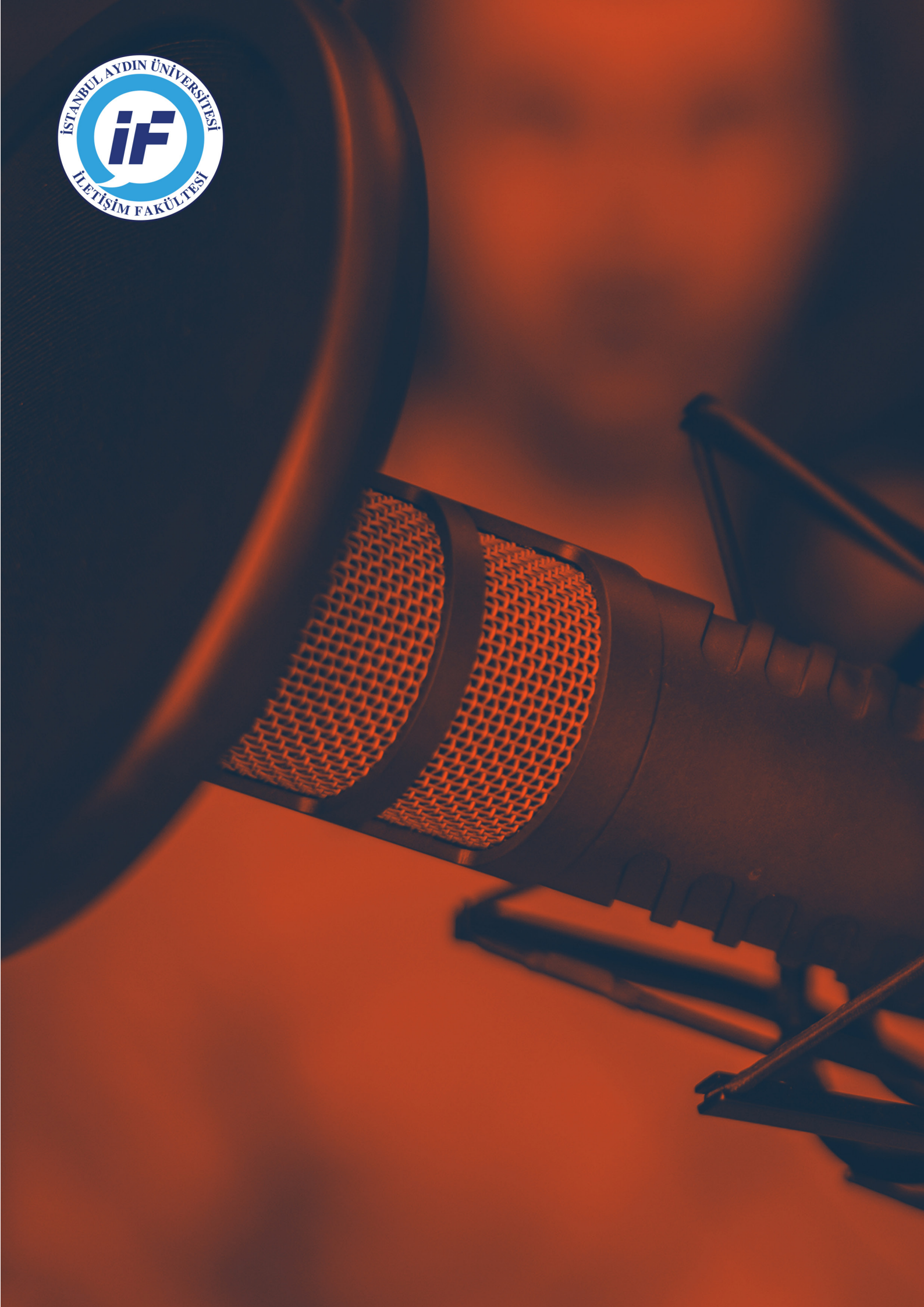
Doktora Yeterlilik Jürisi

Doctoral Qualification Committee

Reklamcılık Bölümü Başkanı Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge, Halkla İlişkiler ve Tanıtım öğretim üyeleri Dr. Öğr. Üyesi Birgül Üstünbaş ve Dr. Öğr. Üyesi Metin Enes Dönmez Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı doktora öğrencisi Güzide Firdevs Yılmaz'ın doktora yeterlik sınavında jüri üyesi olarak yer aldılar.

Assoc. Prof. Gonca Yıldırım Öge, Head of the Department of Advertising, along with Asst. Prof. Birgül Üstünbaş and Asst. Prof. Metin Enes Dönmez, faculty members of Public Relations and Promotion, served as jury members in the doctoral qualification exam of Güzide Firdevs Yılmaz, a doctoral student of the Public Relations and Promotion Department.







Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü

Department of Radio, Television and Cinema



TRT Radyo Programı Katılımı

TRT Radio Program Participation

Radyo Televizyon ve Sinema bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Hale Torun, TRT Radyoda Demet Akat'ın sunumuyla dinleyicilerle buluşan "Gecenin İçinden" programının konuğu oldu.

Assoc. Prof. Hale Torun, a faculty member of the Department of Radio, Television and Cinema, was a guest on the program "Gecenin İçinden" hosted by Demet Akat on TRT Radio, which meets with listeners.



Yüksek Lisans Tez Savunması

Master's Thesis Defense

Radyo, Televizyon ve Sinema Tezli Yüksek Lisans öğrencisi Enes Gül, "Film Senaryolarının Üretiminde Yapay Zekâ Teknolojilerinin Kullanım Durumu" başlıklı tezini başarıyla savunarak mezun oldu.

