

Korona Günlerinde

DİJİTAL TOPLUM

Editör: Ayten ÖVÜR



DAR
YAYINLARI

Korona Günlerinde

DİJİTAL TOPLUM

Editör: Ayten ÖVÜR

Kitabın Adı
Korona Günlerinde Dijital Toplum

Editör
Ayten ÖVÜR

Yayın No 0295

ISBN 978-975-353-637-0

Basım Yılı 2020

Kapak Tasarımı
İzel Aytap

Yayıncı

DER Kitabevi Yayınevi ve Dağıtım Paz. Ltd. Şti.
Molla Fenari Sokak, Der Han 28/A, 34410 Cağaloğlu - İSTANBUL.
Tel: (0212) 527 01 65 - 511 51 90 / Faks: (0212) 511 47 76
e-posta: der@der yayinevi.com.tr / info@der yayinevi.com.tr
www.der yayinevi.com.tr

Sertifika No: 45521

Şubelerimiz

Der Kitabevi Sahaflar Çarşısı No: 1 Beyazıt / İSTANBUL
Tel: (0212) 513 55 75

Derin Kitabevi Sahaflar Çarşısı No: 3 Beyazıt / İSTANBUL
Tel: (0212) 513 18 20

Basım / Cilt

Birlik Ozalit

Sertifika No: 20179

Copyright © Bu kitabın, tüm hakları Der Kitabevi Yayınevi ve Dağıtım Paz. Ltd. Şti'ne aittir. Yayınevinin yazılı izni alınmadan tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik ya da fotokopi yoluyla basımı, yayımı, kopyalaması, çoğaltımı veya dağıtımını yapılamaz.

Önsöz



Yeni Normal Dünya Düzeni

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi iletişim olgusuna farklı bir boyut kazandırmaktadır. Analog sistem yerini dijital sistemlere bırakmaktadır. Her türlü iletişim aracı toplumsal dinamiklere, ekonomik ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak güncellenmektedir. Kaynaktan hedefe ileti aktarımı olarak tanımladığımız iletişim olgusu, günümüzde üç boyutlu yazıcılar gibi araçlarla karma gerçeklik ortamlarıyla çok boyutluluk kazanmakta ve var olduğu topluma yön vermektedir. Teknolojik gelişmeler ve değişimler bireyleri, toplumları, iktidar yapılarını ve ekonomiyi dönüştürmektedir. Bu değişim “Dijital Dönüşüm” olarak adlandırılmaktadır. Bu dönüşüm kalıpları yıkmadan ama değiştirerek, kendine özgü bir dil ve teknik kullanarak sürekli güncellenmektedir. Medya da teknolojik gelişmelere bağlı olarak dönüşmekte ve “yeni medya” kavramı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Medya ve yeni medya sistemlerinin değişimi ve dönüşümü sonucunda üretilen bilgiler toplumu yönlendiren, etkileyen nitelikler taşımaktadır. Medya bireylerin, toplumun ne düşünmesi ne konuşması, neyi tartışması konusunda kimi zaman yönlendirici olabilmektedir. Teknik bilgi her zaman yönlendirici olmaktadır. Fransız Filozof Descartes’ın “*Düşünüyorum, o halde varım!*” söylemi, günümüzde “*Teknolojiyi kullanıyorum, o halde varım!*” söylemiyle güncellenmektedir. Bu noktada medya, ‘yeni’ sıfatıyla birlikte ortaya çıkan ‘*etkileşimlilik*’, ‘*dijitallik*’, ‘*sanallık*’ ve ‘*ağ bağlantılılık*’ gibi niteliklerle yaşamımıza yön vermektedir ve hatta bireyler, farkında olmadan ve severek dijital kimliklere bürünmektedirler. Çünkü dijital kimlikler bireylere dünyanın her yerine erişim avantajı sunmaktadır. Dijital kimliklerle bireyler sanal dünyada zaman - mekanüstü bir gerçeklik içinde yaşamaktadır.

Sanal dünya bireyler için adeta bir kaçış, dinlenme ve eğlence mekânına dönüşmüştür. Bireyler artık kendilerini mutlu eden, doğru ve düşüncelerini özgürce ifade edebildikleri mekân olarak sanal dünyayı seçmektedir. Sanal dünyada sahip olunan dijital kimlik kamusal alan sınırları içerisinde bireylere kolaylık ve hız kazandırmaktadır. Örneğin, uçak bileti ya da banka işlemleri dijital kimliklerle kısa zamanda ve mekândan bağımsız olarak gerçekleştirilebilmektedir. Bireyler dijital dünyada üretilen kültürel yapı içerisinde yaşamaya de-

vam etmektedir. Gerçeklik sürekli olarak kopyalanmakta yani simüle edilmektedir. Baudrillard'ın belirttiği gibi üretilen gerçeklik (kopya), gerçeğin yerini almaktadır. “Kopya, kopyanın kopyasıdır” söylemiyle bireyler simüle edilen dünyada yaşamakta ve yabancılaşmaktadır. Çünkü hemen hemen her şeyin dijitalde karşılığını bulmakta ve iki dünya arasındaki sınırın şeffaflaştığından, ortadan kalktığından habersiz bir biçimde yaşamaktadır. Dijitalin belirleyici olma durumu, gerçek ve sanal dünyayı iç içe geçirmiştir.

Pandemi dönemiyle birlikte insanların dijital kimliklerine daha çok bağlandıkları ve sanal dünyada daha çok yer aldıkları görülmektedir. Gerçek dünyada yaşanacak yer bulunamadığında, sanal dünya insanlar için bir kaçış, bir nefes olmaktadır. Ayrıca bireylerin gerçek dünyada mekâna bağımlı olarak yaptığı iş ve çalışmalar, sanal dünyaya taşınarak hız, zaman ve kolaylık kazandırmaktadır. Yeni normal dünya düzeni teknolojiyle iç içe olarak varlığını sürdürmekte, özellikle sağlık ve ekonomi alanlarındaki gelişmelere katkıda bulunmaktadır. “Korona Günlerinde Dijital Toplum” çalışmasının editörlüğünü yapan Dr. Ayten Övür’ü pandemi sürecinde göstermiş olduğu çalışma disiplininin ve temposundan dolayı kutlarım. Çünkü bu dönemde yapılan online eğitim, haber paylaşımı, eğlence türleri, dijital kültür – online (çevrimiçi) sanat programları bireylere günlük yaşamın devam ettiğini göstermektedir. Bu çalışma; korona günlerinde karşı karşıya kaldığımız pandemi sürecinde yeni uygulama politikalarını inceleyen, gözlemleyen, araştıran, çözümleyen ve tanımlayan bir yaklaşımla üretilmiştir. Bu eseri okurken okuyucularımız kendi yaşamlarından da kesitler ve sonuçlar bulabileceklerdir. Katkı sağlayan bütün yazar ve ekibimize teşekkür eder keyifli okumalar dilerim.

İstanbul Aydın Üniversitesi Yeni Medya Uygulama ve Araştırma Merkezi bünyesinde ekip olarak yapılan bu çalışmada öncelikle İstanbul Aydın Üniversitesi Müttevelli Heyet Başkanımız Doç. Dr. Mustafa AYDIN’a katkı ve desteklerinden dolayı teşekkürü borç biliriz. Sanal Gerçeklik laboratuvarının kuruluşundan beri yapmış olduğu multidisipliner çalışmalara verdiği desteklerden dolayı Prof. Dr. Hasan SAYGIN hocamıza da teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Deniz YENGİN

İstanbul Aydın Üniversitesi

Yeni Medya Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü

İstanbul, 2020

İÇİNDEKİLER



Önsöz	VII
Giriş	1
Dijital Topluma Geçiş ve Yansımaları Üzerine Eleştirel Bir Bakış Ayten Övür	8
Korona Günlerinde Üniversite Öğrencilerinin Yaşadığı Sanal Ortam Yalnızlığı Sendromu Tamer Bayrak - Deniz Yengin	33
Halkla İlişkilerde Kamuyu Bilgilendirme Modeli Bağlamında Örnek Olay İncelemesi: Covid-19 Vaka Sayılarının Kamuoyuna İletimi Berkan Bayındır	49
Instagram’da Covid-19: Sağlık İletişimi Bağlamında Retrospektif Bir İnceleme Tolga Kara	66
Dijital Kültür ve Çevrim İçi Haber Videoları Gökmen H. Karadağ	81
Türkiye’deki Bankaların Etkileşimli İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Instagram Kullanma Pratikleri Üzerine Bir Araştırma Çiğdem Aytekin - Cem Sefa Sütcü - Bahar Özaksoy	106
Afet ve Yardımlaşmayla İlgili Sivil Toplum Kuruluşlarının Dijital Halkla İlişkiler Bağlamında Twitter Uygulamaları And Algül - Yiğit Yazar	137
Havacılık Sektöründe Kriz İletişimi Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Nitel Bir Araştırma Hikmet Tosyalı - Özlem Çapan Özeren	158

