ICTADC

1st International Communication Technology Art and Design Congress

29 May 2024
30 May 2024

"Yapay Zekâ ve Kültür Üretimi"

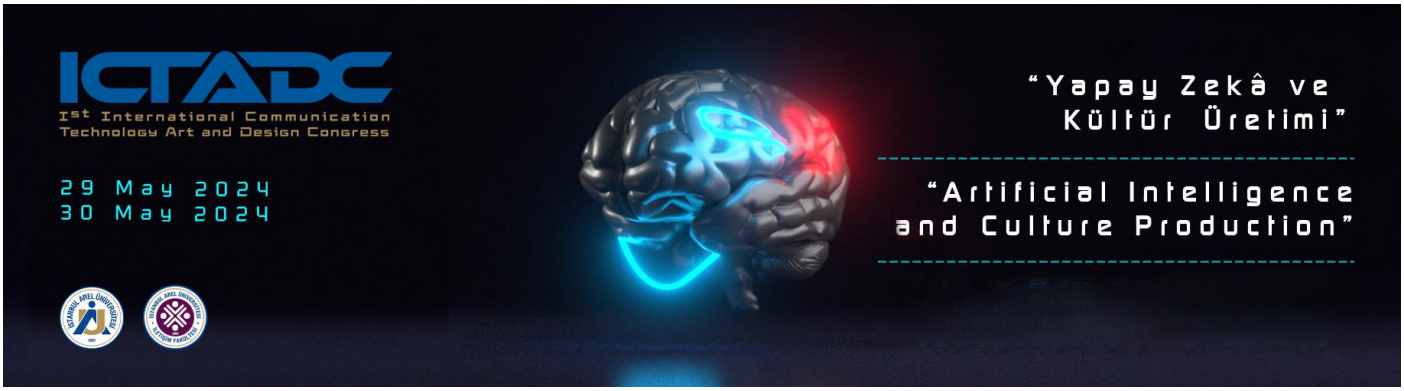
"Artificial Intelligence and Culture Production"

BİLDİRİ ÖZETLERİ KİTABI
ABSTRACTS BOOK

I. Uluslararası İletişim, Teknoloji, Sanat ve Tasarim Kongresi

1st International, Communication, Technology, Art and Design Congress

https://ictadc.arel.edu.tr/



İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI

İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi I. Uluslararası İletişim, Teknoloji, Sanat ve Tasarım Kongresi Bildiri Özetleri Kitabı
I st International, Communication, Technology, Art and Design Congress Abstract Booklet

Editör / Editor

Doç. Dr. Begüm Aylin ÖNDER

Editör Yardımcıları / Assistant Editors

Arş. Gör. Ömer Batuhan AKGÜNER

Redaksiyon / Redaction

Arş. Gör. Esra ÇINAR

Tasarım / Design

Nazire ALACA

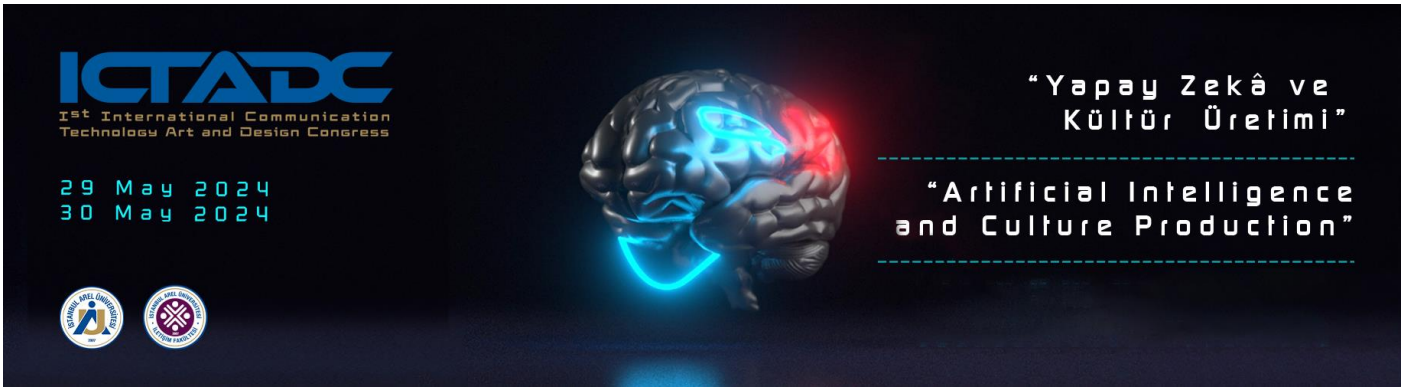
Kongre Düzenleme Kurulu

Prof. Dr. Ayhan BİBER *(Kongre Düzenleme Kurulu Başkanı)*

Doç. Dr. Begüm Aylin ÖNDER *(Kongre Düzenleme Kurulu Başkanı)*

Doç. Dr. Kenan DUMAN *(Kongre Düzenleme Kurulu Başkanı)*

Dr. Öğretim Üyesi Enes Dönmez *(Kongre Koordinatörü)*



e- ISBN: 978-625-99707-7-6

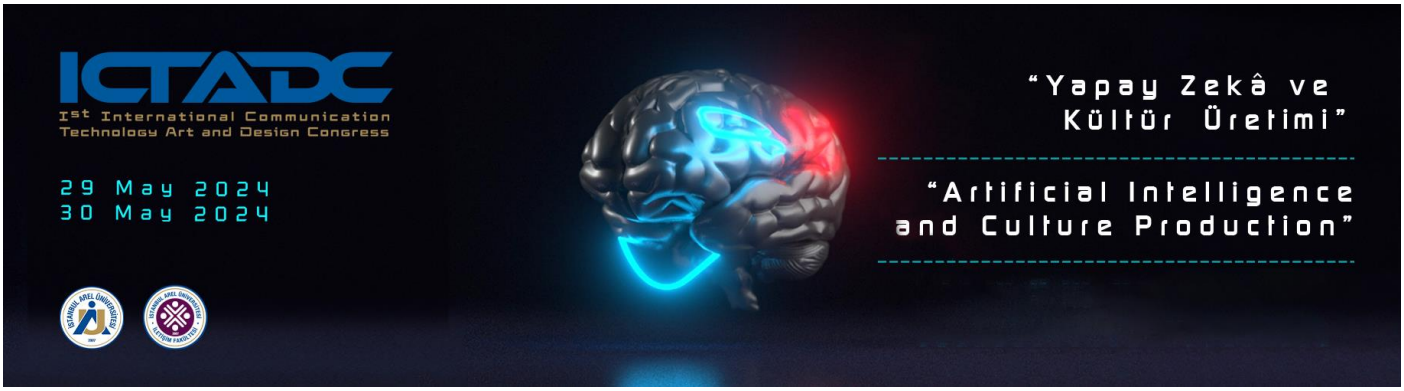
Tarih: Ağustos 2024

İletişim Bilgileri

İstanbul Arel Üniversitesi Kemal Gözükara Yerleşkesi
Türkoba Mahallesi, Erguvan Sokak No:26 / K 34537
Tepekent – Büyükçekmece İstanbul-Türkiye
0850 850 AREL / 0850 850 2735
ictadc.arel.edu.tr | arel@arel.edu.tr

Copyright © 2024

Fikir ve Sanat Eserleri Yasası gereğince bu eserin yayın hakkı anlaşmalı olarak T. C. İstanbul Arel Üniversitesi'ne aittir. Her hakkı saklıdır. Kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir. Bu kitabın hiçbir kısmı yayıncısının yazılı izni olmaksızın elektronik veya mekanik, fotokopi, kayıt vb. bir bilgi saklama, erişim sistemi yolu ile çoğaltılamaz, dağıtılamaz ve satışa sunulamaz. Bu çevrim içi kongre bildiri kitapçığı, I. Uluslararası İletişim, Teknoloji, Sanat ve Tasarım Kongresi bildiri özetlerinden derlenmiş olup metinlerde yer alan her tür görüş ve düşüncenin sorumluluğu bildirinin yazarına aittir.



İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ
İSTANBUL AREL UNIVERSITY FACULTY OF COMMUNICATION

I. ULUSLARARASI İLETİŞİM, TEKNOLOJİ, SANAT VE TASARIM KONGRESİ

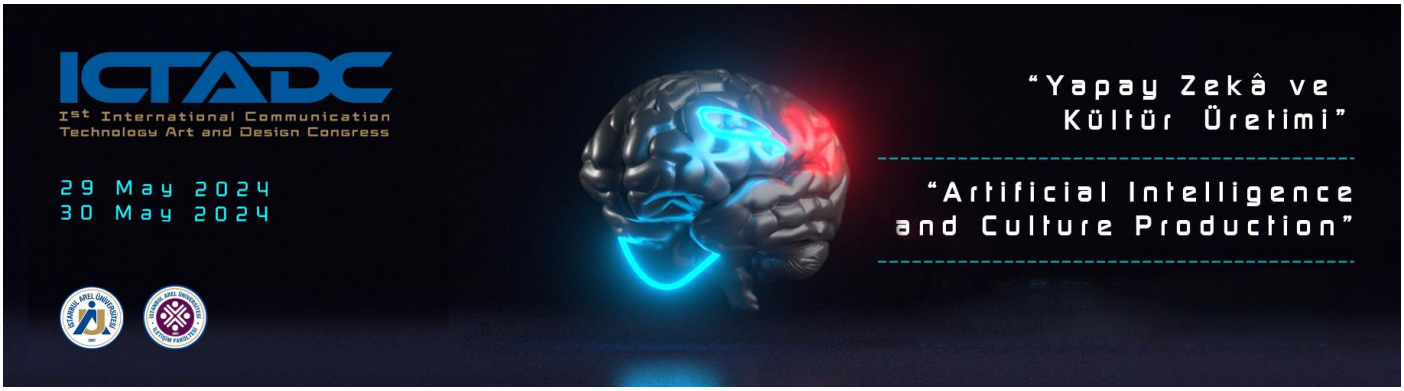
I st International, Communication, Technology, Art and Design Congress

ICTADC 2024

Bildiri Özetleri Kitabı

Abstracts Book

29-30 Mayıs / ***29-30 May 2024***
https://ictadc.arel.edu.tr/



Kongre Onur Kurulu

Congress Honorary Board

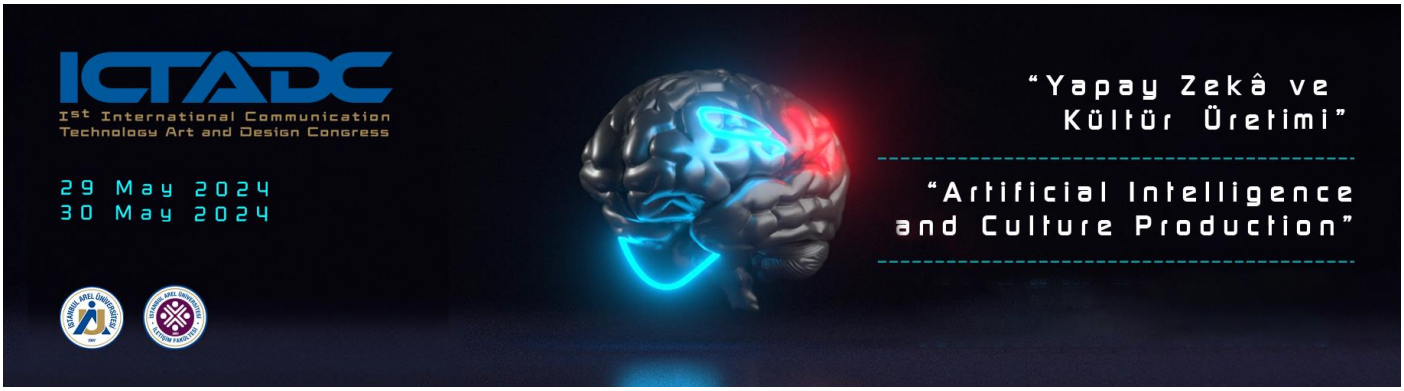
Özgür GÖZÜKARA
(Mütevelli Heyet Başkanı / Chairman of the Board of Trustees)

Prof. Dr. Ahmet Ercan GEGEZ
(Rektör / Rector)

Prof. Dr. Ergül BERBER
(Rektör Yardımcısı / Vice Rector)

Prof. Dr. Hüseyin GÜN
(Rektör Yardımcısı / Vice Rector)

Prof. Dr. Ayhan BİBER
(İletişim Fakültesi Dekanı / Dean of the Faculty of Communication)



Kongre Düzenleme Kurulu

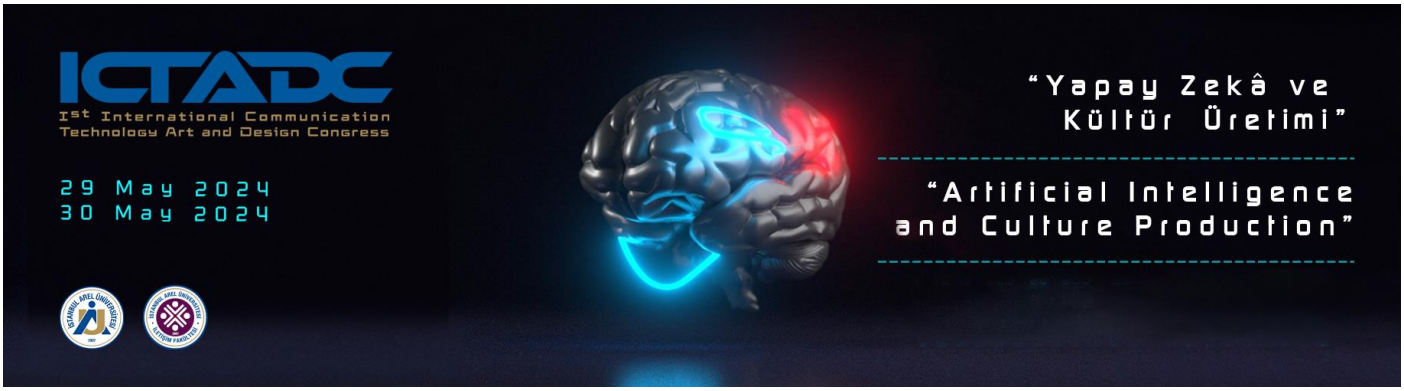
Congress Organizing Board

Prof. Dr. Ayhan BİBER / Prof. Dr. Ayhan BİBER
(Kongre Düzenleme Kurulu Başkanı / Chairman of the Congress Organizing Committee)

Doç. Dr. Begüm Aylin ÖNDER / Assoc. Prof. Dr. Begüm Aylin ÖNDER
(Kongre ve Sergi Düzenleme Kurulu Başkanı / Chairman of the Congress and Exhibition Organizing Committee)

Doç. Dr. Kenan DUMAN / Assoc. Prof. Dr. Kenan DUMAN
(Kongre Düzenleme Kurulu Başkanı / Chairman of the Congress Organizing Committee)

Dr. Öğr. Üyesi Enes DÖNMEZ / Asst. Prof. Enes DÖNMEZ
(Kongre Düzenleme Koordinatörü / Congress Organizing Coordinator)



Kongre Yürütme ve Organizasyon Kurulu

Congress Executive and Organization Board

Prof. Dr. Ayhan BİBER / Prof. Dr. Ayhan BİBER
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Doç. Dr. Begüm Aylin ÖNDER / Assoc. Prof. Dr. Begüm Aylin ÖNDER
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Doç. Dr. Kenan DUMAN / Assoc. Prof. Dr. Kenan DUMAN
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Dr. Öğr. Üyesi Enes DÖNMEZ / Asst. Prof. Enes DÖNMEZ
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Arş. Gör. Dr. Musa ÇELİK / Res. Asst. Dr. Musa ÇELİK
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Arş. Gör. Ömer Batuhan AKGÜNER / Res. Asst. Ömer Batuhan AKGÜNER
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Arş. Gör. Esra ÇINAR / Res. Asst. Esra ÇINAR
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Arş. Gör. Oğuz Çağrı KARA / Res. Asst. Oğuz Çağrı KARA
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Arş. Gör. Oktay KARA / Res. Asst. Oktay KARA
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

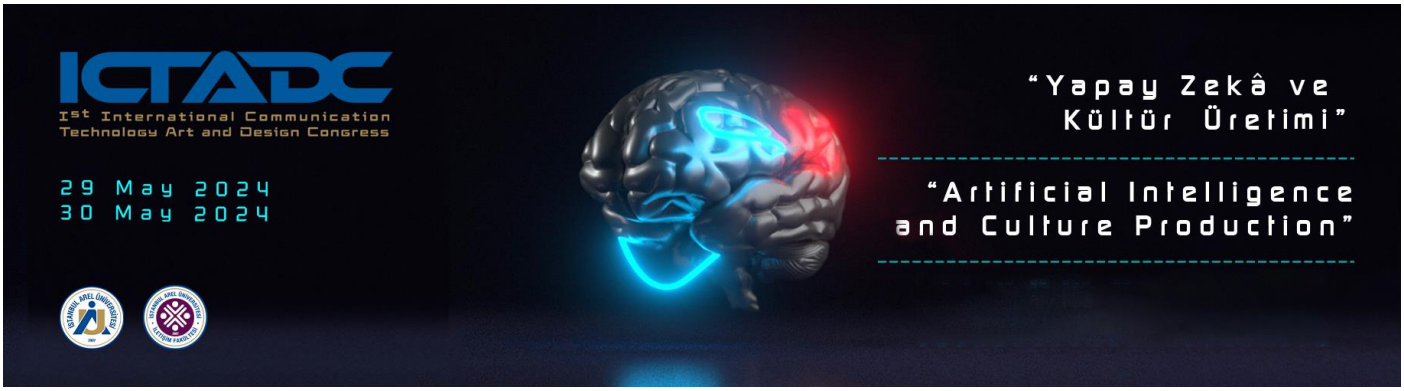
Arş. Gör. Gürkan ŞEN / Res. Asst. Gürkan ŞEN
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Arş. Gör. Gizem GÜLER / Res. Asst. Gizem GÜLER
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Arş. Gör. Hatice ÖKSÜZ / Res. Asst. Hatice ÖKSÜZ
İstanbul Aydın Üniversitesi / İstanbul Aydın University