Enes Gül, a student of the Radio, Television and Cinema Master's Program with Thesis, successfully defended his thesis titled "The Use of Artificial Intelligence Technologies in Film Screenplay Production" and graduated.



Juri Üyeliği

Jury Membership

Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü Dr. Öğr. Üyesi F. Esra Öztürk Bedir, 1. Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi Kısa Film Festivali'nde jüri üyesi olarak yer aldı.

Dr. F. Esra Öztürk Bedir from the Department of Radio, Television and Cinema served as a jury member at the 1st Bandırma Onyedli Eylül University Short Film Festival.





T.C. İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ

T.C. İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ





Reklamcılık Bölümü

Department of Advertising

Galaksinin Tezenesi, Cheongju Uluslararası Kısa Film Festivali'nde yarışacak!

Galaksinin Tezenesi will compete at the Cheongju International Short Film Festival.

İAÜ İletişim Fakültesi Reklamcılık Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Semih Ellialtı'nın yazıp yönettiği Galaksinin Tezenesi adlı kısa film Güney Kore'nin en köklü kısa film festivallerinden olan 23. Cheongju Uluslararası Kısa Film Festivali'nde yarışacak! Film aynı zamanda İzmir'de düzenlenen TeosFest 2026 kapsamında gösterilecek filmler arasına seçilerek, ulusal festivallerdeki görünürlüğünü de sürdürmeye devam ediyor.

The short film "Galaksinin Tezenesi," written and directed by Asst. Prof. Semih Ellialtı from the Department of Advertising at IAU Faculty of Communication, will compete at the 23rd Cheongju International Short Film Festival, one of South Korea's most established short film festivals!

The film has also been selected for screening at TeosFest 2026 in İzmir, continuing its visibility in national festivals as well.

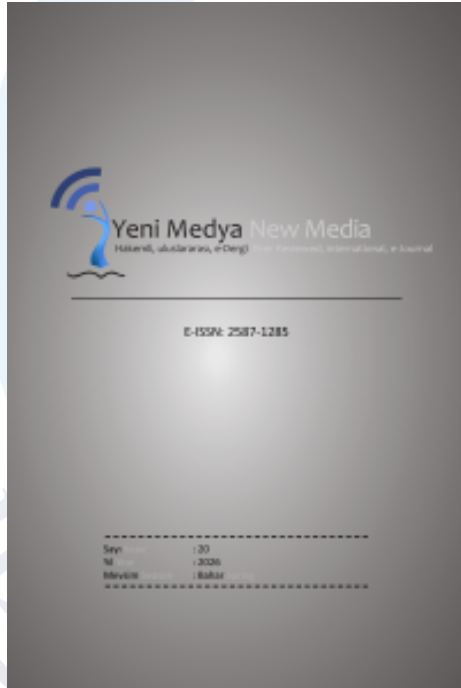


Akademik Yayın

Academic Publication

Reklamcılık bölümü Dr. Öğr. Üyesi İlkey Burak Taşkıran'ın, Prof. Dr. Mikail Batu ile hazırladığı “Yasa Dışı Kumarın Sosyal Medyada Sunumu: Instagram Reels Üzerinden Tematik Bir Araştırma” başlıklı araştırma makalesi, Yeni Medya Dergisi'nde yayımlandı.

The research article titled “Presentation of Illegal Gambling on Social Media: A Thematic Research on Instagram Reels,” co-authored by Asst. Prof. İlkey Burak Taşkıran from the Department of Advertising and Prof. Dr. Mikail Batu, was published in Yeni Medya Journal.



Akademik Yayın

Academic Publication

Reklamcılık bölümü Dr. Öğr. Üyesi İlkey Burak Taşkiran'ın hazırladığı "Kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının bibliyometrik analizi: Türkiye'deki lisansüstü tezler üzerine bir inceleme" başlıklı araştırma makalesi, Kayseri Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nde yayımlandı.

The research article titled "Bibliometric Analysis of Corporate Social Responsibility Research: An Examination of Postgraduate Theses in Turkey," prepared by Asst. Prof. İlkey Burak Taşkiran from the Department of Advertising, was published in Kayseri University Journal of Social Sciences.



Kurumsal sosyal sorumluluk araştırmalarının bibliyometrik analizi: Türkiye'deki lisansüstü tezler üzerine bir inceleme^{1A}

A bibliometric analysis of corporate social responsibility research: An examination of postgraduate theses in Türkiye

İlkey Burak TAŞKIRAN¹

Öz

İşletmeler ile toplum arasındaki ilişkilerin salt ekonomik düzlemde kalamayacağı günümüz dünyasında, kurumsal sosyal sorumluluk kavramı stratejik yönetimin kilit unsurlarından biri haline gelmiştir. İşletmelerin sürdürülebilir varlığını ve rekabet avantajını destekleyen bu kavram, akademik literatürde de geniş bir araştırma alanı oluşturmaktadır. Bu çalışma, Türkiye'de kurumsal sosyal sorumluluk üzerine hazırlanan lisansüstü tezlerin akademik gelişmelerini ortaya koymayı hedeflemektedir. Çalışma kapsamında, 2004-2025 yılları arasında YÖK Ulusal Tez Merkezi'nde yer alan 397 lisansüstü tez; yıl, üniversite, üniversite türü, şehir, enstitü, ana bilim dalı, yazım dili, yazar cinsiyeti, danışman unvanı, araştırma deseni, veri toplama tekniği ve anahtar kelime gibi değişkenler açısından incelenmiştir. Elde edilen bulgular; grafikler, tablolar ve şekiller aracılığıyla çözümlenmiştir. Araştırma sonucunda, kurumsal sosyal sorumluluk alanındaki akademik üretimin ağırlıklı olarak yüksek lisans düzeyinde gerçekleştiği ve 2019 yılında en yüksek seviyeye ulaştığı belirlenmiştir. İncelenen tezlerin büyük çoğunluğunun devlet üniversitelerinde tamamlandığı ve en fazla tezin Marmara Üniversitesi'nde üretildiği saptanmıştır. Coğrafi dağılımda İstanbul'un dikkat çekici bir üstünlüğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Tezlerin yoğunlukla sosyal bilimler enstitüsü çatısı altında hazırlandığı ve işletme ana bilim dalının öne çıktığı görülmüştür. Yazım dilinde Türkçe'nin hakim olduğu, yazar dağılımında ise kadın araştırmacıların çoğunlukta olduğu belirlenmiştir. Yöntemsel açıdan nicel araştırma desenlerinin ve veri toplama tekniklerinden anketin yaygın biçimde kullanıldığı tespit edilmiştir. Anahtar kelime analizinde ise kurumsal sosyal sorumluluğun genellikle marka, örgütsel bağlılık

