

ICTC

BİLİŞİM VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ KONGRESİ

INFORMATICS AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES CONGRESS

DECEMBER 14-16, 2018
İSTANBUL / TURKEY

ÖZETLER ABSTRACTS

ABA

Akademik Bilişim Araştırmaları
Derneği



YENMAR
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
YENİ MEDYA ARAŞTIRMA VE
UYGULAMA MERKEZİ

AJIT-e

Academic Journal of
Information Technology

ICTC 2018
BİLİŞİM VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ KONGRESİ
ÖZET KİTABI

Bu kitabın her türlü yayın hakkı Akademik Bilişim Araştırmaları Derneği'ne aittir. Yazılı izin olmadan elektronik veya fotokopi yoluyla kısmen veya tamamen kopyalanamaz, çoğaltılamaz, dağıtılamaz. Kaynak göstermek şartıyla alıntı yapılabilir.

Kitapta yer alan bölümlerin tüm sorumluluğu, bölüm başında yer alan yazar(lar)a aittir.

Baş Editör

Prof.Dr. Özhan Tingöy

Editör

Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Budak
Doç. Dr. İhsan Karlı
Dr. Öğr. Üyesi Ali Özcan
Dr. Öğr. Üyesi Hakan Küçüksaraç

Editör Yardımcıları

Nalan Tingöy
Elif Akçay
Mustafa Çokyaşar
Mustafa Cankut Kurt

ISBN 978-605-031-724-4



Akademik Bilişim Araştırmaları Derneği Yayın No: 2019-1

ABA
ABA Basım Yayın

DÜZENLEME KURULU

Prof.Dr. Özhan TINGÖY

Doç.Dr. İhsan Karlı

Doç.Dr. Mustafa Yılmaz

Doç.Dr. Şevki Işıklı

Doç.Dr. Aşkın Demirağ

Dr.Öğr. Üyesi Yusuf Budak

Dr.Öğr. Üyesi Ali Özcan

Dr.Öğr.Gör. Aziz Tüter

Dr. Yahya Özdemir

Av. Necmiye Tingöy (B.A.)

Nalan Tingöy (B.A.)

ORGANİZASYON KOMİTESİ

Koordinatör

Prof.Dr. Özhan Tingöy

Koordinatör Yardımcısı

Dr.Öğr. Üyesi Yusuf Budak

Sekreteryä

Ferhat Korkmazcan

Mustafa Çokyaşar

Mustafa Cankut Kurt

BİLİM KURULU

Özhan Tingöy (Prof.Dr., Marmara Üniversitesi, Türkiye)

Suat Gezgin (Prof.Dr., İstanbul Üniversitesi, Türkiye)

Murat Özgen (Prof.Dr., İstanbul Üniversitesi, Türkiye)

İdil Sayımer (Prof. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Türkiye)

İhsan Karlı (Doç.Dr., Kocaeli Üniversitesi, Türkiye)

Mustafa Yılmaz (Doç.Dr., Kocaeli Üniversitesi, Türkiye)

Şevki Işıklı (Doç.Dr., Marmara Üniversitesi, Türkiye)

Yusuf Budak (Dr.Öğr. Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, Türkiye)

Ali Özcan (Dr.Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi, Türkiye)

Dr. Yahya Özdemir (Yalova Üniversitesi, Türkiye)

Yahya R. Kamalipour (Department of Journalism & Mass Communication, North Carolina A&T State University, Greensboro, North Carolina United States)

Charalambos Tsekeris (Phd., Ass. Res. Prof., National Center for Social Research, Athens, Greece; Extraordinary Prof., SPL, Stellenbosch University)

Hüseynov Aydın (Assoc. Prof. Dr, Intellectual Property Agency of Azerbaijan Republic)

Suleymanov Elçin (Doçent Dr., Baku Engineering University, Azerbaijan)

Rahmanov Fərhad, (Prof. Dr., State University of Economics – UNEC , Azerbaijan)

Dr. Tofiq Babayev (Ph.D in Computers, complexes, systems and networka Director of the Regional Innovative Technologies Academy)

Virkovski Valery Belarus (Ph.D in Computer Systems Expert in Internatioal projects Coordinator of EU4Digital)

Doç. Anar Veliyev (Azerbaycan Devlet Ekonomi Üniversitesi (UNEC), Ekonomi Felsefesi Doktoru)

KONGRE HAKKINDA

Bilişim ve İletişim Teknolojileri Kongresi (ICTC), Türkiye başta olmak üzere dünyanın farklı ülkelerinden akademisyen, sektör temsilcisi ve uzmanlarla bir araya gelme fırsatını sağlamaktadır. Kongre boyunca katılımcılar bilişim ve bağlantılı alanlardaki özgün sunumları dinlemenin beraberinde bilişim dünyasının bugünü ve yarınına ilişkin fikir alışverişinde bulunacak ve yenilikçi çözümlerin geliştirilmesine katkıda bulunacaktır.

Kongrenin ana teması “Bilişim ve İletişim Teknolojileri” olarak belirlenmiştir. Kongre bu ana temanın beraberinde, aşağıda belirtilen ve diğer ilgili tüm alanlara ilişkin çalışmalara açıktır.

- ✓ Adli Bilişim
- ✓ Belge ve Kayıt Yönetimi
- ✓ Bilgi Güvenliği
- ✓ Bilgi Yönetimi
- ✓ Bilişim Etiği
- ✓ Bilişim Hukuku
- ✓ Bilişim Teorisi
- ✓ Çokluortam
- ✓ Dağıtık Bilişim Sistemleri
- ✓ E-Crm
- ✓ E-Devlet
- ✓ E-Dönüşüm
- ✓ E-İş/E-Ticaret
- ✓ E-Organizasyon
- ✓ E-Öğrenme
- ✓ E-Pazarlama
- ✓ E-Reklam
- ✓ E-Scm
- ✓ E-Yayıncılık ve E-Yayıcılık
- ✓ E-Yönetim
- ✓ Hastane Bilgi Sistemleri
- ✓ İletişim Enformatiği
- ✓ İnovasyon
- ✓ İnsourcing/Outsourcing
- ✓ İş Zekâsı
- ✓ İşletme Enformatiği
- ✓ Karar Destek Sistemleri
- ✓ Kurumsal Kaynak Planlaması
- ✓ Medya ve İletişim Bilimleri
- ✓ Müşteri İlişkileri Yönetimi
- ✓ Proje Yönetimi
- ✓ Radyoloji Bilgi Sistemleri
- ✓ Sağlık Bilgi Stratejileri
- ✓ Sağlık Bilgi Teknolojileri
- ✓ Sağlık Teknolojileri
- ✓ Sayısal Eğlence ve Oyun
- ✓ Sayısal Hak Yönetimi
- ✓ Sayısal İletişim Ortamları/Medya
- ✓ Sayısal İletişim Sistemleri
- ✓ Sistem Analizi ve Tasarımı
- ✓ Sosyal Ağlar
- ✓ Tedarik Zinciri Yönetimi
- ✓ Telekomünikasyon
- ✓ Tıp Bilişimi
- ✓ Veri Adacıkları
- ✓ Veri Güvenliği
- ✓ Veri Madenciliği
- ✓ VeriAmbarları/
- ✓ Veritabanı Yönetim Sistemleri
- ✓ Yapay Zekâ
- ✓ Yeni Medya/İletişim Ortamları
- ✓ Yönetim Bilişim Sistemleri

DİZİN

1. Gün (15 ARALIK 2018 CUMARTESİ)

11:00/12:15 1. OTURUM: (Salon 1)

Oturum Başkanı: Doç. Dr. Şevki Işıklı

1. Şevki Işıklı - Özhan Tingöy, *Transhümanizm Çağında Etiğin İmkânı*
2. Mahir Fatih Ünal, *Dijitalleşmenin Transhümanizme Etkisi*
3. Elif Akçay, *Bir Tekno-Dil Analizi: Emoji Örneği*
4. Hatice Çetin, *Dijital Teoloji*
5. Aliye Saraç - Nesrin Özdenir Dönmez, *Nesnelerin İnterneti (IOT) Proje Geliştirme Sürecinin Eğitimde Disiplinler Arası Çalışma Ortamına Entegrasyonu*

13:00/14:15 2. OTURUM: (Salon 1)

Oturum Başkanı: Doç. Dr. İhsan KARLI

1. Aysel Cetinkaya - İhsan Karlı, *Haberciliğin Değişen Pratikleri: Çoklu Ortam, Çoklu Yetenek, Çevrimici Gazetecilik*
2. Emre Özcan, *İnternet Haberciliğinde Etik*
3. Buket Akyürek, *E-Dergi Tasarım Ve Okunabilirlik*
4. Engin Kandıran - Ali Cihan Keleş - Avadis Hacınılyan, *Forecasting of Cryptocurrencies Using Artificial Neural Networks*

14:30/15:45 3. OTURUM:

Oturum Başkanı: Dr. Öğr. Üyesi Gamze Cılızoğlu

1. Gamze Cılızoğlu, *Toplumsal Yarar Amaçlı Örgütlerin Farklı Kültürlerdeki Instagram Paylaşımları Üzerine Bir Analiz: Türkiye Ve İngiltere'deki Greenpeace Örneği*
2. Berna Uruk, *Sosyal Medya Reklamlarında Kullanılan Tipografik Karakterlerin, Hedef Kitle Üzerinde Duygusal Ve Psikolojik Etkileri*
3. Serhan Bayrakçı - Alaattin Aslan, *Sosyal Ticarette Bir İş Modeli Olarak Birebir Ticaret: Instagram Örneği*
4. Emre Biçici, *Ayna Olarak Instagram*
5. Emre Özdemir, *Kültür Endüstrisi Bağlamında Youtube Platformundaki Çocuk Kanalları Üzerine Bir İnceleme*

16:00/17:15 4. OTURUM: (Salon 1)

Oturum Başkanı: Doç. Dr. Mustafa YILMAZ

ICTC 2018 – BİLİŞİM VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ KONGRESİ / ÖZET KİTABI

1. Halil İbrahim İşbilici, *Teknoloji Destekli Manevi Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Hizmetleri*
2. Mert Küçükvardar - Özhan Tingöy, *Teknoloji Bağımlılığının Semptomlar Temelinde İncelenmesi*
3. Abdulkadir Büyükbıngöl, *Bir Fırsat Ortamı Olan İnternet Üzerinden Etkili Bir Alternatif Medya Oluşturmak Ve İlgili Sorunlar*
4. Pelin Kaya - Semra Of, *İnternet Dizilerindeki Reklam Stratejileri*
5. Mustafa Yılmaz - Aynur Köse - Yusuf Bahadır Doğru, *İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Akıllı Telefon Yoksulluk (Nomofobi) Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma*

2. Gün (16 ARALIK 2018 PAZAR)

11:00/12:15 1. OTURUM: (Salon 1)

Oturum Başkanı: Dr.Öğr.Üyesi Yusuf BUDAK

1. Mehmet Ali Bayram, *Dijital Öğrenme Araçları*
2. Alara Güven - Yusuf Budak, *Dijital Oyunlar: Reklam ve Pazarlama İletişimi Açısından Önemi*
3. Berrin Aslan Öztezcan, *Bilgi Güvenliğine Yönelik Tehditler: Marmara Üniversitesi Farkındalık Örneği*
4. Esra Abrak, *Spor Müzelerinin Dijital Halkla İlişkiler Çalışmalarına Yönelik Bir İnceleme: Beşiktaş JK Müzesi Örneği*

13:30/14:45 2. OTURUM:(Salon 1)

Oturum Başkanı: Prof. Dr. Ali ACAR

1. Abdullah Kip, *Biyometrik İmza Kullanımı, Teknolojisi, Avantajları*
2. Mehmet Kesen, *Müşteri Etkileşimleri İçin Makine Öğrenmesi Uygulamaları*
3. Ali Acar, *A Study on the Reflections of Presenceism in Working Life*
4. Hakan Küçükşaraç, *Marka Kişiliklerinin Instagram Aracılığıyla Sunumu: İçecek Markaları Üzerine Analiz*

15:00/16:15 3. OTURUM: (Salon 1)

Oturum Başkanı: Prof. Dr. Özhan TINGÖY

1. Anar Veliyev, *Proje Yönetimi*
2. Mikheil Rukhaia, *Attribute-Based Access Control For Knowledge Representation*
3. Aydın Huseynov - Kamran Sultanoğlu İmanov, *Modeling And Evaluation Of Innovative Activities İn The Banking Services Sector*

4. Elchin Suleymanov - Hayala İbrahimova, *Azərbaycanda Petrol Dışı Ekonomi Oluşumu Açıısından E-Ticaretin İnkişafının Önemi*
5. Fərhad Rəhmanov, *Improving The Institutional Environment Of The Innovation Economy İn Azerbaijan*
6. Alican Yenice, *E-İş Modellerinin Büyük Orta Ve Küçük İşletmelere Uygunluğu*
7. Ferhat Korkmazcan - Prof. Dr. Özhan Tıngöy, *Toplumsal Kontrol Ve Denetim Mekanizması Olarak Gözetim Olgusu Ve Gözetim Pratiklerinin Dönüşümü*
8. Erdal Yılmaz, *Karikatürlerle Dijital Etiğe Giriş*

16:30/17:30 KAPANIŞ OTURUMU (Salon 1)

Oturum Başkanı: Prof. Dr. Özhan TINGÖY

Değerlendirme ve Kongre Deklerasyonu

BİLDİRİ ÖZETLERİ

Transhümanizm Çağında Etiğin İmkânı

Şevki Işıklı*, Özhan Tıngöy†

ÖZET

Modernizmin ilerleme paradigması, postmodern dönemlerin ardından yeni nesil süper insanların gelişini hazırlamaktadır. Transhümanizm, posthumanizm ve süper-insan gibi kavramlar etrafında tartışılan bu dönüşüm; internet, dijitalleşme, yapay zekâ, kuantum bilgisayarlar, uydu iletişim sistemleri, verileştirme, dijitalleşme, mobil teknolojiler, ilaç sanay, genetik ve biyonik çalışmalarla ivme kazanmış durumdadır. Bizim de üyesi olduğumuz 122 bin yıllık modern insanlık; hastalıklar, kazalar, felaketler, düşük zekâ, zayıf beden ve kas yapısı, entropiye yenik düşen yaşlanma geni, duyum eşikleriyle sınırlandırılmış duyu organları, biyolojik beynin hâlihazırdaki görece düşük veri saklama, çağırma ve işleme kapasitesi gibi dezavantajlı yapısı yüzünden hem kaliteli yaşayamaz hem de erken görece erken ölür. Modern insanın ortalama 80 yıllık ömrünü 150-200 yıla çıkarmak ve yaşam kalitesini artırmak mümkün görünmektedir: Bu imkân 7 sosyo-teknik olgunun teminatı altındadır. Bunlar sırasıyla şöyle sıralanır: 1) **İkili sarmal ve GENOM projesi**: İnsanın türsel ve biyolojik çeşitliğini sağlayan yalnızca 22 bin genin var olduğu keşfedildi. Gen haritasının çıkarılması, genlerin işlevlerinin tespit edilmesi anlamına gelir. Genetik mühendislik, aşırı uç olarak tasarım bebek fikrini hayata geçirmeye başladı. Bugün bebeklerin boyu, kilosu, göz ve saç rengi yeniden düzenlenebilmektedir. Kısmen de olsa istenmeyen genlere müdahale edilebilmektedir. En önemlisi şu ki yaşlanma geni, tasarıma açık halde önümüzde duruyor. 2) **Yapay zekâ ve yapay sinir ağları**, bir yandan bireysel düşünme gücümüzü artırır, diğer yandan yerel ve küresel sorunların otomatlar tarafından çözümlenmesine zemin hazırlar. Biyolojik beynimiz, yapay zekâ desteklerine kavuştuğunda teknoloji, ilk kez insana içsel bir ek statü olarak yüklenmiş olur. 3) **Farmakoloji**: İlaçlar yalnızca virüs ve bakterilere karşı bedenimizi daha etkin korumakla kalmaz, aynı zamanda doping etkisiyle dikkat ve motivasyonu artırıp uykusuzluğa dayanıklı hale getirir. Bedenlerimiz ve psikolojimiz geçmiş yüzyıllara göre, farmakolojik ve kozmetik destek sayesinde daha şık ve daha esnek; stres, travma, bellek yitimi ve yıpranmaya karşı daha dayanıklıdır. 4) **Verileştirme ve dijitalleştirme**: Kişiler, olaylar, durumlar ve davranışlarımız kameralar ve verileştirici sensörlerle kaydedilir. Davranışlar, nüfus hareketleri, alışveriş kayıtları, hava hareketleri, kara, hava ve deniz trafiği; internet aramaları ve sosyal medya paylaşımları; GPS, check in ve konumlandırma servisleri, hastane, nüfus ve tapu kadastro kayıtları; akarsu, deniz ve hava

* Doç. Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, Bilişim ABD Öğretim Üyesi.