Dijital Çağda Kriz İletişimi Çerçevesinde Kurumsal İtibar Yönetimi Deniz Akbulut - Metin Enes Dönmez	189
Dijitalleşme Sürecinde E-Devlet Kapısı Yarkın Çelik	210
Bir Gönüllü İfşa Aracı Olarak Panoptikon Selin Yılmaz	236
Türk Film Eleştirisinde Dijital Dönüşüm Okan Ormanlı	249
Çok Oyunculu Çevrimiçi Savaş Arenası (MOBA) Tasarımında Eşleştirme Sistemi Öğelerinin Oyuncu Deneyimi Teorisinde Oyun Beklentisine Etkileri Aydın Ömer Kulen	264
Yazarlar Hakkında	312
Dizin	320

Giriş



Kentlerdeki nüfus büyüklüğü, yoğunluğu, heterojenliği, ikincil derecedeki ilişkilerin baskınlığı, yardımlaşma duygusundan ve kendini ifade edebilme yeteneğinden yoksun olma gibi kent yaşamına ait olduğu ifade edilen özellikler Chicago Okulu üyeleri tarafından belirlenmiş ve analiz edilmiştir. Wirth'e göre kentleşme; bireylerin hayat tarzlarında ve dünyayı algılama biçimlerinde meydana gelen farklılaşmaları işaret eden bir süreçtir. Bize göre de dijitalleşme benzer şekilde bireylerin hayat tarzlarında ve dünyayı algılama biçimlerinde meydana gelen farklılaşmaları işaret eden bir süreç olarak da değerlendirilebilir.

Bizler İstanbul Aydın Üniversitesi ekolünden gelen bir ekip- le, dijitalleşmenin toplum ve bireyler üzerindeki etkilerine eğilme gayreti içerisinde çalışmalar yapmaktayız. Dijital hastalıklar kitabıyla dijitalleşmenin getirdiği fizyolojik ve psikolojik hastalık semptomlarını konu edinmiştik. Toplumun büyük kısmında ortaya çıkan çeşitli hastalıklardaki artışa (boyun, bel fıtığı, kol, bilek, parmak ağrıları, obezite, kanser vakaları vs.) ve psikolojik semptomlara (nomofobi, netlessfobi, dijital esriklik vs.) dikkat çekmiştik. Bir başka çalışmada sanal gerçeklik gözlüklerinin olası etkilerini incelemiştik. Bu kitapta da dijital toplumu çeşitli yönleriyle, başka bakış açılarıyla incelemek amacındayız.

Bu bağlamda İstanbul Aydın Üniversitesi Dr. Öğretim Üyesi Ayten Övür, “**Dijital Topluma Geçiş ve Yansımaları Üzerine Eleştirel Bir Bakış**” başlıklı bölümde Pandemi ilan edilen Covid-19 virüsü sonrasında tüm dünyada yaşanan gelişmeler ışığında Dijital Topluma geçişin hızlandığını belirterek, Dijital Toplum üzerine eleştirel bir çalışma hazırlamıştır. Dijitalleşme ile ilgili yapılan çalışmalar ve yaşanan gelişmeler göz önünde bulundurularak, eleştirel bir yaklaşımla hazırlanan çalışmada amaç, yaşadığımız çağın bir gerçeği olan dijital toplumu çeşitli yönleriyle analiz etmektir.

COVID-19 pandemisi 31 Aralık 2019 tarihinde, Wuhan Belediyesi Sağlık Komitesi tarafından sebebi bilinmeyen yeni zatürre vakalarının bildirilmesiyle dünya çapında bilinir olmuştur. Dünya Sağlık Örgütü'nün küresel salgın anlamına gelen pandemi ilanına neden olan bu virüs oldukça kolay şekillerle (hapşırma yoluyla saçılan

damlacıklar, eller ile göz, ağız, burun mukozasına temasla) yayılmakta ve ciddi akut solunum yolu hastalığına neden olmaktadır. Ülkelerin aşı bulunana kadar verdiği mücadelelerin önemli bölümünü ise sosyal izolasyon oluşturmuştur. İnsanların mümkün olduğunca evlerinde kalmasının sağlanmaya çalışıldığı bu dönemde virüsün yayılım hızında düşüşler gözlenmiştir. Ancak bu durum insanlarda hem fiziksel hem de psikolojik problemlere neden olmuştur. Eğitim, iş ve ticaret gibi pek çok alanın işleyişinde dönüşüme neden olan virüs nedeniyle, Türkiye’de üniversite eğitimi, yüz yüze eğitim modelinden uzakta eğitim modeline dönüşmüştür. Bu süreçte öğrenciler pek çok problem yaşamıştır. İstanbul Aydın Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Deniz Yengin ve Dr. Öğretim Üyesi Tamer Bayrak, **“Korona Günlerinde Üniversite Öğrencilerinin Yaşadığı Sanal Ortam Yalnızlığı Sendromu”** başlıklı bölümde bu sorunlara eğilmişlerdir. Yapılan gözlemlerde öğrencilerin karşılaştıkları en ciddi problemlerden birinin sosyal hayattan kopmaları ve eve kapanmalarından dolayı yaşadıkları sanal ortam yalnızlığı sendromu olduğu görülmüştür. Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin yaşadığı sanal ortam yalnızlığı sendromu incelenmiş, çözüm önerileri sunulmuş ve yapılacak nicel çalışmalar için temel oluşturmak amaçlanmıştır.

İstanbul Aydın Üniversitesi doktora öğrencisi Berkan Bayındır, **“Halkla İlişkilerde Kamuyu Bilgilendirme Modeli Bağlamında Örnek Olay İncelemesi: Covid-19 Vaka Sayılarının Kamuoyuna İletimi”** başlıklı çalışmasında 2020 yılının Mart ayının 11’inde ülkemizde ilk yeni tip Koronavirüs Covid-19 vakasının açıklanmasının ardından Sağlık Bakanı Fahrettin Koca’nın şahsi Twitter hesabından yapmış olduğu günlük vaka sayısı paylaşımlarını, halkla ilişkiler özelinde *“Kamuyu Bilgilendirme”* modeli bağlamında incelemiştir. İnceleme sonucunda kamuyu bilgilendirme modelinin Ivy Ledbetter Lee tarafından ilk defa kullanılmasının üzerinden geçen 100 yılı aşkın süreden sonra, Sağlık Bakanı Fahrettin Koca’nın Twitter paylaşımlarının Ivy Lee’nin belirttiği ilkeler bildirişiyle ne derece örtüştüğü betimleme yöntemiyle değerlendirilmiştir.

Koronavirüs (Covid-19) salgını, yaşam alanımızı yeniden şekillendirirken gündelik hayat pratiklerine de önemli etkilerde bulunmuştur. Hemen hemen tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de mevcut karantina politikaları, insanların çeşitli nedenlerle sosyal medya uygulamalarına akın etmesine neden olmuştur. Bu nedenlerin en başında da kamu sağlığına ilişkin bilgi ihtiyacı gelmektedir.

Sosyal medya, sağlık iletişimi bağlamında kamu sağlığına ve pandemi sürecine ilişkin haberlerin yayılmasında ve insanların iletişim halinde kalmasında önemli bir rol oynamıştır. Doç. Dr. Tolga Kara **“Instagram’da Covid-19: Sağlık İletişimi Bağlamında Retrospektif Bir İnceleme”** başlıklı çalışmasında, görüntü paylaşım platformu Instagram’ın Covid-19 salgını sürecinde sağlık iletişimi bağlamında nasıl kullanıldığını ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışmasında, Instagram’ın, Covid-19 salgını sürecinde, kullanıcı duygularında yaşanan değişimi tespit etmek ve kamu sağlığı genel durumunu belirlemek amaçlı bir gözetim aracı olarak kullanılıp kullanılmayacağını incelemeye çalışmıştır.

İstanbul Aydın Üniversitesi Dr. Öğretim Üyesi Gökmen H. Karadağ da **“Dijital Kültür ve Çevrim İçi Haber Videoları”** başlıklı bölümde geleneksel haber videolarından farklı olarak yeni medyada haber videosu alanının nasıl evrildiğini incelemiştir. Çevrim içi haber videosu üretim ve dağıtımında yeni eğilimler hem literatür taramasıyla hem de TRTWorld, BBC News Türkçe, Euronews Türkçe ve DW Türkçe’deki sektör profesyonelleriyle gerçekleştirilmiş yarı yapılandırılmış görüşmelerle ortaya çıkarılmıştır. Örneklemin seçiminde televizyon içeriklerini aynen veya değiştirerek yeni medyaya servis etmek yerine dijital özgü içerik üretimi konusunda olgunlaşmış olmak dikkate alınmıştır. Çalışmada şu sorulara yanıt aranmıştır: Yeni medyada haber videosu alanının dönüşümü haber organizasyonlarının üretim yapısını nasıl değiştiriyor? Yeni medyada haber videosu içeriği üretimi ve dağıtımında hangi kriterler belirleyici oluyor? Yeni medya haber videoları geleneksel medya haber videolarından nasıl farklılaşıyor? Haber videoları farklı sosyal platformlardaki kullanıcılara nasıl hitap ediyor?