^{1A} Yazarlar bu çalışmanın tüm süreçlerini araştırma ve yayın etiğine uygun olduğunu, etik kurullara ve bilimsel ahlak göstergelerine uyguladığını beyan etmiştir. Aksi bir durumda Kayseri Üniversitesi KAYÜSÖDER Dergisi sorumlu değildir.

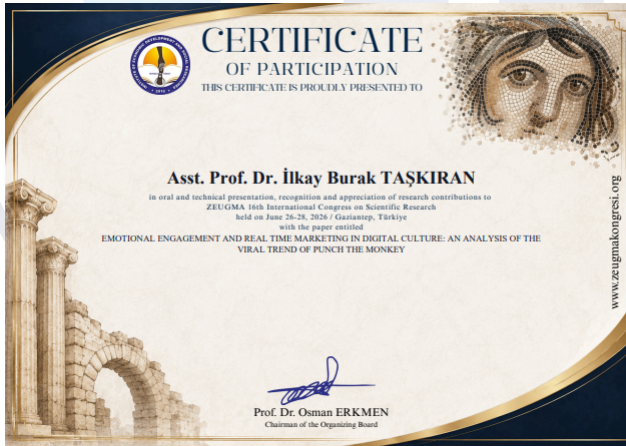
¹ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, ilkeytaskiran@aydin.edu.tr

Bildiri Sunumu

Paper Presentation

Reklamcılık bölümü Dr. Öğr. Üyesi İlkey Burak Taşkiran'ın, Prof. Dr. Emet Gürel ve doktora öğrencisi Ekin Karakuyu ile bilimsel araştırma projesi kapsamında hazırladığı "Dijital Kültürde Duygusal Etkileşim ve Gerçek Zamanlı Pazarlama: Maymun Punch Viral Trendi Üzerine Bir Analiz" başlıklı tam metin bildiri, 26-28 Haziran tarihlerinde hibrit şekilde düzenlenen 16. Uluslararası Zeugma Bilimsel Araştırmalar Kongresi'nde sunuldu.

The full-text paper titled "Emotional Interaction and Real-Time Marketing in Digital Culture: An Analysis on the Monkey Punch Viral Trend," prepared by Asst. Prof. İlkey Burak Taşkiran from the Department of Advertising together with Prof. Dr. Emet Gürel and doctoral student Ekin Karakuyu within the scope of a scientific research project, was presented at the 16th International Zeugma Scientific Research Congress, held in hybrid format on June 26-28.



THE BOOK OF FULL TEXT 16th International Zeugma Congress on Scientific Research
zeugmakongresi.org June 27-28, 2026 Gaziantep, Türkiye

DİJİTAL KÜLTÜRDE DUYGUSAL ETKİLEŞİM VE GERÇEK ZAMANLI PAZARLAMA: MAYMUN PUNCH VİRAL TRENDİ ÜZERİNE BİR ANALİZ
EMOTIONAL ENGAGEMENT AND REAL TIME MARKETING IN DIGITAL CULTURE: AN ANALYSIS OF THE VİRAL TREND OF PUNCH THE MONKEY

Prof. Dr. Emet GÜREL
Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi
ORCID:0000-0002-5120-8042

Dr. Öğr. Üyesi İlkey Burak TAŞKIRAN
İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
ORCID: 0000-0001-9520-9744

Doktora Öğrencisi Ekin KARAKUYU
Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
ORCID: 0000-0003-2906-342X

ÖZET
Dijitalleşme, kültürel ve ekonomik pratiklerin yanı sıra markaların hedef kitleleriyle kurduğu iletişim biçimlerini de dönüştürmüştür. Bu dönüşümün sunduğu hız ve etkileşim olanakları, markaların gündemdeki gelişmelere eş zamanlı karşılık vermesine dayanan gerçek zamanlı pazarlama yaklaşımının öne çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu çalışma, gerçek zamanlı pazarlamayı 2026 yılının başında sosyal medyada viral hale gelen Punch isimli makkak yavrusu vakası üzerinden çözümlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, nitel araştırma geleneğine uygun olarak tasarlanmış ve Punch trendini kullanan markalı içerikler betimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Bulgular, perakende, teknoloji ve kültür-sanat gibi geniş bir yelpazede yer alan markaların Punch trendini birbirinden farklı stratejilerle kendi iletişim gündemlerine taşıdığını ortaya koymaktadır. Markaların büyük bölümünün, Punch'un temsil ettiği yalnızlık, aidiyet ve şefkat gibi evrensel duygular üzerinden hedef kitleyle bağ kurmaya yöneldiği anlaşılmaktadır. Trendin en çarpıcı ticari yansıması ise viral içerikteki peluş oyuncakçı doğrudan sahiplenilen IKEA örneğinde gözlemlenmiştir. Sonuç olarak viral bir trendin gerçek zamanlı pazarlama araçlarıyla ölçülebilir ticari çıktılara ve sürdürülebilir bir dijital ilgiye dönüştürebildiği, ancak bu sürecin marka kimliğiyle uyumlu ve anlamlı bir iletişimi gerektirdiği değerlendirilmektedir. Bu yönüyle çalışmanın, gerçek zamanlı pazarlama ile dijital kültür ve duygusal etkileşim arasındaki ilişkiyi güncel bir vaka üzerinden ele alarak literatüre katkı sunması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gerçek Zamanlı Pazarlama, Dijital Kültür, Viral Pazarlama, Marka İletişimi, Duygusal Etkileşim, Punch.