PhD Student Burak TORAMAN / PhD Student Burak TORAMAN
Akdeniz Üniversitesi / Akdeniz University

BA Student Zehra ÖZKAN / BA Student Zehra ÖZKAN
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University



Kongre Bilim Kurulu

Congress Scientific Board

Prof. Dr. Ayhan BİBER / Prof. Dr. Ayhan BİBER
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Prof. Dr. Nazife GÜNGÖR / Prof. Dr. Nazife GÜNGÖR
Üsküdar Üniversitesi / Üsküdar University

Prof. Micheal SCHWERTEL / Prof. Micheal SCHWERTEL
CBS Uluslararası İşletme Okulu / CBS International Business School

Prof. Dr. Maria del Carmen Echazarreta SOLER / Prof. Dr. Maria del Carmen Echazarreta SOLER
Girona Üniversitesi / Girona University

Prof. Selahattin GANİZ / Prof. Selahattin GANİZ
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Prof. Dr. Deniz YENGİN / Prof. Dr. Deniz YENGİN
Onsekiz Mart Çanakkale Üniversitesi / Onsekiz Mart Çanakkale University

Prof. Dr. Murat MENGÜ / Prof. Dr. Murat MENGÜ
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Prof. Dr. F. Evren DAŞDAĞ / Prof. Dr. F. Evren DAŞDAĞ
Marmara Üniversitesi / Marmara University

Prof. Dr. Okan ORMANLI / Prof. Dr. Okan ORMANLI
İstanbul Kültür Üniversitesi / İstanbul Kültür University

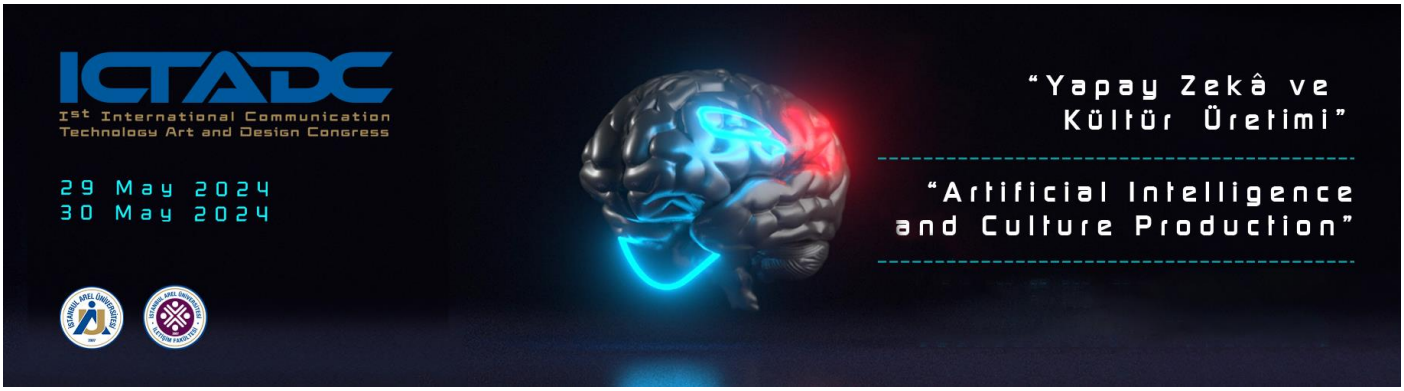
Prof. Dr. Ceyhan KANDEMİR / Prof. Dr. Ceyhan KANDEMİR
İstanbul Üniversitesi / İstanbul University

Prof. Dr. F. Neşe KAPLAN / Prof. Dr. F. Neşe KAPLAN
Marmara Üniversitesi / Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Seda MENGÜ / Prof. Dr. Seda MENGÜ
İstanbul Üniversitesi / İstanbul University

Prof. Dr. Nalan BÜKER / Prof. Dr. Nalan BÜKER
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Prof. Dr. Nigar PÖSTEKİ / Prof. Dr. Nigar PÖSTEKİ
Kocaeli Üniversitesi / Kocaeli University



Kongre Bilim Kurulu

Congress Scientific Board

Prof. Dr. Kader SÜRMELİ / Prof. Dr. Kader SÜRMELİ
Yıldız Teknik Üniversitesi / Yıldız Technical University

Prof. Dr. Erdoğan KÖSE / Prof. Dr. Erdoğan KÖSE
İstanbul Üniversitesi / İstanbul University

Prof. Dr. And ALGÜL / Prof. Dr. And ALGÜL
Üsküdar Üniversitesi / Üsküdar University

Prof. Dr. Gülay ÖZTÜRK / Prof. Dr. Gülay ÖZTÜRK
İstanbul Ticaret Üniversitesi / İstanbul Ticaret University

Prof. Dr. Lütfü KAPLANOĞLU / Prof. Dr. Lütfü KAPLANOĞLU
Yıldız Teknik Üniversitesi / Yıldız Technical University

Prof. Dr. Suat SUNGUR / Prof. Dr. Suat SUNGUR
İstanbul Kent Üniversitesi / İstanbul Kent University

Doç. Dr. Begüm Aylin ÖNDER / Assoc. Prof. Dr. Begüm Aylin ÖNDER
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Doç. Dr. Kenan DUMAN / Assoc. Prof. Dr. Kenan DUMAN
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Doç. Dr. Onur AKYOL / Assoc. Prof. Dr. Onur AKYOL
İstanbul Üniversitesi / İstanbul University

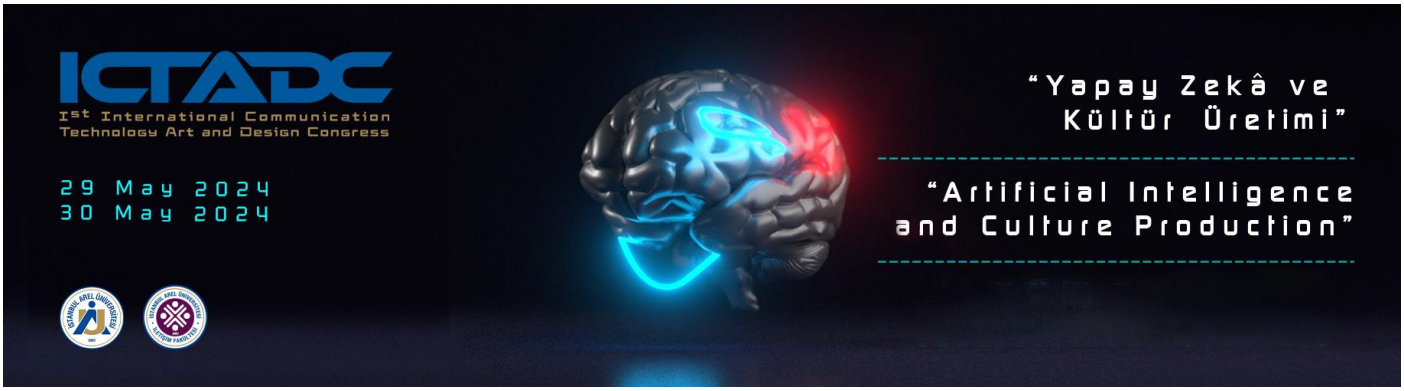
Doç. Dr. Cristina Olivas RIPOLL / Assoc. Prof. Dr. Cristina Olivas RIPOLL
Girona Üniversitesi / Girona University

Doç. Dr. Cabir MAMADLİ / Assoc. Prof. Dr. Cabir MAMADLİ
Khazhar Üniversitesi /Khazhar University

Doç. Dr. Greg SIMONS / Assoc. Prof. Dr. Greg SIMONS
Turiba Üniversitesi / Turiba University

Doç. Dr. Ümit SARI / Assoc. Prof. Dr. Ümit SARI
İstanbul Üniversitesi / İstanbul University

Doç. Dr. Mesut AYTEKİN / Assoc. Prof. Dr. Mesut AYTEKİN
İstanbul Üniversitesi / İstanbul University



Kongre Bilim Kurulu

Congress Scientific Board

Doç. Dr. Sebastian Ruiz CABRERA/ Assoc. Prof. Dr. Sebastian Ruiz CABRERA
Girona Üniversitesi / Girona University

Doç. Dr. Korhan MAVNACIOĞLU / Assoc. Prof. Dr. Korhan MAVNACIOĞLU
İstanbul Medipol Üniversitesi / İstanbul Medipol University

Doç. Dr. İhsan EKEN / Assoc. Prof. Dr. İhsan EKEN
İstanbul Medipol Üniversitesi / İstanbul Medipol University

Doç. Dr. Ceyhun BERKOL / Assoc. Prof. Dr. Ceyhun BERKOL
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Doç. Dr. Mehmet Emin KAHRAMAN / Assoc. Prof. Dr. Mehmet Emin KAHRAMAN
Yıldız Teknik Üniversitesi / Yıldız Teknik University

Doç. Dr. Nuri KARA / Assoc. Prof. Dr. Nuri KARA
İstanbul Bilgi Üniversitesi / İstanbul Bilgi University

Doç. Dr. Turan ASAN / Assoc. Prof. Dr. Turan ASAN
İstanbul Topkapı Üniversitesi

Doç. Dr. İnci TARI / Assoc. Prof. Dr. İnci TARI
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Doç. Dilek ÇULHA / Assoc. Prof. Dilek ÇULHA
Yalova Üniversitesi / Yalova University

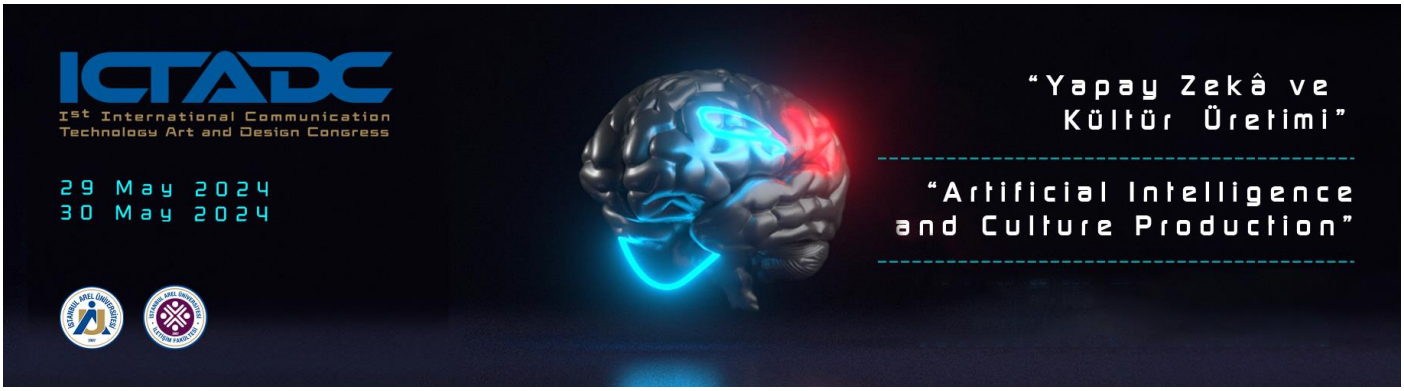
Doç. Dr. Nur Emine KOÇ / Assoc. Prof. Dr. Nur Emine KOÇ
İstanbul Aydın Üniversitesi / İstanbul Aydın University

Doç. Dr. Monica Ricou CASAL /Assoc. Prof. Dr. Monica Ricou CASAL
Girona Üniversitesi / Girona University

Doç. Dr. Asuman KUTLU / Assoc. Prof. Dr. Asuman KUTLU
Beykent Üniversitesi / Beykent University

Doç. Dr. Göksel BASMACI / Assoc. Prof. Dr. Göksel BASMACI
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Doç. Dr. Hasan GÜRKAN / Assoc. Prof. Dr. Hasan GÜRKAN
Girona Üniversitesi & İstinye Üniversitesi / Girona University & İstinye University



Kongre Bilim Kurulu

Congress Scientific Board

Doç. Dr. Nihat DURSUN / Assoc. Prof. Dr. Nihat DURSUN
Beykent Üniversitesi / Beykent University

Doç. Dr. Tamer BAYRAK / Assoc. Prof. Dr. Tamer BAYRAK
Onsekiz Mart Çanakkale Üniversitesi / Onsekiz Mart Çanakkale University

Doç. Dr. Duygu Dumanlı KÜRKÇÜ / Assoc. Prof. Dr. Duygu Dumanlı KÜRKÇÜ
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Doç. Dr. Cüneyt DİRİCAN / Assoc. Prof. Dr. Cüneyt DİRİCAN
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Doç. Dr. Güven ÖZDOYRAN / Assoc. Prof. Dr. Güven ÖZDOYRAN
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Doç. Dr. Mehmet YAKIN / Assoc. Prof. Dr. Mehmet YAKIN
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Doç. Dr. Emre Ahmet SEÇMEN / Assoc. Prof. Dr. Emre Ahmet SEÇMEN
Beykoz Üniversitesi / Beykoz University

Dr. Öğr. Üyesi Enes DÖNMEZ / Assoc. Prof. Dr. Enes DÖNMEZ
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Dr. Öğr. Üyesi Ibrahim MURADOV / Asst. Prof. Ibrahim MURADOV
University of British Columbia

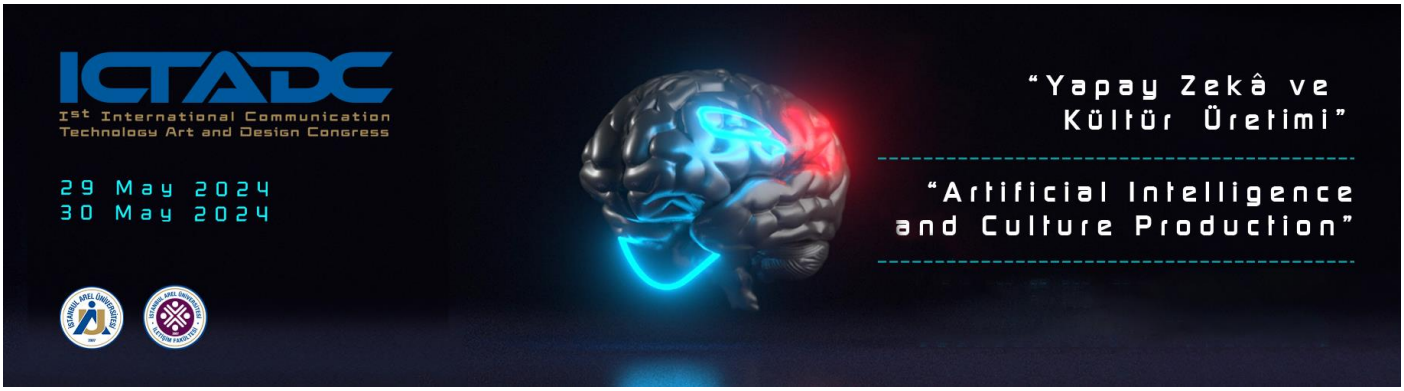
Dr. Öğr. Üyesi Sanan MEHDI / Asst. Prof. Sanan MEHDI
Mingachevir Üniversitesi / Mingachevir University

Dr. Öğr. Üyesi Müşfik HUSEYINOV / Asst. Prof. Müşfik HUSEYINOV
Mingachevir Üniversitesi / Mingachevir University

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Serkan OKAY / Asst. Prof. Ahmet Serkan OKAY
İstanbul Medipol Üniversitesi / İstanbul Medipol University

Dr. Öğr. Üyesi Harun TÜRKMENOĞLU / Asst. Prof. Harun TÜRKMENOĞLU
Yalova Üniversitesi / Yalova University

Dr. Öğr. Üyesi İsmail Erim GÜLAÇTI / Asst. Prof. İsmail Erim GÜLAÇTI
Yıldız Teknik Üniversitesi / Yıldız Teknik University



Kongre Bilim Kurulu

Congress Scientific Board

Dr. Öğr. Üyesi Ozan GÜNEL / Asst. Prof. Ozan GÜNEL
Beykent Üniversitesi / Beykent University

Dr. Öğr. Üyesi Rabia Zamur TUNCER / Asst. Prof. Rabia Zamur TUNCER
İstanbul Üniversitesi / İstanbul University

Dr. Öğr. Üyesi Özlem Tuğçe KELEŞ / Asst. Prof. Özlem Tuğçe KELEŞ
İstanbul Gelişim Üniversitesi / İstanbul Gelişim University

Dr. Öğr. Üyesi Mevlüde BATUR / Asst. Prof. Mevlüde BATUR
Malatya Turgut Özal Üniversitesi / Malatya Turgut Özal University

Dr. Öğr. Üyesi Aslı Burcu TOKU / Asst. Prof. Aslı Burcu TOKU
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Dr. Öğr. Üyesi Orhan FAİK / Asst. Prof. Orhan FAİK
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Dr. Öğr. Üyesi Rahime AKİKOL / Asst. Prof. Rahime AKİKOL
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Dr. Öğr. Üyesi Yasin NAR / Asst. Prof. Yasin NAR
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