† Prof. Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, Bilişim ABD Öğretim Üyesi.

dalgalanmaları gibi geçmişte önemsiz ıvır zıvırlar olarak görülen her türlü sinyal, dijital veri olarak kaydedilmektedir. Hızlı bir verileştirme hamlesi başlamış durumdadır. 5) **İnternet**; Web 2.0 ile kullanıcıları, Web 4.0'la birlikte nesneleri, Web 5.0 ile toplumları birbirine bağlar; sonunda insanlar, makineler ve toplumların giderek daha fazla birbirine bağlı olduğu bir ağ toplumu hayaline iyice yaklaşılr. Dünya; fiber optik kablolar, uydu iletişim sistemleri ve elektromanyetik dalgalarlar yüzünden, organlarından haberdar bir organizmaya hatta evrenin düşünen beynine dönüşür. Mobil ve giyilebilir teknolojiler, artırılmış gerçeklik gözlükleri, simülasyon cihazları ve yapay organlarıyla insan sürekli çevrimiçidir. 6) **Kuantum bilgisayarlar**: Büyük veri setlerine bağlanmış kuantum bilgisayarlar, nörolojik beynimizin kapasini artırdığında, çözmek için yıllarımızı verdiğimiz sorunlar kısa sürede çözülebilir. Veri güvenliği ve aktarım sorunu, kuantum şifreleme ve kuantum tele-aktarım ile teminat altına alınabilir. 7) **Yapay organlar ve organ nakilleri**, organ yetmezliğini bir sorun olmaktan çıkarabilir. Biyonik ve robotik teknoloji, biyolojik insanı bir biyonike dönüştürmek üzere.

Bu literatür taramasına dayalı analitik araştırmada, insan-makine etkileşimi bağlamında, teknolojik determinizmin insanı hangi uç noktaya götürebileceği tartışılmaktadır. Teknolojinin geleneksel yaşam tarzlarımız ve değerlerimiz üzerindeki dönüştürücü etkisi, birçokları tarafından distopya, gelecek kaygısı, insanlığın sonu, gerçekliğin yitirilmesi gibi tekno-fobik ve distopik argümanlarla değerlendirilmektedir. Bu metinde, ütöpik ve tekno-sever modda olmak üzere, teknolojik destek sayesinde insanın kusurlarından arındırılarak mükemmelleştirilmesinin imkanı önerilmektedir. Makine-insanın sentezine doğru yönelen bu dijitalleşme sürecinin sonunda insan davranışlarının öngörülebilmesi durumunda, özgür irade ve sorumluluğun anlamı yeniden tartışmaya açılmaktadır. Sosyal bilimler ilk kez, "her şeyin verileştirilmesi" ve büyük veri analitikleriyle 3 yaşındaki bir çocuğun 5 dakika sonraki davranışı öngörme yeteneğine kavuşabilir. Buradaki öngörü, insan davranışlarını oluşturan unsurların gözetlenip kaydedilmesini takip eden bir sürecin sonunda bu unsurlar arasında korelasyonel ilişkiler tespit edilmesine bağlanmıştır. İnsanın çok yönlü olarak tanınması ve ne yönde karar alacağını tahmin edilmesi, insanın ahlaki bir özne olarak kalmasını tartışmalı hale getirir. Bu sorunun yanıtı, dijital yaşam formunun konturlarının çizilmesinde, dijital yaşam formu içindeki dijital açıklık etiğinde verilebilir. Her şeyin bilinebilir olması, etik bir yaşamın imkânını tümüyle yok edemez. Bu tıpkı, her şeyi bilen bir tanrıya inanan bir müminin, kendini hala özgür hissetmesi gibidir.

Anahtar Sözcükler: *Dijital Etik, Açıklık Etiği, Gözetim Toplumu, Post-humanizm, Dijital Yaşam Formu, Dijital Değerler.*

The Possibility Of Ethics In The Age Of Transhumanism

ABSTRACT

The paradigm of progress in modernism prepares the arrival of the next generation superhumans after the postmodern periods. This transformation, discussed around concepts such as transhumanism, posthumanism and super-human has gained momentum with internet, digitization, artificial intelligence, quantum computers, satellite communication systems, datafication, mobile technologies, pharmaceutical industry, genetic and bionic studies. The 122,000-year-old modern humanity, which we are a member of, both can't live in quality due to the disadvantageous structure such as diseases, accidents, disasters, low intelligence, weak body and muscular structure, the aging gene succumbed to entropy, sensory organs limited by sensation thresholds, the biological brain's current relatively low data storage, retrieval and processing capacity, and dies relatively early. It seems possible to increase the life expectancy of the modern human being to 150-200 years and to improve the quality of life: this is under the guarantee of 7 socio-technical phenomena. They are listed as follows: **1) Double helix and Genome Project:** It was discovered that only 22,000 genes, which provide the species and biological diversity of human being, existed. gene mapping means identifying the functions of the genes. Genetic engineering has begun to carry out the idea of baby by design as the extreme end. Today, the baby's height, weight, eye and hair color can be rearranged. In part, unwanted genes can be interfered. Most importantly, the aging gene stands in front of us, being open to design. **2) Artificial intelligence and artificial neural networks,** on the one hand, increase our individual thinking power, and on the other hand, prepare the ground for solving local and global problems by automakers. When our biological brain is supported by artificial intelligence, for the first time, technology has been installed on human beings as an internal attachment status. **3) Pharmacology:** drugs not only protect our body more effectively against viruses and bacteria, but also increase attention and motivation with doping effect and make it resistant to insomnia. Our bodies and psychologies are more elegant and flexible with pharmacological and cosmetic support than in the past centuries, and are more resistant to stress, trauma, memory loss and aging. **4) Datafication and digitization:** people, events, situations and behavior are recorded with cameras and datafication sensors. All kinds of signals seen as junk in the past such as behaviors, population movements, shopping movements, air movements, land, air and sea traffic; internet calls and social media sharing; GPS, checkin and positioning services, hospital, population and Land Registry records; stream, sea and air fluctuations are recorded as digital data. A quick datafication move is in progress. **5) Internet** connects users with Web 2.0; things with Web 4.0; communities with Web 5.0; finally, the dream of a network society where people, machines and societies are increasingly interconnected. Because of fiber optic cables, satellite communication systems and electromagnetic waves, the world becomes an organism aware of its organs and even the thinking brain of the universe. With mobile and wearable technologies, augmented reality goggles, simulation devices and artificial organs human beings are constantly online. **6) Quantum computers:** When quantum computers connected

to large data sets increase the capacity of our neurological brain, the problems that we give years to solve can be solved in a short time. Data security and transmission problem can be secured by quantum encryption and quantum telemarketing. 7) **Artificial organs and organ transplants** can stop organ failure from being a problem. Bionic and robotic technology is about to transform the biological human into a bionic.

In this literature-based analytical study, in the context of human-machine interaction, it is argued that at what extreme point technological determinism can carry people. The transformative effect of technology on our traditional lifestyles and values is evaluated by many with techno-phobic and dystopic arguments, such as dystopia, future anxiety, the end of humanity, and the loss of reality. In this text, the possibility of perfecting human beings by means of technological support is recommended in utopian and techno-sever mode. In the event that human behavior can be predicted at the end of this digitalization process towards the synthesis of machine-man, the meaning of free will and responsibility is reopened. For the first time, social sciences may have the ability to predict behaviour after 5 minutes of a 3-year-old child with “datafication of everything” and large data analytics. The foresight here is linked to the determination of correlational relationships between these elements at the end of a process that follows the monitoring and recording of the elements that constitute human behavior. The recognition of human beings in a versatile way and the prediction of which direction will be made make it controversial that human being remains a moral subject. The answer to this question can be given to drawing the contours of the digital life form, in the ethics of the digital transparency within the digital life form. The fact that everything is omniscient cannot completely destroy the possibility of an ethical life. This is just like a believer who believes in an omniscient God, feels oneself free.

Key Words: *Digital Ethics, Ethics of Transparency, Surveillance Society, Post-humanism, Digital Life Form, Digital Values.*

Dijitalleşmenin Transhümanizme Etkisi

Mahir Fatih ÜNAL*

ÖZET

Dijitalleşme, depolama alanları ve erişim maliyetlerinde yaşanan düşme, mobilleşme ve ekranlaşma ile beraber büyük bir ivme kazanmıştır. Yaşadığımız bu çağda verileştirilmemiş hiçbir şey kalmadığı gibi hemen her şey dijitalleşmiştir. Transhümanizmin hedefi durumundaki üst-insana ulaşma ideali, gelişen teknoloji ile mümkün olma aşamasına gelmiştir. Durmaksızın devam eden dijitalleşme süreci ile beraber transhümanizm, insanı yeni bir devrimsel sürece hazırlamaktadır. Bu süreçte insan, 0 ve 1'lerden oluşan ikili sayı sisteminde kendine bir yer edinerek ilerlemekte ve yeni bir form ile karşılaşmaktadır. Yapılan araştırmada, dijitalleşme sürecinin transhümanizmi nasıl etkilediği üzerinde durulmuş; "İnsan, insan olarak kalabilecek midir?", "Limit ve sınırları değişen insan, ontolojik olarak mevcut insan ile aynı insan mıdır?", "İnsanın yaşadığı böylesi bir transformasyon sonrası geleneksel değerler ve ilkeler hala geçerliliğini koruyabilecek midir?" sorularına cevaplar aranmıştır. Bu çalışma, literatür taramasına dayalı analitik bir çalışmadır. Araştırma neticesinde insana ait tanımın yeniden yapılması, sınırlarının yeniden çizilmesi ve varlık, etik, değer gibi felsefi konularda yeni çalışmaların yapılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Dijitalleşme, Transhümanizm, İnsan 2.0, Nesnelerin İnterneti.

The Effect of Digitization on Transhumanism

ABSTRACT

The decline in digitization, storage areas and access costs gained momentum along with mobilization and shielding. In our age, nothing has been remained all information without tracked and almost everything has been digitized. The ideal of reaching the post-human as the target of transhumanism is at the stage of becoming possible with the developing technology. Together with the non-stop digitization process, transhumanism prepares human for a new revolutionary process. In this process, the human being takes a place in the binary number system consisting of 0 and 1 and progresses to a new form. In this study, it was emphasized how digitization process affects transhumanism. Questions of "Will human be able to remain human?", "Are the human beings bounded by limits and boundaries ontologically the same as existing human beings?" and "Are the traditional values and principles that human beings still survive?" are answered. This study is an analytical study

* Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Bilişim Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi

based on literature review. As a result of the research, it has been concluded that new definitions should be made on the reconstruction of the human definition, redrawing the boundaries and philosophical issues such as existence, ethics and value.

Key Words: Digitization, Transhumanism, Human 2.0, Internet of Things.

Bir Tekno-Dil Analizi: Emoji Örneği

Elif AKÇAY*

ÖZET

Teknoloji kullanım oranındaki artışa bağlı olarak teknolojinin kendisinin bir dil olma imkânı da artmaktadır. Bu imkân bazıları tarafından gündelik ve edebi dili tehdit eden bir yan etki olarak eleştirilmektedir. Tekno-devrim, iletişim kurma biçimlerimizi çok yönlü olarak etkilemektedir. İletişimin sözlü ortamdan telefon ve bilgisayarlar aracılığı ile dijital ortamlara kayması, teknolojinin kendine has dili üzerine yeni tartışmaları ortaya çıkardı. Teknolojik dil, iletişim ihtiyacını karşılarken gündelik dildeki anlam bulanıklığı, karışıklığı, belirsizliği ve çokluğuna yol açan unsurlardan arınmakta, sembolik bir hale bürünmekte, böylece sade ve daha anlaşılır, herkesin kolayca öğrenebildiği yeni bir iletişim diline dönüşmektedir.

Bu çalışma, iletişim sıklığını artıran teknolojik gelişmeler ve özellikle görece olarak daha özgür bir ortam yaratan internetin de etkisiyle teknolojiye dayalı yeni sembolik bir dil yaratma isteği ile ilgilidir.

Bu araştırmanın amacı, herkesin anlayabileceği bir internet dilinin, yeni ve birleştirici bir dil olabilme imkânı açısından değerlendirilmesidir. Araştırma, literatür taramasına dayalı analitik bir çalışmadır. Yapılan çalışmada; “Emojiloji, eski meta-dil arayışının yeni versiyonu olabilir mi?”, “Hız olgusunun büyük bir etken olduğu, yazma ve okuma davranışlarımızın sürekli değiştiği bilişim devrinde, emojiler fark etmediğimiz bir şekilde yeni meta-dilimiz mi olmaktadır?”, “Teknoloji yeni bir üst-dil yaratma kabiliyetine sahip midir?”, “İnternet ve teknolojiye kullanılan kısaltma ve simgeler bir dil olarak değerlendirilebilir mi?”, “Emoji, meta-dil arayışının bir sonucu olarak kabul edilebilir mi?”, “Teknolojinin oluşturduğu bu dil yani emoji, meta-dil arayışına son verebilir mi?” sorularına cevap aranmaktadır. Yapılan çalışmada teknoloji dilinin getirdiği hız ve minimum karakter ile maksimum enformasyonu sağlama isteğinin henüz bir üst dil olmasa da bu arayışa son verecek bir potansiyele sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Meta-dil, Emoji, Evrensel Dil, Teknoloji Dili.*

** Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Bilişim Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi

A Techno-Language Analysis: Example of Emoji

ABSTRACT

The possibility of being a language for technology is raising based on the increase in usage rate of technology. This is criticized to threaten literary and daily language by some. Technological revolution affects the ways of communication sophisticatedly. The tendency of communication from oral to digital causes new arguments about the language of technology. Technological language provides for communication, and also it purifies the uncertainty and ambiguity of daily language, thus, it turns into a language which can be understood by anyone. This study is about the claim to create a new symbolic language based on technology by effects of the internet, which creates a free environment relatively, and technological developments, which increases the frequency of communication.

This study aims to evaluate if it is possible to turn internet language, which is understood by anyone, into a new and connective language. This is an analytical study based on literature review. This study looks for answers to some questions such as “Might emojis be a new version of old meta-language seeking?”, “Does emoji become our new meta-language unwittingly at information age when speed is a major factor, and reading and writing praxes change rapidly?”, “Is technology capable to create a meta-language?”, “Are clippings and signs considered as a language?”, “Might emoji be considered as a conclusion of meta-language seeking?”, “Might emoji, which has been created by technology, end the meta-language seeking?”. This study concludes that the claim of supplying maximum information along with minimum characters and the speed, that is provided by the technological language, has the potential to end the meta-language seeking although it has not existed yet.

Key Words: *Meta-language, Emoji, Universal Language, Technological Language.*

Dijital Teoloji

Hatice ÇETİN

ÖZET

Teknolojik imkanlardaki hızlı gelişme ve bu gelişmeye bağlı olarak ortaya çıkan dönüşümün yansımaları da hızlı ve etkili olmuştur. Sanayi devrimi ile başlayan bu değişim özellikle internetin bulunması ile çok daha ileri boyutlara taşınmıştır. Hayatımızın her alanını doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen iletişim teknolojilerindeki bu gelişmelerden en çok etkilenen alanlardan biri de şüphesiz dindir. İnternet öncesi sekülerleşme tartışmaları ile gündeme oturan geleneksel dini hayat ve değişim problemi, internet sonrası dönemde yerini hızla teknolojik olarak evrilmekte olan yeni bir dini yaşantıya bırakmaktadır. En açık ve net bakış açısıyla, yani 'değişmez inanç'lara, kurumsal otorite, ibadet, ritüel ve etik ilkelere sahip olduğu kabul edilen dinin asli hüviyetini bilimsel ve teknolojik gelişme ve sosyo-kültürel değişim rüzgarlarına karşı koruyup koruyamayacağı ya da bu süreçte alacağı 'yeni dini formlar' sorunu önümüze gelmektedir. Bu çalışmanın amacı dijitalleşen dinin medya ve sosyal medyadaki yansımaları ve teknolojiinin dini yaşantılar üzerindeki maddi ve manevi etkilerini ortaya koymaktır. Bu çalışmada bilgi, teknoloji ve din çerçevesinde insanlığın deneyimlemekte olduğu ve önceki dönemlerden pek çok farklılıklar gösteren dijital çağda, dini kültürün sahip olduğu görünümle ele alınacaktır. Bu çalışma, dinin günümüz bilgi ve iletişim toplumunda kendini nasıl ifade ettiğini, dindarlık biçimlerinin nasıl şekillendiğini göstermesi bakımından önem kazanmaktadır. Yöntem olarak doküman incelemesi ve içerik araştırmaları kullanılmıştır.

Anahtar kelimeler: *Sanal Din, Dijitalleşme, Dijital Teoloji, Çevrimiçi Ritüel.*

Digital Theology

ABSTRACT

The rapid development of technological facilities and the reflection of the transformation due to this development have been fast and effective. This change, which started with the industrial revolution, has been moved to a much more advanced level with the presence of the internet. One of the areas most affected by these developments in communication technologies, which directly or indirectly affect every aspect of our lives, is undoubtedly religion. The problem of traditional religious life and change sitting on the agenda with pre-Internet secularization discussions leaves its place to a new religious experience that is rapidly evolving technologically. The most clear and clear point of view, 'immutable beliefs',

institutional authority, worship, ritual and ethical principles that are considered to have the basic identity of the scientific and technological development and socio-cultural change in the wind or protect against The religious forms'. The aim of this study is to reveal the effects of digitalizing religion on media and social media and the physical and spiritual effects of technology on religious life. In this study, the views of the religious culture will be discussed in the digital age, where humanity is experiencing within the framework of knowledge, technology and religion and in the digital age which shows many differences from previous periods. This study is gaining importance in terms of how religion expresses itself in today's information and communication society and how forms of religiosity are shaped. Document analysis and content research were used as methods.