ABSTRACT
Digitalization has transformed not only cultural and economic practices but also the ways in which brands communicate with their target audiences. The speed and interaction opportunities offered by this transformation have paved the way for the prominence of the real time marketing approach, which is based on brands responding simultaneously to current developments. This study aims to analyze real time marketing through the case of Punch, a baby macaque that went viral on social media at the beginning of 2026. The research was designed in line with the qualitative research tradition, and branded content using the Punch trend was examined through descriptive analysis. The findings reveal that brands across a wide spectrum such as retail, technology and culture and arts incorporated the Punch trend into their own communication agendas through different strategies. It is understood that most brands sought to connect with their target audiences through universal emotions such as loneliness, belonging and compassion represented by Punch. The most striking commercial reflection of the trend was observed in the case of IKEA, which directly embraced the plush toy featured in the viral content. As a result, it is evaluated that a viral trend can turn into measurable commercial outcomes and

* Bu çalışma, Ege Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından desteklenmiştir. Proje Numarası: 33099.

zeugmakongresi@gmail.com

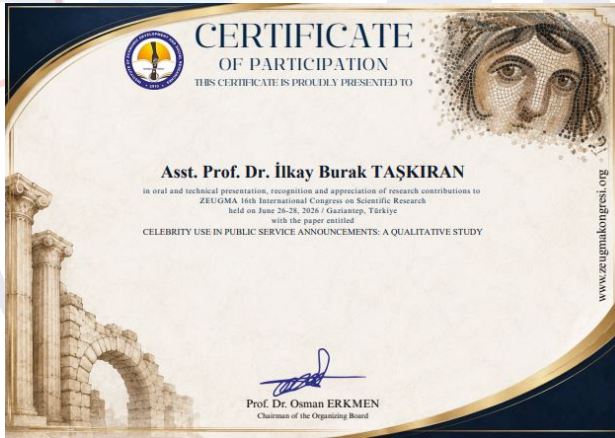
274

Bildiri Sunumu

Paper Presentation

Reklamcılık bölümü Dr. Öğr. Üyesi İlkey Burak Taşkıran'ın, Prof. Dr. Emet Gürel ve doktora öğrencisi Ekin Karakuyu ile hazırladığı "Kamu Spotlarında Ünlü Kullanımı: Nitel Bir Araştırma" başlıklı tam metin bildiri, 26-28 Haziran tarihlerinde hibrit şekilde düzenlenen 16. Uluslararası Zeugma Bilimsel Araştırmalar Kongresi'nde sunuldu.

The full-text paper titled "Celebrity Use in Public Service Announcements: A Qualitative Research," prepared by Asst. Prof. İlkey Burak Taşkıran from the Department of Advertising together with Prof. Dr. Emet Gürel and doctoral student Ekin Karakuyu, was presented at the 16th International Zeugma Scientific Research Congress, held in hybrid format on June 26-28.



THE BOOK OF FULL TEXT 16th International Zeugma Congress on Scientific Research
zeugmakongresi.org June 27-28, 2026 Gaziantep, Türkiye

KAMU SPOTLARINDA ÜNLÜ KULLANIMI: NİTEL BİR ARAŞTIRMA
CELEBRITY USE IN PUBLIC SERVICE ANNOUNCEMENTS: A QUALITATIVE STUDY

Prof. Dr. Emet GÜREL
Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi
ORCID:0000-0002-5120-8042

Dr. Öğr. Üyesi İlkey Burak TAŞKIRAN
İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
ORCID: 0000-0001-9520-9744
ilkaytaskiran@aydin.edu.tr, 0546 686 89 85

Doktora Öğrencisi Ekin KARAKUYU
Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
ORCID: 0000-0003-2906-342X

ÖZET

Kamu spotları, kamu yararına ilişkin konularda toplumu bilgilendirmek ve hedef kitlede olumlu yönde davranış değişikliği oluşturmak amacıyla hazırlanan kısa ve bilgilendirici içeriklerdir. Söz konusu içeriklerde mesajın etkililiğini artırmaya yönelik çeşitli iletişim ve ikna stratejilerinden yararlanılmaktadır. Bu stratejiler arasında ünlü kullanımı en sık başvurulan yöntemlerden biri olarak öne çıkmaktadır. Ünlülerin sahip oldukları tanınırılık, güvenilirlik ve toplumsal görünürlük, kamu spotlarında iletilen mesajın dikkat çekiciliğini ve inandırıcılığını güçlendiren bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışma, kamu spotlarında ünlü kullanımını tematik bir bakışla çözümlemeyi amaçlamaktadır. Nitel araştırma geleneğine uygun biçimde tasarlanan çalışmada, kamu spotları tematik analiz yöntemiyle kod, kategori ve tema düzeyinde incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) kurumsal YouTube sayfasında 2022-2026 yılları arasında yer alan kamu spotları oluşturmaktadır. Bu kapsamda izlenen 699 kamu spotu arasından tekrar eden içerikler ayıklanmış ve 521 kamu spotu değerlendirilmeye alınmıştır. Yürütülen çözümleme sonucunda bu spotlardan 44'ünün ünlü kullanımı içerdiği belirlenmiş ve ilgili içerikler ayrıntılı biçimde incelenmiştir. Araştırma verileri MAXQDA nitel veri analiz programı aracılığıyla çözümlenmiştir. Elde edilen bulgular, ünlü kullanımının ağırlıklı olarak sağlık, farkındalık ve güvenlik alanlarında yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Sağlık alanında Covid-19, farkındalık alanında yardım kampanyaları ve güvenlik alanında siber güvenlik en sık öne çıkan konular olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda çalışmanın, ilgili alanyazına ve ardıl araştırmalara katkı sunması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Spotu, Ünlü Kullanımı, İkna, Kaynak Güvenilirliği, Tematik Analiz.