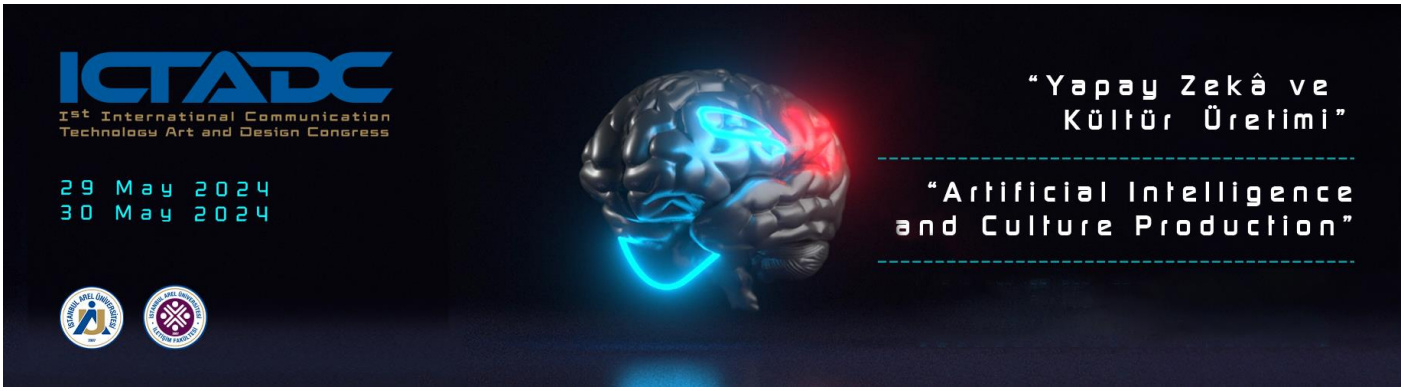
Dr. Öğr. Üyesi Ufuk TÖRÜN / Asst. Prof. Ufuk TÖRÜN
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Dr. Öğr. Üyesi Çağdaş TOPÇU / Asst. Prof. Çağdaş TOPÇU
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Dr. Öğr. Üyesi Gonca TÜRK / Asst. Prof. Gonca TÜRK
İstanbul Arel Üniversitesi / İstanbul Arel University

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Hikmet AYDINGÜLER / Asst. Prof. Mustafa Hikmet AYDINGÜLER
İstanbul Topkapı Üniversitesi / İstanbul Topkapı University

Dr. İsmail BAYDİLİ / Dr. İsmail BAYDİLİ
Fırat Üniversitesi / Fırat University



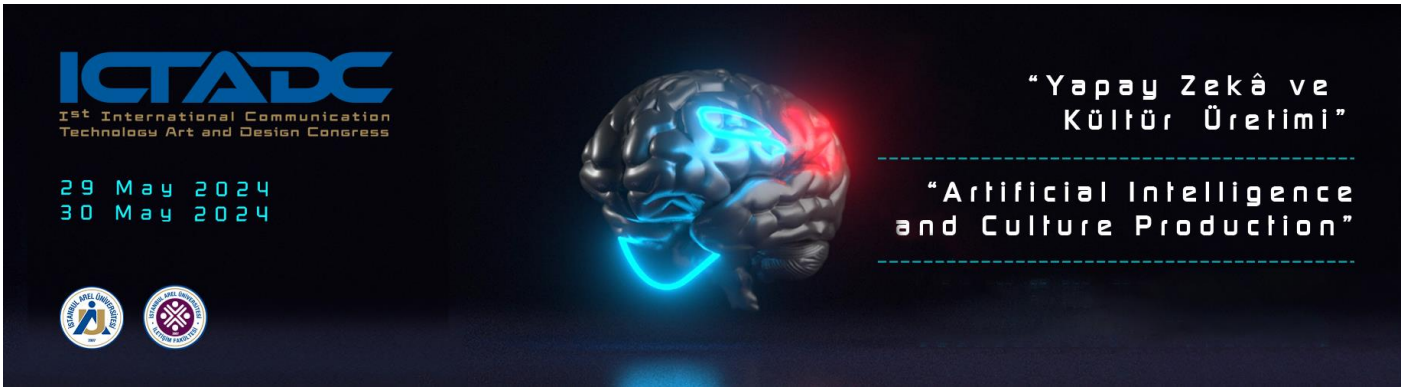
Davetli Konuşmacılar

Invited Speakers

Keynote Speaker

PROF. DR. LEV MANOVICH

"Artificial Aesthetics: AI, Aesthetics and Visual Culture"



Konuşmacılar

Speakers

PROF. DR. ALİ MURAT KIRIK
Marmara Üniversitesi / Marmara University

"Artificial Intelligence and The Future of Media"

PROF. MICHEAL SCHWERTEL
CBS International Business School

"Artificial Intelligence's Role On Modern Journalism, Marketing, Ethics And Culture"

PROF. DR. NENAD PERIC
Institute For Serbian Culture

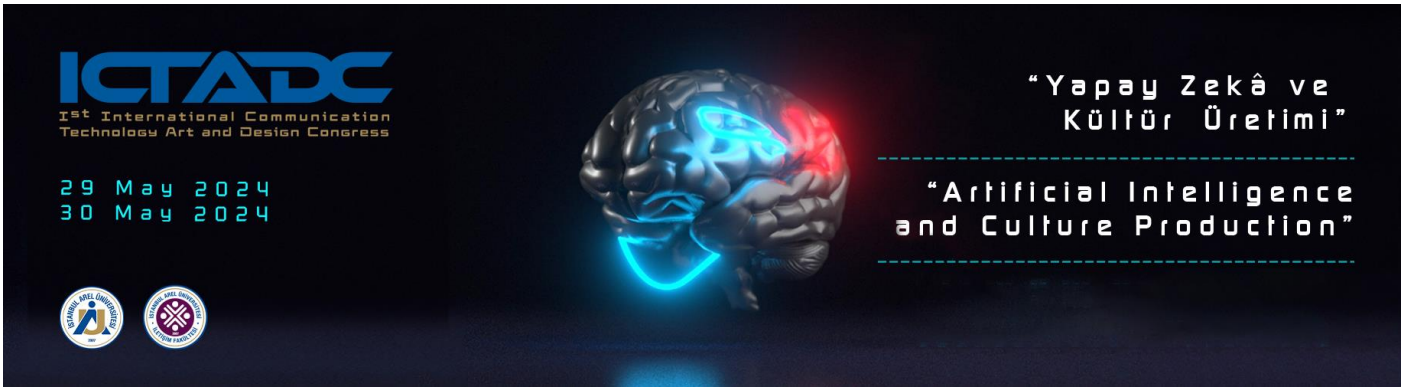
"Digital Culture and Digital Arts: Sectoral Applications of Artificial Intelligence"

PROF. DR. NAZİFE GÜNGÖR
Üsküdar Üniversitesi- Rektör / Üsküdar Universiy- Rector

"Digitalization, Cultural Industry And Popular Culture"

BAGER AKBAY
Tasarımcı, Sanatçı, Eğitmen / Designer, Artist, Lecturer

"Art and Cybernetics"



Panelistler

Panelists

Panel-I

DR. VASILEIOS PALİKTZOGLOU
School Of Creative Media Bahrain Polytechnic

"The Impact of Artificial Intelligence In The Creative Sector: Spotlight on Higher Education"

VASILIKI MARKOU
Innovation Hive

"Fitting Culture Into The Digital Age: The Role of The Eu Funding Programmes"

Panel-II

PROF. DR. ERKAN SAKA
İstanbul Bilgi Üniversitesi / İstanbul Bilgi University

"Importance of Artificial Intelligence Data Sets"

PROF. DR. DENİZ YENGİN
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi / Çanakkale Onsekiz Mart University

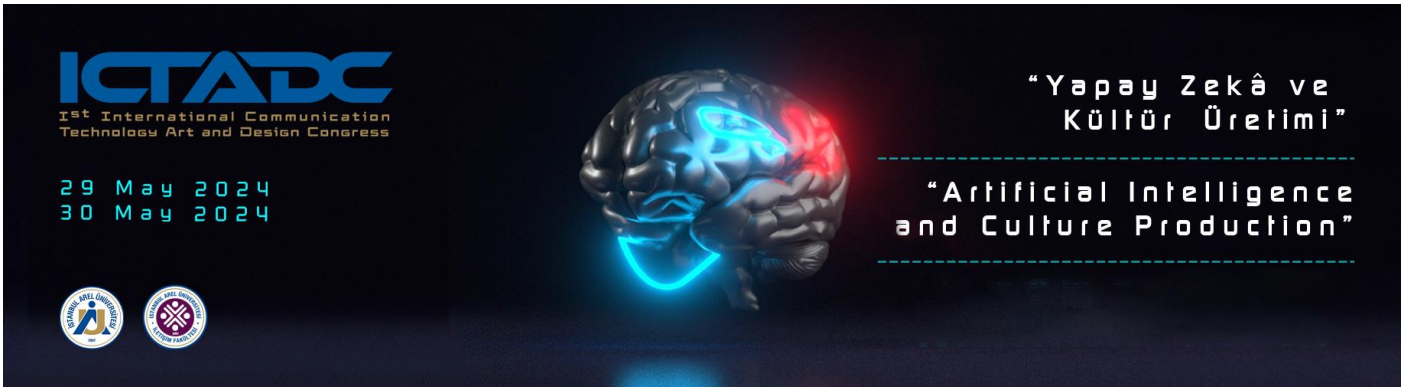
"Communication Technology and the Future"

PROF. DR. NİLGÜN TUTAL
Galatasaray Üniversitesi / GalatasarayUniversity

"Artificial Intelligence and Culture Reproduction"

RAUF KÖSEMEN
Myra Ajans Yöneticisi / Founder of Myra

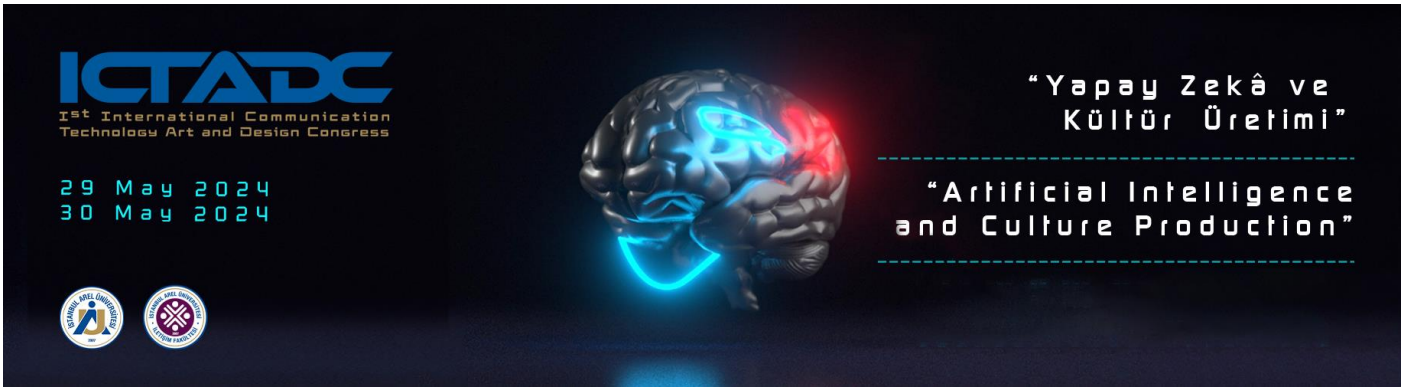
"Artificial Intelligence As a Mind Prosthesis"



SUNUŞ

*Bu yıl ilkini gerçekleştirdiğimiz **I. Uluslararası İletişim, Teknoloji, Sanat ve Tasarım Kongresi (ICTADC 2024) "Yapay Zekâ ve Kültür Üretimi"** temasıyla **İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi** ev sahipliğinde **29 – 30 Mayıs 2024** tarihleri arasında çevrim içi olarak düzenlendi. Farklı bilim dallarından ve ülkelerden katılımcılarla Türkçe ve İngilizce olarak gerçekleştirilen oturumlarda, disiplinler arası bir perspektifle iletişim, tasarım ve sanat alanlarındaki yenilikçi kavramlar tartışmaya açıldı. Kongremizde akademik dünya ve iletişim sektörünün önde gelen isimlerinin bir araya geldi. Yeni fikirler ve yaklaşımlar üzerinde verimli tartışma ortamları yaratılan kongremizin ilk gününde konuğumuz iletişim alanının dünyaca ünlü duayenlerinden Prof. Dr. Lev Manovich oldu. Geniş bir katılımla gerçekleştirilen bu oturumda bilim insanları, sanatçı, öğrenci ve alana ilgi duyan dinleyicilerle bir araya gelen Manovich, "Artificial Aesthetics: AI, Aesthetics and Visual Culture" başlıklı ufuk açıcı sunumu ile konuya önemli açılımlar sağladı. Kendisine bir kez daha bizi onurlandırdığı için teşekkür ederiz.*

Kongremizin açılış konuşmasında Marmara Üniversitesi iletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü öğretim üyesi Prof. Ali Murat Kırık "Artificial Intelligence and The Future of Media" başlıklı konuşmasıyla konuğumuz oldu. Kongremizin ikinci gününde sanatçı, tasarımcı ve eğitmen olarak çok önemli işlere imza atan Bager Akbay, "Art and Cybernetics" başlıklı konuşmasıyla bizlerle bir araya geldi. CBS International Business School'dan Prof. Michael Schwertel, "Artificial Intelligence's Role on Modern Journalism, Marketing, Ethics and Culture" başlıklı konuşmasıyla önemli katkılar sağladığı kongremizin ikinci gününde ayrıca Institute for Serbian Culture'dan Prof. Dr. Nenad Peric "Digital Culture and Digital Arts: Sectoral Applications of Artificial Intelligence" başlıklı konuşmasıyla; Üsküdar Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Nazife Güngör, "Digitalization, Cultural Industry and Popular Culture" başlıklı konuşmasıyla bizlerle bir araya geldi. Kongremiz kapsamında ikinci günde düzenlenen panellerde farklı alanlarda uzman olan davetli konuşmacılar yapay zekânın iletişim alanındaki mevcut durumu üzerine değerlendirmelerini yaparak akademik literatüre değerli katkılarda bulundu. İlk panelin konukları arasında; School of Creative Media Bahrain Polytechnic'ten Dr. Vasileios Paliktzoglou, "The Impact of Artificial Intelligence In The Creative Sector: Spotlight On Higher Education" başlıklı konuşmasıyla; Innovation Hive'den Vasiliki Markou, "Fitting Culture Into The Digital Age: The Role of The Eu Funding Programmes" başlıklı konuşmasıyla bizlerle oldu. İkinci gün gerçekleşen panelimizin sonuncusunda, iletişim alanında önemli çalışmalara imza atan akademisyenler ile katılımcılar bir araya geldi. Panelistlerimiz arasında; İstanbul Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya Bölümü öğretim üyesi Prof. Dr. Erkan Saka, "Importance Of Artificial Intelligence Data Sets" başlıklı konuşmasıyla; Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü öğretim üyesi Prof. Dr. Deniz Yengin, "Communication Technology and Its Future" başlıklı konuşmasıyla; Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon, Sinema bölümü öğretim üyesi Prof. Dr. Nilgün Tutal, "Artificial Intelligence and Culture Reproduction" başlıklı konuşmasıyla; Myra Ajans Yönetici ve Kurucusu Rauf Kösemen, "Artificial Intelligence As a Mind Prosthesis" başlıklı konuşmasıyla yer aldı. Kongremizin kapanışını ise, Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü öğretim üyesi Prof. Dr. Süleyman İrvan yaptı. Kongremizle eş zamanlı olarak düzenlenen "Çağlar Boyunca Sanat" başlıklı çevrim içi sergimizde, farklı alanlarda üretim yapan akademisyenler, sanatçılar ve tasarımcılar bir araya geldi.



Başta Üniversitemiz Rektörü Prof. Dr. Ercan Gegez ve Rektör Yardımcımız Prof. Dr. Ergül Berber olmak üzere, İstanbul Arel Üniversitesi'nin değerli idari birimlerine, kongremizin her aşamasında yanımızda olarak sundukları kıymetli destek ve paylaştıkları heyecan için teşekkürlerimizi sunarız.

İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi bünyesinde yer alan ve kongrenin tüm süreçlerinde koordinasyonu sağlayan Dr. Öğr. Üyesi Enes Dönmez başta olmak üzere, tüm sekreterya işlerini özveriyle ve titizlikle yürüten fakültemiz araştırma görevlilerine tek tek teşekkür etmek isteriz. Kongre Düzenleme Kurulu'nda yer alarak büyük bir özveriyle sürece destek olan akademisyenlerimize, yurt içi ve yurt dışındaki çeşitli üniversitelerden alanın önde gelen isimlerinden oluşan Bilim Danışma Kurulu'na, kongre bildirilerinin ve çevrim içi sergiye gönderilen eserlerin değerlendirilmesi sürecine verdikleri destek için minnettar olduğumuzu belirtmek isteriz. Benzer şekilde sosyal medya yönetiminde bize destek veren Yeni Medya ve İletişim bölümü ana dal, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü çift ana dal öğrencisi Zehra Özkan'a da teşekkürlerimizi sunuyoruz. Bildirileriyle kongremize katılan değerli akademisyenler ve araştırmacılar sayesinde kongremiz güç kazanarak, nitelikli bir hale gelmiştir. Bu bağlamda kongremize bildirileriyle katılım sağlayan tüm araştırmacılara ve eserleriyle çevrim içi sergimize katılan tüm sanatçı, tasarımcılara teşekkür ederiz. Dünyanın çeşitli ülkelerinden ve Türkiye'nin farklı şehirlerinde kongremize katılım gösteren ve değerli sunumlarıyla kongremize ve akademik literatüre katkı sunan katılımcılarımıza da ayrıca teşekkür ederiz.

İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi olarak, bu yıl büyük bir heyecan ve coşkuyla başlattığımız ve her yıl farklı bir tema ile düzenlemeyi amaçladığımız bu uluslararası kongre, iletişim camiası ve akademik dünyaya önemli katkılar sunmaya devam etmeyi hedeflemektedir. Bu kongreyi her yıl aynı tutku ve azimle gerçekleştirmeye, geliştirmeye ve büyütmeye kararlıyız. Gelecek kongrede tekrar buluşmak ümidiyle.