Key Words: *Virtual Religion, Digitalization, Digital Theology, Online Ritual.*

Nesnelerin İnterneti (IoT) Proje Geliştirme Sürecinin Eğitimde Disiplinler Arası Çalışma Ortamına Entegrasyonu*

Aliye Saraç†, Nesrin Özdenir Dönmez‡

ÖZET

Endüstri 4.0 çağının en çok dikkat çeken ve gelişime açık olan alanı sensörler ve internet aracılığı ile fiziksel nesnelerin birbirleriyle ve daha büyük sistemlerle bağlantılı olduğu bir iletişim ağı olarak tanımlanan Nesnelerin İnterneti (Internet of Things – IoT) kavramıdır. Nesnelerin İnterneti'nin, günlük kullandığımız nesneler, içinde yaşadığımız sosyal ortamlar (akıllı şehir, akıllı bina vs.), hizmet ve üretim sektörlerine kadar her alanı etkileyebilecek potansiyeli bulunmaktadır. Gelecek yıllarda bu cihazların sayısında büyük bir artış beklenmektedir. Bu çalışmada amaç Nesnelerin İnterneti teknolojisinin disiplinler arası proje geliştirme ortamında kullanılması sürecini incelemek ve bu sürecin öğretmen adayları açısından çıktılarını sunmaktır.

Nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması olarak kurgulanan çalışma, 2016-2017 eğitim öğretim yılında Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi'nde öğrenim görmekte olan Fen Bilgisi Öğretmenliği bölümünden 16, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Öğretmenliği bölümünden 16 olmak üzere toplamda 32 öğretmen adayı ile yürütülmüştür. Eğitim sonunda açık uçlu anket formları ile elde edilen veriler içerik analizi ile çözümlenerek temalar oluşturulmuştur. Nesnelerin interneti eğitimini disiplinler arası bir ortamda almak konusunda öğretmen adaylarının tamamının pozitif yönelimli cevaplar verdiği görülmüş (f:32 100%), disiplinler arası grup ile proje geliştirme konusunda büyük çoğunluğunun (f:27 %84) olumlu görüşlere sahip oldukları belirlenmiştir. Bu eğitimi almanın öğretmen adaylarının tamamının mesleki yaşamlarına olumlu yönde katkı sağlayacağı görüşünde oldukları sonuçlarına varılmıştır(f:32 %100).

Bu çalışma; disiplinler arası çalışabilen Nesnelerin İnternetini oluşturan geliştirme kartları, gömülü sistemler ve sensörler ile proje geliştirebilen ve bu konuda öğrencilere rehberlik yapabilecek öğretmen yetiştirmek isteyen eğitim fakültelerine örnek teşkil etmesi açısından önemlidir. Bulguların gerek Milli Eğitim Bakanlığı gerekse eğitim fakültelerinde çalışan konu

* Bu çalışma Marmara Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü ve SAMM Teknoloji tarafından EGT-A-111017-0599 numaralı proje olarak desteklenmektedir ve Marmara Üniversitesi Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bilim Dalı doktora öğrencisi Aliye Saraç'ın doktora tez çalışmasının pilot uygulamasından üretilmiştir.

† Nişantaşı Üniversitesi Mobil Teknolojileri Programı, Öğr. Gör., aliye.sarac@nisantasi.edu.tr

‡ Marmara Üniversitesi Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü, Prof. Dr., nozdener@marmara.edu.tr

alan uzmanlarına katkı sağlaması ve ileride yapılacak çalışmalara ışık tutması beklenmektedir.

Anahtar kelimeler: Nesnelerin İnterneti, Disiplinler Arası Çalışma, Proje Geliştirme, Eğitimde Yeni Yaklaşımlar.

*Integration of the Internet of Things (IoT) Project Development Process into an Interdisciplinary Work Environment in Education**

ABSTRACT

The concept of Internet of Things (IoT), which is defined as communication network where the physical objects are connected with one another and much bigger systems through sensors and the Internet, is the most noticeable and more developable area of the Industry 4.0 era. The Internet of Things has the potential to impact every area including the objects we use daily, social environments we live in (smart city, smart building etc.), service and production sectors. In the coming years a large increase in the number of these devices is expected. This study aims to examine the process of using the Internet of Things technology in the interdisciplinary project development environment and to present the outcomes of the process from the perspective of pre-service teachers.

The study, which was designed as a case study of qualitative research methods, was carried out with a total of 32 pre-service teachers, 16 from Science and 16 from Computer Education and Instructional Technology departments, who studied at Marmara University Atatürk Faculty of Education in 2016-2017 academic year. At the end of the training, the data obtained by open-ended questionnaire forms were analyzed by content analysis and themes were formed. It was seen that all of the pre-service teachers gave positive-oriented answers about getting education in Internet of things in an interdisciplinary environment (f: 32 100%), and it was determined that the majority of the pre-service teachers had positive opinions about the interdisciplinary group and project development (f: 27 84%). It was concluded that getting this education would provide a positive contribution to the professional life of all pre-service teachers (f: 32 100%). It was concluded that, all of pre-service teachers think that getting this education would provide a positive contribution to their professional life (f: 32 100%).

This study is important in terms of serving as a model to faculties of education aiming to raise teachers who can develop projects with developing kits, embedded systems and sensors, can work in an interdisciplinary way and create the internet of things, can guide the students on

* This study is supported by Marmara University Coordinatorship of Scientific Research Projects and SAMM Technology, as research project number EGT-A-111017-0599 and it was produced from the pilot study of the doctoral thesis prepared by Aliye Saraç.

this subject. The findings are expected to contribute the specialists working both in the Ministry of National Education and the faculties of education and to light the way to the studies to be carried out in the future.

Key Words: *Internet of Things, Interdisciplinary Work, Project Development, New Approaches in Education.*

Haberciliğin Değişen Pratikleri: Çoklu Ortam, Çoklu Yetenek, Çevrimiçi Gazetecilik

Aysel ÇETİNKAYA*, İhsan KARLI†

ÖZET

İletişim ve bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler birçok alanda olduğu gibi gazetecilik alanında ve gazetecilik mesleğinin standartlarında birtakım değişikliklere sebep olmuştur. Birden fazla medyanın tek bir araçta toplanmasını ve kullanılmasını sağlayan yeni medya, bu özelliği ile çoklu ortam (multimedia) niteliği taşımaktadır. Çoklu ortam içerik üretiminin bir gereği olarak, gazetecilerin bütün medya araçlarına yönelik olarak bir dizi yetenek geliştirme ihtiyaçlarını ortaya çıkarmaktadır. Artık gazetecilerin bir içeriği toplama, değerlendirme ve yazma gibi temel gazetecilik görevlerinin yanı sıra o içeriğe uygun fotoğrafı seçme ve düzenleyebilme, gerekirse bir fotoğraf galerisi oluşturabilme, video içeriği üretebilme ve o haberin okur kitleye ulaşmanı sağlama gibi becerileri edinmesi beklenmektedir.

Bu çalışma, gazetecilik mesleğinin değişim yapısının haber üretim sürecinde meslek pratiklerinin nasıl evirildiğini ele almayı amaçlamaktadır. Çalışmanın verileri, gazetecilik mesleği, çevrimiçi gazetecilik ve çoklu yetenek konularındaki literatür taramasıyla birlikte 1 Mayıs-30 Haziran 2018 tarihleri arasında yüz yüze görüşme tekniğiyle ve e-posta kanalıyla görüşme yapılarak toplanmıştır. Araştırmanın örneklemini uzman örneklem tekniğine bağlı olarak, çevrimiçi gazetecilik endüstrisine ve ekonomisine yön verdiği düşünülen çevrimiçi gazetelerin yayın yönetmenleri ve gazetecilik mesleğini aktif olarak icra etmiş, mesleğin geçmiş ve bugünü konusunda deneyim sahibi gazetecilerdir. Yönetici sınıfın görüşlerine başvurmak, çevrimiçi gazetelerin işleyişini ve üretimini sürdüren işgücünde aradıkları niteliklerin tespit edilebilmesi; mesleğe yıllarını vermiş gazeteciler ile görüşülmesi ise geçmişte gazetecilerde aranan özelliklerin ortaya konulması açısından önem kazanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Gazetecilik, Çevrimiçi Gazetecilik, Çoklu Ortam, Çoklu Yetenek.*

* Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Dr. Öğr. Üyesi, aysel.cetinkaya@kocaeli.edu.tr.

† Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Doç. Dr., ikarli@kocaeli.edu.tr.

Changing Practices of Journalism: Multimedia, Multiskilling, Online Journalism

ABSTRACT

The developments in communication and information technologies have led to several changes in the journalism area and in the standards of the journalism practice, as well as in many areas. The new media, which enables the collection and use of multiple media in a single tool, has the characteristic of multimedia with this feature. As a requirement to produce multimedia content, journalists need to develop a range of capabilities for all media tools. Other than the basic journalistic tasks like collecting, evaluating, and writing content, journalists now are expected to acquire skills such as selecting and editing the proper photo, creating a photo gallery if necessary, producing video content, and ensuring that the news reaches the audience.

This study aims to discuss how the changing structure of the journalism has changed the vocational practices in news production. It is aimed to collect the data with the face-to-face interview technique and a literature review in the journalism profession, online journalism, and multiskilling subjects, and the research sample is determined by the expert sampling technique from the purposeful sampling methods from 1 May to 30 June 2018. Depending on the expert sampling technique, the research sample consists of the editors-in-chief of online newspapers leading the online journalism industry and the economy, and journalists who have actively engaged in the journalism profession and have experience in the past and present of the profession. Asking opinions of the executives, determining the qualities that the online newspapers look for in the workforce that continues its functioning and production, meeting journalists who have given years to this profession has gained importance to be able to find the characteristics required in journalists in the past.

Key Words: *Journalism, Online Journalism, Multimedia, Multiskilling.*

Yeni Medya ve İnternet Haberciliğinde Etik Sorunlar

Emre ÖZCAN*

ÖZET

Etik; genel olarak, geçmiş, günümüz ve gelecekte insanların davranışlarının iyi ya da kötü, doğru veya yanlış yönden değerlendirilmesini içeren ve dünyanın her yerinde geçerli olması beklenen ilke ve kuralların bütünü olarak tanımlanabilir. Bu çalışmada, internet haberciliği ve Türkiye'de yayın yapan internet haber sitelerinin habercilik etiğine bakışıyla ilgili örnekler eşliğinde değerlendirmeler yapıldı. Çalışmada etik, ahlak, meslek etiği, medya etiği, internet haberciliğinin etik sorunları gibi konularda site incelemesi yapıldı. İncelenen haberlerin kamuoyunu bilgilendirme amacından çok tık haberciliğine hizmet ettiği ve eğlendirme amacına hizmet ettiği görüldü. Ayrıca bu makalede internet haberciliğinin olumlu ve olumsuz yönlerini tartışarak haberleri medya etiği açısından tartıştık. İnternet haber siteleri medya etiği değerlerine riayet ediyor mu? gibi sorulara cevap aradığımız çalışmada birçok örnekle bu değerlerin nasıl çiğnendiği bir kez daha ortaya çıktı.

Anahtar kelimeler: Etik, Gazetecilik Etiği, Medya Etiği, İnternet Haberciliği, İnternet Etiği.

Ethical Issues in New Media and Internet Journalism

ABSTRACT

Ethic; In general, past, present and future people's behavior can be defined as the whole of the principles and rules that are expected to be valid in all parts of the world, including good or bad, right or wrong evaluation. In this study, Internet journalism and broadcasting in Turkey evaluations, accompanied by examples of internet news sites was done with a view to journalistic ethics. In the study, the subject of ethics, ethics, professional ethics, media ethics, ethics issues of internet journalism were examined. It has been seen that the news reports serve the press service rather than informing the public and serve the purpose of entertaining. In this article, we discussed the news in terms of media ethics by discussing the positive and negative aspects of internet journalism. Do Internet news sites respect media ethics? In the study we are looking for answers to questions such as how many times these values have been broken.

Key Words: Ethics, Journalism Ethics, Media Ethics, Internet News, Internet Ethics.

* Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ozcannemre@gmail.com

E-Dergi ve Okunabilirlik

Buket Akyürek

ÖZET

Günümüzde yeni medya ve araçlarının günlük hayatta çok kullanılmaya başlaması ile geleneksel yayıncılık olan dergicilik, platform değiştirerek e- dergi haline gelmiştir. Bu bağlamda geleneksel dergicilik tirajları azalmıştır. Tirajların azalması, yeni medya ve araçları kullanımının artması ile elektronik dergiler gün geçtikçe daha fazla kullanılmaya başlanmıştır. Bu bağlamda elektronik dergilerin kullanılan cihaza göre tasarlanması zorunluluğunu doğurmaktadır. Ancak her ne kadar elektronik yayın olarak adlandırılan dergiler, elektronik formda yayınlansa da özellikle format ve okunabilirlik açısından elektronik dergicilikte birçok sorunlar bulunmaktadır. Bu bağlamda kullanılan formatlar ve okuyucu göz önünde bulundurularak tasarım ve yayın yapılması gerekliliğini ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Geleneksel Dergi, Yeni Medya, Elektronik Dergi, Okunabilirlik.*

E-Journal and Readability

ABSTRACT

New media tools are used in our daily life. Therefore The journal, which is a traditional publishing product, becomes e- journal by changing its platform. In this context, the sale of traditional magazines has decreased. With the get decrease of sales and get increase that usage of new media and tools, electronic journals have been used more and more every day. In this context, electronic journals have to be created according to electronic device. Although journals that are called electronic journal, published as electronic form, there are many problems in electronic journalism, especially in terms of format and readability. As a result it has coming up formats which are used and readers are being considered. In this regard the necessity of design and publication has been emerging by considering formats which is used and the reader.

Key Words: *Traditional Journal, New Media, Electronic Journal, Readability.*

Forecasting of Cryptocurrencies Using Artificial Neural Networks

Engin Kandiran^{1*}, Ali Cihan Keleş¹, Avadis Hacımlıyan^{1,2}

ABSTRACT

In analysis of time series, the classification of time series in terms of linearity(nonlinear) behaviour leads to use different methodologies in forecasting. Other than ARCH and GARCH (Chu, Chan, Nadarajah, & Osterrieder, 2017) methods, in modeling and forecasting nonlinear time series, the usage of artificial neural networks(ANNs) is gaining much more interest in recent years and becoming a topic of recent studies (Katijani, Hipel, & McLeod, 2005), (Almeida, Tata, Moser, & Smit, 2015) . In this study, we want to measure and compare the forecasting performance of different neural network architectures in forecasting cryptocurrency prices such as Bitcoin and Ethereum. The residual-fit spread plot is utilized in a novel fashion in this study to comparevisually out-of-sample forecasts of the neural network models that are studied.

Key Words: *Forecasting, Artificial Neural Networks, Nonlinear Time Series.*

* ¹ Department of Information Systems and Technologies, Yeditepe University, Ataşehir, Istanbul, Turkey and The Institute for Graduate Studies in Sciences and Engineering, Yeditepe University, İstanbul Turkey.

E-Mail: engin.kandiran@yeditepe.edu.tr

E-Mail: ali.keles@yeditepe.edu.tr

² Department of Physics and Department of Information Systems and Technologies, Yeditepe University, Ataşehir, Istanbul, Turkey

E-Mail: ahacinliyan@yeditepe.edu.tr

Toplumsal Yarar Amaçlı Örgütlerin Farklı Kültürlerdeki Instagram Paylaşımları Üzerine Bir Analiz: Türkiye ve İngiltere’deki Greenpeace Örneği

Gamze YETKİN CILIZOĞLU*

ÖZET

Toplumsal yarar amaçlı örgütlerin temel amacı; toplumda ortak bilgi ve dil düzeyi oluşturarak kolektif bilincin ve eylemin oluşmasına aracılık etmektir. Kolektif bilincin amacı ise; değişime aracılık etmek, katılımı sağlayarak toplumsal tepki refleksinin oluşumuna katalizör görevi görmektir. Bu sürecin oluşumunda; o toplum içindeki bireylerin kültürel yapısı, kültürel çerçeve içinde kullanılan dil, demokratik yapı, katılımın biçimi gibi unsurlar toplumsal yarar amaçlı örgütlerin paylaşımlarında kullandıkları mesajların çağrışımlarına da etki etmektedir. Kar amaçlı örgütlerin çağın gereklerine uygun olarak etkin bir şekilde kullandıkları sosyal medya toplumsal yarar amaçlı örgütler (kar amacı gütmeyen) için de önemli bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu öngörülerden yola çıkarak demokrasileri açısından farklılıklar gösterdiği varsayılan İngiltere ve Türkiye’de Greenpeace’in 14 Kasım-10 Aralık tarihleri arasındaki Instagram paylaşımları rastlantısal olarak seçilmiş ve bu süreçteki paylaşımların verdiği mesajlar çağrışımları açısından hem niceliksel hem de niteliksel olarak içerik analizi ile incelenmiştir. Bu çalışmanın amacı toplumsal yarar amaçlı bir örgüt olan Greenpeace örneğinde farklı kültürlerde sahip ülkelere bu farklılıkların analiz edilen mesajlara yansıyor yansımadığını görebilmektir.