ABSTRACT

Public service announcements are short and informative contents that are produced in order to inform society about matters of public interest and to foster positive behavioral change among target audiences. A range of communication and persuasion strategies are employed in these contents with the aim of enhancing the effectiveness of the message. Among these strategies, the use of celebrities stands out as one of the most frequently preferred methods. The recognition, credibility and social visibility that celebrities possess are regarded as elements that strengthen the salience and persuasiveness of the message conveyed in public service announcements. This study aims to analyze the use of celebrities in public service announcements from a thematic perspective. Designed in line with the qualitative research tradition, the study examines public service announcements at the level of codes, categories and themes through thematic analysis. The sample of the study consists of public service announcements published on the official YouTube page of the Radio and Television Supreme Council (RTÜK) between 2022 and 2026. Within this scope, 699 public service announcements were watched, repeated contents were eliminated and 521 announcements were taken into consideration. As a result of the analysis, 44 of these announcements were found to include the use of celebrities and the relevant contents were examined in detail. The research data were analyzed through the MAXQDA qualitative data analysis software. The findings reveal that the use of celebrities is predominantly concentrated in the fields of health, awareness

zeugmakongresi@gmail.com

284

Doktora Tez Jürisi

Doctoral Qualification Committee

Reklamcılık Bölümü Başkanı Doç. Dr. Gonca Yıldırım Öge, TİK jüri üyesi de olduğu İstanbul Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı doktora öğrencisi Murat Ünsal'ın doktora tez savunmasında jüri üyesi olarak yer aldı.

Assoc. Prof. Gonca Yıldırım Öge, Head of the Department of Advertising, served as a jury member in the doctoral thesis defense of Murat Ünsal, a doctoral student of the Public Relations and Promotion Department at Istanbul University, for which she is also a TİK jury member.







Televizyon Haberciliği ve Programcılığı Bölümü

*Department of Television News Reporting and
Programing*

Jüri Üyeliği

Jury Membership

Bölüm başkanımız Doç. Dr. Ayten Övür Üsküdar Üniversitesi Yüksek Lisans öğrencisi Mertcan Okumuşlar'ın tez savunmasında jüri üyesi olarak yer aldı. Yapılan savunma sınavında başarılı bulunan Okumuşlar'ın "X Platformundaki Yapay Zeka Ajanlarının Ontolojik Statüsü: Nesne-Yönelimli Ontoloji ve Ölü İnternet Perspektifi" başlıklı tezi kabul edildi.

Our Head of Department, Assoc. Prof. Ayten Övür, served as a jury member in the thesis defense of Mertcan Okumuşlar, a Master's student at Üsküdar University. Okumuşlar, who was found successful in the defense examination, had his thesis titled "The Ontological Status of Artificial Intelligence Agents on Platform X: Object-Oriented Ontology and Dead Internet Perspective" accepted.



Öğrenci Başarısı

Student Achievement

Bölüm öğrencimiz Yaren TAÇ, 5. Altın Meslek & Kariyer Ödülleri kapsamında Yılın En Başarılı Program Yapımcısı ödülünü kazandı.

Our department student Yaren Taç won the “Most Successful Program Producer of the Year” award within the scope of the 5th Golden Profession & Career Awards.



Akademik Faaliyet

Academic Activity

Bölümümüz öğretim üyesi Arş. Gör. Dr. Meltem BAŞARAN, Bilim İletişim Ofisi Geleceğin Meslekleri Teması kapsamında 30 Temmuz 2026 tarihinde Beylikdüzü Belediyesi Smart-B işbirliği ile “Değişen Meslekler, Değişmeyen Beceriler: Geleceğin İletişimcisi” Olmak başlıklı eğitim verdi.

Our department faculty member Res. Asst. Dr. Meltem Başaran provided a training titled “Changing Professions, Unchanging Skills: Becoming the Communicator of the Future” on July 30, 2026, in collaboration with Beylikdüzü Municipality Smart-B, within the scope of the Science Communication Office’s Future Professions theme.



Akademik Faaliyet

Academic Activity

Bölümümüz öğretim üyesi Arş. Gör. Dr. Meltem BAŞARAN, İstanbul Aydın Üniversitesi İnsan Kaynakları Müdürlüğü 2025-2026 Eğitim Planı dahilinde düzenlenen Eğitim Geliştirme Programı kapsamında İdari ve Destek Hizmetleri personeline 11 Temmuz 2026 tarihinde “Etkili İletişim ve Hitabet Eğitimi” başlıklı eğitim verdi.

Our department faculty member Res. Asst. Dr. Meltem Başaran provided a training titled “Effective Communication and Public Speaking Training” to Administrative and Support Services staff on July 11, 2026, within the scope of the Training Development Program organized under the 2025-2026 Training Plan of Istanbul Aydın University Human Resources Directorate.