Saygılarımızla,

Kongre Düzenleme Kurulu

Prof. Dr. Ayhan BİBER

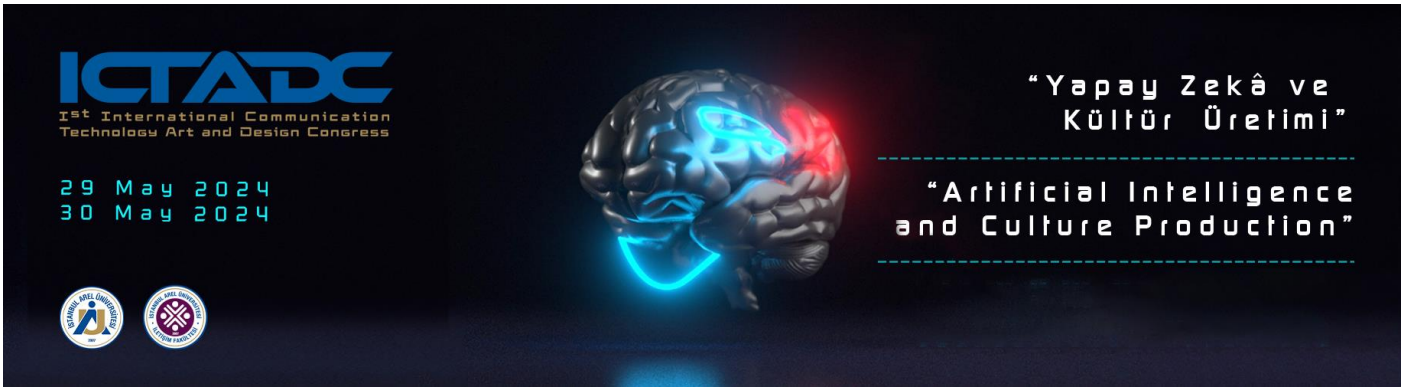
İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı
Kongre Düzenleme Kurul Bşk.

Doç. Dr. Begüm Aylin ÖNDER

Istanbul Arel Universitesi Iletişim Fakültesi Dekan Yrd.
Kongre ve Sergi Düzenleme Kurul Bşk.

Doç. Dr. Kenan DUMAN

İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekan Yrd.
Kongre Düzenleme Kurul Bşk.



PREFACE

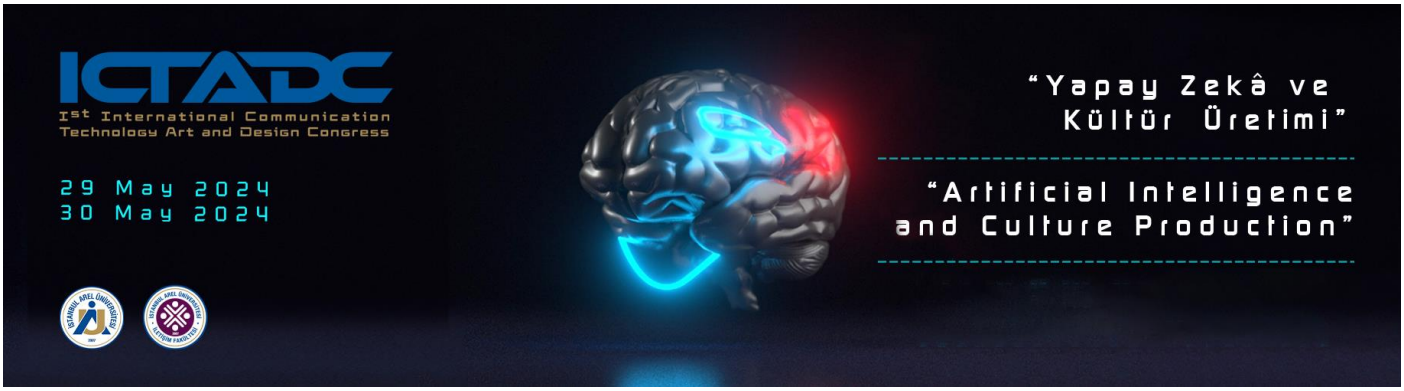
1st International Communication, Technology, Art and Design Congress (ICTADC 2024) *was held online between* ***29 - 30 May 2024,*** *hosted by* ***Istanbul Arel University Faculty of Communication*** *with the theme of* ***"Artificial Intelligence and Culture Production".*** *Participants from various disciplines and countries participated in sessions held in Turkish and English, where they discussed innovative concepts in the fields of communication, design, and art from an interdisciplinary perspective. In our congress, the leading names of the academic world and the communication sector came together.*

Prof. Dr. Lev Manovich, a world-renowned doyen of the field of communication, was our guest on the first day of our congress, where we created productive discussion environments based on new ideas and approaches. In this widely attended session, Manovich addressed the topic of "Artificial Aesthetics: AI, Aesthetics, and Visual Culture" and offered significant insights into the subject through his ground-breaking presentation. We would like to thank him once again for honoring us.

In the opening speech of our congress, Prof. Ali Murat Kırık, faculty member of Marmara University Faculty of Communication, Department of Radio, Television, and Cinema, was our guest with his speech titled "Artificial Intelligence and the Future of Media." On the second day of our congress, Bager Akbay, who has accomplished very important work as an artist, designer, and educator, came together with us with his speech titled "Art and Cybernetics."

On the second day of our congress, Prof. Michael Schwertel from CBS International Business School made important contributions with his speech titled "Artificial Intelligence's Role on Modern Journalism, Marketing, Ethics, and Culture"; Prof. Nenad Peric from the Institute for Serbian Culture gave a speech titled "Digital Culture and Digital Arts: Sectoral Applications of Artificial Intelligence"; and Prof. Dr. Nazife Güngör, Rector of Üsküdar University, came together with us with her speech titled 'Digitalization, Cultural Industry, and Popular Culture'. In the panels that took place on the second day of the congress, renowned experts from various fields made significant contributions to the academic literature by assessing the current state of artificial intelligence in the communication field. Among the guests of the first panel were Dr. Vasileios Paliktzoglou from the School of Creative Media at Bahrain Polytechnic, "The Impact of Artificial Intelligence in the Creative Sector: Spotlight on Higher Education," and Vasiliki Markou from Innovation Hive, "Fitting Culture Into the Digital Age: The Role of the EU Funding Programs".

In the last panel on the second day, academics and participants who have carried out important studies in the field of communication came together. Prof. Dr. Deniz Yengin presented a lecture on "Communication Technology and Its Future", while Prof. Dr. Nilgün Tutal, a faculty member at Galatasaray University Faculty of Communication, discussed "Artificial Intelligence and Culture Reproduction", and Rauf Kösemen, the Director and Founder of Myra Agency, discussed "Artificial Intelligence as a Mind Prosthesis". The closing speech of the congress was given by Prof. Dr. Süleyman İrvan, a faculty member of the Üsküdar University Faculty of Communication, Department of Journalism, gave the congress's closing speech. In our online exhibition titled "Art Through the Ages," organized simultaneously with our congress, academics, artists, and designers working in different fields came together.



We would like to express our gratitude to the Rector of our university, Prof. Dr. Ercan Gegez, and Vice Rector, Prof. Dr. Ergül Berber, and to the valuable administrative units of Istanbul Arel University for their valuable support and shared excitement at every stage of our congress.

We would like to thank one by one the research assistants of our faculty within the Faculty of Communication of Istanbul Arel University, who provided coordination in all processes of the congress. We would like to thank one by one the research assistants of our faculty, especially Enes Dönmez, who carried out all secretarial work with devotion and meticulousness. We would like to express our gratitude to our academicians who supported the process with great devotion by taking part in the Congress Organizing Committee and to the Scientific Advisory Board, consisting of leading names in the field from various universities in Turkey and abroad, for their support in the evaluation process of the congress papers and the works sent to the online exhibition.

Similarly, we would like to thank Zehra Özkan, a major student of the Department of New Media and Communication and a double major student of the Department of Visual Communication Design, who supported us in social media management. Our congress gained strength and became more qualified thanks to the valuable academicians and researchers who participated with their papers. In this context, we would like to thank all researchers who participated in our congress with their papers, as well as all artists and designers who participated in our online exhibition with their works. We would also like to thank our participants from various countries around the world and different cities in Turkey who attended our congress and contributed to our congress and academic literature with their valuable presentations.

As the Istanbul Arel University Faculty of Communication, this international congress, which we started this year with great excitement and enthusiasm and which we aim to organize with a different theme every year, aims to continue to make important contributions to the communication community and the academic world. We are determined to realize, develop, and grow this congress every year with the same passion and determination. We hope to meet again at the next congress.

Sincerely,

Congress Organizing Committee

Prof. Dr. Ayhan BİBER

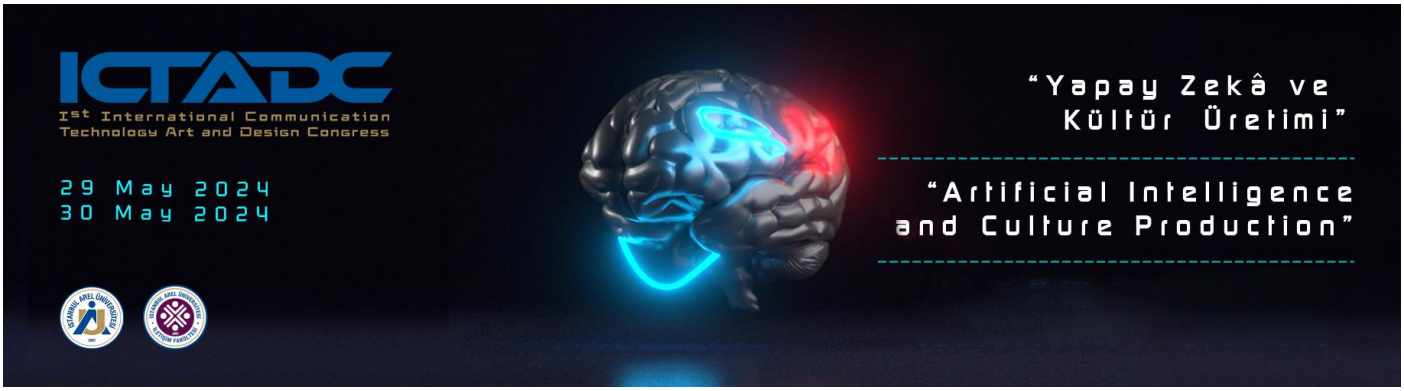
Istanbul Arel University Faculty of Communication - Dean
Congress Organizing Committee Chairman.

Doç. Dr. Begüm Aylin ÖNDER

Istanbul Arel University Faculty of Communication – Vice Dean
Congress and Exhibition Organizing Committee Chairman.

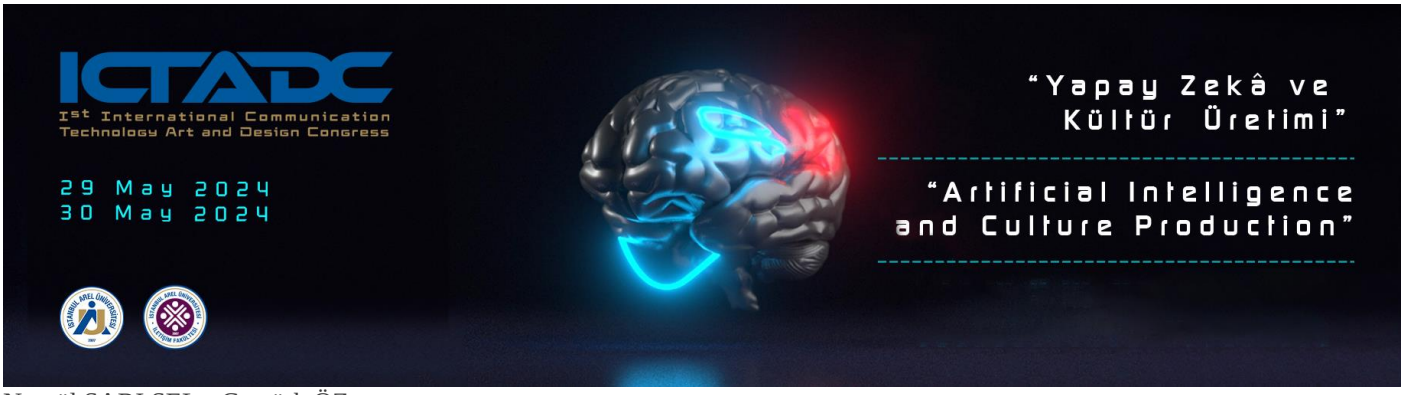
Doç. Dr. Kenan DUMAN

Istanbul Arel University Faculty of Communication – Vice Dean
Congress Organizing Committee Chairman.



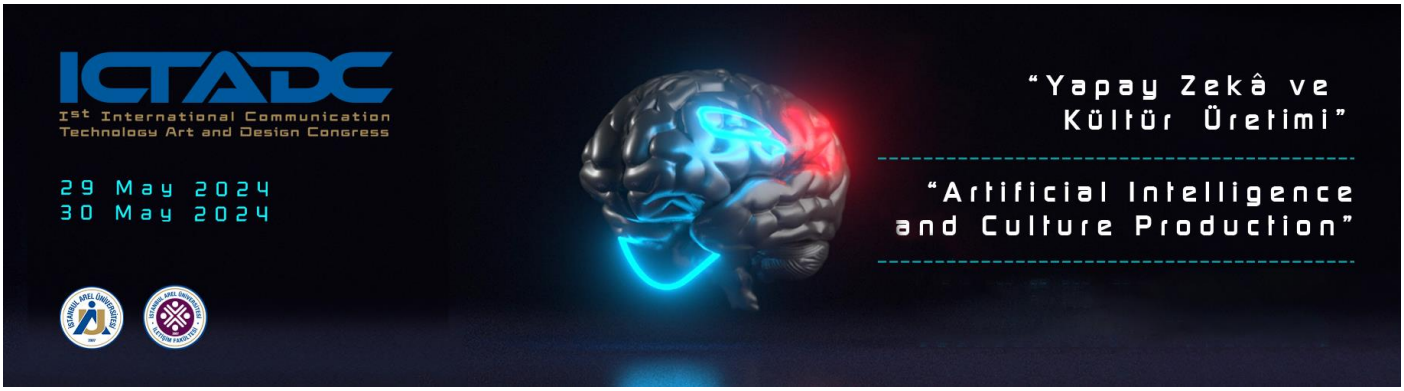
İÇİNDEKİLER

KONGRE DÜZENLEME KURULU 5
CONGRESS ORGANİZİNG BOARD 5
KONGRE YÜRÜTME VE ORGANİZASYON KURULU 6
CONGRESS EXECUTİVE AND ORGANİZATİON BOARD 6
KONGRE BİLİM KURULU 7
CONGRESS SCİENTİFİC BOARD 7
CONGRESS SCİENTİFİC BOARD 8
CONGRESS SCİENTİFİC BOARD 9
CONGRESS SCİENTİFİC BOARD 10
CONGRESS SCİENTİFİC BOARD 11
DAVETLİ KONUŞMACILAR 12
INVİTED SPEAKERS 12
KEYNOTE SPEAKER 12
KONUŞMACILAR 13
SPEAKERS 13
PROF. DR. ALİ MURAT KIRIK
"Artificial Intelligence and The Future of Media" 13
PROF. MICHEAL SCHWERTEL
"Artificial Intelligence's Role On Modern Journalism, Marketing, Ethics And Culture" 13
PROF. DR. NENAD PERIC
"Digital Culture and Digital Arts: Sectoral Applications of Artificial Intelligence" 13
PROF. DR. NAZİFE GÜNGÖR
"Digitalization, Cultural Industry And Popular Culture" 13
BAGER AKBAY
"Art and Cybernetics" 13
SUNUŞ 15
PREFACE 17
"YAPAY ZEKÂ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK" 32
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND SUSTAINABILITY" 32
SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA AMAÇLARI 3 (SKA-3) BAĞLAMINDA TÜRKİYE'DE RİSK İLETİŞİMİ VE SAĞLIK OKURYAZARLIĞININ ÖNÜNDEKİ ENGELLER 33
OBSTACLES TO RISK COMMUNICATION AND HEALTH LITERACY IN TURKEY IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS 3 (SDG-3) 34
Aslıhan ARDIÇ ÇOBANER
TÜRKİYE'DE İKLİM MEDYASININ GÖRÜNÜMÜ 35
PROFILE OF CLIMATE MEDIA IN TURKEY 36
Meltem ŞAHİN HASSAN - Nuh BULUT
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAPSAMINDA ÇOCUKLARA YÖNELİK ÜRÜN AMBALAJLARININ GRAFİK TASARIM AÇISINDAN İNCELENMESİ VE BU KONUDA ÖRNEK BİR ÇALIŞMA 37
INVESTIGATION OF PRODUCT PACKAGING FOR CHILDREN WITHIN THE SCOPE OF SUSTAINABILITY IN TERMS OF GRAPHIC DESIGN AND A EXAMPLE STUDY ON THIS SUBJECT 39
Eda ÜREN
SÜRDÜRÜLEBİLİR GRAFİK TASARIMDA ETKİLEŞİMLİ İNFOGRAFİK: SPECIES IN PIECES ÖRNEĞİ 40
INTERACTIVE INFOGRAPHIC IN SUSTAINABLE GRAPHIC DESIGN: EXAMPLE OF SPECIES IN PIECES 41
Ebru Hilal YÜCE
ERKEK GİYİMİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAPSAMINDA İLERİ DÖNÜŞÜM UYGULAMASI 42
ADVANCED TRANSFORMATION APPLICATION WITHIN THE SCOPE OF SUSTAINABILITY IN MEN'S CLOTHING 44