Anahtar Kelimeler: *Toplumsal yarar amaçlı örgüt, kültürel farklılıklar, Greenpeace, Instagram.*

An Analysis of Social Benefit Organization’s Instagram Posts in Different Cultures: Case of Turkey and United Kingdom

ABSTRACT

Main purpose of social benefit organizations is to mediate collective consciousness in society by creating a common knowledge and language ground. As to the aim of collective consciousness is to engage in the formation of social response reflex by providing participation. In the formation of this process; the cultural structure of individuals within

* Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, gamze.cilizoglu@kocaeli.edu.tr

society, the language used in cultural framework, democratic structure, the form of participation affect the connotations of the messages which social benefit organizations used in their posts. Social media used by profit-making organization in accordance with the requirements of the era, also emerges as an important medium for social benefit organizations (non-profit) too. Depart from these foresights, Greenpeace Instagram posts, which published between 14th November and 10th December, of two different countries which assumed to represent differences in terms of democracies, Turkey and United Kingdom, selected and the messages given by the posts in this process were examined both quantitatively and qualitatively by content analysis in terms of their connotation.

The aim of this paper is to see in Greenpeace sample, which is a social benefit organization, whether the differences are reflected in the analyzed messages in countries with different cultures.

Key Words: *Social benefit organization, cultural differences, Greenpeace, Instagram.*

Sosyal Medya Reklamlarında Kullanılan Tipografik Karakterlerin, Hedef Kitle Üzerinde Etkileri

Berna URUK

ÖZET

Eski çağlardan bu yana gelişimini sürdüren yazı, tipografi sanatının ortaya çıkmasıyla grafik tasarım alanında önemli bir yere sahip olmuştur. Günümüz görsel iletişim alanının en önemli organlarından biri olan bilgisayar ile tipografinin buluşması hayatımızın her alanında görebileceğimiz yeni bir sanat ve ticaret alanı oluşturmuştur. Becer, E. (2008) Sosyal medya reklamcılığı da, gelişen internet ve bilgisayar teknolojilerinin yanında hızla ilerlemekte ve gelişmektedir. İnternette bulunan sosyal paylaşım siteleri üzerinden yapılan her türlü reklam faaliyetlerine sosyal medya reklamcılığı denmektedir. İnternet ve sosyal medya platformlarını kullanan bireylerin sayısı her geçen gün artmaktadır. İşletmeler de buna bağlı olarak sosyal medyada yer alarak markalarını büyük kitlelere duyuruyor. Böylelikle işletmeler daha çok müşteriye ulaşmayı hedefleyerek *reklam* yatırımlarını bu doğrultuda yapıyorlar. Belek, S.(2018). Tipografinin insanlar üzerindeki etkisi de burada devreye girmekte. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı; sosyal medyada karşımıza çıkan reklamların görsel anlatımların yanında kullanılan tipografik öğelerin hedef kitle üzerinde oluşturduğu etkilerinin incelenmesidir. İnsanların reklamda karşılaştıkları font çeşitliliği, yazı puntosu, reklamda kapladığı alan araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Sosyal Medya, Tipografi, Reklam.*

The Emotional And Psychological Effects Of Typographic Characters Used In Social Media Advertisements On The Target Audience

ABSTRACT

Since ancient times, writing continues to improve, with the emergence of the field of graphic design, typography has gained an important place. The meeting of typography with computer, which is one of the most important organs of today's visual communication field, has created a new art and trade area which can be seen in every aspect of our lives. Social media advertising is rapidly developing alongside with internet and computer technologies. All kinds of advertising activities through social networking sites on the Internet are called social media advertising. The number of individuals using internet and social media platforms is increasing day by day. Businesses also take part in social media to announce their brands to large masses. In this way, businesses are aiming to reach more customers and make

their advertising investments in this direction. Belek, S.(2018). The influence of typography on people also comes into play here. In this context, the aim of this study is to examine the effects of typographic elements on the target audience as well as the visual narratives of advertisements in social media.

Key Words: *Social Media, Typography, Advertising.*

Sosyal Ticarete Bir İş Modeli Olarak Birebir Ticaret: Instagram Örneği

Alaattin Aslan, Serkan Bayrakcı, Özhan Tıngöy

ÖZET

Sosyal medya web 2.0 araçlarını kullanarak çevrimiçi yazı, resim, fotoğraf, ses ve video içeriklerinin oluşturulması ve paylaşımının yapılması sağlayan platformların genel ismidir. Burada bulunan platformlar sosyal etkileşimin sağlanması için kullanıcıların karşılıklı olarak fikirlerini, tecrübelerini, deneyimlerini, algılarını vb. birçok duygu ve düşüncelerinin işbirliği içinde üretmeyi ve paylaşmayı hedef edinmişlerdir. Bu paylaşım gerçek manada toplumsal bir güç, olarak hissedilmeye başlanmış, bu mecraların etkililiği gün geçtikçe artmıştır. Gündelik hayatın bir parçası olarak alışveriş, yapmanın sosyal medya kullanılarak yapılması da günümüz için yeni sayılabilecek bir durumdur. Bu bağlamda sosyal medya da yeni iş modellerinin kullanılması gerekmektedir. Instagram uygulaması ise kullanıcıların çektikleri fotoğrafları, uygulamanın sağladığı efektler ile takipçilerle paylaşılması, bu fotoğraflara yorum yapılması, tavsiyelerin bildirilmesi, görüşlerin alınmasını sağlamasıyla bir sosyal medya platformu olarak kullanılmaktadır. Kullanıcıların bir yandan çektikleri fotoğrafları yayınladıkları bu platform bir başka yönü ile ticaretin bir aracısı olma yolunda ilerlemektedir. Reklam veya pazarlama konusunda sıkıntı yaşayan işletmeler, evlerinde kendi el ürünü mamullerini satmaya çalışan ev hanımları veya pazarlama anlayışına farklılık katmak isteyen ünlü markalar Instagram üzerinden yayınladıkları ürün fotoğrafları ile müşterilerine ulaşmaya çalışmaktadırlar.

Bu çalışmamızda sosyal ticaret kavramının tanımlanması ve sosyal medya platformlarından Instagram da ticaret yapmaya çalışan kullanıcıların uyguladıkları iş modelleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Bu nicel çalışmada araştırma yöntemi olarak tarama metodu kullanılmıştır. Instagram'da farklı ürün isimleri üzerine arama yapılarak hangi ürünlerin satıldığı, bu ürünlerin satışının nasıl yapıldığı, hangi tür satın alma süreçlerinin gerçekleştiği ve genel iş modelleri ile ilişkisi incelenmiştir.

One-to-One Trade as a Business Model in Social Commerce: Instagram Example

ABSTRACT

Social media is the general name of the platforms that enable the creation and sharing of online text, image, photo, audio and video content using web 2.0 tools. Social media platforms aim to create and share users' mutual ideas, experiences, experiences, perceptions and many of their emotions and thoughts in cooperation in order to ensure social interaction. This situation has emerged as a social power and the effectiveness of social media platforms has increased day by day. As a part of everyday life, using social media as a part of shopping is also a new situation. In this context, new business models need to be used in social media. The Instagram application is used as a social media platform by sharing the photos taken by the users with the effects provided by the application, sharing with the followers, making comments on these photos, notifying the recommendations and getting the opinions. This platform, in which users publish their photographs, is progressing to become a market with another aspect. Businesses suffering from advertising or marketing, housewives trying to sell their handicraft products in their homes or famous brands who want to make a difference in marketing understanding are trying to reach their customers with product photos they publish on Instagram.

In this study, it is tried to identify the concept of social commerce and to determine the business models that users apply on Instagram. In this quantitative study, screening method was used as a research method. By searching on different product names in Instagram, which products are sold, how these products are sold, which kind of purchasing processes are realized and the relationship with general business models are examined.

Ayna Olarak Instagram

Emre BİÇİCİ*

ÖZET

Günümüzde sosyal medya insanların iletişim şekillerini değiştirmiş ve kendilerini farklı bir şekilde ifade edebilmelerine olanak vermiştir. Instagram bu uygulamalar arasından en popüler olan uygulamalardan birisidir. Uygulama içerisinde insanlar kendilerini de bir sembole dönüştürerek görseller üzerinden ifade etmektedirler. Bu araştırma Lacan'ın "Ayna Evresi", Roland Barthes'ın göstergebilimi, "Kapitalizmin Mitleri" kavramı ve postmodern tüketim çerçevesinde incelenecektir. Çalışmanın amacı bireylerin Instagram üzerinden yapmış oldukları paylaşımlar ile kimliklerini nasıl ifade ettiklerini anlamaktır.

Anahtar Kelimeler: *Sosyal medya, Lacan, Barthes, Psikanaliz, Instagram.*

Instagram as a Mirror

ABSTRACT

Today, social media has changed the way people communicate and they can express themselves in a different way. Instagram is the one of the most popular application among these applications. In the application, people express themselves through images by transforming themselves into symbols. In this research will be examined in frame with Lacan's mirror stage, Roland Barthes semiotics, myths of capitalism and post modern consumption. The aim of the study is to understand how individuals express their identities with Instagram.

Key Words: *Social media, Lacan, Barthes, Psychoanalysis, Instagram.*

* Doktora Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, Kocaeli-TÜRKİYE, emrebcc90@gmail.com

Çevrimiçi Manevi Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Hizmetleri ve Önemi

ÖZET

Çevrim içi manevi danışmanlık ve rehberlik hizmetleri, ekonomik, coğrafi ve sosyal koşulları yüz yüze Psikolojik danışmanlık hizmeti almaya elverişli olmayan kişiler için önemli bir destek mekanizması olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu danışmanlık hizmeti, manevi boşluğa düşmüş, acı çeken, yalnızlık duygusu altında zor günler geçiren insanlara teknoloji destekli manevi psikolojik danışmanlık hizmeti vermek amacıyla tasarlanmıştır. Son yıllarda telefonla gerçekleştirilen psikolojik danışmanlık ve teknoloji destekli psikoterapi uygulamalarına yönelik araştırmalarında ve de akademik yayınların sayısında artış görülmektedir. Teknoloji destekli psikolojik danışmanlık ve manevi danışmanlık hizmetlerinde dünya genelinde artış gözükmemektedir.

Her geçen gün biraz daha kirlenen Dünyamızda maalesef insanların birçoğunun bir uzmandan bire bir psikolojik ve manevi destek alma şansı ve imkânı yoktur. İşte bu tür durumlarda Çevrim içi manevi danışmanlık önem kazanmakta ve işlevselliği ile ön plana çıkmaktadır. Artık Depresyona bağlı rahatsızlıklar günümüzün en önemli rahatsızlıklarından birisi haline gelmiştir. Yaşam şartlarının gittikçe zorlaşması sonucuna bağlı olarak maalesef manevi değerlerde de çözümler, gevşemeler görülmektedir. Günümüzde kitle iletişim araçları özenle hazırladıkları program ve dizilerde özellikle lüks ve hızlı hayat tarzını gençlere terim yerindeyse dayatmaktadır. Afrikalılar gibi kazanan fakat Avrupalılar gibi harcamak isteyen ülkemiz insanları maalesef içlerine düştükleri ikilem arasında her geçen gün daha büyük manevi boşluklara düşmektedirler. Yani kısacası hayaller Mercedes fakat gerçekler Tofaş'tır. Hayaller ile gerçekler arasında sıkışan insanlık, hızla cemiyet, aile birliği, akraba bağları, komşuluk ilişkileri, büyüklere saygı ve küçüklere sevgi, dostluk, zerafet, letafet, basiret v.b. değerlerinden hızla tavizler vermektedir. Victor Hugo'nun belirttiği gibi "Kalp boşaldıkça; Kесе dolmaktadır". Gençlik, hızla "Kaliforniya Sendromu"na doğru sürüklenmektedir. Peki, nedir bu Kalifornia sendromu?

1800'lü yıllarda zengin altın madenlerinin bulunması ile Amerika'nın en zengin eyaletlerinden birisi olan Kaliforniya, ABD'nin eğlence ve tüketim merkezi durumuna gelmesi ve daha sonra da Silikon vadisinin de yine buraya kurulmasıyla eyaletinin gelir düzeyinin daha da yükselmesiyle Kaliforniya da birçok insanın hayat tarzlarını değiştirerek eğlence ve zevk odaklı yeni bir hayat tarzını benimsemeleri ve bu durumun sonucunda ortaya çıkan psikolojik sorunlar, buhranlar Kaliforniya Sendromu olarak isimlendirilmektedir. Bir hayat tarzı olarak tanımlanan Kaliforniya Sendromunun öne çıkan özelliklerini üç maddede özetlemek gerekirse, zevke düşkünlük ve yalnızlıktır. Yazılı ve görsel basının teşvik ettiği hayat tarzına ulaşamayan bireyler gittikçe daha çok suç işlemeye doğru itildiği için ülkemizde son yıllarda "suç patlaması" gerçekleşmiştir. Maalesef bir sorun çok daha başka sorunlar da tetiklediği için bu nedenlere bağlı olarak aile içi şiddet ve cinayet vakalarında ülkemizde ve dünyada artış gözükmemektedir. Manevi sorunlarını çözemeyen insanlık sorunlarının çözümünü alkolde, tütün ürünlerinde, uyuşturucuda ve cinsellikte vb. aramaktadır. Bedüüzzaman Sait Nursi bu durumu "Çölde, susuzluktan ölmek üzere olan bir adam ve çölde, karşısına çıkan kötü bir başka adamın kendisine altın kadehte zehir sunması" metaforu ile açıklamaktadır. Çölde uzun süredir seyahat etmek zorunda kalan ve ölmek için mücadele eden " bu zavallı adam" kendisine "altın kadehte sunulan zehri" bir ümit ile içer.

İçer içmesine ama bu sefer çok daha büyük bir acıyla haykırır. İşte tam o sırada “Kötü Kişi” bu sefer daha parlak bir altın kadehle ikinci zehri, zavallı adama uzatmakta gecikmez. Acıyla kıvranan zavallı adam kendisine sunulan bu ikinci zehri de altın kadehte bir nevi ümitle dudaklarına götürür ve tek dikişte içer fakat susuzluğu da ıstırabı da daha da artar. Acıyla kıvrılırken, kötü niyetli kişi son darbeyi vurmakta gecikmez ve en parlak olan son altın kadehteki zehri de “Zavallı Adam’a” uzatarak, kendisine son darbeyi indirir. İşte günümüzde insanlığın durumu da tıpkı bu “Metafora” anlatıldığı gibidir. İnsanlar sorunlarının çözümünü zaten sorunlara neden olan mercilerde aramaktadırlar.

Küreselleşen dünyamızda mesafeler her geçen gün meydana gelen teknolojik gelişmelerin etkisiyle daha da kısalmakta, gelişmiş ülkeler Dünya ekonomisi üzerindeki baskılarını her geçen gün biraz daha artırmakta; Böylece zengin ülkeler daha da zenginleşirken fakir ülkeler daha da fakirleşmektedirler. Refah seviyeleri yüksek ülkelerde ise nakit akışının hızlı bir şekilde uluslararası şirketlerin kasalarına doğru akmakta olduğu gözlenmektedir. Yani Piyasalar ve fiyatlar dev şirketler tarafından kontrol edilmekte insanlar yapay bir hayat tarzına alıştırılarak adeta zihinleri, alışkanlıkları, benlikleri, ruhları kontrol altına alınmakta, ne yiyeceği, ne içeceği, nereye gideceği vb. ihtiyaçları reklamlarla belirlenmekte ve yönlendirilmektedir. Böylelikle sıradan vatandaşlar sadece ayın sonunu getirebilmek için mücadele verirken çok uluslu sermayenin dev şirketleri her geçen gün Trilyon dolarlarına yenilerini eklemekte ve dünya üzerindeki sorunlar bir çığ gibi büyümektedir. İşte bu sorunlardan bir tanesi de Psikolojik problemlerdir. Kapitalizm sadece insan bedenine hitap ettiği için insan ruhunu ve kalbini ihmal etmektedir işte bundan dolayı da dünya genelinde psikolojik temelli rahatsızlarda ciddi bir artış gözükmemektedir. İşte tam da bu noktada Çevrim içi manevi danışmanlık ve rehberlik çalışmaları psikolojik rahatsızlıkları önlemede ve çözüme kavuşturmada son derece önemli bir öneme ve yere sahiptir. Manevi danışmanlık ve rehberlik hizmetinin geçmişi, Avrupa ülkeleri ve ABD’de oldukça eskidir. Ülkemizde ise Manevi danışmanlık ve rehberlik hizmeti çalışmalarını profesyonelleşmesi çalışmaları son yıllarda hız kazanmıştır. Geleneksel danışmanlık ve rehberlik uygulamalarının, maneviyat yönelimli danışanların gereksinimlerini karşılama bağlamında yetersiz kaldıkları söylenebilir. Zira seküler danışmanlık uygulamaları, geleneksel ve ana akım psikolojinin teorik formasyonundan ortaya çıkan terapötik yaklaşımlara dayanır. Modern psikoloji tarihinde maneviyata yönelik ilk ciddi yaklaşımlar, dinin ve maneviyatın “aşkın ve metafizik / transcendantal” bir yönü olan bireyin varoluşsal bir ihtiyacı olduğunu vurgulayan ve Doğu bilgeliğiyle Batı biliminin sentezini oluşturmayı amaçlayan A. Maslow’un fikirlerinin öncülük ettiği Manevi danışmanlık ve rehberlik alanı, temelde seküler psikolojik danışmanlık ve rehberlik alanı ile psikoloji ve psikiyatri bağlamında modern dünyadaki ruh sağlığı çalışmalarında geline bu son aşamada, önemli bir vurgu yapmaktadır. Bu kapsamda ana akım geleneksel danışmanlık ve rehberlik yaklaşımları dışındaki alternatif danışmanlık ve rehberlik yaklaşımlarının temel özelliği, bireyin yaşantısal süreçlerini anlamlandırmada psikolojik danışmanın yanı sıra maneviyat alanından da güç almalarıdır.