Doç. Dr. Çiğdem AYTEKİN, Prof. Dr. Cem Sefa SÜTÇÜ ve Bahar ÖZAKSOY, **“Türkiye’deki Bankaların Etkileşimli İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Instagram Kullanma Pratikleri Üzerine Bir Araştırma”** başlıklı çalışmada, Instagram mecrasının bankacılık sektörü için müşterilerle etkileşimli bir iletişim kurmada alternatif bir kanal olduğu öngörüsünden hareketle bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada en fazla takipçi sayısına sahip 4 banka ele alınmış ve ağı kullanma pratikleri incelenmiştir. Instagram mecrası çalışmada teknoloji indirgemeci bir bakış açısıyla incelenmiş, banka-müşteri etkileşimi araştırmaya konu edilmiştir. Yapılan analizlerle

hem banka hem müşteri tarafında gerçekleşen motivasyonlar ortaya konmuş ve önerilerde bulunulmuştur.

Dünya genelindeki eğilim gibi Türkiye’de de sosyal medya kullanımını oldukça yaygındır hatta Türkiye’nin sosyal medya kullanım istatistiklerinin çok sayıda gelişmiş batılı toplumun üzerinde olduğu görülmektedir. Kurumlar da ilgili hedef kitlelerine erişim sağlayabilmek amacıyla dijital halkla ilişkiler kapsamında çeşitli sosyal medya alanlarında yer almıştır. Bu bağlamda İstanbul Aydın Üniversitesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. And Algül ve yüksek lisans öğrencisi Yiğit Yazar “**Afet ve Yardımlaşmayla İlgili Sivil Toplum Kuruluşlarının Dijital Halkla İlişkiler Bağlamında Twitter Uygulamaları**” başlıklı bir çalışma yapmıştır. Çalışma kapsamında, sivil toplum kuruluşlarının Twitter paylaşımlarının genel eğiliminin nasıl olduğu ve Twitter’daki halkla ilişkiler uygulamalarının kurum imajına olumlu yönde katkı sağlayıp sağlamadığı araştırılmıştır. Amaç doğal afetle ve yardımlaşmayla ilgili sivil toplum kuruluşlarının dijital halkla ilişkiler kapsamında Twitter ortamını ortam gereklerine göre nasıl kullandığını ortaya çıkarmak, söz konusu alanlarda aktif görev alan Kızılay, AKUT ve İHH gibi sivil toplum kuruluşlarının Twitter kullanım eğilimlerini belirlemektir. Üç sivil toplum kuruluşunun 01-30 Kasım 2019 tarihleri arasındaki bir aylık resmi Twitter hesaplarından yapılan paylaşımlar içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, halkla sürekli iletişim içinde olan ilgili sivil toplum kuruluşlarının, dijital ortamdaki halkla ilişkiler faaliyetlerine yeterli kadar önem vermediği görülmüştür.

Dr. Öğr. Üyesi Hikmet Tosyalı ve Öğr. Gör. Özlem Çapan Özeren’in “**Havacılık Sektöründe Kriz İletişimi Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Nitel Bir Araştırma**” başlıklı çalışmasında havacılık sektöründe yer alan paydaşlar incelenmiştir. Çalışmanın amacı havacılık sektöründe faaliyet gösteren kurumların kriz yönetiminde iletişim kanalı olarak sosyal medya araçlarını kullanma stratejilerini ortaya koyabilmektir. Bu amaç doğrultusunda, sektör paydaşlarından hem yolcu hem de kargo taşımacılığı yapan tarifeli ve charter havayolu şirketlerinin yanı sıra havaalanı terminal işletmecileri, havaalanı meydan işletmecileri ve yer hizmetleri şirketlerinin kriz yönetiminden ve iletişimden sorumlu yöneticileri ile görüşülmüştür. Veriler açık uçlu sorular ile yüz yüze ve ses kayıt cihazı kullanılarak toplanmıştır. Daha sonra ses kayıtları metne dönüştürülerek içerik analizi uygulanmıştır. Sonuçlar, havacılık sektöründe

faaliyet gösteren kurumların operasyonel hizmetlerde aksamaların olduğu kriz anlarında paydaşların sosyal medya platformları üzerinden bilgilendirilmesi konusunda ortak anlayışa ve çeşitli stratejilere sahip olduklarını göstermektedir.

Kuruluşların en önemli varlığı olan itibar, uzun vadede oluşan, paydaşlar tarafından algılanan değerleri ifade etmektedir. Kuruluşların itibarını oluşturan birçok faktör mevcuttur ve özellikle kriz dönemlerinde itibarın korunması ve güçlendirilmesi oldukça önem taşımaktadır. Kuruluş itibarı hem iç hem de dış çevrede yapılan faaliyetlerin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. 2020 yılında tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 vakası kuruluşların kurumsal itibarlarını muhafaza edebilmelerinde, hatta kriz dönemlerinde kriz iletişimi yöntemlerini kullanarak bu krizi fırsata çevirebilmelerinde önemli bir vaka haline gelmiştir. Bu dönemde kuruluşların sosyal sorumluluk anlayışıyla kurumsal vatandaşlık görevini yerine getirmesi kuruluşların mevcut itibarlarını korumaları ve güçlendirmelerinde önem taşımaktadır. Günümüzde iletişim faaliyetlerinin dijital kanallar aracılığıyla hızlı bir şekilde topluma yayılması kuruluşların itibar yönetiminde gözetmeleri gereken bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada İstanbul Aydın Üniversitesi Öğretim Üyesi Deniz Akbulut ve Araştırma Görevlisi Metin Enes Dönmez, **“Dijital Çağda Kriz İletişimi Çerçevesinde Kurumsal İtibar Yönetimi”** başlıklı bir çalışma hazırlamıştır. Çalışmanın amacı COVID-19 sürecinde Türkiye’de faaliyet gösteren kuruluşların kurumsal itibarlarını yönetme çerçevesinde yaptığı örnek uygulamalar eşliğinde kriz iletişimi ile kurumsal itibar arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır.

Öğretim Görevlisi ve İstanbul Aydın Üniversitesi yüksek lisans öğrencisi Yarkın Çelik ise, **“Dijitalleşme Sürecinde E-Devlet Kapısı”** başlıklı bölümde geleneksel devletten e-devlet anlayışına geçişin genel bir değerlendirmesini yaparak, E-Devlet Kapısı uygulamasının kullanımının ne şekilde ve biçimde olduğunu ortaya koymaya çalışmış ve vatandaşların dijital devlet algısını ölçmüştür. Çalışma kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme kullanılarak E-Devlet Kapısı uygulamasının ana hedef kitlesi olan vatandaşların görüşleri incelenmiştir. E-Devlet Kapısı uygulaması, geleneksel kamu hizmetlerinin ikilik sisteme göre sayısallaştırılarak bilgi teknolojileri araçlarıyla vatandaşlara sunulmasıdır. E-Devlet anlayışı her şeyden öte çift taraflı ve etkileşimli bir süreçtir. Hem kamunun diğer kurumlarla hizmet süreçlerini hem de vatan-

daşların kurumlarla hizmet süreçlerini içermektedir. E-Devlet Kapısı uygulamasıyla beraber hizmetlerin dijital ortamda güvenli, hızlı ve daha kolay ulaşılabilir ve güncellenebilir olması bürokratik yapıyı yumuşatarak, devletin daha şeffaf bir hale getirilmesinde kilit rol oynamaktadır. Bu bağlamda, dijitalleşen kamu hizmetlerinde; çevreci bir yaklaşımla daha az kâğıt tüketimi, devletin daha etkin, hızlı, kaliteli kullanılması, hizmetlere kesintisiz ulaşım ve vatandaşların yaşam kalitelerinin artırılması gibi amaçlar bulunmaktadır. Araştırma sonucunda teknoloji ve çevrim içi işlemlere duyulan güvenin E-Devlet Kapısına duyulan güvene göre çok daha az olduğu belirlenmiştir.

İstanbul Aydın Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olan Selin Yılmaz **“Bir Gönüllü İfşa Aracı Olarak Panoptikon”** başlıklı bölümde gözetim olgusunun dijital toplumda aldığı boyutları değerlendirmiştir. Günümüzde kullanılan enformasyon teknolojileriyle birlikte panoptikon olgusu farklı bir hal almaktadır. Geleneksel ve modern dönemde disiplin, islah etme ve sermayeyi disipline etme amacı taşıyan panoptikon olgusu günümüzde gönüllü ifşaya dönüşmektedir. Buna göre; çalışmada geleneksel toplumlarda gözetim olgusu toplumsal düzenin korunması bağlamında tartışılırken; modern toplumlarda emeğin bilimsel örgütlenmesi bağlamında ele alınmıştır. Böylece modern toplumlarda işçilerin sermaye için disipline edilmesi anlamına gelen gözetim olgusu; gönüllü ifşaya dönüştüğü dijital toplumlardaki durumuna ilişkin varsayım ile birlikte incelenmiştir. Araştırmada literatür taraması yöntemi kullanılarak, geleneksel, modern ve dijital toplumlarda gözetim ve panoptikon olgusu ele alınmıştır.