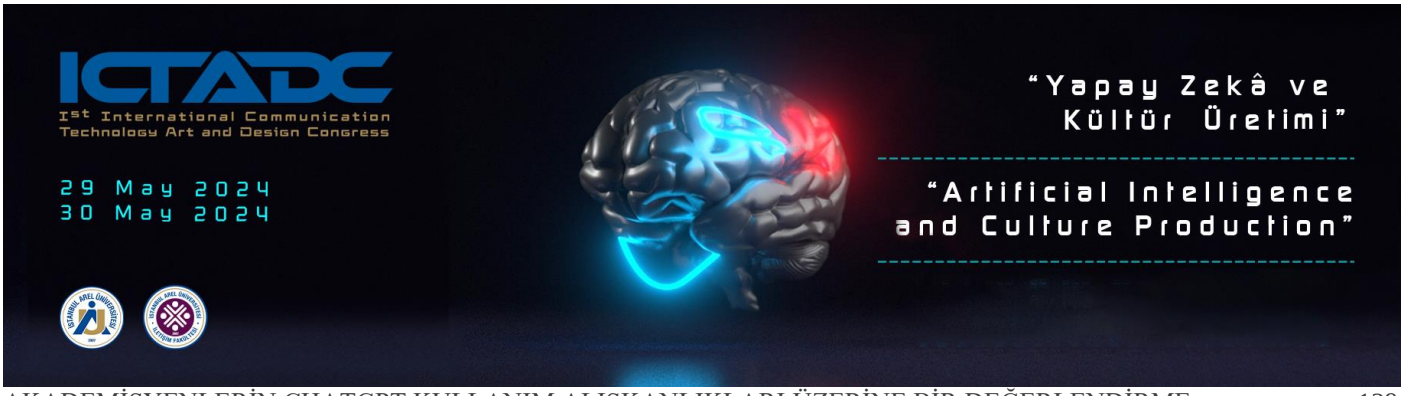


Nergül SARI SEL - Cantürk ÖZ
"YAPAY ZEKÂ, TASARIM VE DİJİTAL DENEYİM" 45
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE, DESIGN, AND DIGITAL EXPERIENCE" 45
SANAT, TASARIM VE YAPAY ZEKÂ 46
Elmas ERDOĞAN - Seher Simay KUŞOĞLU
YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ KURUMSAL KİMLİK TASARIMI: CHATGPT EKSENİNDE EXPLORE GPT'S KULLANIMI 48
ARTIFICIAL INTELLIGENCE SUPPORTED CORPORATE IDENTITY DESIGN: USE OF EXPLORE GPT'S ON THE CHATGPT
AXIS 50
Deniz YENGİN - Yasemin ÇAKAR - Eda ERDEM
DİJİTAL SANATLARDA SERGİLEME YÖNTEMLERİ 51
EXHIBITION METHODS IN DIGITAL ARTS 53
Ebru DEDE
SPOR OYUNLARINDA GÖRSEL KİMLİK SİSTEMLERİ, FIFA DÜNYA KUPASI ÖRNEĞİ 54
VISUAL IDENTITY SYSTEMS IN SPORTS EVENTS: THE CASE OF THE FIFA WORLD CUP 55
Merve ERSAN- Ozan EMEN
NESNELERİN İNTERNETİ BAĞLAMINDA OTONOM ARAÇLARIN GÜVENLİĞİ OLGUSUNUN HEİDEGGER'İN BAKIŞ AÇISINDAN: WEBTEKNO'DA PAYLAŞILAN TESLA MODEL 3 İLE İLGİLİ HABERLERİN İNCELENMESİ 56
ANALYZING THE SAFETY OF AUTONOMOUS VEHICLES IN THE CONTEXT OF THE INTERNET OF THINGS FROM HEIDEGGER'S PERSPECTIVE: ANALYZING THE NEWS ABOUT TESLA MODEL 3 SHARED ON WEBTEKNO 58
Deniz YENGİN - Eda ERDEM - Yasemin ÇAKAR
"YAPAY ZEKÂ VE MARKA İLETİŞİMİ" 59
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND BRAND COMMUNICATION" 59
PAZARLAMADA YAPAY ZEKÂ KULLANIMI: YAPAY ZEKÂ PAZARLAMASI 60
USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MARKETING: ARTIFICIAL INTELLIGENCE MARKETING 61
Adnan DUYGUN
REKLAMIN DEĞİŞEN YÜZÜ: YAPAY ZEKÂ REKLAMCILIĞI 62
THE CHANGING FACE OF ADVERTISEMENT: ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN ADVERTISING 63
Alper DÜNDAR
MARKA İLETİŞİMİNDE HİPER KİŞİSELLEŞTİRME VE UYGULAMA ALANLARI 64
HYPER PERSONALIZATION IN BRAND COMMUNICATION AND ITS PRACTICES 65
Ayşe Nil AKSOY KİREÇCİ
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI VE NÖROBİLİMİN MARKA DEĞERİNE KATKISI 66
VISUAL COMMUNICATION DESIGN AND NEUROSCIENCE'S CONTRIBUTION TO BRAND EQUITY 67
Damla İŞBİLEN
DİJİTAL ÇAĞDA REKLAM VE GRAFİK TASARIMININ EVRİMİ: YARATICI SÜREÇTEN TÜKETİCİLERE ETKİLEŞİME 68
THE EVOLUTION OF ADVERTISING AND GRAPHIC DESIGN IN THE DIGITAL AGE: FROM CREATIVE PROCESS TO CONSUMER INTERACTION 69
Mustafa MERDİN - M. Furkan TERZİ
"YAPAY ZEKÂ BÜYÜK VERİ VE İLETİŞİM" 70
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE BIG DATA, AND COMMUNICATION" 70
HOMER YAZILIMI İLE BİR ENDÜSTRİYEL TESİSİN YENİLENEBİLİR ENERJİ İLE TASARLANABİLİRLİĞİNİN ANALİZİ: İSTANBUL ÖRNEĞİ 71
ANALYSIS OF THE DESIGNABILITY OF AN INDUSTRIAL FACILITY RENEWABLE ENERGY WITH HOMER SOFTWARE: ISTANBUL EXAMPLE 72
Aziz YİĞİT- Figen BALO
YAZILIM GELİŞTİRME FİRMALARINDA KALİTE DENETİMLERİ İÇİN YAPAY ZEKÂ ÇÖZÜMLERİ: SDLC-PDCA TABANLI KATEGORİZASYON 73
AI SOLUTIONS FOR QUALITY AUDITS IN SOFTWARE DEVELOPMENT FIRMS: AN SDLC-PDCA-BASED CATEGORIZATION 74

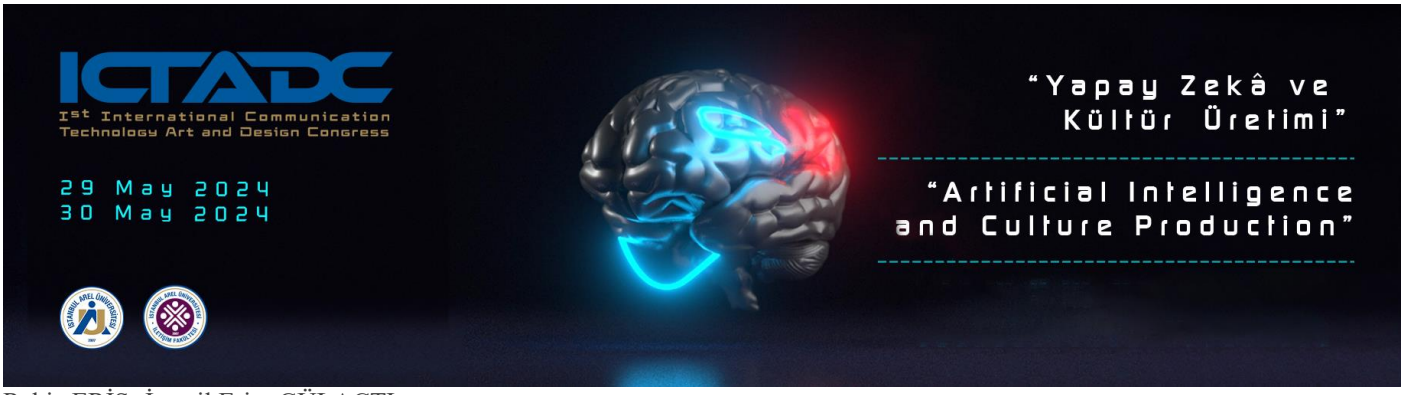
Mahsa FİDANBOY - C. Öcal FİDANBOY
DOĞA VE TEKNOLOJİ ARASINDAKİ KÖPRÜ: YAPAY ZEKÂNIN MOBİLYA TASARIMINA ETKİSİ 75
THE BRIDGE BETWEEN NATURE AND TECHNOLOGY: THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON FURNITURE DESIGN 76
Turgut KALAY- Mahmut Atilla SÖĞÜT- Ayşenur KANDEMİR
ŞEHİRLERDEKİ DİJİTAL DÖNÜŞÜM: KAMUSAL ALANI YENİDEN TANIMLAYAN ENSTALASYONLAR..... 77
DIGITAL TRANSFORMATION IN CITIES: INSTALLATIONS THAT REDEFINE PUBLIC SPACE..... 78
Sezgi Nur ÖZTÜRK - Semra Beyza KAHRAMAN
ENERJİ VERİMLİ TASARIM ODAĞINDA IES-VE YAZILIMI İLE İSTANBUL İLİ İÇİN YAPI ANALİZİ 79
BUILDING ANALYSIS FOR ISTANBUL WITH IES-VE SOFTWARE WITH A FOCUS ON ENERGY EFFICIENT DESIGN 80
İlknur ARI - Figen BALO
"YAPAY ZEKÂ VE SİNEMA: FİLM ENDÜSTRİSİNDE DÖNÜŞÜM ÇAĞI" 81
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND CINEMA: THE ERA OF TRANSFORMATION IN THE FILM INDUSTRY" 81
KAYIP SAHNELER VE BULUNAN NÜANSLAR: TÜRKÇE VE İNGİLİZCE YAPAY ZEKÂ İLE ÜRETİLEN RETORİK FİLM DİYALOGLARI 82
LOST SCENES AND FOUND NUANCES: AI-GENERATED RHETORICAL FILM DIALOGUES IN TURKISH AND ENGLISH 83
Özgür ÇALIŞKAN
ANİMASYON FİLM ÜRETİMİNDE UNREAL ENGINE OYUN MOTORU KULLANIMI ÖRNEĞİ: IN VAULTED HALLS ENTOMBED 84
IN ANIMATION MOVIE PRODUCTION UNREAL ENGINE GAME ENGINE USE EXAMPLE: IN VAULTED HALLS ENTOMBED 85
Murat Fırat - Mehmet Emin KAHRAMAN
SİNEMANIN YENİDEN KONUMLANDIRILMASI: FİLMLERİN TANITIM VE PAZARLAMA SÜREÇLERİNDE YAPAY ZEKÂ KULLANIMI 86
REPOSITIONING CINEMA: USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE PROMOTION AND MARKETING PROCESSES OF MOVIES 87
Seda AKTAŞ
YAPAY ZEKÂ VE SANATSAL ÜRETİM: "TEKNİK OLARAK YENİDEN ÜRETİLEBİLİRLİK ÇAĞINDA SANAT ESERİ"Nİ YENİDEN DÜŞÜNMEK 88
ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND ARTISTIC PRODUCTION: RECONSIDERING "THE WORK OF ART IN THE AGE OF MECHANICAL REPRODUCTION" 89
İbrahim Emre GÜNAY
SİNEMADA OYUNCUNUN METAHUMAN'A EVRİLMESİ ÜZERİNE BİR ANALİZ..... 90
AN ANALYSIS ON THE ACTOR'S TRANSFORMATION INTO METAHUMAN IN CINEMA 92
Arda AKÇAY
YAPAY ZEKÂNIN LİSANS DÜZEYİ ANİMASYON EĞİTİMİNDE KULLANILMASI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME: FIRSATLAR VE TEHDİTLER..... 93
A REVIEW OF THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN UNDERGRADUATE LEVEL ANIMATION EDUCATION: OPPORTUNITIES AND THREATS 95
Aslı ASLANTAŞ
"YAPAY ZEKÂ, SANAT VE TASARIM: YARATICILIKTA DİJİTAL DEVRİM"..... 96
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE ART, AND DESIGN: DIGITAL REVOLUTION IN CREATIVITY" 96
GÖRSEL SANATLARDA KULLANILAN YAPAY ZEKÂ MODELLERİ, TEKNİKLERİ VE PLATFORMLARI: YARATICILIĞIN SINIRLARINI ZORLAMAK 97
ARTIFICIAL INTELLIGENCE MODELS, TECHNIQUES, AND PLATFORMS IN VISUAL ARTS: PUSHING THE BOUNDARIES OF CREATIVITY 99
Vildan IŞIK
YAPAY ZEKÂNIN GÜZEL SANATLAR VE GRAFİK TASARIM EĞİTİMİNDE KULLANIMININ ZORUNLULUĞUNA DAİR BİR İNCELEME..... 100



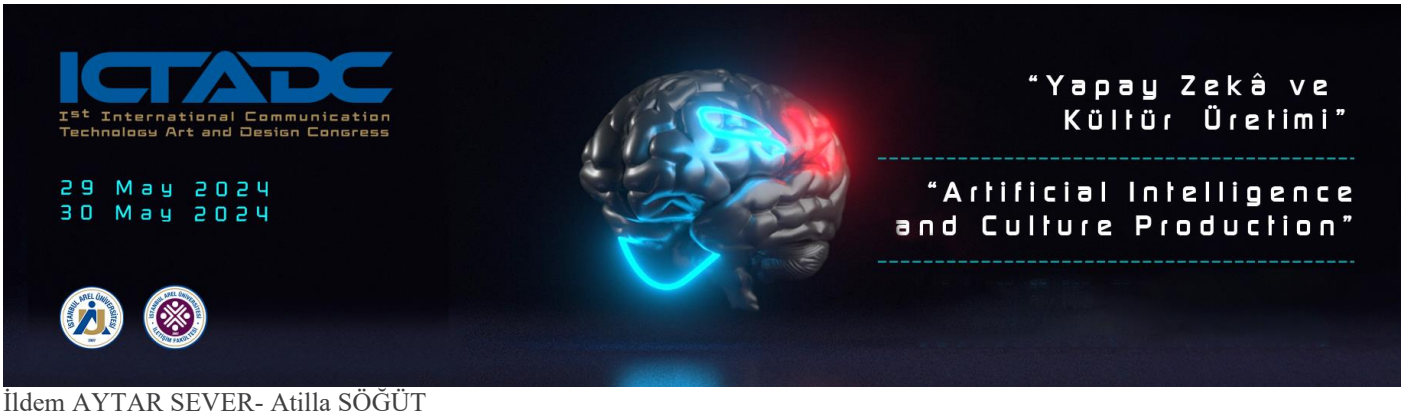
A REVIEW ON THE NECESSITY OF USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN FINE ARTS AND GRAPHIC DESIGN EDUCATION 102
Nihat DURSUN- Renç ŞİLİT- Meltem İŞLEYEN
YAPAY ZEKÂ İLE 1950'LER TV ESTETİĞİNİN YENİDEN YORUMLANMASI 103
REINTERPRETATION OF 1950S TV AESTHETIC WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE 105
Hatice ÖKSÜZ - Begüm Aylin ÖNDER
ANİMASYON SİNEMASINDA IŞIK VE KAMERA TEKNİKLERİNİN HİKÂYE ANLATIMINA ETKİSİ: PİNOKYO FİLMİ ÖRNEĞİ 106
THE IMPACT OF LIGHTING AND CAMERA TECHNIQUES ON STORYTELLING IN ANIMATION CINEMA: THE CASE OF THE PINOCCHIO FILM 107
Artür Vahe KARAPEKMEZ- İsmail Erim GÜLAÇTI
MAX BENSE'İN BİLGİ TEORİSİ VE ALGORİTMİK SANAT ANLAYIŞININ MANFERD MOHR'UN ESERLERİNDE İNCELENMESİ 108
EXAMINATION OF MAX BENSE'S INFORMATION THEORY AND ALGORITHMIC ART APPROACH IN THE WORKS OF MANFERD MOHRS 109
Aslı AÇAR
YAPAY ZEKÂNIN GLITCH SANATIYLA BİRLEŞEREK TASARIMDAKİ YARATICILIK BOYUTU 110
THE CREATIVE DIMENSION IN DESIGN THROUGH THE FUSION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND GLITCH ART 111
Merva KELEKÇİ OLGUN
"YAPAY ZEKÂ VE SAĞLIKTA YENİLİKÇİ UYGULAMALAR" 112
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND INNOVATIVE APPLICATIONS IN HEALTHCARE" 112
DİJİTAL MEDYA VE ONUN PSİKOLOJİK ETKİLERİ 113
DIGITAL MEDIA AND ITS PSYCHOLOGICAL EFFECTS 115
Cabir MAMMADLİ
KANSER TEŞHİS VE TEDAVİSİNDE YAPAY ZEKÂ 116
ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN CANCER DIAGNOSIS AND TREATMENT 117
Aydın SEVER
SALGINLARI ÖNLEMEDE ENDÜSTRİ 5.0 ODAKLI SAĞLIK ROBOTLARI 118
HEALTH ROBOTS FOCUSED ON INDUSTRY 5.0 IN PREVENTING OUTBREAKS 120
Beyza Sıla VELİOĞLU- Fatih VARÇIN
ENDÜSTRİ 5.0 BAĞLAMINDA DENEYİM KAZANMA SÜRECİNİ İYİLEŞTİRMEKTE DENEY SAĞLIK ROBOTLARININ KULLANIMI 121
IMPROVING THE EXPERIENCE ACQUISITION PROCESS WITH THE USE OF EXPERIMENTAL HEALTH ROBOTS IN THE CONTEXT OF INDUSTRY 5.0 122
Muhammed Eray VURSAVAŞ- Mert Süleyman DEMİRSOY
BİR KONUMLANDIRMA PROBLEMİ OLARAK GELENEKSEL RESİM SANATI VE DİJİTAL RESİM SANATI İLİŞKİSİ 123
THE RELATIONSHIP BETWEEN TRADITIONAL PAINTING ART AND DIGITAL PAINTING ART AS A POSITIONING PROBLEM 124
Şeyma MOL
"YAPAY ZEKÂ VE KÜLTÜREL İFADE ÇEŞİTLİLİĞİ: YENİ YÖNTEMLER, ETKİLER VE SORUNLAR" 125
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND CULTURAL EXPRESSION DIVERSITY: NEW METHODS, IMPACTS, AND CHALLENGES" 125
AI LEGAL CHALLENGES IN THE FASHION WORLD 126
Marta VEJSELI 126
MADENCİLİK SEKTÖRÜNDE CSR KONULARINDA YAPAY ZEKÂ ALGORİTMALARININ ETKİNLİĞİ VE İMİP NİKEL ŞİRKETİNDE İŞÇİ GÜVENLİĞİ 127
THE EFFECTIVENESS OF AI ALGORITHMS IN CSR ISSUES IN THE MINING SECTOR AND WORKER SAFETY AT THE IMIP NICKEL COMPANY 128
Raisa ALATAS - İdil SAYIMER