Modern psikolojinin ruh sağlığı için başvuran danışanlarına yönelik biyolojik merkezli bir yaklaşım önerisine temelde karşı çıkan dinsel ve manevi yönelimli bireyler, manevi danışmanlık ve rehberliğin gelişiminde ve söz konusu bu gelişime paralel olarak insancıl bir

tutum geliştirmede önemli rol oynamışlardır. Bugün gelinen tarihsel nokta açısından bakıldığında ise dinsel ve manevi yaklaşımın kuramsal alt yapısını oluşturan çok özel alanların ‘pastoral danışmanlık, manevi yönelimli humanisttik psikoloji, trans personel psikoloji’ ve Türkiye özelinde de zengin manevi bir kaynağa sahip ‘sufi psikoloji/tasavvuf psikolojisi’ olduğu söylenebilir. 2 Manevi danışmanlık ve rehberlik yaklaşımını benimseyen psikolojik danışmanlar ve psikoterapistler, -ana akım seküler psikolojik danışman ve psikoterapistlerden farklı olarak- (i) bireysel ihtiyaçların yaşama anlam verdiği; (ii) danışma sürecinin bireyin geçmişinden getirdiği ceza figürü yerine özerklik yaklaşımına vurgu yapan yardımseverlik figürü ile yer değiştirmesinin gerekliliği üzerinde durmaktadırlar. Dolayısıyla seküler danışmanlık yaklaşımlarından farklı olarak manevi danışmanlık, bireyin nevrozlarından daha çok onun günahlarına odaklanmaktadır. Dolayısıyla tedavi süreci, bütün iyileşme biçimlerinin ve kişilerarası ilişkilerin desteklenmesi ve nihai kabul aracılığıyla Tanrı’ya duyulan sevginin yayılıp çoğalması olarak tanımlanabilir. Manevi danışmanlığın dinsel-yaşantısal boyutundaki temel amaç, yaşamın sınırsız olasılıklar taşıdığını danışanın görmesine yardımcı olmak ve diğer bireyler ve yaşamın yaratıcı ruhuyla iletişime geçebilmesini sağlamaktır. 3 Kısaca manevi danışmanlık, dinsel inanç, mistik düşünce vb. teolojik içerikli manevi kaynakları, bireyin psiko-sosyal problemlerinin çözümlenmesi srelerinde aktif olarak kullanarak rehabilitasyon sağlamaya alışmaktadır

ABSTRACT

Online spiritual counseling and guidance services it is for people whom can’t afford due to their economic, geographic and social conditions for face to face Psychological counseling. Online counseling is an important support mechanism for people who are not eligible for counseling. This counseling service has been designed to provide technology-supported spiritual psychological counseling to people who have fallen into the spiritual cavity, suffering and have a hard time in their depression’s.

In recent years, there has been an increase in the number of academic publications and researches on psychological counseling and technology supported psychotherapy applications. Technology-assisted psychological counseling and spiritual counseling services are increasing worldwide. While the World is turning more polluted from day to day! most people do not have the chance and possibility to receive one-to-one psychological and spiritual support from any professionals. In such a cases, online spiritual consultancy gains importance and comes to the forefront with its functionality.

Now, Depression-related disorders have become one of the most important diseases of our day’s. Depending on the result of life conditions human’s life becoming increasingly more difficult due to this situation the spiritual values are getting losing their weights. Nowadays, mass media are advirtisinng the luxury life and fast-food style to youth but most of them haven’t sufficient budget also for their basic needs! So their’s dissatisfaction of the life is getting bigger. They want to spent such as Europeans but they are earning such an Africans

who want to spend like Europeans, but like Europeans, their dream's is Mercedes but the facts is Tofaş.

Mankid have jamed between dreams and realities so people have been already forgotten relative ties, neighborhood , respect to elders, friendship, elegance, lucidity, etc. As Victor Hugo said that, 'if someone saving account increase which is sign that her or his heart is getting empty! The youth is rapidly dragged into the Kaliforn California Syndrome. "So what is this California syndrome?

California is one of the richest states in the US with the presence of rich gold mines in the 1800s then it has become an entertainment and consumption center, and later the Silicon valley has been established here. After that Calofornia's people have changed their life style by adopting a new lifestyle with fun and pleasure, and the psychological problems that arise as a result of this situation are called the California Syndrome. We may Describe the prominent characteristics of the California Syndrome , which is defined as a life style, in the terms, is the loneliness and pleasure. In recent years crime explosion has occurred in our country as individuals who are unable to reach the lifestyle which were encouraged by the written and visual media. Youth are being pushed to committed crime. Unfortunately, the problem's is triggered by many others problems so there are high rate about domestic violence and murder cases in the world due. Sait Nursi put the metaphor that " a man was travelling in the desert but he was so thirsty. Someone offered a poison in a golden goblet bed to him. The poor man drunk it, but he shouted with a pain then bad person extended the second poison to the poor man . The poor was suffering a lot in his throat and stomach and he looked for a solution for that so he taked the second poison to his lips and drunk it again then he felt the unbearable pain again in his throat and stomach then he died.

Today, the situation of humanity look like in this "Metaphor because People are looking for solutions to their problems in wrong place with wrong methods. The distances in our globalizing world are getting shorter by the technological developments that are occurring every day, and the developed countries are increasing their pressure on the world economy with each passing day. In this way, the rich countries are getting richer and the poor countries are getting poorer. In countries with high levels of wealth, it is observed that the cash flow is rapidly flowing into the safes of international companies. In other words, markets and prices are controlled by giant corporations, people are accustomed to an artificial lifestyle so their minds, habits, ego, spirits are taken under control. The problems on earth are growing like an avalanche. Psychological problems are also increasing. Capitalism neglects the human spirit and heart, so there is a serious increase in psychological-based disturbances around the world. At this point, on-line spiritual counseling and guidance work has an important place in preventing and resolving psychological disorders. The history of spiritual counseling and guidance is very old in European countries and the United States. In our country, the efforts to professionalize spiritual counseling and guidance services have gained momentum in recent years. Traditional counseling and guidance practices can be said to be insufficient in the context of meeting the needs of spiritual oriented clients. Secular counseling practices are based on therapeutic approaches emerging from the theoretical formation of traditional and mainstream psychology. Spiritual counseling and guidance, led by the ideas of A. Maslow, who emphasizes that the first serious approaches to spirituality in the history of modern

psychology, the existential need of the individual who has a m transcendental and transcendental m aspect of religion and spirituality, and which aim to form the synthesis of Eastern wisdom and Western science, In this final stage, which is fundamentally reached in the work of mental health in the modern world in the context of psychology and psychiatry with the field of secular psychological counseling and guidance, puts a significant emphasis. In this context, the main characteristic of the alternative consulting and guidance approaches, other than the mainstream traditional counseling and guidance approaches, is that they gain power in the field of spirituality as well as psychological counselor in understanding the experiential processes of the individual.

Religious and spiritual oriented individuals, who have fundamentally opposed the proposal of a biologically centered approach to their clients who apply for the mental health of modern psychology, have played an important role in the development of spiritual counseling and guidance and in the development of a humanistic attitude in parallel with this development. From the perspective of the historical point reached today is religious and forms the theoretical background of the spiritual approach to very specific areas of 'pastoral counseling, spiritual-oriented humanistic psychology, trans personnel psychology' and Turkey also have a rich spiritual resource in the special 'Sufi psychology / mysticism psychology' is said to be. 2 Psychological counselors and psychotherapists who adopt the spiritual counseling and guidance approach - unlike the mainstream secular psychological counselors and psychotherapists- (i) individual needs have meaning for life; (ii) the need for the consultation process to be replaced by the charity figure, which emphasizes the autonomy approach rather than the punishment figure of the individual. Therefore, unlike secular counseling approaches, spiritual counseling focuses more on the sins of the individual than on the neurosis of the individual. Thus, the process of treatment can be defined as the promotion of all forms of healing and interpersonal relations, and the spread of love for God through final acceptance. The main purpose in the religious-experiential dimension of spiritual counseling is to help the counselee see that life has unlimited possibilities and to make it accessible to other individuals and the creative spirit of life. 3 In short, spiritual counseling, religious belief, mystical thought and so on. tries to provide the rehabilitation of the spiritual sources with the theological in the process of solving the psycho-social problems of the individual. Online counseling sessions can be done via Skype or Google Hangouts. The ethical principles and rules that apply to all psychological counseling and psychotherapy practices apply to this practice.

Computer-assisted psychological counseling interviews can be done via Skype or Google Hangouts. Computer-assisted interviews can be performed more commonly for people with disabilities. Dialogue should be established in writing in accordance with the basic principles and techniques of psychological counseling as in other psychological counseling and psychotherapy processes. The ethical principles and rules that apply to all psychological counseling and psychotherapy practices apply to this practice.

Teknoloji Bağımlılığının Semptomlar Temelinde İncelenmesi

Mert KÜÇÜKVARDAR*, Özhan TINGÖY†

ÖZET

Teknoloji bağımlılığı üzerine kesin bir uzlaşma olmamasına rağmen yapılan çalışmalarda başlangıçta belirli bir amaç için kullanılan teknolojilerin git gide hayatın kendisi olmaya başladığı vurgulanmaktadır. Teknoloji bağımlılığı, normal bağımlılıklar gibi dış kimyasal uyarıcılar içermese de yapılan çalışmalarda insanların duygu (limbik) sistemlerini etkilemesi bakımından iç kimyevi bir yapı içerdiği ortaya konulmuştur. Araştırmalara göre, kullanıcılar teknolojik araçları kullanımı sırasında belirli bir miktar mutluluk (dopamin) hormonu salgılamaktadır. Her yeni kullanımda kullanıcılar daha fazla mutlu olmak adına teknolojiyle daha fazla vakit geçirme isteği duymaktadır. Teknoloji bağımlılığı üzerindeki belirleme kıstasları ise oldukça çeşitlidir. Tıbbi olmayan bu durum özellikle aktif (video oyuncusu) ya da pasif (TV izleyicisi) olarak görülebilir. Ancak temelinde teknolojik bağımlılık bir davranışsal bağımlılık olarak açıklanabilir. Haziran 2018’de Dünya Sağlık Örgütü (WHO), Uluslararası Hastalıkların Sınıflandırılmasını (ICD-11) yaptığı tanı kılavuzunun 11’nci sürümünde “Bilgisayar Oyun Bağımlılığı” çalışmalarının “Ruhsal Sağlık Problemleri” başlığı altına aldığını açıkladı ve dünya genelinde sağlık sorunlarının teşhis edildiği bu kılavuzda oyun bağımlılığı resmen tanındı. Kriterler, teknoloji kullanım sıklığı, yoğunluğu, süresi, öncelik sıralaması ve olumsuz durumlara rağmen kullanıma devam edilmesi gibi durumlar üzerine odaklanmaktadır. Bu semptomları destekleyici olarak son yıllarda teknoloji kullanımının insan zihni ve bedenine etkileri üzerine çok sayıda araştırma yapıldı. Aşırı teknoloji kullanımının artan stres, uyku bozuklukları ve klinik depresyon semptomlarını tetikleyebildiği sonucuna varıldı. Aynı zamanda teknolojiyle bütünleşik sanal ortamda birçok dijital hastalık belirtisi ortaya çıktı. Bunların başında, kaçırma korkusu (FOMO), nomofobi (nomophobia), tekno-stres (technostress) gibi birçok kavram gündelik yaşama girdi ve popüler araştırmaların konusu haline geldi. Teknoloji bağımlılığı çalışmaları incelendiğinde konuyla ilgili sınırlılıklar ve tartışmalardan bahsetmek mümkündür. Konunun disiplinlerarası olması bu tartışmaları beraberinde getirmektedir. İlk ciddi problem teknoloji bağımlılığın alt alanları olan bilgisayar, akıllı telefon, sosyal medya, oyun bağımlılığı gibi başlıkların teknoloji bağımlılığı çatısı altında birleştirilmemesidir. Yani bir başka ifadeyle konuyla ilgili yapılan ilk çalışmalar alt alanların açıklanması süreciyle başlamıştır. Ayrıca incelenen çalışmalardaki ortak nokta teknoloji bağımlılık konusunun nedensellik boyutundaki durumları açıklama yetersizliğidir. Teknoloji kullanımı, bireyde daha önceden var olan problemleri tetikliyor mu yoksa daha önceden var olmayan problemler mi ortaya çıkarıyor gibi sorular üzerindeki tartışmalar sürmektedir. Bu çalışmada literatür taraması

* MÜ, İletişim Fakültesi Bilişim Doktor Adayı, elektronik posta: mertkvardar@gmail.com

† Prof. Dr., MÜ, İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi, Gazetecilik Bölümü, otingoy@marmara.edu.tr

yapılmıştır. Mevcut olan teknolojik bağımlılık konusuna ait olgular, araştırma, tartışma ve öneriler derlenerek ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Teknoloji bağımlılığı, Teknoloji Bağımlılığı Semptomları, Dijital Hastalık.*

Investigation of Technology Addiction Based on Symptoms

ABSTRACT

There is no precise definition of technology addiction. However, it is emphasized in the studies that the technologies used for a specific purpose are becoming increasingly life itself. Technology addiction does not include external chemical stimulants such as normal dependencies, but studies have shown that technology addiction affect people emotion (limbic) systems because of internal chemical structure. According to research, users release a certain amount of happiness (dopamine) hormone during the use of technological tools. In every new use, users are willing to spend more time with technology to be more happy. The criteria for determining technology addiction are quite diverse. Technology addiction can be seen as particularly active (video player) or passive (TV monitor). However, on the basis of technological addiction can be explained as a behavioral addiction. World Health Organization (WHO), announced the new diagnostic guide which is The International Classification of Diseases (ICD-11) . The diagnostic guide explains that computer game addiction is a mental illness. According to the guide, game addiction was officially recognized. Criteria focus on the frequency of technology use, intensity, duration, priority, and continued use despite adverse situations. In recent years, a lot of research has been done on the effects of technology use on human mind and body. It has been concluded that the use of excessive technology may present with symptoms of increased stress, sleep disorders and clinical depression. At the same time, the technology-integrated virtual environment has shown many signs of digital disease. Many concepts such as fear of missing out (FOMO), nomophobia, techno-stress have become a subject of daily life and popular research. When the technology addiction studies are examined, it is possible to talk about some related limitations and discussions. The interdisciplinary nature of technology addiction brings about these debates. The first serious problem is that computers, smart phones, social media, gaming addiction are not unification under the roof of technology addiction. In addition, when the studies are examined, it is seen that the common point of the technology addiction issue is insufficient to explain the causality dimension. Discussions on questions such as the use of technology are triggering problems that have already existed in the individual or revealing problems that did not exist before. A literature review was conducted in this study. The subjects related to technology addiction were gathered by collecting research, discussion and suggestions.

Key Words: *Technology Addiction, Technology Addiction Symptoms, Digital Disease.*

Bir Fırsat Ortamı Olan İnternet Üzerinden Etkili Bir Alternatif Medyayı Oluşturmak ve İlgili Sorunlar

Abdulkadir Büyükbingöl*, Yahya Özdemir†

ÖZET

Kurumsal yaklaşımlar, ticari endişeler ve iktidarların medya ile ilgili tasarrufu gazetecilikte mesleğinin icrası ile ilgili bir takım sorunlara yol açmaktadır. Meslek ahlak ilkeleri doğrultusunda gazetecilik yapmak isteyen kişiler medya kuruluşlarında çalışırken, işten çıkarılmak dahil olmak üzere farklı yaptırımlara maruz kalmaktadır. İnternet ortamının sunduğu olanaklar araştırılarak gazetecilik mesleğini özgür iradesi doğrultusunda yapmakta direnen gazeteciler için etkili bir alternatif medyanın oluşturulması yollarının ortaya konulması ve ilgili sorunların açıklanması bu makalenin esas amacını oluşturmaktadır. İlgili literatür taranarak, internet siteleri incelenerek ve aktif gazetecilerle görüşülerek yapılan araştırma, gazetecilikte İnternet ile birlikte ortaya çıkan bir kavram olan "Yurttaş"ların haberci olarak, gazetecilik alanında mesleğin tanımı açısından bir belirsizliğe yol açtıkları, buna rağmen giderek serbest çalışan profesyonel gazetecilerin yerini aldıkları, profesyonel gazetecilerin ise kendi medyasını kurarak hakim medya karşısında güçlü bir alternatif oluşturabildikleri sonucuna varılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Alternatif Medya, Yeni Medya, Serbest Gazeteciler, Yurttaşlar.