Teknolojik gelişmeler her alanda olduğu gibi film eleştirisi alanında çeşitli değişim ve dönüşümler meydana getirmiştir. İstanbul Aydın Üniversitesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Okan Ormanlı **“Türk Film Eleştirisinde Dijital Dönüşüm”** başlıklı çalışmasında ağırlıklı olarak son dönem Türk sinemasında eleştirinin konumunu ele almıştır. Bu bağlamda 1980'lerden 2000'lere kadarki yazılı-basılı (dergi-gazete vb.) eleştirinin hakim olduğu döneme değinilmiş, daha sonra 2000 sonrası giderek dijitalleşen ve internet tabanlı olmaya doğru evrilen çevrimiçi eleştiri ve sinema yazını ele alınmıştır. Bununla birlikte yazılı basın ortamında sinema yazarlığı ve eleştirmenliği kariyerlerine başlayan ve son dönemlerde yeni medyayı ve sosyal medyayı sıkça kullanan orta kuşak sinema yazarları, Mehmet Açar ve Burak Göral da çalışma kapsamında ele alınmıştır.

Öğretim Görevlisi Aydın Ömer Kulen, “**Çok Oyunculu Çevrimiçi Savaş Arenası (MOBA) Tasarımında Eşleştirme Sistemi Öğelerinin Oyuncu Deneyimi Teorisinde Oyun Beklentisine Etkileri**” başlıklı bölümde dijital oyunlar konusuna eğilmiştir. Dijital oyunların eğlence endüstrisinin temel aktörü haline gelmesi, artık milyonlarca oyuncudan oluşan oyun pazarının sürekli artarak yeni kuşakları etki altına alması ve yeni medya kültürünün bu dijital dönüşüm serüveninde eski geleneksel oyunların yerini ele geçirmesi hepimizin yaşamlarını etkilemektedir. Bir dijital oyun 3 temel teoriyle değerlendirilebilmektedir: Elemanları, Tasarımı, Deneyimi. Oyuncular için kariyer ve gelecek, yeteneklerini gösterecek bir prestij sahası, estetik ihtiyaçları tatmin eden bir stres atma aracı olarak deneyimlenmeye devam edilmektedir. Bilişsel detayları açısından yüksek bir öğrenme eğrisine sahip MOBA’lardan (Multiplayer Online Battle Arena / Çok Oyunculu Çevrimiçi Savaş Arenası) olan Dota 2’ye odaklanılan bu çalışmada oyuncuların seviyelendirme sisteminden nasıl etkilendikleri hakkında bir bakış açısı sunulmuştur. Seviyelendirme sistemi oyuncu davranışı, alışkanlığı ve beklentileri gibi başlıklarda kendi içinde geniş bir bilgi birikimiyle tasarlanıp uyarlanarak çok oyunculu tür içinde veriler sayesinde oyuncu odaklı bir bakışla var edilebilir. Dota 2 hakkında oyunculara sorulan sorular ve bir nicel çalışmayla bu beklenti, alışkanlık ve davranışlar incelenmiştir.

Kitaptaki bölüm yazarlarının çoğunun, üyesi olduğu İstanbul Aydın ekolünden gelen ekibimiz ile dijitalleşme ve etkileri üzerine analizler ve çalışmalar yapma gayreti içerisindeyiz. Birlikte çıkarılan kitaplar, ortak makaleler, projeler ve konferanslar ile dijitalleşmenin yansımalarını, etkilerini ve gelecekteki olası tezahürlerini öngörme çabamızdayız. Bu kitap da o ortak çalışmalardan biri olarak, diğer üniversitelerde konuyla alakalı çalışan arkadaşlarımızın katkılarıyla hazırlanmıştır.

Yazarlar Hakkında



Ayten ÖVÜR

1974 doğumlu Ayten Övür Marmara Üniversitesi Gazetecilik Bölümü'nden mezun oldu. Gazeteciliğe Marmara Üniversitesi Haber Ajansı'nda (MİHA) başlayan Övür, Nokta Dergisinde muhabir olarak çalıştı. University of California Los Angeles'ta (UCLA) TV gazeteciliği eğitimi alan Övür, New York'ta The Resident gazetesinde foto muhabirliği yaptı. 2000-2008 yılları arasında tv8'de internet haber editörü olarak çalışan Övür, bu sırada Marmara Üniversitesi Radyo TV ve Sinema Anabilim Dalı İletişim Bilimleri Bilim Dalı'nda yüksek lisansını ardından da doktorasını tamamladı. CNNTürk'te "Mithat Bereket ile +1" programının editörlüğünü yapan Övür, Küba ve Peru'da aldığı İspanyolca eğitimin ardından Doğan Haber Ajansı'nda dış haberler editörü olarak 8 yıl çalıştı. İstanbul Üniversitesi Sosyoloji bölümünde okuyan, Dr. Öğretim Üyesi Ayten Övür, halen İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesinde Televizyon Haberciliği ve Programcılığı Bölüm Başkanı olarak görev yapıyor. İstanbul Aydın Üniversitesi Yeni Medya Uygulama ve Araştırma Merkez Müdür Yardımcısı olan Övür, "Haber Yazma Teknikleri", "Haber Uygulamaları", "Ajans Haberciliği", "İletişim Bilimine Giriş", "Medya ve Propaganda", "Sosyal Psikoloji", "Dijital Kültür" ve "Nesnelerin İnterneti" gibi lisans ve yüksek lisans düzeyinde uygulamalı ve kuramsal dersler veriyor.

Deniz YENGİN

1978 İstanbul doğumlu Deniz Yengin, İstanbul Bilgi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi Bölümü'nden mezun oldu. Yüksek Lisans eğitimini İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Tasarımı Programı'nda, doktora eğitimini ise Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bilişim Dalı'nda tamamladı. İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölüm Başkanı Prof. Dr. Deniz Yengin; Araştırma Yöntemleri, Gündem Kuramı, Bilişim Toplumu, Gözetim Toplumu, Teknolojik Determinizm, Dokunmatik Toplum, Dijitalleşme, Etkileşimlilik, Yeni Medya, Dijital Oyunlar ve İletişim sürecinde medya üzerine bilimsel araştırmalar ve çalışmalar yapıyor. İstanbul Aydın Üniversitesi Yeni Medya Uygulama ve Araştırma Merkez

Müdürü olan Yengin, Üniversite bünyesinde kurulan VRlab'da (Sanal Gerçeklik Laboratuvarı) gözlem ve deneye dayalı nicel ve nitel araştırmalar gerçekleştiriyor. Yeni Medya kavramı konusunda çalışmalar yapan Yengin, gelecekte bizi bekleyen olumlu ve olumsuz toplumsal pratikleri de inceliyor ve önlemler konusunda bilimsel çalışmalar yapıyor. Uygulamalı ve kuramsal dersler veren Deniz Yengin, koyu bir Beşiktaş taraftarıdır.

Tamer BAYRAK

1988 İstanbul doğumlu Tamer Bayrak, İstanbul Kültür Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Tasarımı Bölümü'nden mezun oldu. Kısa metrajlı filmler çeken Bayrak, Yüksek Lisans eğitimini İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Tasarımı Programı'nda, doktora eğitimini İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünde tamamladı. İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü'nde Doktor Öğretim Üyesi olarak görev yapan Bayrak, Sanal Gerçeklik, Yeni Medya, Dijital Oyunlar, Teknolojik Determinizm, Araştırma Yöntemleri ve İletişim üzerine çalışmalar yapıyor.

Berkan BAYINDIR

1975 Ankara doğumlu Berkan Bayındır Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Programlar bölümünün Turizm ve Otelcilik programından 1995 yılında mezun oldu. 2000 yılında Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi İngilizce Öğretmenliği bölümünde lisans eğitimini tamamlayan Bayındır, aynı yıl içinde Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde İngilizce Öğretmenliğine başladı. Berkan Bayındır, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı Eğitim Yönetimi ve Denetimi Bölümünde Yüksek Lisans eğitimini tamamladı. İstanbul Aydın Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünde doktora yapan Bayındır, halen Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı bir Anadolu Lisesinde İngilizce Öğretmeni olarak görev yapıyor.