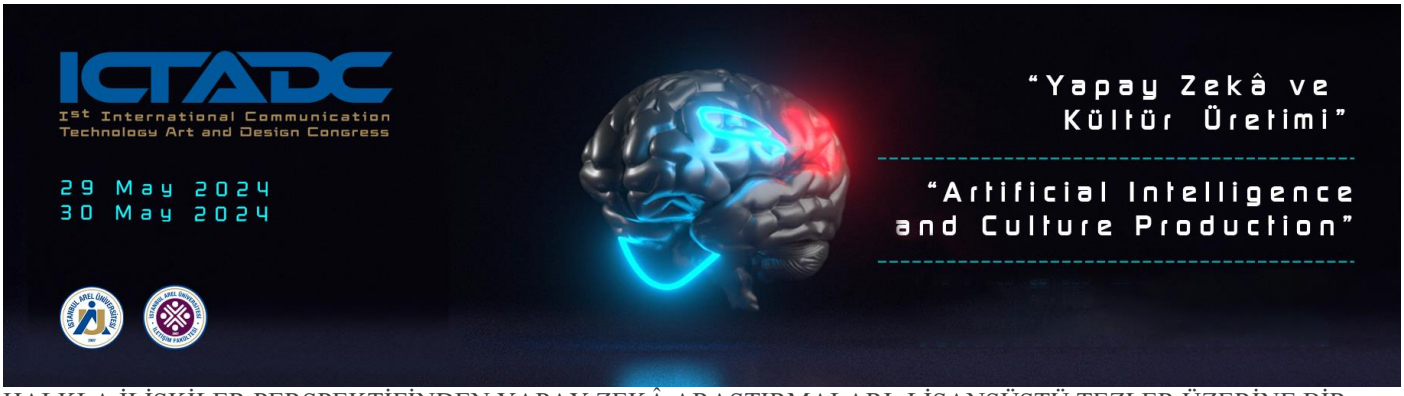
AKADEMİSYENLERİN CHATGPT KULLANIM ALIŞKANLIKLARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME 129
AN EVALUATION ON ACADEMICS' USAGE HABITS OF CHATGPT 130
Şuhay NAKİPOĞLU
THE WORK OF ART IN THE AGE OF ARTIFICIAL GENERATION 131
Nicolas RUARTE
THE NEEDLE AND THE (CODE) STRING: NEW IMAGERY AND NEW CHALLENGES FOR THE FASHION OF THE FUTURE 132
Michele VARINI 132
DIGITAL TRANSFORMATION AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES 133
Maryam SAIF
"YAPAY ZEKÂ VE UYGULAMA ALANLARI" 134
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND APPLICATION AREAS" 134
GEÇMİŞTEN GELECEĞE TEKNOLOJIK BİR KÖPRÜ: GÖRÜNTÜ İYİLEŞTİRME VE YAPAY ZEKÂ 135
A TECHNOLOGICAL BRIDGE FROM THE PAST TO THE FUTURE: IMAGE ENHANCEMENT AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE 136
Murat AYTAŞ
SPOR ORGANİZASYONLARININ PAZARLANMASINDA VR GÖZLÜKLERİN KULLANILMASI: FUTBOL MAÇLARI ÖRNEĞİ 136
USING VR GLASSES IN THE MARKETING OF SPORTS ORGANIZATIONS: THE EXAMPLE OF FOOTBALL MATCHES 138
Mustafa SUBAŞI
UYKU BOZUKLUĞUNA NEDEN OLAN FAKTÖRLERİN AÇIKLANABİLİR YAPAY ZEKÂ MODELLERİ İLE ANALİZİ 139
Şeyma KESER- Cem ÖZKURT
UYUŞTURUCU BAĞIMLILARININ İNTIHAR DÜŞÜNCELERINE ETKİ EDEN FAKTÖRLERİN SHAP VE LIME YÖNTEMLERİ İLE ANALİZİ 140
Geydanur Tuba YILMAZ- Cem ÖZKURT
ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND PSYCHOLOGICAL WELL-BEING 141
Engin ÇELEBİ- W. Mahesha PIYUMALI
"YAPAY ZEKÂ ENDÜSTRİSİ: DÖNÜŞÜMLER, SINIRLAR VE TARTIŞMALAR" 142
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE INDUSTRY: TRANSFORMATIONS, BOUNDARIES, AND DEBATES" 142
TASARIM DÜŞÜNME METODOLOJİSİNİ ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ İLE GÜÇLENDİRMEK 143
AUGMENTING DESIGN THINKING METHODOLOGY WITH GENERATIVE AI 144
Barış ATİKER
ALBÜM KAPAĞI TASARIMLARINDA İKONOLOJİK VE İKONOGRAFİK ÇÖZÜMLEME: BETÜL ATLI TASARIMLARI ÖRNEĞİ 145
ICONOLOGICAL AND ICONOGRAPHIC ANALYSIS OF ALBUM COVER DESIGNS: EXAMPLE OF BETÜL ATLI DESIGNS 146
Merve ERSAN- Neslihan DEĞİRMENCİ
YAPAY ZEKÂ, MÜZİK VE NOSTALJİ İLİŞKİSİ: YOUTUBEDA "ATAMIZIN SESİNDEN MAGUSA LİMANI" VİDEOSUNUN ANALİZİ 147
THE RELATIONSHIP OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE, MUSIC AND NOSTALGIA: ANALYSIS OF THE "MAGUSA LİMANI FROM THE VOICE OF OUR ATATÜRK" VIDEO ON YOUTUBE 148
Alptekin KESKİN
AĞIN GÜÇ KANUNUN DİJİTAL MÜZİK ENDÜSTRİSİNİN DEĞİŞİMİNE ETKİSİ: YOUTUBE NETD MÜZİK KANALI ÖRNEĞİ 149
THE EFFECT OF THE POWER LAW OF THE NETWORK ON THE CHANGE OF THE DIGITAL MUSIC INDUSTRY: THE EXAMPLE OF YOUTUBE NETD MUSIC CHANNEL 150
Oktay KARA
5-6 YAŞ ÇOCUKLARIN DİL ÖĞRENİMİNE YÖNELİK MOBİL OYUN ARAYÜZÜ ÖNERİSİ 151
A MOBILE GAME INTERFACE FOR 5–6-YEAR-OLD CHILDREN'S LANGUAGE LEARNING 152



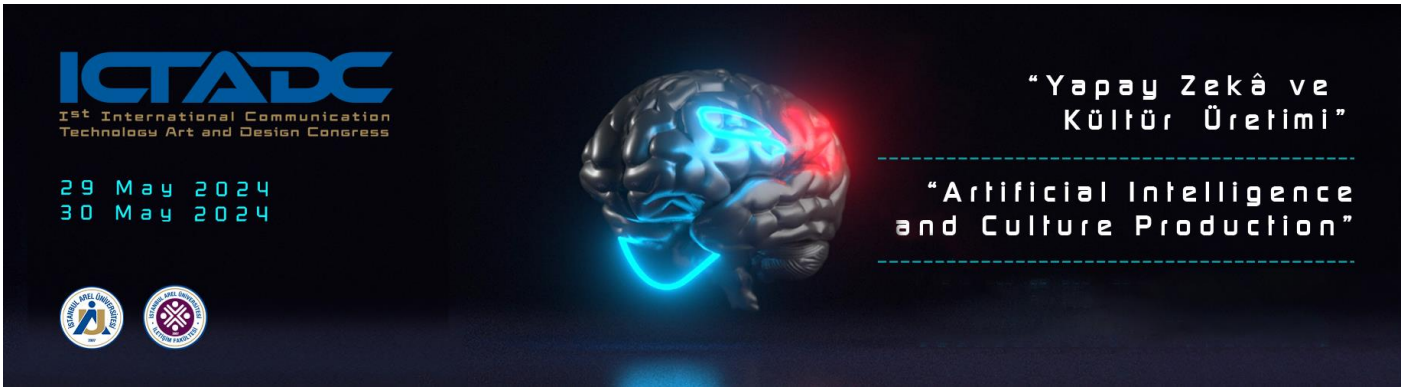
Rabia ERİŞ- İsmail Erim GÜLAÇTI
YAPAY ZEKÂ VE HİPER KİŞİSELLEŞTİRME: BİREYSEL DENEYİMDE YENİ BİR ÇAĞ 153
ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND HYPER-PERSONALIZATION: A NEW ERA IN PERSONAL EXPERIMENTATION 154
Romina Selin GÜL
"YAPAY ZEKÂ VE GÖZETİM: TEKNOLOJİNİN İZLEME VE GİZLİLİK DENGESİ" 155
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND SURVEILLANCE: TECHNOLOGY'S BALANCE OF SURVEILLANCE AND PRIVACY" 155
SANATIN SONU MU YAKLAŞIYOR? YAPAY ZEKÂ SANATÇILARI ELE Mİ GEÇİRİYOR? 156
IS THE END OF ART NEAR? IS ARTIFICIAL INTELLIGENCE TAKING OVER ARTISTS? 158
Elif SAYIN- Altan ALKAN
CHAT GPT KULLANIMINDA İLETİŞİM AKADEMİSYENLERİNİN ETİK KURALLARI GÖZETİMİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA 160
A QUALITATIVE RESEARCH ON ETHICS OVERSIGHT OF COMMUNICATION ACADEMICS IN THE USE OF CHAT GPT 161
Orhan FAİK
GÜNÜMÜZ SANAT ANLAYIŞINDA DİJİTALLLEŞME VE GÖZETİM TOPLUMU: "GÖZETLENENDEN-GÖZLEYENE" 162
DIGITIZATION AND SURVEILLANCE SOCIETY IN CONTEMPORARY ARTUNDERSTANDING: "FROM THE OBSERVED TO THE OBSERVER" 163
Didar Ezgi ÖZDAĞ
YAPAY ZEKÂ BAĞLAMINDA GÖZETİM OLGUSUNA YENİDEN BAKIŞ 164
A REVIEW OF THE SURVEILLANCE PHENOMENON IN THE CONTEXT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE 165
İsmail BAYDİLİ
SOCIAL MEDIA PLATFORMS IN THE CONTEXT OF COGNITIVE CAPITALISM: "TIKTOK" CASE 166
Nur Emine KOÇ- Rabia GÜLTAŞ
YAPAY ZEKÂ VE AŞK ANLATILARINDA MELODRAMATİK YAPI: AI LOVE YOU 168
MELODRAMATIC STRUCTURE IN ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND LOVE NARRATIVES: AI LOVE YOU 169
Emel ATEŞÇİ- Gözde İSLAMOĞLU
"YAPAY ZEKÂ VE DENEYİM PRATİKLERİ" 170
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND EXPERIENCE PRACTICES" 170
GELECEĞİN OYUNLARI: YAPAY ZEKÂ İLE DİJİTAL OYUN TASARIMI 171
GAMES OF THE FUTURE: DIGITAL GAME DESIGN WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE 172
Birsen ÇEKEN- Mustafa MERDİN
İNANCIN DİJİTAL DENEYİMLE MEKANSALLAMASINDA İSTANBUL MÜZE ÖRNEKLERİ 173
İSTANBUL MUSEUM EXAMPLES IN THE SPATIALISATION OF FAITH WITH DIGITAL EXPERIENCE 174
Mertcan ÖZTEKİN
VİDEO OYUN ORTAMLARI İÇİN GERÇEKÇİ SES TASARIMI VE YEREBATAN SARNICI'NIN OYUNLAŞTIRILMASI 175
Özgür ATMACA 175
DİJİTAL OYUN KÜLTÜRÜ: WORLD OF WARCRAFT'I HUIZINGA'NIN OYUN TEORİSİ ÜZERİNDEN KEŞFETMEK 177
DIGITAL GAMING CULTURE: EXPLORING WORLD OF WARCRAFT THROUGH HUIZINGA'S THEORY OF PLAY 179
Yakut ÇINAR
"YAPAY ZEKÂ VE MİMARİ: AKILLI TASARIMLARIN YENİ ÇAĞI" 180
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND ARCHITECTURE: THE NEW ERA OF SMART DESIGNS" 180
YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ PEYZAJ POLİTİKASI GELİŞTİRME: VERİ ODAKLI KARAR VERME SÜREÇLERİNİN GÜÇLENDİRİLMESİ 181
AI-POWERED LANDSCAPE POLICY DEVELOPMENT: ENHANCING DATA-DRIVEN DECISION MAKING 183
Işıl KAYMAZ- Ömer K. ÖRÜCÜ- Ecem HOŞGÖR- E. Seda ARSLAN
İÇ MİMARİ TASARIM ÖRÜNTÜSÜNDE YAPAY ZEKÂNIN ÖNEMİ 184
THE IMPORTANCE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN INTERIOR DESIGN PATTERN 185



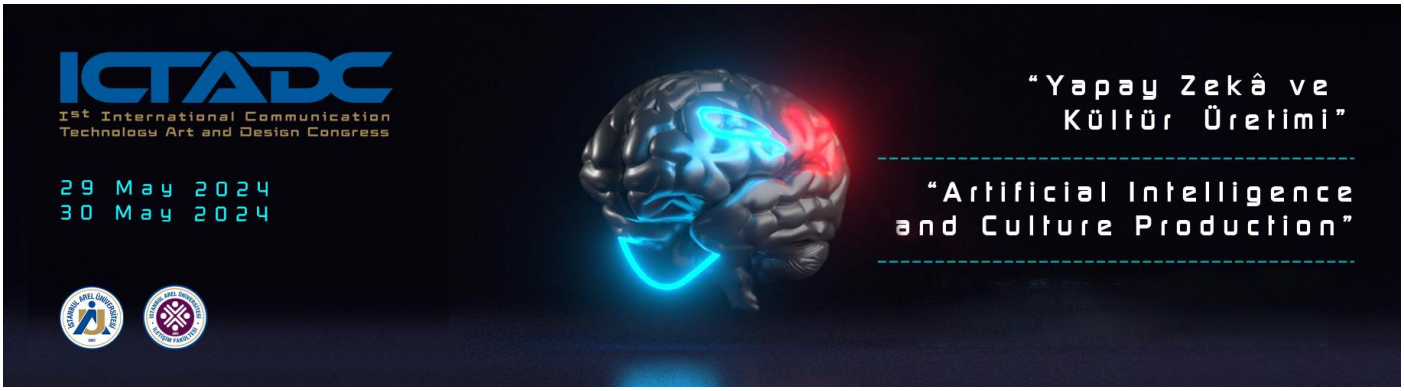
İldem AYTAR SEVER- Atilla SÖĞÜT
PEYZAJ MİMARLIĞINDA SOSYAL MEDYA VERİLERİNİN YAPAY ZEKÂDESTEKLİ İRDELENMESİ 186
ARTIFICIAL INTELLIGENCE SUPPORTED ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA DATA IN LANDSCAPE ARCHITECTURE 188
Ecem HOŞGÖR- E. Seda ARSLAN - Ömer K. ÖRÜCÜ- Işıl KAYMAZ
İSTANBUL İLİ ÇEVRE KİRLİLİĞİ YÖNETİMİNİN UYGUN BACA TASARIMI İLE DESTEKLENEBİLİRLİLİĞİ 189
SUPPORTABILITY OF ENVIRONMENTAL POLLUTION MANAGEMENT IN ISTANBUL PROVINCE WITH SUITABLE CHIMNEY DESIGN 190
Ahmet KARAHAN- Figen BALO
YAPAY ZEKÂ VE PEYZAJ MİMARLIĞI: GELECEĞİN ESTETİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR DOKUSU 191
Muratcan KAYAN 191
YAPAY ZEKÂ VE MAKİNE ÖĞRENMESİ YÖNTEMLERİNİN PEYZAJ MİMARLIĞINDA KULLANIMI 192
USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND MACHINE LEARNING METHODS IN LANDSCAPE ARCHITECTURE ... 193
İlksen ÇELİKOĞLU- Ömer K. Örücü
"YAPAY ZEKÂ VE YENİ MEDYA: İLETİŞİM, TASARIM VE SANATTA DİJİTAL YARATICILIK" 194
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND NEW MEDIA: DIGITAL CREATIVITY IN COMMUNICATION, DESIGN, AND ART" 194
YAPAY ZEKÂ İLE OLUŞTURULAN KARAKTER TASARIMLARINDA DEVAMLILIK SORUNU 195
CONTINUITY PROBLEM IN CHARACTER DESIGNS CREATED WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE 196
Mesut TANRIKULU
SOĞUK KAHVE KUTU AMBALAJI TASARIMLARINDA TİPOGRAFİ KULLANIMI: NESCAFE XPRESS VE OBSESSO 197
THE USE OF TYPOGRAPHY IN COLD COFFEE CAN PACKAGING DESIGNS: NESCAFE XPRESS AND OBSESSO... 198
Gizem GÜLER
ÇEVRİM İÇİ GRAFİK TASARIM PLATFORMLARININ KURUMSAL İLETİŞİM EKİPLERİNDE GRAFİK TASARIM ÜRETİMİNE ETKİSİNİN ARAŞTIRILMASI: CANVA ÖRNEĞİ 199
INVESTIGATION OF THE IMPACT OF ONLINE GRAPHIC DESIGN PLATFORMS ON GRAPHIC DESIGN PRODUCTION IN CORPORATE COMMUNICATION TEAMS: THE CASE OF CANVA 200
Zeynep SAKINÇ TOKATLI
DOĞANIN DİJİTAL YANSIMALARI: İLHAMIN SÜRDÜRÜLEBİLİR MİRASI 201
DIGITAL REFLECTIONS OF NATURE: THE SUSTAINABLE LEGACY OF INSPIRATION 202
Yeşim ERCÜMENCİLER
EDMOND BELAMY'NİN PORTRESİ ADLI ÇALIŞMANIN YARATICILIK BAĞLAMINDA KOLAJ TEKNİĞİ İLE İLİŞKİLENDİRİLMESİ 203
RELATIONSHIP OF THE WORK CALLED PORTRAIT OF EDMOND BELAMY WITH THE COLLAGE TECHNIQUE IN THE CONTEXT OF CREATIVITY 204
Sibel GÖK- İsmail Erim GÜLAÇTI
"YAPAY ZEKÂ VE DİJİTAL MEDYA: GAZETECİLİK, ETİK, KURUMSAL İLETİŞİMDE DÖNÜŞÜM" 205
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND DIGITAL MEDIA: TRANSFORMATIONS IN JOURNALISM, ETHICS, CORPORATE COMMUNICATION" 205
DİJİTAL BİR VİTRİN OLARAK LINKEDIN PLATFORMU: BIST 30 ŞİRKETLERİ ÖRNEĞİ 206
LINKEDIN PLATFORM AS A DIGITAL SHOWCASE: THE EXAMPLE OF BIST 30 COMPANIES 207
İnci TARI
İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN YAPAY ZEKÂYA BAKIŞI VE MESLEKİ KAYGISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 208
A RESEARCH ON THE VIEW OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND OCCUPATIONAL ANXIETY OF STUDENTS OF THE FACULTY OF COMMUNICATION 210
Duygu NEŞELİ
THE RELATIONSHIP BETWEEN ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND JOURNALISM: AN ANALYSIS OF THE "AI NUNTIUM" REPORTER ASSISTED BY ARTIFICIAL INTELLIGENCE 211
İrem YENİCELER KORTAK