Akademik Faaliyet

Academic Activity

Bölümümüz öğretim üyesi Arş. Gör. Dr. Meltem BAŞARAN, İstanbul Aydın Üniversitesi İnsan Kaynakları Müdürlüğü 2025-2026 Eğitim Planı dahilinde düzenlenen Eğitim Geliştirme Programı kapsamında Güvenlik Daire Başkanlığı personeline 8-9 Temmuz 2026 tarihlerinde “Etkili İletişim ve Hitabet Eğitimi” başlıklı eğitim verdi.

Our department faculty member Res. Asst. Dr. Meltem Başaran provided a training titled “Effective Communication and Public Speaking Training” to Security Department staff on July 8-9, 2026, within the scope of the Training Development Program organized under the 2025-2026 Training Plan of Istanbul Aydın University Human Resources Directorate.



Akademik Yayın

Academic Publication

Bölümümüz Dr. Öğr. Üyesi İpek KROM'un "Kültürel Bağlamda Reklamcılık ve Kolektif Bellek: Vakıfbank 'Ben Anadolu'yum' Reklamı Örneği" başlıklı makalesi Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 2026 Sayı:75'de yayımlandı.

The article titled "Advertising in Cultural Context and Collective Memory: The Case of Vakıfbank 'Ben Anadolu'yum' Advertisement" by our department faculty member Asst. Prof. İpek Krom was published in Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute, 2026 Issue: 75.



Pamukkale Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

2026, Sayı 75, 190–205
Geliş tarihi: 01.10.2025
Kabul tarihi: 24.12.2025

<https://doi.org/10.30794/pausbed.1559681>

Dergi ana sayfası: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/pausbed>

Araştırma Makalesi

Atıf Bilgisi: Krom, İ. (2026). Kültürel bağlamda reklamcılık ve kolektif bellek: Vakıfbank 'Ben Anadolu'yum' reklamı örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 75, 190- 205. <https://doi.org/10.30794/pausbed.1559681>/<https://izlik.org/IA66PN27AE>

KÜLTÜREL BAĞLAMDA REKLAMCILIK VE KOLEKTİF BELLEK: VAKIFBANK 'BEN ANADOLU'YUM' REKLAMI ÖRNEĞİ

İpek KROM¹

¹Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, TV Haberciliği ve Programcılığı Bölümü, ipekkrom@aydin.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-9420-0913>

Öz

Kültür kavramı tarihsel gelişim sürecinde 19. Yüzyıl'dan itibaren birincil olarak zihinsel, manevi ve estetik gelişimi; ikincil olarak birey ya da insan topluluklarının yaşam biçimini ve üçüncül olarak yüksek kültür ile bağdaştırılan anlamlar çerçevesinde kullanılmıştır (Williams, [1976] 2005: 110). Milli kültür ise bir ülkede hâkim olan düşünce, davranış, gelenek, görenek, inanış, örf, adet, değer gibi kavramları içine alan bir bütündür. Milli kültür bir ülkenin devlet yapısını, hukuk sistemini, dilini, tarihini, coğrafyasını ifade ederken aynı zamanda el sanatları gibi sanatsal varlıklarını, bilim ve teknoloji alanındaki altyapı ve gelişmeleri, felsefi ve düşünsel kimliğini de içerir. Bu araştırmada Vakıfbank 'Ben Anadolu'yum' reklam filmi örnek olay incelemesi yöntemine göre Hofstede ve arkadaşlarının (1990) Kültürel Soğan Modeli çerçevesinde incelenmiştir. Model kapsamında makalede kültür, değerler, ritüeller, kahramanlar ve sembollerden oluşan unsurlar altında ele alınmıştır. Kültürel analiz yapıldığı makalede ayrıca markanın kurumsal kimliği ve kültürel unsurları kolektif belleğe aktarmadaki rolü analiz edilmiştir. Araştırmada kurumsal reklamların milli kültür bağlamında kolektif belleğin yaşatılmasında, kalıcılığını sağlamada ve kuşaktan kuşağa aktarılmasında önemli bir rol oynadığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar kelimeler: Kolektif Bellek, Kurumsal kimlik, Kültür, Reklam araştırmaları, Reklam stratejisi.

ADVERTISING, CULTURE AND COLLECTIVE MEMORY: THE CASE OF VAKIFBANK'S 'I AM ANATOLIA' ADVERTISEMENT

Abstract

In its historical development, the concept of culture has been used primarily as a mental, spiritual and aesthetic development since the 19th century; secondarily, as a lifestyle of individuals or groups of people; and thirdly, within the framework of meanings associated with high culture (Williams, [1976] 2005: 110). National culture, on the other hand, refers to a comprehensive whole that encompasses the dominant thoughts, behavior, traditions, customs, beliefs, and values of a country. While national culture reflects a country's state structure, legal system, language, history, and geography, it also comprises artistic assets such as handicrafts, infrastructure and developments in the field of science and technology as well as philosophical and intellectual identity. In this research, using the case study method, the Vakıfbank 'I am Anatolia' advertisement is analyzed according to the cultural elements consisting of culture, values, rituals, heroes and symbols of Hofstede and colleagues' (1990) Cultural Onion Model. Furthermore, the corporate identity of the brand is discussed and the role of the advertisement in transferring cultural elements to the collective memory is explored. The study concludes that corporate advertisements play a significant role in keeping the collective memory alive in the context of national culture, ensuring its permanence and transmitting from generation to generation.

Keywords: Collective memory, Corporate identity, Culture, Advertising Research, Advertising strategy.