Tolga KARA

Lisans eğitimini 1999 yılında Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nde tamamlayan; 2000 yılında yüksek lisans eğitimine başladığı Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Medya Ekonomisi ve İşletmeciliği Bilim Dalı'nda araştırma görevlisi olarak kariyerine başlayan Kara, 2002

yılında aynı kürsüden “Basın İşletmelerinde Muhasebe Sonuçlarının Rasyolar Yöntemi İle Analizi” adlı yüksek lisans tezi ile mezun oldu; 2006 yılında ise “Türkiye’de Basın İşletmelerinde Finansal Yönetim Yaklaşımları ve Alternatif Finansman Tekniklerinden Yararlanma Davranışları Üzerine Bir Araştırma” adlı çalışma ile Doktor unvanını aldı. 2009 yılında bugünkü adıyla Dr. Öğretim Üyesi kadrosuna yükseltilen Kara, Nisan 2014’de ise Üniversiteler Arası Kurul’dan “Doçent” unvanını almaya hak kazandı. 2014-2016 yılları arasında Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya ve İletişim Yönetimi Yüksek Lisans Programı’nda, 2018-2019 yılları arasında Milli Savunma Üniversitesi, Atatürk Stratejik Araştırmalar Enstitüsü, Stratejik İletişim Yüksek Lisans Programı’nda çeşitli dersler veren Kara, halen mezunu olduğu Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü Medya Ekonomisi ve İşletmeciliği Anabilim Dalı’nda öğretim üyesi olarak görev yapıyor. Kara’nın kitapları arasında 2012 yılında yayınlanan “Sosyal Medya Akademi”, 2013 yılında yayınlanan “Sosyal Medya Endüstrisi” ve 2016 yılı basımı “Ağdaki Şüpheler” öne çıkıyor. Kara’nın kitapları dışında yayımlanmış çok sayıda uluslararası makalesi, kitap bölümü ile konuşmacı olarak katıldığı ulusal ve uluslararası sempozyumlar ve tebliğ sunduğu kongre toplantıları bulunuyor. Uzmanlık alanları arasında Medya Ekonomisi, Yeni Medya, Sosyal Medya ve Yeni Medya Ekonomisi gibi konular yer alan Doç. Dr. Tolga Kara aynı zamanda lisans, yüksek lisans ve doktora seviyelerinde “İletişim Kuramları”, “Medya ve Küreselleşme”, “Medya Okuryazarlığı”, “İletişim, Teknoloji ve Küresel Kültür”, “İletişim Ağları Ekonomisi” ve “E-Ticaret” adlı dersleri veriyor.

Gökmen H. KARADAĞ

1970 Erzincan doğumlu Gökmen H. Karadağ, lisans derecesini Boğaziçi Üniversitesi Endüstri Mühendisliğinden aldı. Kısa bir mühendislik kariyerinin ardından medya ve iletişim sektörüne geçti. HBB, Star, Kanal 6, Kanal D, brt ve tv8’de muhabir, editör, prodüktör ve anchorman olarak çalıştı. Karadağ, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde TV Haber Programcılığı üzerine yüksek lisansını, Avrupa İletişim Politikaları üzerine doktorasını tamamladı. Şu an İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim bölümünde öğretim üyesi olan Karadağ, Halk TV’de haber tartışma programları yapıyor. Aynı zamanda kişisel gelişim eğitmenliği yapan Karadağ konuşma, yazma, sunum, liderlik iletişimi ve medya önü eğitimleri veriyor.

Çiğdem AYTEKİN

1991 yılında Uludağ Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Elektronik Mühendisliği Bölümü'nden mezun olan Çiğdem Aytekin, yüksek Lisans eğitimini Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Elektronik Haberleşme Eğitimi Programı'nda "Uydu Üzerinden Dijital Eğitim Platformu" adlı teziyle, Doktora eğitimini Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bilişim Programı'nda "Müşteri İlişkileri Yönetimi İçin Bloglar Üzerinde Fikir Madenciliği" adlı teziyle tamamladı. Aytekin, 2015'te Uygulamalı İletişim Bilim Alanında Doçent unvanını aldı. Çiğdem Aytekin, halen Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Bilişim Anabilim Dalında Öğretim Üyesi olarak görev yapıyor. "Elektronik Ticaretten Sosyal Ticarete Dönüşüm Sürecinde Ölçümleme" ve "Veri Bilimi" adlı kitapların eşyazarı olan Aytekin'in, Fikir Madenciliği, İnternet ve Sosyal Medya Araştırmaları, Yeni Medya ve Markalama, Online İtibar Yönetimi, Sosyal Medyada Rating Ölçümleme, Yeni İletişim Ortamlarının Ekonomi Politikası, Post Truth ve Sosyal Medya, Sosyal Medyada Demokrasi Algısı ile ilgili konularda ulusal ve uluslararası yayınları bulunuyor.

Cem Sefa SÜTCÜ

Kırşehir'de doğan Cem Sefa Sütçü, Kabataş Erkek Lisesi'ni bitirdikten sonra 1990'da Marmara Üniversitesi İngilizce İktisat bölümünden mezun oldu. Aynı üniversitede 1992'de Yüksek Lisansını ve 1995'te Doktorasını İstatistik dalında tamamladı. 2006'da İletişim Bilimleri Bilim Alanında Doçent unvanını aldı. Türkiye Bilişim Derneği İstanbul Şubesi Yönetim Kurulu üyeliği (2007-2009) ve ikinci başkanlığını (2009-2011) yaptı. 2013 yılında Bilişim alanında Profesör oldu. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü Bilişim Anabilim Dalı'nda görev yapan, Prof. Dr. Cem Sefa Sütçü, Lisans ve Lisansüstü seviyede İstatistik, Araştırma Yöntemleri, Sosyal Medyada Ölçümleme Yöntemleri, Sosyal Ticaret derslerini veriyor. Kişisel Bilgisayarlar ve Kullanımına Giriş (1996) kitabının yazarı, "Yayıncılığın Değişen Yüzü" (2005), "Elektronik Ticaretten Sosyal Ticarete Dönüşüm Sürecinde Ölçümleme" (2013) ve "Veri Bilimi" (2018) adlı kitapların eş yazarıdır. Yeni medya, sosyal medya, internet araştırma yöntemleri, sosyal ağ analizi konularında çalışan Sütçü, yakın geleceğin kitap biçimi olarak gördüğü blog sitesi cemsutcu.wordpress.com'da teknoloji, yeni medya ve bilişim konularında paylaşımlar yapıyor.

Bahar ÖZAKSOY

1994 doğumlu Bahar Özaksoy, 2017 yılında Ege Üniversitesi Gazetecilik Bölümü'nden mezun oldu. Öğrenciliği sırasında yerel gazetelerde çalıştı ve Ciner medya grubunda staj yaptı. Mezuniyetinin ardından medyanın çeşitli kollarında yer aldı. Bir süre Cast direktörlüğü yapan Özaksoy, TRT'de yayınlanan bir TV programının ekibinde yer aldı. Şu anda global bir dijital reklam ajansında çalışan Özaksoy, aynı zamanda Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü Bilişim Anabilim Dalı'nda yüksek lisans yapıyor.

And ALGÜL

1973 doğumlu And Algül, lisansını Bilkent Üniversitesi Grafik Tasarım Bölümü'nde, yüksek lisansını Marmara Üniversitesi Sinema-TV bölümünde, doktorasını Yeditepe Üniversitesi Sosyal Antropoloji bölümünde tamamladı. İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı bölüm başkanı olan Doç. Dr. Algül; sanal gerçeklik, bilişim toplumu, gözetim toplumu, teknolojik determinizm, sosyal medya, yeni medya, etkileşim, tasarım, dijital medya, dijital oyunlar, iletişim araçları ve medya çalışmaları üzerine araştırmalar yapıyor.

Yiğit YAZAR

1994 İstanbul doğumlu Yiğit Yazar, 2018 yılında İstanbul Aydın Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nden mezun oldu. Üniversite dönemi boyunca çalıştığı yazılım firmasının önce müşteri ilişkileri yönetiminde ardından kurumsal iletişim departmanında toplam 4 yıl görev aldı. Yiğit Yazar, halen İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nde Yüksek Lisans yapıyor.

Hikmet TOSYALI

Hikmet Tosyalı, lisans ve yüksek lisans öğrenimini Maltepe Üniversitesi'nde Bilgisayar Mühendisliği alanında tamamladı. 2016 yılında Marmara Üniversitesi Gazetecilik Anabilim Dalı Bilişim Programı'ndan doktora derecesini aldı. 2003-2018 yılları arasında özel sektörde ve çeşitli üniversitelerde yazılım uzmanı, proje yöneticisi, daire başkanı, akademik yöneticilik ve komisyon üyeliği görevlerinde bulundu. İletişim araştırmaları, bilişim, yeni iletişim teknolojileri, dijital iletişim ve sosyal medya konularında akademik çalışmalarını süren Hikmet Tosyalı, 2018 yılından itibaren Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde Dr. öğretim üyesi olarak görev yapıyor.