HALKLA İLİŞKİLER PERSPEKTİFİNDEN YAPAY ZEKÂ ARAŞTIRMALARI: LİSANSÜSTÜ TEZLER ÜZERİNE BİR İNCELEME 212
ARTIFICIAL INTELLIGENCE RESEARCH FROM THE PUBLIC RELATIONS PERSPECTIVE: A REVIEW ON GRADUATE THESIS 213
Sevda ORHA HAZAR
DİJİTAL ORTAMDA ETİK VE KURUMSAL DİJİTAL SORUMLULUK: TURKCELL YAPAY ZEKÂ İLKELERİNE YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME 214
ETHICS AND CORPORATE DIGITAL RESPONSIBILITY IN THE DIGITAL ENVIRONMENT: AN EVALUATION OF TURKCELL ARTIFICIAL INTELLIGENCE PRINCIPLES 215
Esra ÇINAR
GENERATIVE AI IN NEWSROOMS 216
Duygu DUMANLI KÜRKÇÜ
"ENDÜSTRİ SEKTÖRÜNDE YAPAY ZEKÂ: DİJİTAL ÇÖZÜMLER VE AKILLI UYGULAMALAR" 217
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND IN THE INDUSTRIAL SECTOR: DIGITAL SOLUTIONS AND SMART APPLICATIONS" 217
MİMARİ TASARIMDA ÖNEMLİ BİR TASARIM SÜRECİ OLARAK: VERİ GÖRSELLEŞTİRME METODOLOJİSİ 218
AN IMPORTANT DESIGN PROCESS IN ARCHITRECTURAL DESIGN: DATA VISUALIZATION METHODOLOGY 219
Ayça ARSLAN
KURUMLARDA YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ CHATBOT KAYNAKLI KRİZLER: DPD KARGO VE CHEVROLET TAHOE ÖRNEĞİ 220
CRISIS RESULTING FROM ARTIFICIAL INTELLIGENCE SUPPORTED CHATBOT IN CORPORATIONS: EXAMPLE OF DPD CARGO AND CHEVROLET TAHOE 222
Hülya DEMIR YALEZE
İÇ MEKÂN TASARIMINDA PARAMETRİK GÖRÜNTÜ ÇEKİCİ YÖNTEMİNİN POTANSİYELİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 223
A RESEARCH ON THE POTENTIAL OF PARAMETRIC IMAGE ATTRACTION METHOD IN INTERIOR DESIGN 224
Korcan GÜLFİDAN
TURİSTİK GEZİLERDE YENİLİKÇİ YAKLAŞIM: ŞEHİR KEŞFİ 225
INNOVATIVE APPROACH TO TOURISTIC TRIPS: CITY EXPLORATION 226
Burcu KORKMAZ- Muhammed Yusuf KÜÇÜKKARA
ENDÜSTRİ 5.0 VE EĞİTİM GÜVENLİĞİ: AKILLI TEKNOLOJİLER VE İNSAN-MERKEZLİ YAKLAŞIMIN ROLÜ 227
Ahmet DURMUŞ- Mert Süleyman DEMİRSOY
"YAPAY ZEKÂ VE KÜRESEL KÜLTÜRDE DİJİTAL EMEK" 229
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND DIGITAL LABOR IN GLOBAL CULTURE" 229
EMEĞİN DİJİTAL EMEĞE DÖNÜŞÜMÜ BAĞLAMINDA YAPAY ZEKÂNIN ROLÜ 230
THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE CONTEXT OF THE TRANSFORMATION OF LABOR INTO DIGITAL LABOR 231
Feyza DALAYLI- Muhammet Emre FİDAN
YAPAY ZEKÂNIN KÜLTÜR ENDÜSTRİSİNİN GELİŞİMİNE ETKİSİ 232
THE EFFECT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON THE DEVELOPMENT OF THE CULTURAL INDUSTRY 233
Cemile EVKAYA
İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ ALANINDA YAPAY ZEKÂNIN YERİ VE GELECEĞİ 234
THE PLACE AND FUTURE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY 235
Vedat CANER
YAPAY ZEKÂ VE FRANKFURT OKULU: KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ KAVRAMININ 1 VE 0'LARI 236
ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND THE FRANKFURT SCHOOL: THE ONES AND ZEROS OF THE CULTURE INDUSTRY 237
Burak GÖKALP
"YAPAY ZEKÂ, MEDYA VE İLETİŞİM: DİJİTAL DÖNÜŞÜMDE İNOVASYON VE YARATICI ÇÖZÜMLER" 238

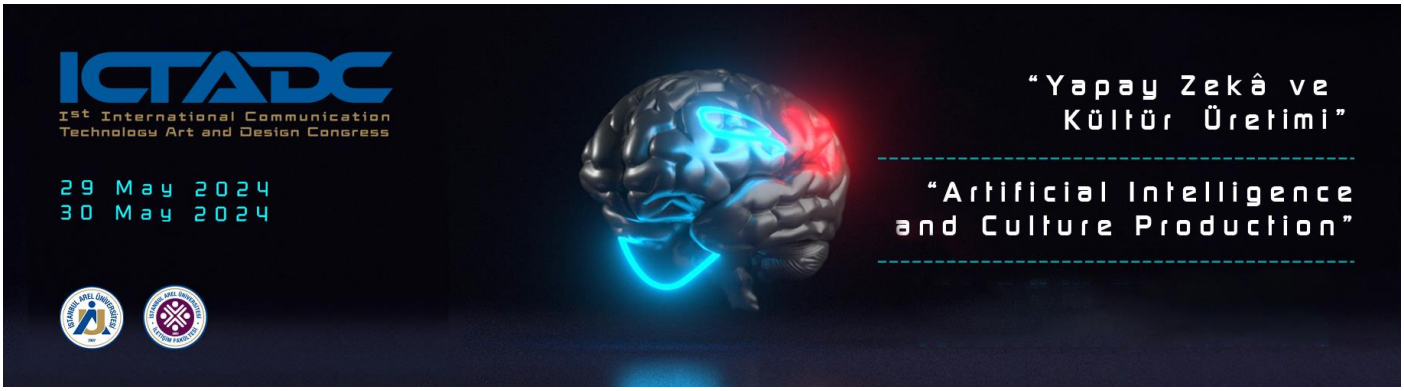


"ARTIFICIAL INTELLIGENCE, MEDIA, AND COMMUNICATION: INNOVATION AND CREATIVE SOLUTIONS IN DIGITAL TRANSFORMATION" 238
YAPAY ZEKÂ, GRAFİK TASARIM VE İNSAN YARATICILIĞI: İHAP HULUSİ GÖREY'İN AFİŞLERİ ÜZERİNE BİR DENEME 239
ARTIFICIAL INTELLIGENCE, GRAPHIC DESIGN, AND HUMAN CREATIVITY: A STUDY ON İHAP HULUSİ GÖREY'S POSTERS 240
Birsen ÇEKEN- M. Furkan TERZİ
YAPAY ZEKÂ VE MEDYA İLETİŞİMİ: HABER ÜRETİMİ VE ETİĞİN DÖNÜŞÜMÜ 241
ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND MEDIA COMMUNICATION: THE TRANSFORMATION OF NEWS PRODUCTION AND ETHICS 242
Taylan MARAL
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA SORUMLU YAPAY ZEKÂ: ETİK PROBLEMLER VE RİSKLER 243
RESPONSIBLE AI IN VISUAL COMMUNICATION DESIGN: ETHICAL PROBLEMS AND RISKS 244
Ezgi Şen ATİKER
YENİ MEDYA ÇAĞINDA DİJİTAL SANATIN YÜKSELİŞİ: BİBLİYOMETRİK ANALİZ 245
THE RISE OF DIGITAL ART IN THE NEW MEDIA AGE: BIBLIOMETRIC ANALYSIS 247
Fatma YARDİBİ
GELECEĞİN SANATINA YOLCULUK: DİJİTAL SANATIN YAPAY ZEKÂYLA BULUŞMASI 248
JOURNEY TO THE ART OF THE FUTURE: THE CONVERGENCE OF DIGITAL ART WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE 250
Semra Beyza KAHRAMAN
"YAPAY ZEKÂ VE YENİLİKÇİ UYGULAMALAR: DİJİTAL DÖNÜŞÜMDE YARATICI ÇÖZÜMLER" 251
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE, AND INNOVATIVE APPLICATIONS: CREATIVE SOLUTIONS IN DIGITAL TRANSFORMATION" 251
DİJİTAL SANAT İLE MEKÂN ETKİLEŞİMİ DENEYİMİNİN İNCELENMESİ: İBB DİJİTAL DENEYİM MÜZESİ (DDM) "IMMERSIVE ROOM" (GERÇEKLİK ODASI) ÖRNEĞİ 252
EXPLORING THE INTERACTION BETWEEN DIGITAL ART AND SPACE: A CASE STUDY OF THE ISTANBUL METROPOLITAN MUNICIPILATY (IMM) DIGITAL EXPERIENCE MUSEUM'S "IMMERSIVE ROOM" 253
Didem DÖNMEZ KARAGÖZLER - Çağlayan KARAGÖZLER
ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARIYLA GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZ 254
SEMIOTIC ANALYSIS USING GENERATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE 255
Güllü YAKAR TAPU
YAPAY ZEKÂ ÇAĞINDA SANATIN EVRİMİ: SANAT ESERİ NEDİR VE KİM YARATIR? 256
THE EVOLUTION OF ART IN THE AGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE: WHAT IS A WORK OF ART AND WHO CREATES IT? 257
Altan ALKAN - Elif SAYIN
TEKNİĞİN YARATICILIĞI VE ÖZNE DENEYİMİNİN DOĞASI 258
CREATIVITY OF TECHNIQUE AND THE NATURE OF SUBJECT EXPERINCE 259
Hatice Merve GÜÇ
RESMİ İLANLARIN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ İLE YEREL ÇEVRİMİÇİ GAZETELERDE DEĞİŞEN RESMİ İLAN PRATİKLERİ 260
THE DIGITAL TRANSFORMATION OF OFFICIAL ANNOUNCEMENTS AND EVOLVING PRACTICES IN LOCAL ONLINE JOURNALISM REGARDING OFFICIAL ANNOUNCEMENTS 262
Orhan Mert GÜZELAHMETLER - Aslıhan ARDIÇ ÇOBANER
"EĞİTİMDE VE MEKÂN DENEYİMİNDE YAPAY ZEKÂ: FARKLI PERSPEKTİFLER" 263
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN EDUCATION AND SPATIAL EXPERIENCE: DIVERSE PERSPECTIVES" 263
YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ İÇ MEKÂN TASARIMINDA GELECEK: KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ ALANLAR 264
THE FUTURE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE-POWERED INTERIOR DESIGN: PERSONALIZED 265
Turgut KALAY - İsmail Emre KAVUT - Ayşenur KANDEMİR
AKADEMİSYENLERİN VE ÖĞRENCİLERİN NFT ALANINA İLİŞKİN DÜŞÜNCELERİ: YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ 266

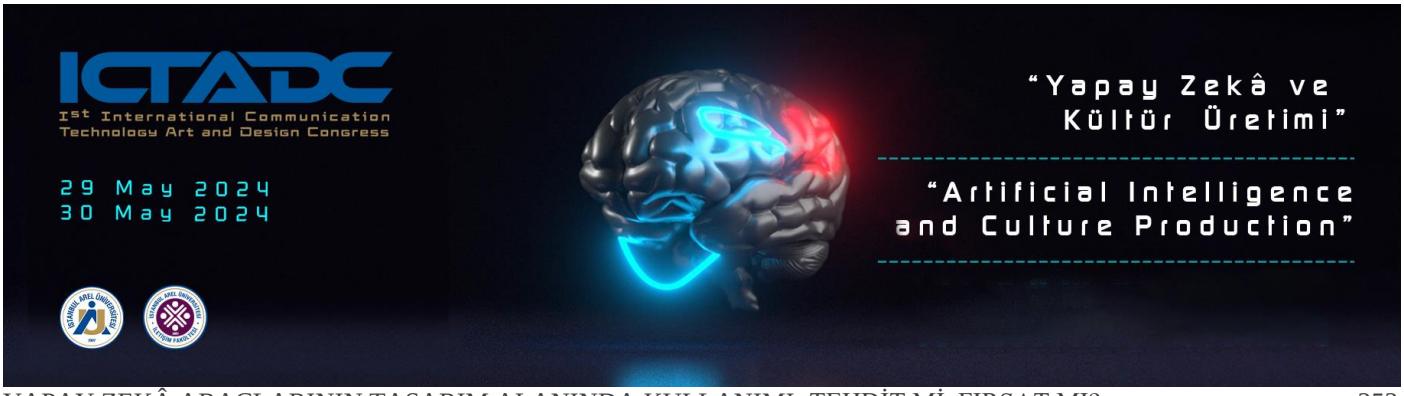


ACADEMICIANS' AND STUDENTS' THOUGHTS ON THE NFT SPACE: THE CASE OF NEAR EAST UNIVERSITY COMMUNICATION FACULTY 267
Emine KARPAZLI - Kâmil KANİPEK
LOGO TASARIMINDA YENİ TREND: DEĞİŞKEN LOGO TASARIMLARI 268
NEW TREND IN LOGO DESIGN: VARIABLE LOGO DESIGNS 269
Burhan ŞOHOĞLU - Ozan KÜÇÜKUSTA
YAPAY ZEKÂ VE CHATGPT'NİN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ TARAFINDAN KULLANIMI VE ETKİLERİ 270
USE AND EFFECTS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND CHATGPT BY UNIVERSITY STUDENTS 271
Nejla SEVAL
HABERCİLİK PRATİKLERİ ÇERÇEVESİNDE YAPAY ZEKÂ 272
ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE FRAMEWORK OF JOURNALISM PRACTICES 273
Mevlüde BATUR
YAPAY ZEKÂ VE PROPAGANDA: BİLGİ SAVAŞINDA YENİ CEPHE 274
ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND PROPAGANDA: THE NEW FRONT IN THE INFORMATION WAR 275
Yakup TOKTAY
"YAPAY ZEKÂ VE DEZENFORMASYON: DİJİTAL ÇAĞDA GERÇEK VE YANILSAMA" 276
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND DISINFORMATION: TRUTH AND ILLUSION IN THE DIGITAL AGE" 276
YAPAY ZEKÂ VE DEZENFORMASYONLA MÜCADELE: TEYİT HATTI ÖRNEĞİ 277
Feyza DALAYLI - Başak AÇIKALIN 277
GAZETECİLİKTE YAPAY ZEKÂ KULLANIMI: MESLEKİ TEHDİTLER VE FIRSATLAR ÜZERİNE DEĞERLENDİRME 278
Kenan DUMAN
YAPAY ZEKÂ, GAZETECİLİK VE DEMOKRASİ: YAPAY ZEKÂNIN POST TRUTH ÇAĞDA GAZETECİLİKTEKİ ROLÜNÜ DEĞERLENDİRMEK 279
ARTIFICIAL INTELLIGENCE, JOURNALISM AND DEMOCRACY: ASSESSING THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN JOURNALISM IN THE POST-TRUTH ERA 280
Burak TORAMAN
YAPAY ZEKÂ İLE OLUŞTURULAN DEEPFAKE İÇERİKLERİN ETİK AÇIDAN İNCELENMESİ 281
ETHICAL REVIEW OF DEEPFAKE CONTENT CREATED WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE 283
Melike SOYKÖK
INFORMATION RETRIEVAL TECHNOLOGY IN THE POST-TRUTH ERA: RECOGNIZING THE THREATS OF DEEP FAKE 284
Hidayatun NAFIAH 284
"YAPAY ZEKÂ VE ENDÜSTRİ 5.0: GELECEĞİN ENDÜSTRİSİ" 285
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND INDUSTRY 5.0: THE FUTURE OF INDUSTRY" 285
ENDÜSTRİ 5.0 TEKNOLOJİSİYLE HAYATIMIZDAKİ VE SANAYİDEKİ DEĞİŞİMLER 286
CHANGES IN OUR LIVES AND INDUSTRY WITH INDUSTRY 5.0 TECHNOLOGY 287
Yavuz Selim EVİŞ - Fatih VARÇIN
EĞİTİMDE ENDÜSTRİ 5.0: SANAL GERÇEKLİKLE YENİ BİR ÖĞRENME DENEYİMİ 288
EDUCATION IN INDUSTRY 5.0: A NEW LEARNING EXPERIENCE WITH VIRTUAL REALITY 289
Şeyma KESER - Süleyman UZUN
ENDÜSTRİ 5.0 ÇAĞINDA KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ TUR REHBERLİĞİ: TURİSTLERİN BENZERSİZ DENEYİMLERİ İÇİN YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ YAKLAŞIM 290
PERSONALIZED TOUR GUIDANCE IN THE AGE OF INDUSTRY 5.0: ARTIFICIAL INTELLIGENCE-POWERED APPROACH 291
FOR TOURISTS' UNIQUE EXPERIENCES 291
Kübra KONUK - Emin GÜNEY
AKILLI OTOPARK SİSTEMİ: ENDÜSTRİ 5.0 İLE DAHA VERİMLİ VE KULLANICI DOSTU OTOPARK ÇÖZÜMLERİ 292
SMART PARKING SYSTEM: MORE EFFICIENT AND USER-FRIENDLY PARKING SOLUTIONS WITH INDUSTRY 5.0 293