Yayımlanan makalenin telif hakkı, CC BY 4.0 lisansı kapsamında yazara aittir. Bu lisansın bir kopyasını görmek için şu adresi ziyaret ediniz: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Vine



LinkedIn



Instagram

Google

YouTube



Facebook

Twitter

Yeni Medya ve İletişim Bölümü

Department of New Media and Communication



Bildiri Sunumu

Paper Presentation

Yeni Medya ve İletişim Bölümü Arş. Gör. Beste Çırak'ın Advancing Local Knowledge For A Brighter And Sustainable Future adlı sempozyumda sunduğu The Treadwife Trend on Social Media: Rising Hostility to Feminism isimli bildirisi özet kitabında yayımlandı.

The paper titled "The Treadwife Trend on Social Media: Rising Hostility to Feminism," presented by Res. Asst. Beste Çırak from the Department of New Media and Communication at the symposium "Advancing Local Knowledge For A Brighter And Sustainable Future," was published in the abstract proceedings book.

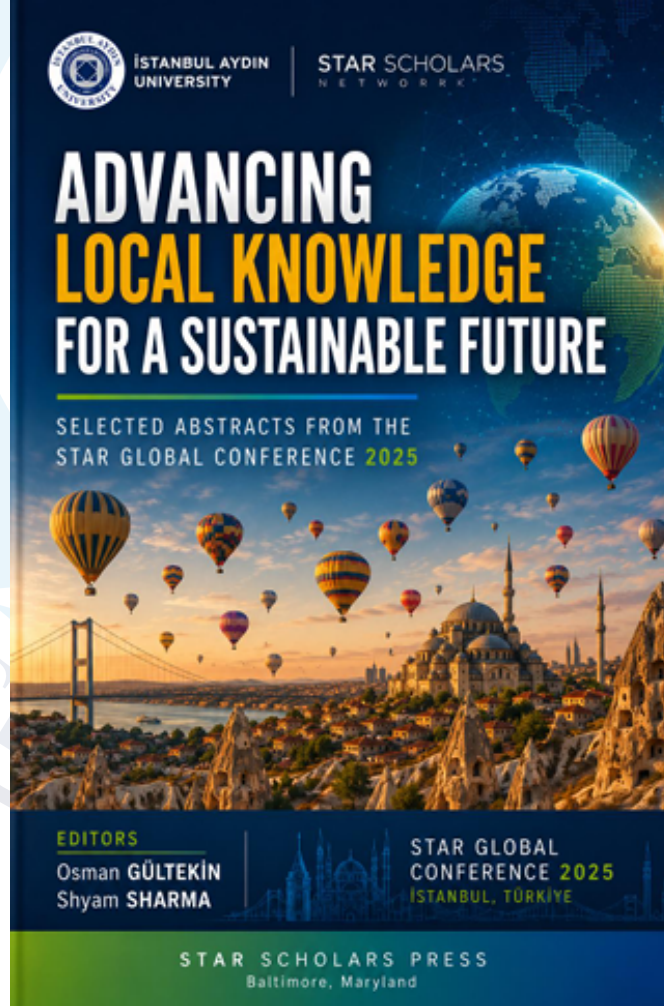


Bildiri Sunumu

Paper Presentation

Yeni Medya ve İletişim Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Selin Yılmaz'ın Advancing Local Knowledge For A Brighter And Sustainable Future adlı sempozyumda sunduğu Machine or Human? The Question of Biopolitics In Foucault isimli bildirisi özet kitabında yayımlandı.

The paper titled "Machine or Human? The Question of Biopolitics In Foucault," presented by Asst. Prof. Selin Yılmaz from the Department of New Media and Communication at the symposium "Advancing Local Knowledge For A Brighter And Sustainable Future," was published in the abstract proceedings book.

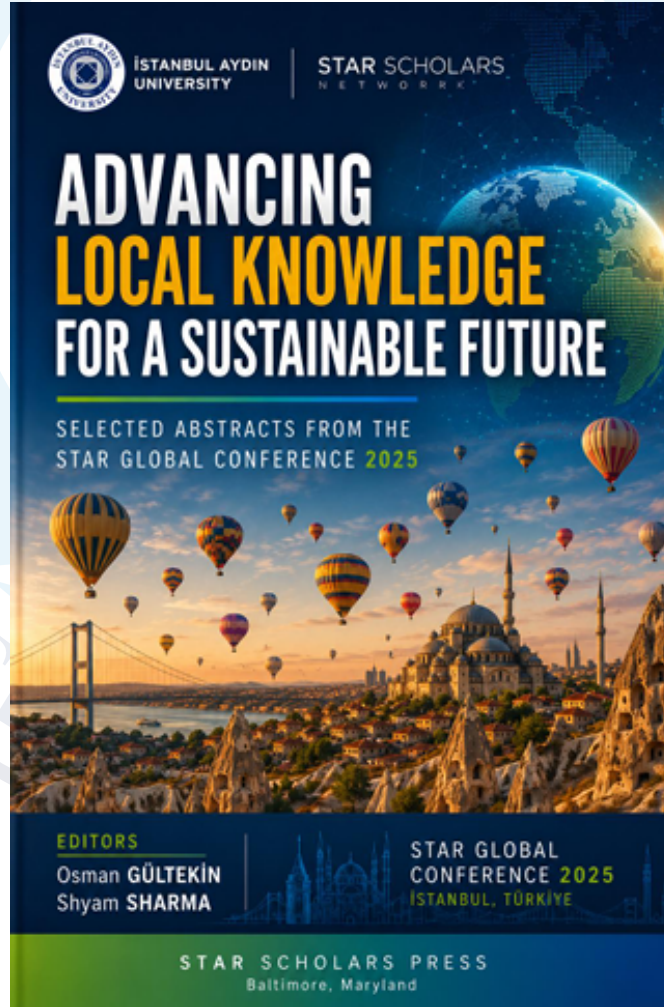


Bildiri Sunumu

Paper Presentation

Yeni Medya ve İletişim Bölümü Başkanı Doç. Dr. Nur Emine Koç'un Advancing Local Knowledge For A Brighter And Sustainable Future adlı sempozyumda sunduğu AI – Driven Storytelling in the New Media Education: Opportunities and Challenges isimli bildirisi özet kitabında yayımlandı.