Özlem ÇAPAN ÖZEREN

Anadolu Üniversitesi Sivil Havacılık Meslek Yüksekokulu Yer Hizmetleri Önlisans Programından 1988 yılında mezun olan Özlem Çapan Özeren, 1997 yılında Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi'nin İktisat bölümünden; 2019 yılında Sosyoloji Bölümünden mezun oldu. Özeren, 2012-2015 yılları arasında Üsküdar Üniversitesi'nde Uygulamalı Psikoloji alanında yüksek lisans yaptı. Şema Terapi, Kişiler Arası İlişkiler Psikoterapisi, Havacılık Psikolojisi konularında yapılan çalışmalara katıldı. Maltepe Üniversitesi İletişim Bilimleri'nde 2017 yılında başladığı Doktora Programında tez aşamasında olan Özlem Çapan Özeren, çalışma hayatına 1989 yılında Havaalanları Yer Hizmetleri A. Ş.'de Harekat Memuru olarak başladı. 1996 -2016 yılları arasında Havaş, Çelebi Hava Servisi ve HEAŞ'ta Uçuş Harekat Uzmanı, Meydan Memuru, Terminal İşletme Şefi, Eğitim Uzmanı gibi farklı pozisyonlarda görev yaptı. Ulaştırma Bakanlığı tarafından gerçekleştirilen sektöre özgü proje ve çalıştaylarda görev aldı. 2016 yılından itibaren Maltepe Üniversitesi Sivil Hava Ulaştırma İşletmeciliği Bölümünde öğretim görevlisi olarak çalışan Özeren, havacılık Sektöründe çeşitli kurum ve kuruluşlara eğitim ve danışmanlık hizmeti veriyor.

Deniz AKBULUT

1980 Bilecik doğumlu Deniz Akbulut, 2003 yılında Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nü bitirdi. Öğrenciyken çalışma hayatına başlayan Akbulut, 2002-2006 yılında sektörde çeşitli halkla ilişkiler ajanslarında medya ve müşteri temsilcisi olarak görev yaptı. 2003 yılında Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım ABD'da yüksek lisansını tamamlayan Akbulut, 2007-2010 yılları arasında Beykent Üniversitesi Tanıtım ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü görevini üstlendi. Bu görevi sırasında doktora eğitimine başladı. 2010-2013 yılları arasında Gelişim Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu'nda öğretim görevlisi olarak çeşitli dersler verdi. 2015 yılında İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım ABD'de doktora eğitimini tamamlayan Akbulut, "Halkla İlişkiler Perspektifinden Medya" kitabının yazarıdır. İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler Bölüm Başkanı olan Deniz Akbulut, halkla ilişkiler alanında çalışmalarını sürdürüyor.

Metin Enes DÖNMEZ

1989 doğumlu Metin Enes Dönmez, lisans eğitimine başlamadan önce pazar araştırma şirketlerinde CATI operatörü, veri giriş uzmanı ve kodlama uzmanı olarak görev yaptı. 2014 yılında İstanbul Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünde lisans eğitimini tamamladı. Lisans eğitimi sırasında 2012-2014 yılları arasında A&B İletişim’de çalışan Dönmez, 2014-2018 yılları arasında İstanbul Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünde yüksek lisansını yaptı. 2015 yılında Erasmus+ öğrenci değişim programıyla gittiği Tallinn Üniversitesi’nde yüksek lisans tez araştırmasını tamamladı. 2019 yılında İstanbul Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünde doktora öğrenimine başlayan Dönmez, İstanbul Aydın Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünde Araştırma Görevlisi olarak görev yapıyor.

Yarkın ÇELİK

1987 doğumlu Yarkın Çelik Kocaeli Üniversitesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümünden mezun oldu. İş hayatına 2011 yılında Nobel Akademik Yayıncılık’ta sayfa tasarımcısı olarak başlayan Çelik, Hacettepe Teknokent bünyesinde görsel tasarımcı olarak çalıştı. Bu esnada Ankara Global Kariyer Eğitim Dünyası’nda grafik ve video tasarım eğitimleri verdi. Anadolu Üniversitesinde Kültürel Miras Ön Lisans ve Kurumsal İletişim Yüksek Lisans eğitimlerinin ardından İstanbul Aydın Üniversitesi Yeni Medya Anabilim Dalı yüksek lisansını tamamladı. ODTÜ Teknokent’te dijital eğitim alanında grafik tasarım uzmanı olarak çalışan Yarkın Çelik, halen Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Marmaraereğlisi Meslek Yüksekokulu Medya ve İletişim Bölümünde öğretim görevlisi olarak görev yapıyor.

Selin YILMAZ

İstanbul Kültür Üniversitesi İletişim Sanatları bölümünden lisans ve yüksek lisans mezunu olan Selin Yılmaz, “The Gate” dergisi yazı işleri bölümünde çalıştı. İstanbul Aydın Üniversitesi Yeni Medya ve İletişim bölümünde Arş. Görevlisi olarak çalışan Yılmaz, aynı zamanda Akademik Çalışmalar Koordinasyon Ofisinde koordinatör olarak görev yapıyor. İstanbul Aydın Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünde doktora yapan Yılmaz, dijitalleşme ve global markalar üzerine çalışmalar yapıyor.

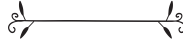
Okan ORMANLI

1974 İstanbul doğumlu Okan Ormanlı, lisans, yüksek lisans ve doktora eğitimlerini Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo, Televizyon ve Sinema bölümlerinde tamamladı. 2005-2019 yılları arasında İstanbul Kültür Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesinde görev alan Ormanlı, 2015 yılında sinema alanında Doçent unvanını aldı. 2019 yılında İstanbul Aydın Üniversitesi Yeni Medya ve İletişim bölümünde çalışmaya başlayan Ormanlı'nın "Türk Sinemasında Eleştiri" ve "Feyzi Tuna: Yönetmenin Yolculuğu" adlı iki kitabı bulunuyor. Ulusal ve uluslararası çok sayıda makalesi bulunan Ormanlı; sinema, iletişim ve yeni medya alanında lisans ve lisansüstü düzeyde dersler veriyor, çeşitli film festivallerinde ve senaryo yarışmalarında jüri görevleri de üstleniyor.

Aydın Ömer KULEN

1978 İstanbul doğumlu Aydın Ömer Kulen, İstanbul Teknik Üniversitesi Jeoloji Mühendisliği Bölümü'nden 2004 yılında mezun oldu. 2005 yılında İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü İşletmecilik master programını tamamladı. Sonrasında perakende ve satış konularında faaliyet gösteren lokal firmalarda çalıştı. 2010 yılında Nezih Kitap Kırtasiye Oyuncak A. Ş.'de görev alan Kulen, ürün yönetimi, e-ticaret planlama, işletmecilik/iş geliştirme alanlarında çalıştı ve pek çok stratejik yönetim, ar-ge raporu hazırladı; şirket içi eğitimler verdi. Proje yönetimi bakış açısının, buna uygun olan her yerde benimsenmesi için büyük çabalar harcadı; dijital görsel tasarım web projelerini yürüttü. 2017 yılında başlattığı zepplinn.com projesinde danışmanlık yaparak, üniversite çağındaki öğrenci ve gençlerin çalışma yaşamına hazırlanmasına imkan sağladı. 2016 yılından bu yana İstanbul Gedik Üniversitesi'nde öğretim görevlisi olarak görev yapan Aydın Ömer Kulen, yeni medya, görsel iletişim tasarımı, marka stratejisi ve dijital oyunlar konularında akademik araştırmalar yürütüyor.

Dizin



-A-

- Afet ve Yardımlaşma 4
Ajans 369
Akışkan Zaman 292
AKUT 2
Altyazı 297, 303, 304, 306, 310
Arka Pencere 297, 300, 306, 310
Artırılmış Gerçeklik 29
Asosyal 12, 321
ATM 130-132

-B-

- Bağımlı 22, 140, 282
Bağlantı 15, 46, 127, 134, 165, 168, 170, 171, 174, 178, 180, 253, 301
Banka 28, 131, 134, 144, 161
Baudrillard 35, 40, 45, 46, 57, 288, 292, 364
BBC News Türkçe 3, 98, 106, 107, 109-113, 115-118
Bentham 284, 285, 292
Beyoğlu Sineması 302, 303
Bilgisayar Oyunları 53, 313
Black Mirror 9
Blog 68, 123, 124, 126, 164, 236, 299, 300, 367, 368, 373
Burak Göral 7, 295, 305-307, 310
Büyük Veri 161, 320

-C-

- Chayko 44, 57, 113, 122
Chen 84, 95, 103, 122

Churn 331

- Covid-19 1-3, 9, 61, 68, 69, 71, 72, 75, 76, 79-81, 84, 87, 88, 91-96, 182, 223, 233, 237-239, 241, 242, 244, 245, 316

-Ç-

- Çevrim İçi Oyun 339
Çevrim İçi Video 97, 100
Çin 71, 72, 79, 92, 233, 237, 282
Çocukla Sinema 307, 310