ABSTRACT

Institutional approaches, commercial concerns and the media-related savings of governments cause problems with journalist. People who want to do journalism in line with the principles of professional ethics are exposed to different sanctions, including dismissal, while working in media organizations. The main purpose of this article is to reveal the ways of creating an effective alternative media for journalists who are resisting to do their job as a journalist in a free will. In the research conducted by investigating the related literature, reviewing the internet sites and interviewing the active journalists, the journalists in the profession of journalism, while the voluntary journalists in the ecilik Citizen ında category lead to an uncertainty in the field of journalism in terms of the definition of the profession, however, it is concluded that they formed a strong alternative media in the face of dominant media by establishing their own media.

Key Words: *Alternative Media, New Media, Freelance Journalists, Citizens.*

* Marmara Üniversitesi, a3medya@gmail.com

† Yalova Üniversitesi, yayha.ozdemir56@gmail.com

Akıllı Telefondan Yoksun Kalmak: Nomofobi Üzerine Bir Araştırma

Mustafa YILMAZ*, Aynur KÖSE†, Yusuf Bahadır DOĞRU‡

ÖZET

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte akıllı telefon kullanım oranlarında kayda değer bir artış olmuş, bu araçlar McLuhan'ın yıllar önce öngördüğü gibi bireyin bir uzantısı haline gelmiştir. Akıllı telefon kullanımının günlük hayatta sağladığı pek çok yarardan söz edilebileceği gibi olumsuz olarak nitelendirilebilecek tarafları da bulunmaktadır. Son yıllarda akademik tartışmalarda ve medyada karşılaşılan “nomofobi” kavramı bu bağlamda incelenmeye değerdir. Nomofobi, kısaca “akıllı telefondan yoksun kalma korkusu” olarak tanımlanabilir. Bu çalışmada akıllı telefon kullanımının daha çok genç bireylerde yoğunlaştığı göz önünde bulundurularak Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin 353 öğrencisiyle anket tekniği kullanılarak bir “nomofobi” araştırması gerçekleştirilmiştir. Öğrencilerin nomofobi düzeylerini belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş olan Nomofobi ölçeğinden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda öğrencilerin yüzde 40,50'sinin nomofobik olduğunu, Nomofobi Ölçeği'nden aldıkları ortalama puan da nomofobi düzeylerinin ortalamanın üzerinde olduğunu ortaya koymaktadır. Ölçeğin iki alt boyutunu oluşturan “İletişimi Kaybetme ve Bilgiye Ulaşamama” boyutlarında nomofobinin öğrenciler arasında yaygınlaştığı tespit edilmiştir. Ayrıca kadınların nomofobi düzeylerinin erkeklerden anlamlı şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Kadınların “iletişimi kaybetme ve cihazdan yoksunluk” boyutlarındaki nomofobi düzeylerinin anlamlı şekilde erkeklerden yüksek olduğu görülmüştür. Katılımcıların özellikle aileleri ve arkadaşlarıyla bağlantılarının kesilmesinden ve kendilerine ulaşılmasından endişe ettikleri saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Nomofobi, Akıllı Telefon, Bağımlılık.*

*Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Doç. Dr. m.yilmaz@kocaeli.edu.tr ORCID: 0000-0003-3320-108X

† Trabzon Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, Doç. Dr. akose@ktu.edu.tr ORCID: 0000-0002-1310-5704

‡ Kocaeli Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Arş. Gör. yusuf.dogru@kocaeli.edu.tr ORCID: 0000-0002-7635-0766

Staying Away From the Smart Phone: A Research on Nomophobia

ABSTRACT

With the development of new communication technologies, there has been a significant increase in the rates of smartphone use, which has become an extension of the individual, as McLuhan predicted years ago. There are many benefits that smart phone use can provide in daily life as well as negative ones. In recent years, the concept of nomophobia encountered in academic debates and in the media is worth examining in this context. Nomophobia can be defined as fear of lack of smartphone. In this study, considering the fact that the use of smart phones is mostly concentrated in young people, a nomophobia research was conducted with 353 students of Kocaeli University Faculty of Communication using the survey technique. The aim of this study is to determine the nomophobia levels of the students. In this study Nomophobia scale was used. At the end of the study, it was understood that 40.50 percent of the students are nomophobic and nomophobia levels are above average. It has been determined that nomophobia has become widespread among students in the dimensions of Communication Loss and Unsecretion which constitutes two sub-dimensions of the scale. In addition, it was determined that women's nomophobia levels differed significantly from men. It has been observed that the level of women's loss of communication and device deprivation is significantly higher than that of men. It was found that the participants were concerned that their connections with their families and friends were lost and they could not be reached.

Key Words: *Nomophobia, Smart Phone, Addiction.*

Dijital Öğrenme Araçları

Mehmet Ali BAYRAM

ÖZET

Gelişen teknolojiler, bir taraftan geleneksel öğrenme ortamları olan okullara alternatif sanal öğrenme ortamları oluştururken bir taraftan da okullara ulaşarak onları daha etkili öğrenme ortamları haline getirme görevini üstleniyor. Bu çalışmada sadece ABD özelinde değil global olarak ciddi yatırımlar alan ve hızla büyümeye devam eden önemli dijital öğrenme araçları ele alınarak incelenmiştir. Bu süreçte en çok destek aldığımız kaynak, 12 yıldır öğrenme araçları arasında çeşitli yönleri ele alarak karşılaştırma yapan ve bunları yıllık olarak yayınlayan toptools4learning.com internet sitesi oldu. Buradaki önemli eğitim araçları ele alınarak ayrıca detaylı incelemeleri yapılarak yeniden değerlendirildi. Research and Markets firması tarafından yapılan araştırmaya göre büyük bir sektör haline gelen dijital öğrenme uygulamaları özellikle akıllı telefonların ve taşınabilir bilgisayarların da yaygınlaşmasına bağlı olarak 2016-2020 yılları arasında ABD pazarında %28 büyüme gösterecek.

Digital Learning Tools

ABSTRACT

Emerging technologies are the task of creating alternative virtual learning environments for schools with traditional learning environments on one hand and making them more effective learning environments by reaching schools. In this study, we examined the important digital learning tools not only in the United States, but in the global and continuing to grow rapidly. The source that we have the most support in this process has been the toptools4learning.com Web site that has been comparing the various aspects between learning tools for 12 years and publishes them annually. The important training tools are discussed and re-evaluated by taking detailed examinations. According to Research and Markets, digital learning applications, which have become a major sector, are particularly dependent on the widespread use of smartphones and portable computers, between 2016-2020 will show 28% growth in the market.

Dijital Oyunlar: Reklam ve Pazarlama İletişimi Açısından Önemi

ÖZET

Yapılan çalışmalara göre iletişim bilimleri alanında dijital oyunların iletişim aracı olarak tanımlanması gibi konularda tartışmalar sürmektedir ve bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler piyasada rekabeti arttırmaktadır. Bu durum, reklam firmalarını doğrudan etkilemektedir. Firmaların ayakta kalabilmesi ve için, doğru pazarlama stratejileri geliştirmesi gerekmektedir. Literatür çalışmalarına göre; son dönemlerde bilgi teknolojilerinin getirdiği yenilikler ile birlikte insanlar neredeyse tüm ihtiyaçlarını medya araçlarını kullanarak karşılamaktadır. Buna eğlence ihtiyaçları da dâhildir. Genel olarak baktığımızda yaş ortalaması ve cinsiyet fark etmeksizin herkes bilgisayardan, cep telefonlarından, tabletlerinden ya da benzer kitle iletişim araçları aracılığıyla dijital oyunlar oynamaktadır ve bunun kendilerini rahatlatıldığını, mutlu hissettiklerini belirtmektedirler. Dijital oyunların insanlar üzerindeki iyi ve kötü etkileri ile ilgili pek çok araştırma yapılmaktadır. Gün geçtikçe bu konuya daha çok önem verilmektedir. Şirketler açısından duruma bakıldığında dijital oyunların aslında kitleleri etkilemek için çok iyi bir araç olduğu görülebilir. 2017 Medya ve Reklam Yatırımları raporları incelendiğinde reklam alanında medyaya yapılan yatırımların büyük bir oranda arttığı görülmektedir. Şirketler dijital oyunlar aracılığıyla çeşitli yöntemler uygulayarak rahatlıkla kitlelere istenilen mesajı gönderebilir, reklam yapabilirler ve bunu yaparken de istedikleri kitleye ulaşabilirler.

Mesela Facebook üzerinden oynanan dijital oyunlar çok geniş kitleler tarafından oynanmaktadır. Özellikle bu tarzdaki internet aracılığıyla oynanan dijital oyunları oynarken insanlar oyunların satın aldıkları reklam videolarına maruz kalmaktadır ve bu reklamlar insanları rahatsız edici sıklıkta uygulanabilmekte kitleyi zaman zaman olumsuz bir şekilde de etkileyebilmektedir. Ama bunun dışında oyunların kendisi de doğrudan reklam aracı olarak kullanılabilir, reklamlar oyunların içerisine gizlenerek kitleyi rahatsız etmeyecek bir biçimde verilebilir. Bu bağlamda dijital oyunlar ürün yerleştirme açısından mükemmel bir pazar olabilir. Mobilya firmaları, teknoloji ile ilgili firmalar, sağlık sektörü çok rahat bir şekilde oyun içerisine insanların yalnızca bilinçaltı bir şekilde algılayabileceği reklam yerleştirmeleri yapabilir. Yeterli sayıda araştırmalar yapılırsa birçok oyun birçok sektör için kullanışlı bir pazar aracı olabilir. Günümüzde oyunlar tüketici kitleyi etkilemek için kullanılabilecek çok önemli araçlardır ve bu durum şirketler tarafından daha sık değerlendirilmelidir.

The Importance Of Digital Games Within The Scope Of Advertising And Marketing Communications

ABSTRACT

According to the studies conducted, there is an ongoing debate on whether digital games can be defined as a means of communications and the developments within the field of information technologies boost the competition within the markets. This situation has a direct impact on advertisement companies. Enterprises need to establish precise marketing strategies for survival. As suggested by literature search; people meet almost all of their requirements, including the need for entertainment, through media tools thanks to the recent innovations introduced by the field of information technologies. It can be stated, through a general view, that almost everyone, regardless of age and gender, plays digital games via computers, cell phones and tablets for relaxation and happiness. There has been a number of studies regarding the positive and negative effects of digital gaming on people and this issue has been gradually receiving greater attention. Through a corporate view, digital games may in fact be considered as a tool to have certain impacts on masses. Media and Advertisement investment reports prepared in 2017 showed a great increase in investments to advertisement and media. Via digital games and in various methods, enterprises may easily submit an intended message to the masses, advertise themselves and reach to any audience they wish.

For example, digital games accessible through Facebook are played by large masses. The players of these internet-based games are especially exposed to the commercials financed by the gaming company, which are featured within a disturbing frequency and causing negative thoughts in the related player mass. Yet, it is possible to use the game itself as advertisement and/or hide the advertisement within the game without disturbing the player. Digital games thus can be an excellent market and space for product placement. Private establishments dealing with furniture, IT and health sector may perform subconsciously-comprehensible product placement into digital games with ease. So many digital games may become a useful corporate platform for marketing after the conclusion of sufficient studies and research. Nowadays, games are crucial tools that may be utilised to affect the consumer masses and this potential of games should be turned into an advantage by corporations more frequently.

Bilgi Güvenliğine Yönelik Tehditler: Marmara Üniversitesi Farkındalık Örneği

Berrin ASLAN ÖZTEZCAN*, Ahmet ÇETİNKAYA†

ÖZET

İnsan faktörü, güvenlikle ilgili pek çok alanda önemli olduğu gibi bilgi güvenliği alanında da önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir sistemde yazılım ve donanım ilişkisi yapılan yatırımlar, bilginin sömürülmesini ya da uygunsuz kullanılmasını engellese de saldırganlar insan zafiyetinden kaynaklı açıklardan faydalanarak sistemlere zarar verebilmektedir. Günümüzde kurumlar ve kuruluşlar maddi imkânları doğrultusunda altyapıya ilişkin önlemler alabilmekteyken, dikkatsiz ve bilinçsiz bir kullanıcının neden olacağı açıkları engelleyememektedir. Saldırganlar, insan faktöründen faydalanarak çeşitli bilgiler üzerinde bir takım çıkarlar elde etmektedir. Bu nedenle kurumlar bilgi güvenliğini sağlayabilmek için öncelikli olarak insan faktörü üzerinde çalışmalarını sürdürmelidir.

Bu çalışmada Marmara Üniversitesi bünyesinde çalışan akademik ve idari personelin bilgi güvenliğine yönelik tehditler konusunda farkındalıkları nicel yöntemler kullanılarak araştırılmıştır. Bu kapsamda 265 idari, 149 akademik personelin bilgi güvenliği farkındalığını belirlemek amacıyla “Bilgi Güvenliği Farkındalık Ölçeği” uygulanmıştır. Araştırmada elde edilen veriler, Tek Yönlü Varyans (ANOVA) ve Bağımsız Gruplar t-Testi ile incelenmiştir. Araştırma sonucunda bilgi güvenliği farkındalık ölçeğinin alt boyutu olan Saldırı ve Tehditler kavramının internet kullanım süresine göre farklılık gösterdiği; görev türe, eğitim durumu, görev süresi, günlük internet kullanım süresine göre farklılık göstermediği ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Bilgi Güvenliği, Güvenlikte İnsan Unsuru, Saldırı ve Tehditler.*

Attack and Threats on Information Security: Marmara University Sample

ABSTRACT

Human element is an important factor in information security just like it is important on other fields related with security. Investments on software and hardware might prevent exploitation or misuse of information in a system, however, perpetrators who take advantage of vulnerabilities caused by human weakness can inflict major damage. Nowadays,

* Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, berrin.aslan@marmara.edu.tr

† Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, ahmet@marmara.edu.tr

companies take precaution on infrastructure as long as their financial situation allow, but this does not prevent vulnerabilities caused by unaware and mindless users. Attackers exploit the weaknesses caused by human element and derive certain benefits. Therefore, companies should give priority to human element while taking measures for protecting information security.

In this study, the awareness of Marmara University academic and administrative staff about the information security threats was investigated using quantitative methods. In this context, "Information Security Awareness Scale" is applied to determine the awareness of 265 administrative and 149 academic staff about information security. The data obtained in the study is examined with One Way Variance (ANOVA) and Independent Groups t-Test. As a result of the research, it is seen that the concept of Attack and Threats, which is the sub-dimension of information security awareness scale, varies according to internet usage period. It has been shown that it does not differ according to duty type, educational status, duration of duty, daily internet usage period.

Key Words: *Information Security, Human Factor in Security, Attack and Threats.*

Spor Müzelerinin Dijital Halkla İlişkiler Çalışmalarına Yönelik Bir İnceleme: Beşiktaş JK Müzesi Örneği

Esra ABRAK*,

ÖZET

Spor kulüplerinin bünyesinde, spor tarihine dair tanıklıkları nesilden nesile aktaran ve kulüp tarihine dair kişi, konu ve objeleri bir araya getiren spor müzeleri, günümüzde çağdaş müzecilik anlayışıyla birlikte yeni bir yapılanma içerisine girmiştir. Bu bağlamda, tasarımını ziyaretçi hedef kitlesini interaktif bir müze deneyimini yaşaması odaklı kurgulayan spor müzeleri; mevcut bilgilendirme misyonlarının yanı sıra, ziyaretçi deneyimini esas alan dijital uygulamalar, etkinlikler ve sunduğu diğer seçeneklerle çağdaş müzeciliğin spor odaklı alanında önemli bir görevi üstlenmektedir. Eş zamanlı olarak hedef kitlesiyle güçlü bağlar kurmayı, yaptığı çalışmalarla ilgili bilgilendirmeyi amaçlayan spor müzeleri, koleksiyon ve mimarilerinde dijital odaklı bir yapıyı benimsemelerinin yanında, dijital halkla ilişkiler çalışmaları ile kendilerini tanıtmak, çalışmalarına yönelik bilgiler vermek ve müze ziyaretini destekleyici bir dizi stratejik iletişim faaliyetinde bulunmaktadır.

Bu çalışmada Türkiye’de T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından tescilli ilk spor klübü müzesi olma özelliğine sahip Beşiktaş JK Müzesi’nin dijital halkla ilişkiler pratiklerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Çalışma, ülkemizde önemli spor kulüplerinden biri olan Beşiktaş JK bünyesinde yer alan, dijital halkla ilişkiler kullanım pratikleri anlamında da bir ilki temsil eden Beşiktaş JK Müzesi ile sınırlandırılmıştır. Gözlem ve örnek olay incelemesi yöntemlerinin kullanıldığı çalışmadan elde edilen veriler neticesinde dijital halkla ilişkileri pratiklerinin, yeni nesil spor müzeleri kavramı içerisinde yeri ve kullanım biçimleri ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Spor Müzesi, spor iletişimi, dijital halkla ilişkiler, Beşiktaş JK Müzesi.*

Digital Public Relations Practices in Sports Museums: Beşiktaş JK Museum Case

ABSTRACT

Today sports museums which convey the testimonies of history of sports from generation to generation, bringing together the individuals, topics and objects related to the history of the sports clubs, are in a restructuring process with a contemporary museology approach. In this context; in addition to their existing mission of providing information, the sports museums, designed in order to create an interactive museum experience for their visitors, also play an important role in the sport-oriented field of contemporary museology with their digital applications, activities and other options that focus on the visitor experience. In addition to

* Doktora Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, 0000-0003-3495-4737 abarak@gmail.com

adopting a digitally oriented structure in their collections and architectures, sports museums aiming to establish strong ties with their target audience while providing information about their activities, carry out a series of strategic communication activities that support museum visits in order to make publicity through digital public relations, as they provide information about their activities.