The paper titled "AI – Driven Storytelling in the New Media Education: Opportunities and Challenges," presented by Assoc. Prof. Nur Emine Koç, Head of the Department of New Media and Communication, at the symposium "Advancing Local Knowledge For A Brighter And Sustainable Future," was published in the abstract proceedings book.









Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü (İngilizce)

Department of Radio, Television and Cinema
(English)



Akademik Yayın

Academic Publication

Radyo, Televizyon ve Sinema (İngilizce) Bölüm Başkanı Dr. Tuğba Gülal'ın Times Higher Education (THE) Campus'ta "A Philosophical Approach Can Help Media Students Understand Complex Terms" başlıklı makalesi yayınlanmıştır. Makalede özgürlük, eyleycilik (agency), temsil ve özerklik gibi soyut kavramlarla öğrencilerin daha eleştirel biçimde etkileşim kurmasına yardımcı olarak analitik ve felsefi düşünmenin medya ve iletişim eğitimini nasıl zenginleştirebileceğini ele alınmıştır.

<https://www.timeshighereducation.com/campus/philosophical-approach-can-help-media-students-understand-complex-terms>

An article titled "A Philosophical Approach Can Help Media Students Understand Complex Terms" by Dr. Tuğba Gülal, Head of the Department of Radio, Television and Cinema (English), has been published in Times Higher Education (THE) Campus. The article discusses how analytical and philosophical thinking can enrich media and communication education by helping students engage more critically with abstract concepts such as freedom, agency, representation, and autonomy.



Dergi Kurul Üyeliği

Journal Editorial Board Membership

Dr. Tuğba Gülal, İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi İngilizce Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü Öğretim Üyesi ve Bölüm Başkanı olarak, uluslararası akademik dergi Studi'OU'nun Bilimsel ve Danışma Kurulu üyeliğine atanmıştır. Bilimsel ve Danışma Kurulu üyesi olarak Dr. Gülal, derginin editoryal vizyonunu destekleyerek, bilimsel niteliğini teşvik ederek ve uluslararası akademik iş birliğini güçlendirerek derginin akademik gelişimine katkıda bulunacaktır.

Dr. Tuğba Gülal, Assistant Professor and Chair of the Department of Radio, Television and Cinema (in English) at the Faculty of Communication, Istanbul Aydın University, has been appointed as a member of the Scientific and Advisory Board of Studi'OU, an international academic journal. As a member of the Scientific and Advisory Board, Dr. Gülal will contribute to the journal's academic development by supporting its editorial vision, promoting scientific quality, and strengthening international scholarly collaboration.



Homo Academicus Yeni Bölüm

Homo Academicus New Episode

Radyo, Televizyon ve Sinema İngilizce bölümü araştırma görevlisi İbrahim Öksüz'ün podcast serisi Homo Academicus'un yeni bölümü yayınlandı. Konuk Radyo Televizyon ve Sinema Araştırma Görevlisi Fahrettin Girgin ile Etkin Kavramı ve Sinemadaki Görünümleri üzerine bir sohbet gerçekleştirildi.

A new episode of the podcast series Homo Academicus by Res. Asst. İbrahim Öksüz from the Department of Radio, Television and Cinema (English) has been released. A conversation was held with the guest Res. Asst. Fahrettin Girgin from Radio, Television and Cinema on the concept of Event and its appearances in cinema.

Podcast Bölümü

Homo Academicus S2. B6 | #19 | Etik Kavramı ve Sinemadaki Görünümleri



Homo Academicus

Dergi Yazısı

Journal Article

Radyo, Televizyon ve Sinema İngilizce bölümü araştırma görevlisi İbrahim Öksüz'ün Gazetecilik bölümünün çıkardığı Göz dergisinin yeni sayısında Küba: Müziğin, Dansın ve Devrimin Ülkesi başlıklı Küba gezisine dair yazısı yayımlandı.

An article about a trip to Cuba titled "Cuba: The Land of Music, Dance, and Revolution" by Res. Asst. İbrahim Öksüz from the Department of Radio, Television and Cinema (English) was published in the new issue of Göz magazine, which is produced by the Department of Journalism.



Haber - Fotoğraf | İbrahim ÖKSÜZ

İAÜ İletişim BÜLTEN



İstanbul Aydın Üniversitesi | **İletişim Fakültesi**

2026 TEMMUZ BÜLTENİ | July Bulletin



İSTANBUL AYDIN
ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM
ENSTİTÜSÜ

2026-2027 GÜZ DÖNEMİ BAŞVURULARINDA

İAÜ LİSANS MEZUNLARINA LİSANSÜSTÜ PROGRAMLARINDA

%50 BURSA DESTEĞİ

Başvuru
Başlangıç
Tarihi: **18
MAYIS
2026**

Başvuru
Bitiş
Tarihi: **18
EYLÜL
2026**



Bilgiye Değer Verenlere,
Başarıya Giden Yolda %50 Destek!

Başvuru için:

<https://apply.aydin.edu.tr/lisansustu/>

iauenstitu@aydin.edu.tr | X @ lisansustuiaul