-D-

- Demokratik 26, 255
Denetim Kültürü 288
Deutsche Welle 98
Dijital 1, 4-11, 13, 14, 16-24, 26, 27, 29-34, 41, 44-48, 53, 55, 60, 66-68, 74, 84, 98-100, 102, 103, 106, 107, 109, 112, 119, 120, 125, 127, 165, 167, 168, 170, 172, 175, 178, 180-183, 196, 197, 203, 207, 210, 211, 219, 238, 244, 245, 249, 250, 252-256, 276, 279, 281, 287, 289-291, 296, 297, 299-301, 304-306, 309, 313-317, 319-323, 326-332, 335-337, 341, 343-345, 347, 348, 350, 351, 360-363, 373, 374, 376, 378
Dijital Devlet 6, 249, 250, 256
Dijital Göçmen 27, 32, 306
Dijital Gözetim 26
Dijital Halkla İlişkiler 4, 36, 66
Dijital İletişim 20, 44, 45, 60, 67, 74, 127, 374

- Dijitalizm 9, 14, 33, 35
- Dijital Kopya 29
- Dijital Kurgu 102
- Dijitalleşme 1, 6, 9, 10, 15, 102, 362, 370
- Dijital Okuryazarlık 313, 336
- Dijital Oyun 8, 314-316, 327, 341, 347, 348, 351, 361-363
- Dijital Oyun Tasarımı 345
- Dijital Toplum 17, 34, 279, 309, 317, 320, 328
- Dijital Yerli 305, 309
- Dota 2 8, 315, 337, 339, 341, 344, 350, 353, 359, 363, 367, 368
- Durkheim 10
- Duygusal Çekicilik 113
- DW Türkçe 3, 106, 107, 109, 110, 115-118
- E-**
- E-Devlet 249, 258
- E-Devlet Kapısı 6, 249, 250, 255-259, 262, 265-268, 270, 272-276, 278
- Edward Bernays 65, 66
- Eleştirel Medya Okuryazarlığı 302
- Eleştiri 7, 204, 295, 309, 310
- Enformasyon 7, 13, 21, 24, 26, 40, 42, 45, 46, 48, 67, 70, 85, 86, 94, 113, 196, 205, 207, 210, 211, 213, 217, 218, 279-281, 286-289, 291, 300, 361
- Etkileşim 18, 21, 40, 44, 52, 56, 99, 101, 115, 119, 128, 129, 132, 138, 139, 141-143, 147-149, 153-155, 157-159, 164, 168, 169, 197, 231, 237, 249, 256, 258, 298, 301, 305, 346, 374
- Euronews Türkçe 3, 98, 106, 107, 109, 110, 112, 115-118
- F-**
- Facebook 27, 122, 125
- Fahrettin Koca 2, 3, 61, 64, 68, 69, 71-76, 240
- Farkındalık 55, 118, 165, 215, 216, 218, 225, 233, 240, 308, 336
- Fenomen 206
- Film 7, 9, 46, 48, 52, 101, 140, 240, 296-302, 304, 306-310, 326, 377
- Finansal Performans 229, 244
- Format 98, 101-103, 108-110, 112, 114, 115, 119, 120, 254
- Foucault 280, 282-287, 292, 293
- Fuchs 21, 25, 35, 81, 95, 128, 129, 160
- G-**
- Garanti Bankası 135, 139, 147, 151
- Gazete 133
- Geleneksel 3, 4, 6, 7, 14, 15, 17, 20, 23-26, 28, 32, 43, 54, 97-103, 105, 106, 112, 118, 119, 121, 137, 167, 182, 203, 238, 249, 250, 255-257, 259, 274, 279, 280, 286, 288, 296, 298, 299, 302, 305, 309, 313, 314, 316, 317, 324, 326-328, 332
- Geleneksel Devlet 249, 256, 257, 274
- Geleneksel Medya 254
- Geleneksel Toplum 17, 279
- Gölge Site 196, 204, 207, 218
- Görsel Okuryazarlık 310

- Göstergebilim 279
- Gözetim 3, 7, 26, 27, 55, 81, 280-287, 289-292, 374
- Gözetim Toplumu 35, 292, 370
- Grev 70, 71
- Grunig 61, 63-67, 69, 70, 75, 76
- H-**
- Halbrooks 100, 104, 123
- Halkla İlişkiler 4, 36, 63-66, 71, 76, 77, 135, 160, 184-186, 221, 245, 246, 370, 371, 374-377
- Halkla İlişkiler Derneği 63, 64
- Hapishane 28, 284-286, 291
- Hashtag 88, 168, 170, 171, 173, 178, 182
- Havacılık 187
- Havayolu 5, 188, 192-194, 196-198, 201, 210-212
- Hedef Kitle 164, 165, 204, 218, 224
- Hipermetin 249, 301
- Homo Ludens 365
- HTML 36, 247, 293, 368
- Hükümet 65
- I-**
- Innis 11, 250, 277
- Instagram 3, 4, 81, 84, 86-88, 93-96, 105, 107, 109, 114-116, 120, 128, 133, 134, 136, 139, 140, 144, 149, 151, 158, 159, 161, 206, 212, 217
- Ivy Ledbetter Lee 2, 61
- İ-**
- İfşa 6
- İHH 4, 171-174, 179
- İktidar 14, 251, 281, 282, 286, 289
- İletişim 3-6, 10, 11, 13, 14, 17, 18, 20-26, 40, 43-45, 48, 54-56, 59, 60, 62-68, 71, 74, 75, 81, 83, 85, 93, 98, 104, 127-133, 135-137, 139, 158, 159, 163-168, 170, 180, 181, 187, 188, 190, 193, 195, 197, 198, 204, 209, 213, 218, 219, 223-228, 230, 233-236, 239, 244, 245, 249-255, 257-259, 274, 276, 279, 286, 310, 313-317, 319, 321, 325, 336, 360, 363, 364, 372, 374, 377, 378
- İmaj 88, 89, 168, 191, 196, 210, 212, 224-226, 228, 233, 317
- İnfodemi 81
- İnfodemiyoloji 81
- İnternet 7, 23-25, 39-41, 44, 48, 49, 54, 56, 60, 66-68, 81, 99, 105, 124, 129, 132, 136, 168-170, 178, 183, 196, 197, 199, 200, 202, 205, 207, 210-213, 215, 216, 219, 235, 236, 252-254, 262, 264, 267, 275, 279, 280, 295, 298, 303, 305-309, 316, 321, 344, 369, 373
- İş Bankası 135, 139, 148, 162, 220
- İtibar 6, 224, 226, 246, 372
- İtibar Yönetimi 133, 145, 168, 211, 212, 226, 228, 232, 237, 244, 245
- İzolasyon 2, 39, 51, 52, 350
- J-**
- James E. Grunig 61, 63-67, 69, 70, 75, 76
- Jarboe 97, 100, 108, 123
- Journalism 122, 123, 125, 126,

184, 185

-K-

Kamu 3, 6, 60-62, 69, 71, 81, 89, 91, 93, 94, 106, 163, 190, 191, 226, 241, 249, 250, 254-258, 270, 274, 276, 307, 319, 321

Kamuoyu 3, 6, 60-62, 69, 71, 81, 82, 89, 91, 93, 94, 106, 163, 180, 182, 190, 191, 223, 224, 226, 228, 240, 241, 244, 249, 250, 254-258, 270, 274, 276, 307, 319, 321

Kamuyu Bilgilendirme Modeli 2, 69

Kapitalizm 11

Kaza 18, 33, 193-195, 202, 206, 207

Kızılay 4, 171-174, 179, 182

Kitle İletişim 10, 234, 251, 254, 286

Konda 124

Korona 73, 76, 238

Koronavirüs 39, 41, 92, 238

Kriz 5, 6, 70, 71, 80, 187-191, 193-199, 201-207, 209-211, 215, 217-219, 223, 224, 226-228, 232-241, 244, 245

Kriz İletişimi 5, 6, 190, 197, 207, 223, 226, 234, 239, 245

Kriz Yönetimi 188, 199, 219-221, 245

Kurumsal İletişim 226, 244, 245, 325, 374

Kurumsal İtibar 6, 167, 203, 223-226, 232, 233, 244, 245

Kurumsal İtibar Yönetimi 244, 245

Kurumsal Reklamcılık 246

Kurumsal Vatandaşlık 227

Kültür 11, 43, 59, 101, 114, 190, 226, 228, 251, 296, 300, 301, 309, 315

Küresel Köy 279, 280

-L-

Latin Amerika 100

Liderlik 190, 229, 372

Lümpen 15

-M-

Manovich 97, 124

Marka 109, 127, 128, 136, 189, 193, 202, 212, 224-226, 228, 230, 241, 246, 315, 329, 330, 332, 361, 378

Marks 15, 16

Matbaa 60

McLuhan 55, 57, 250, 278, 279

Medya 3-5, 7, 9-12, 21-26, 28, 29, 32, 37, 39-45, 47-56, 67, 68, 75, 80-86, 93-95, 97-100, 102-108, 110, 111, 113-115, 118-121, 127, 132-138, 164, 165, 167-170, 180-183, 185-188, 190, 193, 195-200, 202, 203, 205-213, 215-219, 225, 226, 228, 234, 238, 241, 249, 250, 252-255, 281, 286, 297, 298, 300-302, 304-310, 313, 314, 316, 320, 321, 323-328, 330, 364, 368, 370, 372-375, 377, 378