In this study, Beşiktaş JK Museum, which is the first sports club museum registered by the T.C. Ministry of Culture and Tourism in Turkey, aims to determine the digital public relations practices. The study is limited to Beşiktaş JK Museum, which is using digital public relations practices. Data obtained from the study using observation and case study methods.

Key Words: *Sports museum, sports communication, digital public relations, Beşiktaş JK Museum.*

Müşteri Etkileşimleri İçin Makine Öğrenmesi Uygulamaları

Mehmet Kesen

Günümüz ekonomilerinde artan rekabet şirketlerin ürün ve hizmetlerini fiyat, kalite, performans, erişilebilirlik gibi açılardan gitgide birbirine yaklaştırmaktadır. Bu sebeple şirketler artık ürün satmakla kalmayıp, müşteri sadakati programları ya da abonelik gibi servisler sunarak müşteri devamlılığını sağlamaya çalışmaktadır. Önemi her geçen gün daha fazla anlaşılan bir diğer araç ise müşteri etkileşimlerinin etkin yönetimidir. Özellikle son kullanıcıya dokunan mal ve hizmetler sunan şirketlerin karşılaştığı bu etkileşimler genellikle şikâyet, hizmet talebi, bilgi isteği, destek, öneri gibi kategoriler altında değerlendirilmektedir. Bu etkileşimleri rakiplerinden daha etkili şekilde yönetebilmek için şirketler makine öğrenmesi gibi teknolojilerden faydalanmaya başlamıştır.

Nüfus artışı ve ticari faaliyetlerdeki artış, son yıllarda dijital ve sosyal ticaret araçlarının da sağladığı kolaylıklarla ivme kazanmıştır. Bu durum ticari işlem adedine, dolayısıyla müşteri etkileşimlerindeki artışa da yansımaktadır. Sayısal olarak artan bu etkileşimlere zamanında ve doğru bir şekilde müdahale etmek kuşkusuz müşteri memnuniyeti ve sürekliliği üzerinde yadsınamayacak bir etkiye sahiptir. Nitekim belli bir zaman ve efor sarf ederek bir şirketle etkileşime geçen müşterinin karşısında etkileşimine cevap verebilecek bir muhatap bulabilmesi büyük önem taşır. Bu tür etkileşimler genellikle şirketler tarafından etkileşim merkezleri (şikâyet, servis, yardım, çağrı merkezleri vb.) aracılığıyla karşılanmaktadır. Ancak, bu merkezler yüksek hacimli ve sıklıkla acil olan bu etkileşimlerle müdahale ederken sık sık yapısal ve yönetsel zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Bu zorlukların başında şirketlerin etkileşim merkezlerini bir maliyet kalemi olarak görmesi ve bir noktadan sonra insan kaynağına daha fazla yatırım yapmak istememesi gelmektedir. Bu durum mevcut insan kaynağı üzerinde zaman ve mesai baskısı ve dolayısıyla da iş memnuniyetsizliği doğurmaktadır. Diğer taraftan bu etkileşimler için sistematik bir yaklaşım geliştirilmedikçe bu etkileşimler gerçekten de bir maliyet kalemi olmanın ötesine geçememektedir. Günümüzde gelişen yapay zekâ ve alt çalışma alanı olan makine öğrenmesi gibi teknolojiler bu döngünün aşılması için kullanılan başlıca araçlar arasındaki yerini almaya başlamıştır.

Müşteri etkileşimlerinin karşılanması için günümüzde geliştirilen teknoloji odaklı yaklaşımlar bu etkileşimlerin bazı karakteristik özelliklerinden faydalanmaktadır. Bu özelliklerin başında bu etkileşimlerin büyük bir kısmının her seferinde baştan ele alınmalarını gerektirmeyecek kadar birbirini benziyor olması gelmektedir. Örneğin zaten daha önce sorulmuş ve cevabı birçok kere verilmiş bir sorunun cevabı ilgili veri tabanından beslenecek makine öğrenme teknolojileri tarafından öğrenilebilir ve gerektiğinde müşteriye sunulabilir. İkinci özellik ise yine bu etkileşimlerin büyük bir kısmının insan müdahalesini gerektirmeyecek kadar basit olmaları sebebiyle chatbot gibi yapay zekâ teknolojileri ile karşılanabilecek olmalarıdır. Örneğin teknik bir müşteri sorunu için makine öğrenmesi

sayesinde öğrenilmiş bir çözüm, müşterinin tekrar bu sorunla karşılaşması durumunda chatbot tarafından yapılacak yönlendirmelerle çözülebilir. Öte yandan, mevcut öğrenilmiş makine bilgisiyle etkileşimleri karşılayamadığı durumlarda chatbot'un etkileşim merkezleri personeline otomatik olarak eskalasyon yapması gerekecektir. Aynı zamanda daha çok değer yaratabilecekleri etkileşimlerin de yine bu personele aktarılması insanların daha başarılı olduğu çapraz satış ve üst paket güncellemesi gibi faaliyetlere de daha çok izin verecektir. Bunların yanında önceliklendirme, kategorizasyon ve atama gibi işlemlerin insan müdahalesine gerek kalmadan makineler tarafından öğrenilmiş verilere dayanılarak otomatik olarak yapılması hata oranlarını azaltırken, daha hızlı aksiyon alınmasına yardımcı olmaktadır. Bu şekilde kurgulanan makine öğrenme ve yapay zekâ stratejileri yüksek montanlı etkileşimi kısa bir zamanda eritebilirken, kar ve verimlilik odaklı çalışan geleceğin etkileşim merkezlerine geçişin yolunu açmaktadır.

Machine Learning Applications for Customer Interactions

ABSTRACT

Increasing competition in today's economies is increasingly bringing the products and services of companies closer together in terms of price, quality, performance and accessibility. For this reason, companies are not only selling products, but also providing customer loyalty programs or subscription services to ensure customer continuity. Another tool that is more and more understood is the effective management of customer interactions. These interactions encountered by companies offering goods and services especially touching the end user are generally evaluated under categories such as complaints, service requests, request for information, support and suggestions. In order to manage these interactions more effectively than their competitors, companies have begun to take advantage of technologies such as machine learning.

The increase in population growth and commercial activities has gained momentum in recent years thanks to the ease provided by digital and social trading tools. This is reflected in the number of commercial transactions, and hence the increase in customer interactions. Timely and accurate intervention to these numerically increasing interactions is undoubtedly an undeniable influence on customer satisfaction and continuity. As a matter of fact, it is of great importance that the customer, who interacts with a company with a certain time and effort, can find an interlocutor who can respond to his / her interaction. Such interactions are usually met by companies through interaction centers (complaints, service, assistance, call centers, etc.). However, these centers often face structural and managerial challenges while interfering with these high-volume and often urgent interactions. One of the main challenges is that companies see the interaction centers as a cost item and they do not want to invest more in human resources at some point. This situation leads to time and overtime pressure on the existing human resource and thus to job dissatisfaction. On the other hand, these interactions

cannot go beyond being a cost item unless a systematic approach is developed for these interactions. Nowadays, technologies such as artificial intelligence and machine learning, which is the sub-study area, have started to take its place among the main tools used to overcome this cycle.

Technology-focused approaches developed to meet customer interactions benefit from some of the characteristics of these interactions. Most of these interactions are similar to each other so that they do not need to be handled from the beginning. For example, the answer to a question that has already been asked and the answer is given many times can be learned by the machine learning technologies to be fed from the relevant database and can be presented to the customer when necessary. The second feature is that most of these interactions can be met with artificial intelligence technologies such as chatbot because they are so simple that they do not require human intervention. For example, a technical solution to a technical customer problem can be solved by the help of the chatbot in the event that the customer learns this problem again. On the other hand, chatbot will need to automatically escalate to staff of interaction centers if it cannot meet the interactions with the learned machine knowledge. At the same time, transferring the interactions that can create more value to these personnel will also allow more activities such as cross-selling and top package update, where people are more successful. In addition to these, prioritization, categorization and assignment processes are performed automatically based on the information learned by the machines without the need for human intervention, while reducing the error rates and helping to take faster action. The machine learning and artificial intelligence strategies that are designed in this way can melt the highlevel interaction in a short time, while it opens the way for transition to the interaction centers of the future which are focused on profit and productivity.

A Study on the Reflections of Presenteeism in Working Life

ALİ ACAR

ABSTRACT

Increased competition and technological developments in the globalization process have made business productivity an important factor. Two of the important factors affecting the efficiency of businesses are presenteeism and job satisfaction. Presenteeism means that the employees go to work and the productivity losses in the workplace resulting from this situation despite their discomfort. Job satisfaction is the assessment of the workplace's personal value judgments, their material and spiritual needs and the assessment of what they do with what they do and what they achieve as a result. In other words, job satisfaction is how the employee's job success is perceived in terms of quality and quantity; the level of qualification of factors such as wages, appreciation, etc.

Research shows that the rate of productivity loss introduced by the presenteeism in organizations is higher than the absence; thus suggesting that the loss of productivity due to presenteeism in organizations is greater than the absence of work. Today, after the salaries paid to the employees, the most important expenditure structure in the enterprises is shown as health and treatment expenses. This situation reveals that presenteeism not only affects business income but also country economy. Although a very small number of researches related to presenteeism in Turkey, which is a new subject in the literature and are increasingly attracting more attention of researchers observed that the growing importance of this concept. It is of the utmost importance that enterprises review the factors that cause presenting in their organizations and how to combat presenteeism so that they can gain competitive advantage and sustain their lives by avoiding productivity loss. In business, job dissatisfaction can emerge in many different ways. Job dissatisfaction is one of the most important issues in terms of both businesses and employees. Job dissatisfaction can be a consequence of many situations, but it can also cause many problems as a result. Employees that are not satisfied with their job, job, status, and earning are beginning to feed negative feelings towards their business over time; and these negative feelings and attitudes can become a habit to criticize of businesses repeatedly.

The aim of this study is to demonstrate the effect of presenteeism on the job satisfaction of employees in the current business world where everything is constantly changing, intense and intense competition, and the alleged effect on the country's economy. In addition, the relationship between job dissatisfaction and presenteeism and their impact on employees will be studied. Within this context, a questionnaire study will be conducted on the employees of a factory operating in manufacturing industry in Beyşehir. The validity and reliability in this field study will be gathered with the previously measured "Stanford Presenteeism Scale" and "Minnesota Job Satisfaction Scale" and personal information form. The study will conclude

with proposals for business owners, managers and employers about resolving the problems that cause the present.

Keywords: *Presenteeism, Job Satisfaction, Employees.*

Marka Kişiliklerinin Instagram Aracılığıyla Sunumu: İçecek Markaları Üzerine Analiz

Hakan KÜÇÜKSARAÇ*

ÖZET

Teknolojideki gelişmeler ve yoğun rekabet ortamının getirdiği günümüz koşullarında, markalaşma çalışmalarının önemi giderek artmaktadır. Kurumlar, tüketicilerin zihninde yer edinmek ve onlarla duygusal bir bağ kurmak amacıyla sosyal medya ortamlarından yararlanmakta, bu ortamlarda marka kişilikleriyle ön plana çıkmaktadır. Günümüzde kurumlara bu imkânları en çok sunan mecralardan biri de Instagram'dır. Sosyal medya ortamlarından Instagram, özellikle marka iletişimi çalışmalarında en çok kullanılan mecralardan biridir. Yaratıcı görseller aracılığıyla kendini ifade etme aracı olan Instagram, fotoğraf ve video paylaşım platformu olarak marka iletişim çalışmalarında önemli bir pazarlama aracı olarak görülmektedir. Bu çalışma, markalar tarafından Instagram'da paylaşılan görsellerin özelliklerini ve betimledikleri marka kişilik unsurlarını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda Social Brands'in 2018 yılı Ekim ayı Sosyal Medya Araştırması'na göre, Instagram'daki En Başarılı İçecek Markaları sıralamasında yer alan ilk 5 marka araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Örneklem olarak alınan bu markaların 1-31 Ekim 2018 tarihleri arasındaki paylaşımları katılımcı gözlem ve içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgular neticesinde, içecek markalarının Instagram hesaplarında, daha çok ürün tanıtımı, yaşam tarzı ve marka-ürünle ilgili etkinlik/deneyim içeren paylaşımda bulundukları ve bu paylaşımlarda markaların daha çok samimi, heyecanlı, sağlam ve yetkin marka kişiliği gösterdikleri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Marka İletişimi, Pazarlama İletişimi, Instagram, Marka Kişiliği, İçecek Markaları.

Presentation of Brand Personality Through Instagram: Analysis on Beverage Brands

ABSTRACT

In today's conditions brought by the developments in technology and the intense competition environment, the importance of branding is increasing. In order to gain a place in the minds of consumers and to establish an emotional connection with them, institutions utilize social

* Kocaeli Üniversitesi Gazanfer Bilge Meslek Yüksekokulu, Öğr. Gör. Dr., hakan.kucuksarac@kocaeli.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3189-3644

media environments and emphasize brand personalities in these environments. Today, Instagram is one of the most popular media offering these opportunities to institutions. Instagram from social media environments is one of the most widely used media especially in Brand Communication Studies. Instagram, a self-expression tool through creative visuals, is seen as an important marketing tool in brand communication studies as a photo and video sharing platform. This study aims to reveal the characteristics of images shared by brands in Instagram and the characteristics of brand personality that they describe. For this purpose, according to Social Brands Social Media Research in October 2018, Instagram's top 5 brands in the ranking of the most successful beverage brands constitute the sample of the research. The share of these samples was examined by the participatory observation and content analysis method between October 1-31, 2018. As a result of the findings, it has been determined that beverage brands share more product promotion, lifestyle and brand-related events/experiences in Instagram accounts, and in these shares brands show more sincerity, excitement, ruggedness and competence brand personality.

Keywords: *Brand Communication, Marketing Communication, Instagram, Brand Personality, Beverage Brands.*

Attribute-Based Access Control for Knowledge Representation*

Mikheil Rukhaia†

Access control is a security technique that specifies which users can access particular resources in a computing environment. Over the years, numerous access control models have been developed to address various aspects of computer security. In this proposal, we focus on a modern approach, attribute-based access control (ABAC), which has been proposed in order to overcome limitations of traditional models: discretionary access control (DAC) [6], mandatory access control (MAC) [5] and role-based access control (RBAC) [3]. Despite successful practical applications of these traditional models, they have certain disadvantages, which was the reason why new approaches emerged. The main problem with DAC is that it lacks control over the flow of information: Information is copied from one object to another. MAC solves this problem by classifying subjects and objects with respect to their security levels, granting request by a subject to an object if a relationship between the subjects security level and the object is satisfied. However, once security levels are assigned, they cannot be changed. RBAC is designed to be a more general model than MAC or DAC. There, users are assigned a certain set of roles. The roles, in turn, have permissions assigned to them. A request made by a user is authorized, if the roles assigned to the user contain permissions that allow the request. RBAC has found its applications in many commercial and government sectors. On the downside, practical applications showed that RBAC models require a large number of roles to be defined. Role engineering is also a costly process and causes inefficiencies in computation. Another serious drawback of the RBAC model is that it assigns roles to users statically, which is not quite suitable for a dynamic environment. Once a role is assigned to a user, it becomes very difficult to change the privilege of the user without changing users role. ABAC has been proposed as a highly flexible method for providing access based on the evaluation of attributes (user attributes, resource attributes, environment attribute, etc.). Attributes characterize anything that may be defined and to which a value may be assigned. ABAC generalizes DAC, MAC, and RBAC, and is considered to be more flexible, scalable, and secure in dynamic environments where the number of users is very high, than the DAC, MAC and RBAC models. The NIST guide to ABAC [4] summarizes ABAC benefits in more details. ABAC avoids the need for explicit authorizations to be directly assigned to individual subjects prior to a request to perform an operation on the object. Therefore, it is particularly suitable for organizations where individuals rotate frequently. No advance knowledge of users is required. Attributes can be defined in different sources and correlated to form a unique identity for an individual. Policies, attributes, and authorizations can be managed centrally

* This work was supported by project FR17 439 of Georgian Shota Rustaveli National Science Foundation.

† Institute of Applied Mathematics, Tbilisi State University, Georgia

for a large enterprise. Moreover, ABAC allows for fine-grained access decisions and accountability to address unique challenges like the insider threat. The work about access control is growing into two parallel directions: developing access control models and developing policy languages to support the models. [2] was first attempt to find common point of these two directions. They integrated RBAC model into OWL and had discussion how to extend their work to ABAC model. On the other hand, in [1] a general ontology model for access control management was provided. In this talk we try to combine these two approaches to show how ABAC model can be integrated into ontology languages.

Modeling Of Innovative Activities In The Banking Sector

A.F. Huseynov*, Yahya Özdemir†

ABSTRACT

The pace of development and efficiency of the banking sector substantially depends on innovations. Assessment of innovations' level in the banking sector, influencing factors and also overcoming obstacles to the introduction of innovations are among the most pressing issues in this area. A new method for research the bank's innovative and technological processes was suggested: constructing the integral innovative performance measure of bank based on the conducted innovative survey in the banking sector. It follows the objective to provide a quantitative basis for measuring various aspects of innovation and to investigate a number of factors that may affect innovation in the banking services sector.

The innovative characteristic of the bank BII (Innovation Index of Bank) is defined as a certain function of three components or the normalized sub-indices: the integral indicator of the input II_I (innovative resources and expenditures), the integral index of the activities II_A (innovation activity and influencing factors), the output indicator II_O (innovative results). The form of this function is determined from some a priori assumptions, in particular it can be additive with weight coefficients, it can be mixed additive-multiplicative, and so on.

Based on the conducted survey three separate components are calculated and further integrated into the Bank Innovation Index. Banks were compared on their innovative profiles (input, process, output) using the Spearman rank correlation

Key Words: Innovation Survey, Banking Innovation, Integrated Index, Spearman Correlation, Ranking.

* Intellectual Property Agency of the Azerbaijan Republic, Head of department "Technology transfer and commercialization support"

† Instructor, Yalova University, Vocational School / Turkey Computer Technology Department,

Azerbaycan'da Petrol Dışı Ekonomi Oluşumu Açısından E-Ticaretin İnkişafının Önemi

Elçin Süleymanov*, Hayala İbrahimova†

ÖZET

E-ticaret, bilgisayar teknolojisi, elektronik iletişim kanalları ve ilgili teknolojiler ile her türlü mal ve hizmetin alım satımıdır. İnternet, iki veya daha fazla bilgisayarı birbirine bağlayan bir ağdır. Hızı artıran ve İnternet ile bireylere (müşterilere), iş dünyasına ve ticaret ortaklarına bağlanan ve alıcıları evlerinden çıkmadan elektronik bir ortamda alıp veren İnternet teknolojileri geleneksel ticaretin modern teknolojiler kullanarak hem hız , hem kalite iyileşmesi sağlar. Amerika Avrupa ve gelişmiş Asya ülkelerinde yaygın olan e-ticaret , Azerbaycan'da da İnternet altyapısının gelişimiyle yaygınlaşmıştır. Bu çalışmada, elektronik ticaretin tanımı ve ekonomik boyutu ele alındıktan sonra elektronik ticaretin Azerbaycan Ekonomisi üzerine olası etkileri incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Elektron Ticaret, İnnovasyon , İnternet.

The Importance of E-Commerce Development in Azerbaijan in the Formation of Non-Oil Economy

ABSTRACT

The Internet is a network that occurs as a result of connecting two or more computers together. Rapidly developing Internet technologies and the Internet create a relationship between individuals (customers), business and trading partners, allowing the buyer to shop electronically without leaving his/her home. Especially in the countries of the Black Sea, America and Japan, e-commerce, which is widely used, has become widespread in Azerbaijan. E-commerce is the purchase and sale of all types of goods and services by computer technology, electronic communication channels and related technologies. In this paper, the definition of electronic commerce and its economical dimension will be examined and then the probable effects of electronic commerce on Azerbaijan Economy will be presented.

Key Words: E-Commerce, Innovation, Internet.

* Doç.Dr., Baku Mühendislik Universitesi, Azerbaycan, elsuleymanov@beu.edu.az

† Baku Mühendislik Universitesi, Azerbaycan, khayala.hashimova@gmail.com

Formation And Development Of The Institutional Environment Of The Innovation Economy In Azerbaijan

F.P. Rahmanov*, E.B. Suleymanov†, Yahya Özdemir‡

ABSTRACT

The paper studies the institutional environment of the innovation economy of the Republic of Azerbaijan. In the process of creation and development of the institutional environment of innovative economy at the macro level, the following tasks are solved: the National Innovation System is being formed, a favorable innovation climate is being created, and the innovative strategy of the country is being developed and implemented.

The paper analyzes the state of the institutions of the innovation process and the institutions of infrastructure at the present stage of formation of the innovation economy of the Republic. The main problems in the development of elements of the institutional environment are identified. The reasons for slow changes in the institutional environment of the Republic's innovative economy are characterized. The necessity to develop measures to improve the actions of the state in the formation of the innovation system of Azerbaijan, its institutional foundations is noted. The need to strengthen the regulatory and coordinating role of the state in order to improve the efficiency of the innovation system of the Republic is characterized.

The main directions of improvement of the state innovation policy at the present stage are: a) formation of the necessary institutions of the innovation system of the Azerbaijan Republic (tax incentives for applied and corporate research and cooperation of science and business; scientific consulting for small and medium-sized businesses by scientific organizations; development of marketing infrastructure – exchange of innovative technologies, etc.); b) support of small and medium-sized businesses (SMBs) and their innovative activity (diversification of SMBs, the system of legislative, financial and tax measures to support them; development of venture investment in SMBs, etc.); c) development of monitoring the effectiveness of innovative development, designed to identify weak elements of the country innovation system in order to take corrective measures in the framework of the implementation of state innovation policy.

Keywords: innovation economy, institutional environment, national innovation system.

JEL Classification: D84, E66, L25, M15

* Prof., Azerbaijan State University of Economics, farhad52@live.ru

† Doç.Dr., Baku Engineering University, elsuleymanov@beu.edu.az

‡ Instructor, Yalova University, Vocational School / Turkey Computer Technology Department

E-İş Modellerinin Büyük Orta ve Küçük İşletmelere Uygunluğu

Alican YENİCE

İletişim ve bilgi teknolojileri sürekli gelişimleri paralelinde kurumsal ve çok parçalı işletmelerin de gelişiminde önemli bir yer almışlardır. Bu sebeple “Teknolojik gelişmelerin yapısı gereği zamanla ucuzlayarak büyük teknoloji kurumlarından küçüğe ve en sonunda halka inmesi hiyerarşisine bezer bir biçimde e-iş modelleri de büyük işletmelerden orta ve küçük işletmelerin çalışmalarında benzer bir şekilde kullanılabilir midir?” sorusunun cevabı e-iş modellerinin yapısına ve gelişimine bakarak aranmalıdır. Bu doğrultuda e-iş modeli araçlarının atalarının ortaya çıkmış olduğu 50’lerden itibaren gelişimleri doğrultusunda günümüzde kullanılan e-iş modellerinin incelenmesi gerekmektedir. Araştırmanın amacı, bu gelişimin araştırılarak ileriye dönük olarak kullanılan araçların gittikçe daha da küçük ölçekte kullanılıp kullanılmayacağını yorumlamaktır.

50’li yılların başlarından bu yana şirketler, bilgisayar sistemlerini bilgilerin hesaplanması, yayılması ve karar alma gücünde faydalanmak amacıyla gündemlerine almışlardır. 70’lere gelindiğinde ise iş sistemi yazılımları hazırlayan şirketlerin çözümleri hayata geçmeye başlamıştır. Uzmanlar, işletme çalışma sistemlerinin amacını “organize, sistemsal ve standardize bir işletme çalışma işlemi” tanımından yola çıkarak kurumsal çalışma sistemini tasarlamıştır. 80’lerin sonlarına kadar bilgisayar mimarisinin ve iletişim cihazlarının yeterince gelişmemiş olması, bu araçların işleyişin merkezine konulmamasının en büyük sebebi olmuştur. Elektronik sistemlerin kullanılmasının tedarikçi ve müşteri ilişkilerinin verimini arttıracığı fikri, World Wide Web’in hayata geçmesiyle daha inanılır hale gelmiştir. Bilgisayar donanım ve yazılımlarının fiyatlarının hızlı bir biçimde düşmesi sonucu şirketler, bu yeni mecranın geleneksel olanlara göre ürünleri tanıtmaya ve müşterilerle etkileşime geçmeye açısından bir çağın atlanacağına farkına varmışlardır. Çalışma alanı fizikselin ötesine taşınırken potansiyel alıcılara ürünlerin tanıtılması da bu duruma ayak uydurmuştur ve zaman-mekân kısıtlılığındaki engeller de ortadan kalkmıştır. Bu tarihi gelişimin incelenmesi sonucunda e-perakendecilik, açık arttırma, tüketici yönetimi, elektronik fatura ödeme gibi modellerin her ölçekteki işletmeye zamanla eklenebilir özellikler taşıdığı ve bu sayede her ölçekteki işletmenin personel ihtiyacının azalacağı gözlemlenebilmektedir. Sırasıyla her biri farklı amaçlar için gelişmiş olan elektronik ortamdaki bağımsız ticaret borsaları, özel ticaret borsaları ve konsorsiyum ticaret borsalarının da zamanla büyükten küçüğe işletmelere uygun olarak yaygın biçimde kullanılmaya uygun olabilecekleri ve bunlara farklı tip borsaların eklenebileceği söylenebilir. Ortak kanal yönetimi, ortak envanter yönetimi, ortak tahmin ve yenileme, ortak ürün ticareti, ortak stratejik planlama gibi oluşacak imkanlar ise tek bir işletme dışında ortaklık ve tedarik süreçlerinde tüm ölçeklerdeki şirketlerin kullanabileceği ve işlerini büyütebilecekleri modeller olarak görülmektedir. Sonuç olarak internet temelli tedarik zinciri araçları ve e-iş yöntemleri sayesinde kurulan iş birliğini kullanarak B2B işlemleri, pazarlama hızı, isabeti, anlık kontrolü ve müşteri memnuniyetini arttırmayı her

ölçekteki işletmede sağlayabilecek ortamı sunabilecektir. Günümüzün kurumsal sistemleri bazı yazılım ürünlerini doğurmuştur. Bu ürünler kısaca kurumsal çalışma sistemi, elektronik veri değişimi ve web tabanlı uygulamalar olarak sıralanabilir. Bu uygulamalar ve yazılımlar da zamanla amaçlarına ve araçlarına göre gelişerek, çoğalarak ve ucuzlayarak her alandaki ve her ölçekteki şirketlerin kullanımına uygulanabilecektir.

The Suitability Of E-Business Models To Large Medium And Small Businesses

Communication and information technologies have taken an important place in the development of corporate and multi-part enterprises in parallel with their continuous development. For this reason, “Due to the structure of technological developments, e-business models are similar to the hierarchy of major technology institutions to small and eventually to the public. Can it be used in a similar way in the work of medium and small businesses?” should be sought by looking at the structure and development of e-business models. In this direction, e-business models used today should be examined in line with the development of e-business model tools since the 50s. The aim of the research is to interpret whether the tools used forward-looking in this development can be used on an increasingly smaller scale. Since the beginning of the 50s, companies have put computer systems on their agenda in order to make use of information calculation, dissemination and decision-making power. system software companies have started to come to life. Experts designed the corporate working system based on the definition of “organized, systematic and standardized business work process”. Until the late 80s the fact that computer architecture and communication devices are not sufficiently developed, has been the biggest reason why these tools are not put at the center of the operation. The idea that the use of electronic systems will increase the efficiency of supplier and customer relations has become more credible with the introduction of the World Wide Web. As the price of computer hardware and software drops rapidly, companies have a new era in terms of promoting products and interacting with customers based on traditional ones. They realize they're going to be skipped. As the workspace moved beyond physical, the introduction of products to potential buyers has kept pace with this situation, and the barriers to time-space constraints have been eliminated. As a result of this historical development, models such as e-retailing, auctioning, consumer management, electronic billing payment have features that can be added over time to businesses of all sizes. Thus, it

can be observed that the staff needs of businesses of all sizes will decrease. Independent trading exchanges, special trading exchanges and consortium trading exchanges in the electronic environment, each developed for different purposes, are also suitable for enterprises from large to small over time, and different types of exchanges can be added to them. Common channel management, joint inventory management, joint forecasting and renewal, common product trading and joint strategic planning are available in partnership and procurement processes outside of a single enterprise are seen as models for companies of all sizes to use and grow their business. As a result, B2B transactions, marketing speed, accuracy, instant control and customer satisfaction using the collaboration established through Internet-based supply chain tools and e-business methods will be able to offer the environment that can provide the increase in any scale business. Today's corporate systems have given rise to some software products. These products can be briefly listed as corporate work systems, electronic data exchange and web-based applications. These applications and software can also be applied to companies in all fields and sizes by evolving, multiplying and cheapening according to their goals and tools over time.

Toplumsal Kontrol ve Denetim Mekanizması Olarak Gözetim Olgusu ve Gözetim Pratiklerinin Dönüşümü

Ferhat korkmazcan*, Prof. Dr. Özhan TİNGOY†

ÖZET

Tarihsel süreç içerisinde gözetim kavramı, bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte hem niceliksel hem de niteliksel olarak değişime uğramıştır. Panoptikon metaforu ile tanımlanan asimetrik gözetimin yerini önce Sinoptikon ve son noktası olan Süperoptikon metaforu almış ve iktidarın denetsel işlevi maskelenmiştir. Panoptikon'daki gözetimde dışarıdan gelen baskı ve zorlamaya dayalı denetleme, Sinoptikon ve Süperoptikon'da bireysel rıza ve gönüllülüğe dayalıdır. İktidarın Panoptikon'daki "sıkıcı denetim" işlevi, Süperoptikona gelindiğinde "haz veren ve eğlenceli" bir niteliğe dönüşmüştür.

Tarihsel süreçte gözetim olgusunun geçirdiği yapısal dönüşümü, literatür taraması yönteminden yararlanarak ele alan bu çalışmada; Panoptikon, Sinoptikon ve Süperoptikon kavramları arasındaki farklılıkların belirlenmesi amaçlanmış sosyal medya ile birlikte bireysel rıza ve gönüllülüğe dayalı gözetleme ve gözetlenme kavramları ele alınmış özel alan ve kamusal alan kavramları karşılaştırılıp tartışılmıştır. Bu doğrultuda günümüzdeki gözetimin, iletişim teknolojileri ile uyumlu gelişim gösterdiği tespit edilmiş ve Panoptikon boyutundaki gözetimde, iktidarın görünmeden bilinmesine karşın; yeni iletişim ortamlarında Sinoptikon ve Süperoptikon'da varlığını tamamen gizlileştirerek yeniden ürettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gözetim Toplumu, Panoptikon, Sinoptikon ve Süperoptikon.

ABSTRACT

In the historical process, the concept of surveillance has changed both quantitatively and qualitatively with the developments in information and communication technologies. The

* Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı Bilişim Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi e-posta:fkorkmazcan12@gmail.com

† Marmara Üniversitesi

asymmetric surveillance described by the panoptikon metaphor first took the place of synopticon and the ending metaphor of omnipotikon, and masked the control function of power. Supervision based on external pressure and coercion in Panoptic supervision is based on individual consent and volunteerism in synopticon and omnipotikon. The “boring control” function of the government in panoptik has become a “pleasure and fun” quality when it comes to the Superopticon.

In this study, which deals with the structural transformation of surveillance in the historical process, taking advantage of the literature review method, panoptikon, synopticon and superopticon are discussed in the context of infringement of privacy by comparing the social media aimed to determine the differences between the concepts of panopticons, synopticons and superopticons and the concept of private surveillance and surveillance based on voluntary and individual consent. In this respect, it has been determined that today's oversight is in accordance with the communication technologies, and in the panoptikon-sized surveillance, although the power is not known unseen; has reached the conclusion that it completely reproduces the existence of synopticon and superopticon in new communication environments.

Keywords: Surveillance Society, Panopticon, Synopticon, Superopticon.

Karikatürlerle Dijital Etiğe Giriş

Erdal Yılmaz

ÖZET

Etik, insanın eylemlerini, davranışlarını, ilişkileri ve bunların getirdiklerini düzenleyen, nasıl olması gerektiğini söyleyen felsefe dalıdır. Bu çalışmada etik ve dijital etik kavramı ele alındı. Geçmişte ki gibi bir etik anlayışın olup olmayacağı sorularına cevap arandı. Etik görüşlerin karşılaştırması karikatürler üzerinden yapıldı. Gelecekte nasıl bir etik anlayışının olacağına değinildi. Bu bağlamda literatür taraması yapıldı. Literatür çalışmasında teknoloji ve insanın dönüşümü ile birlikte etik kavramının da dijital etik kavramına dönüştüğü ortaya konuldu. Sonuç olarak ise gelecekte bizi çok farklı bir dünya beklemekte ve insanlığın dönüşümü ile birlikte farklı etik görüşlerin ortaya çıkacağı öngörülmektedir.

Anahtar kelimeler: *Etik, Dijital Etik, Karikatür.*

Introduction to Digital Ethics With Cartoons

ABSTRACT

Ethics is a philosophy that regulates human actions, behaviors, relationships and what they bring, and how it should be. In this study, digital ethics, which was the transformation of the ethical concept, was addressed. In the past, the question of whether or not to have an ethical understanding is answered. The comparison of ethical views was done through cartoons. It was mentioned in the future how to have an ethical understanding. In this context, literature and content analysis work was done. In the literature study, the concept of ethics in conjunction with the transformation of technology and man was also transformed into the concept of digital ethics. As a result, we expect a very different world in the future, and it is predicted that different ethical views will arise with the transformation of man.

Key Words: *Ethics, Digital Ethics, Cartoons.*

ABA
ABA Basım Yayın

ISBN 978-605-031-724-4



ABA

Akademik Bilişim Araştırmaları Derneği

Suadiye Mah. Kazım Özalp Sok. No:15 Kat:2

şaşkınbakkal Kadıköy/İSTANBUL

Tel: 0216 355 56 19 • Fax: 0216 368 43 30

www.abilar.org