Medyanın Medyası 326, 327, 361

Medya Okuryazarlığı 94, 302, 307, 310, 313, 314, 321

Mehmet Açar 7, 295, 296, 305, 306, 310

Mesaj 20, 67

Mikroblog 68, 170

MMR 342, 344

MOBA 7, 8, 313-315, 334, 336-344, 346, 347, 350, 351, 353, 355, 358, 359, 362, 363, 365, 366

MOBA Oyuncu Beklentisi Faktörleri 350, 363

Mobese 26

Mobil 14, 47, 48, 55, 86, 99, 102, 108, 313, 316, 337

Muckraking Journalism 69

Müşteri 4, 127, 128, 130, 131, 133-137, 139-142, 144, 145, 149-154, 158, 159, 193, 254, 329-331, 333, 374, 375

Müşteri İlişkileri Yönetimi 128, 161, 372

-N-

News 3, 96, 98, 105-107, 109-113, 115-118, 122-126, 133, 134, 160, 184

Nielsen 97-100, 102, 104, 123-126

Nitescu 128, 161

-O-

Orwell 286, 291, 293

Oyuncu Beklentisi 331, 334, 348

Oyuncu Deneyimi 313

Oyuncu Odaklı Tasarım 313, 347

Oyuncu Ölçüm Sistemi 343, 346

Oyunların Doğası 313, 329

Oyun Motivasyonu 348

-Ö-

Öğrenci 20, 147, 260, 265, 267, 269, 272, 352, 376, 378

Öteki 289

-P-

Pandemi 2, 3, 39-42, 47-51, 53-56, 71, 95, 243, 246, 302, 306

Panoptikon 279

Parusheva 137

Pavlik 24, 37, 97, 98, 101-103, 106, 125

Paydaş İletişimi 226

Platform 21, 43, 104, 107, 113, 114, 119, 213, 237, 276, 334

Prodüksiyon 107

Proleterya 15

Pro-Sumers 325

-R-

Radyo 25, 28, 32, 129, 210, 250, 251, 300

Rafaeli 128-130, 159, 162

Retrospektif 3, 88

Retweet 96

Risk 17, 188, 210, 216, 226, 228

Robot 31, 328

-S-

Sağlık 2, 3, 61, 64, 68, 69, 71-76, 79-82, 85, 89, 91, 93-96, 108, 240-243, 269, 368

Sağlık Bakanı 2, 3, 61, 64, 68, 69, 71-76, 240

Sanal Gerçek 327

Sanal Kimlik 46

Sanal Kopya 28

Sanallık 28, 318

Sanal Ortam Yalnızlığı 2

Semantic Web 254

Sendrom 2

Seviyelendirme Sistemi 334, 350,

- 359, 363
- Seyirci 22, 298, 301
- Simülakr 40, 46
- Simülasyon 9, 40, 45, 46, 364
- Sivil Toplum Kuruluşu 4, 171
- Sosyal Ağ İşçiliği 321
- Sosyal Medya 3-5, 9, 12, 22, 23, 25, 28, 29, 32, 41, 44, 48-50, 52, 53, 55, 80, 81, 83-85, 93, 94, 98-100, 104-107, 110, 114, 115, 118-120, 133, 135-138, 145, 165, 167-170, 180-183, 187, 188, 196-200, 203, 205-213, 215, 216, 218, 219, 241, 252, 253, 281, 298, 310, 316, 321, 373, 374
- Sosyal Sorumluluk 5, 135, 138-141, 168, 182, 197, 227, 230, 231, 244
- Sponsorluk 139, 228
- Statista 341, 368
- STK 163-167, 170, 180-186, 227
- Sümerler 59
- Sürdürülebilirlik 212, 231
- Ş-**
- Şov 48
- T-**
- Teknoloji 4, 6, 10, 11, 13, 24, 28, 43, 66, 92, 97, 101, 110, 115, 159, 169, 197, 235, 252, 264, 271, 275, 319, 320, 326, 360, 373
- Televizyon 3, 47, 97, 99-104, 106, 108, 111, 112, 120, 129, 217, 250, 251, 300, 325, 326
- Tepkisel 128
- Terör 194, 201, 202, 209, 212, 217
- Thomas Jefferson 62
- Totaliter Toplum 282
- TRTworld 3, 98, 118
- Twitter 27, 73, 78, 95, 123, 124, 178, 186, 240
- U-**
- Uzam 21, 46, 54
- Uzay 30
- Ü-**
- Üniversite 2, 41, 42, 260-263, 266, 358, 359, 370, 374
- Üretketicisi 40, 55
- Ütopya 36, 277, 365
- V-**
- Veri Görselleştirme 323, 339
- Video 28, 48, 83, 86, 88, 97-104, 106-121, 123-126, 129, 165, 171, 173, 175, 177, 178, 180, 197, 216, 236, 289-291, 300, 301, 307, 308, 313-315, 325, 326, 364, 376
- Vizyon 224, 249, 321, 347
- W-**
- We are social Turkey 126
- Web 36, 39, 40, 60, 67, 80, 103, 104, 107, 110, 119, 120, 122, 160, 235, 242, 246, 247, 252-254, 256, 258, 268, 344, 368
- Web 2.0 40, 60, 67, 235, 253, 254, 256
- Wuhan 2, 71, 79, 92
- Y-**
- Yalnızlık 39, 42, 51, 52
- Yeni Medya 7, 11, 12, 21, 26, 39, 41-44, 47-49, 53-56, 67, 68, 94, 99, 102, 127, 137, 249, 252, 254, 255, 297, 298, 304, 307, 308, 310, 324, 325, 327, 328, 373, 374,

377, 378

Yeni Medya Okuryazarlığı 94,
307, 310

Yerli Video 98, 111

Y Kuşuğu 42

Youtube 104, 123, 134, 136,
138, 168, 240, 298, 303, 305-307,
310, 322, 364

-Z-

Ziraat Bankası 135, 139, 147

Z Kuşuğu 42, 53, 100

DİJİTAL TOPLUMA GEÇİŞ VE YANSIMALARI ÜZERİNE ELEŞTİREL BİR BAKIŞ
Ayten ÖVÜR

KORONA GÜNLERİNDE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN YAŞADIĞI
SANAL ORTAM YALNIZLIĞI SENDROMU
Tamer BAYRAK - Deniz YENGİN

HALKLA İLİŞKİLERDE KAMUYU BİLGİLENDİRME MODELİ BAĞLAMINDA
ÖRNEK OLAY İNCELEMESİ: COVID-19 VAKA SAYILARININ KAMUYUYUNA İLETİMİ
Berkan BAYINDIR

INSTAGRAM'DA COVID-19: SAĞLIK İLETİŞİMİ BAĞLAMINDA RETROSPEKTİF BİR İNCELEME
Tolga KARA

DİJİTAL KÜLTÜR VE ÇEVİRİM İÇİ HABER VİDEOLARI
Gökmen H. KARADAĞ

TÜRKİYE'DEKİ BANKALARIN ETKİLEŞİMLİ İLETİŞİM ORTAMI OLARAK SOSYAL MEDYA:
INSTAGRAM KULLANMA PRATİKLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA
Çiğdem AYTEKİN - Cem Sefa SÜTCÜ - Bahar ÖZAKSOY

AFET VE YARDIMLAŞMAYLA İLGİLİ SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ
DİJİTAL HALKLA İLİŞKİLER BAĞLAMINDA TWITTER UYGULAMALARI
And ALGÜL - Yiğit YAZAR

HAVACILIK SEKTÖRÜNDE KRİZ İLETİŞİMİ ARACI OLARAK
SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA
Hikmet TOSYALI - Özlem ÇAPAN ÖZEREN

DİJİTAL ÇAĞDA KRİZ İLETİŞİMİ ÇERÇEVESİNDE KURUMSAL İTİBAR YÖNETİMİ
Deniz AKBULUT - Metin Enes DÖNMEZ

DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE E-DEVLET KAPISI
Yarkin ÇELİK

BİR GÖNÜLLÜ İFŞA ARACI OLARAK PANOPTİKON
Selin YILMAZ

TÜRK FİLM ELEŞTİRİSİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM
Okan ORMANLI

ÇOK OYUNCULU ÇEVİRİMİÇİ SAVAŞ ARENASI (MOBA) TASARIMINDA
ELEŞTİRME SİSTEMİ ÖGELERİNİN OYUNCU DENEYİMİ TEORİSİNDE OYUN BEKLENTİSİNE ETKİLERİ
Aydın Ömer KULEN

Merkez : Molla Fenari Sok. Der Han No:28/A Cağaloğlu Tel : (0212) 527 01 65 - 511 51 90
Şube 1 : Der Kitabevi, Sahafkar Çarşısı No: 1 Beyazıt Tel : (0212) 513 55 75
Şube 2 : Derin Kitabevi, Sahafkar Çarşısı No: 3 Beyazıt Tel : (0212) 513 18 20
der@deryayinevi.com.tr www.deryayinevi.com.tr

ISBN 978-975-353-637-0



9 789753 536370