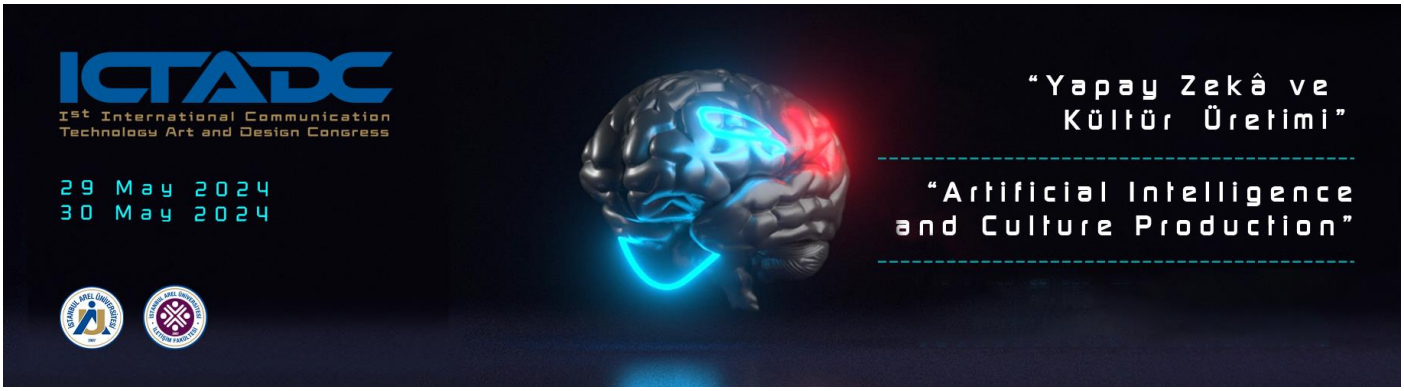
Firuz ZEYNALOV - Muhammed Ali Nur ÖZ
OTONOM GEMİLER VE DENİZ TAŞIMACILIĞINDA ENDÜSTRİ 5.0 İLERLEMESİ 294
ADVANCEMENTS IN AUTONOMOUS SHIPS AND MARITIME TRANSPORTATION WITHIN INDUSTRY 295
Doğan DURAN- Muhammed Ali Nur ÖZ
"YAPAY ZEKÂ VE OTONOM SİSTEMLER: ENDÜSTRİ 5.0'DA AKILLI ÇÖZÜMLER" 296
"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND AUTONOMOUS SYSTEMS: SMART SOLUTIONS IN INDUSTRY 5.0" 296
YENİLENEBİLİR ENERJİ KAYNAKLARI VE ENERJİ DEPOLAMA TEKNOLOJİLERİ: KARŞILAŞTIRMALI ANALİZ VE STRATEJİK YAKLAŞIMLAR 297
RENEWABLE ENERGY SOURCES AND ENERGY STORAGE TECHNOLOGIES: COMPARATIVE ANALYSIS AND STRATEGIC APPROACHES 298
Ahmet Kutay KÜÇÜKLER- Furkan ATBAN
GELECEĞİN SEYEHAT DENEYİMİ: YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ AKILLI VALİZLER 299
THE FUTURE OF TRAVEL EXPERIENCE: AI-POWERED SMART SUITCASES 300
Ayşe Nur SAYLAM - Emin GÜNEY
TURİSTİK GEZİLERDE YENİLİKÇİ YAKLAŞIM: ŞEHİR KEŞFİ 301
INNOVATIVE APPROACH TO TOURISTIC TRIPS: CITY EXPLORATION 302
Burcu KORKMAZ - Muhammed Yusuf KÜÇÜKKARA
TARIM VE ORMANCILIK SEKTÖRÜNDE ENDÜSTRİ 5.0'IN ETKİLERİ: DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN ÖNEMİ 303
RENEWABLE ENERGY SOURCES AND ENERGY STORAGE TEKNOLOGIES: COMPARATIVE ANALYSIS AND STRATEGIC APPROACHES ..... **Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
Elif AYDIN - Cem ÖZKURT
DİJİTALLEŞMEYİ TEŞVİK EDEN DERSLER: ENDÜSTRİ 5.0'A HAZIRLIK 305
COURSES PROMOTING DIGITALIZATION: PREPARATION FOR INDUSTRY 5.0 306
Geydanur Tuba YILMAZ - Furkan ATBAN
SATIŞ SONRASI HİZMETLERDE KARŞILAŞILAN SORUNLARIN ENDÜSTRİ 5.0 İLE DİJİTAL OLARAK ÇÖZÜMLENMESİ 307
DIGITAL SOLUTION OF PROBLEMS ENCOUNTERED IN AFTER-SALES SERVICES WITH INDUSTRY 5.0 308
Bilal Emre YAHYAOĞLU - Süleyman UZUN
"DİJİTAL DÖNÜŞÜM VE YAPAY ZEKÂ: KULLANIM VE UYGULAMA ALANLARI" 309
"DIGITAL TRANSFORMATION AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE: AREAS OF USE AND APPLICATION" 309
YAPAY ZEKÂ TEKNOLOJİLERİNİN HABER ÜRETİM SÜREÇLERİNE ETKİSİ: "SCROLLİ.CO HABER SİTESİ ÖRNEĞİ" 310
THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES ON NEWS PRODUCTION PROCESSES: "SCROLLI.CO NEWS WEBSITE EXAMPLE" 312
Ahmet Serkan OKAY
TASARIM OLUŞTURMADA ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARI: NİTEL BİR ARAŞTIRMA 313
GENERATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE APPLICATIONS IN DESIGN CREATION: A QUALITATIVE RESEARCH 314
İhsan EKEN
PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE YAPAY ZEKÂ KULLANIMI VE ETİK BOYUTLARI 315
Korhan MAVNACIOĞLU
TASARIM FAKÜLTELERİNDE YAPAY ZEKÂ İLE TASARIM ÖĞRETİMİNİN MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI BÖLÜMÜ YAPAY ZEKÂ İLE MEDYA TASARIMI DERSİ VAKASI ÜZERİNDEN ANALİZİ 316
ANALYSIS OF TEACHING DESIGN WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN DESIGN FACULTIES THROUGH THE CASE OF MEDİPOL UNİVERSITY VISUAL COMMUNICATION DESIGN DEPARTMENT MEDIA DESIGN COURSE WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE 317
Akgün TOKATLI
DİJİTAL SANATLARI SINIFLANDIRMAK ÜZERİNE BİR TARTIŞMA 318
A DISCUSSION ON CLASSIFYING DIGITAL ARTS 319
Tolga TELLAN
"YAPAY ZEKÂ VE GÖRSEL İLETİŞİMDE ENFORMASYONUN ESTETİK DÖNÜŞÜMÜ" 320



" ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND THE AESTHETIC TRANSFORMATION OF INFORMATION IN VISUAL COMMUNICATION" 320
VSTITCHER BROWZWEAR PROGRAMI İLE CLO 3D TASARIM PROGRAMLARININ GERÇEK ÜRÜN PROTOTİPLERİ İLE KIYASLANMASI 321
COMPARISON OF VSTITCHER BROWZWEAR PROGRAM AND CLO 3D DESIGN PROGRAMS WITH REAL PRODUCT PROTOTYPES 323
Şeyma CANKAYA - Esma BÜKME- Ayşe Nuriye İŞGÖREN
MÜZE MEKÂNLARINDA YAPAY ZEKÂ, DİJİTAL SERGİLEMELER VE İNTERAKTİF UYGULAMARIN İRDELEMESİ 324
ARTIFICIAL INTELLIGENCE, DIGITAL EXHIBITIONS, AND INTERACTIVE APPLICATIONS IN MUSEUM PLACES 326
Hülya YAVUZ ÖDEN
YAPAY ZEKÂ ve ÇİZGİ ROMAN 327
ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND COMICS 328
Ozan KÜÇÜKUSTA - Burhan ŞOHOĞLU
ETKİLEŞİMLİ DİJİTAL ÇOCUK DERGİLERİNİN MİZANPAJ SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ 329
LAYOUT PROBLEMS OF INTERACTIVE DIGITAL CHILDREN'S MAGAZINES AND SOLUTION SUGGESTIONS 330
Esra BOSTAN- Kader SÜRMELİ
OKUL ÖNCESİ ÇOCUKLAR İÇİN MÜZE EĞİTİMİNDE WEB TASARIMININ ÖNEMİ: GÖKYAY SATRANÇ MÜZESİ KONSEPT WEB SİTE TASARIM ÖRNEĞİ 331
THE IMPORTANCE OF WEB DESIGN IN MUSEUM EDUCATION FOR PRESCHOOL CHILDREN: GÖKYAY CHESS MUSEUM CONCEPT WEB SITE DESIGN EXAMPLE 332
Celal SARI
"YAPAY ZEKÂ VE SİYASAL İLETİŞİM: DİJİTAL ÇAĞ POLİTİKALARI" 333
" ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND POLITICAL COMMUNICATION: POLICIES IN THE DIGITAL AGE" 333
DÜNYANIN İLK YAPAY ZEKÂ YASASI ÜZERİNDEN RİSK TOPLUMUNU YENİDEN DÜŞÜNMEK 334
RETHINKING RISK SOCIETY THROUGH THE WORLD'S FIRST ARTIFICIAL INTELLIGENCE LAW 336
Recep TAYFUN
YAPAY ZEKÂ İLE İLGİLİ GELECEK TAHAYYÜLLERİ 337
FUTURE IMAGINATIONS ABOUT ARTIFICIAL INTELLIGENCE 338
Oğuz Selim KOBAZA
YAKIN GELECEĞİN YAPAY ZEKÂ TARAFINDAN DÜZENLENEN GERÇEK-ÖTESİ DÜNYASINDA SİYASETİN DOĞASI 339
THE NATURE OF POLITICS IN AN AI-DRIVEN POST-TRUTH WORLD OF IMMINENT FUTURE 340
Gökhan AK
YAPAY ZEKÂ KULLANIMININ SİNEMA SEKTÖRÜ ÇALIŞANLARININ HAKLARINA ETKİSİ 341
USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IMPACT ON THE RIGHTS OF CINEMA INDUSTRY WORKERS 342
Özgür BAŞYİĞİT
BENLİK SUNUMUNDA YAPAY ZEKÂ KULLANIMI: BEDENİ İDEALİZE ETMEK 343
USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN SELF-PRESENTATION: IDEALIZING THE BODY 345
Ufuk TÖRÜN
SİYASAL İLETİŞİMDE YAPAY ZEKÂ KULLANIMI: ÖRNEKLER ÜZERİNDEN BİR DEĞERLENDİRME 346
USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN POLITICAL COMMUNICATION: AN EVALUATION THROUGH EXAMPLES 347
Fatma ŞENDOĞAN
PANDEMİ İLE HAYATIMIZA GİREN DİJİTALLEŞME 349
DIGITALIZATION THAT ENTERED OUR LIVES WITH THE PANDEMIC 350
Çimen BAYBURTLU- Ayşe Nuriye İŞGÖREN
CGI (COMPUTER GENERATED IMAGERY) REKLAMLARIN ETİK AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ 351
ETHICAL EVALUATION OF CGI (COMPUTER GENERATED IMAGERY) ADVERTISEMENTS 352
Aslı Burcu TOKU

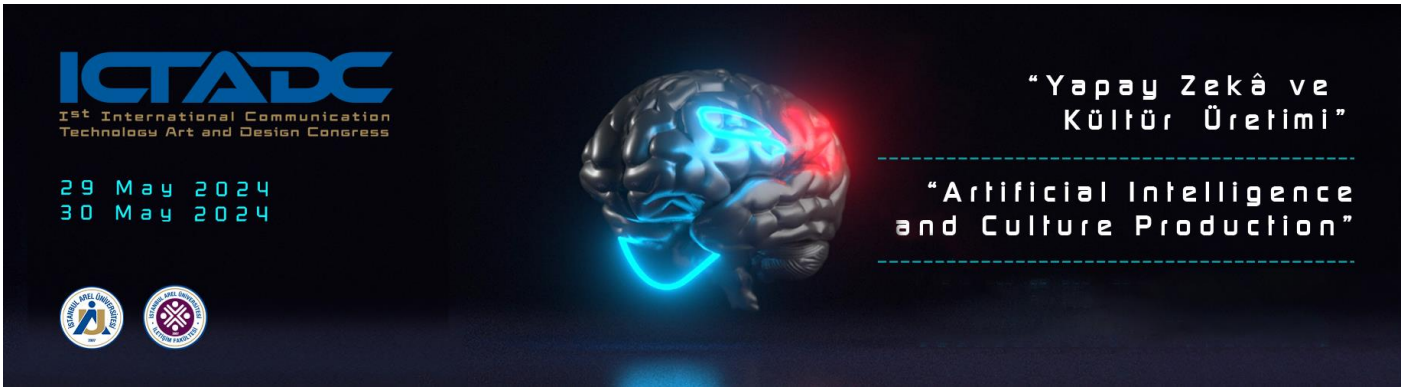


YAPAY ZEKÂ ARAÇLARININ TASARIM ALANINDA KULLANIMI: TEHDİT Mİ, FIRSAT MI? 353
USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE TOOLS IN DESIGN: THREAT OR OPPORTUNITY? 354
Ahsen ÖZTÜRK
YABANCI/İKİNCİ DİL ÖĞRETİMİ SÜREÇLERİNDE MEDYA DESTEKLİ YAPAY ZEKÂ KULLANIMI VE ÖĞRETİCİLERİN ETİK SORUMLULUĞU 355
THE USE OF MEDIA-SUPPORTED ARTIFICAL INTELLIGENCE IN FOREIGN/SECOND LANGUAGE TEACHING PROCESSES AND THE ETHICAL RESPONSIBITIES OF INSTRUCTORS 356
Ezgi İNAL
AKADEMİK ÇALIŞMALARDA YAPAY ZEKÂ KULLANIMININ ETİK BAĞLAMDA DEĞERLENDİRİLMESİ 357
EVALUATING THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN ACADEMIC RESEARCH IN AN ETHICAL CONTEXT 358
Eda ÇALGÜNER KILINÇ



"YAPAY ZEKÂ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND SUSTAINABILITY"



SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA AMAÇLARI 3 (SKA-3) BAĞLAMINDA TÜRKİYE'DE RİSK İLETİŞİMİ VE SAĞLIK OKURYAZARLIĞININ ÖNÜNDEKİ ENGELLER

Aslıhan ARDIÇ ÇOBANER[1]

ÖZ

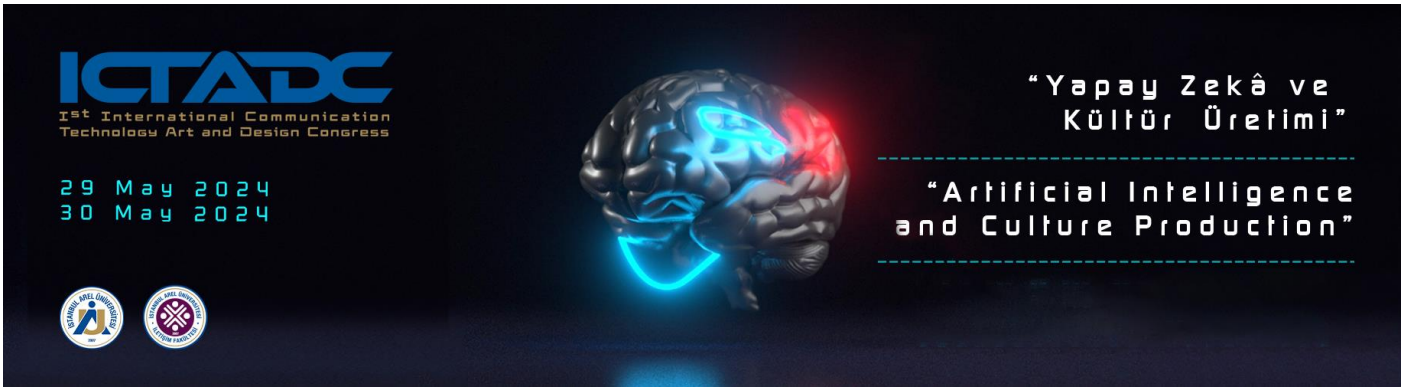
Sağlık okuryazarlığı bireylerin kendileri, aileleri ve toplulukları için "sağlığı geliştirecek ve sürdürecek şekilde bilgiye erişme, bilgiyi anlama ve kullanma" becerilerini içerir. Sağlık okuryazarlığı "broşür okuyabilmek", "randevu alabilmek", "gıda etiketlerini anlayabilmek" veya "tavsiyelere uymaktan" daha fazlasını ifade etmektedir. Sağlık okuryazarlığı yalnızca bireylerin değil hükümetlerin de sorumluluğunda olan eğitim, sosyal bağlam ve ekonomik değişkenlerden etkilenmektedir. Düşük sağlık okuryazarlığı, sağlık ve sağlık sistemi hakkında yetersiz bilgi, sağlık hizmetlerine zayıf erişim ve sağlık hizmetleri kullanımı ve ayrıca hastaneye yatışların artmasıyla ilişkilidir. Bu, durum risklere karşı dayanıksız olmaya, kötü sağlık sonuçlarına ve sağlıkta eşitsizliklere yol açmaktadır.

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SDG'ler) kapsamında sağlık okuryazarlığına ilişkin belirli bir hedef bulunmamakla birlikte; SKA- 3'te yer alan "İnsanların sağlıklı yaşamalarını ve herkesin her yaşta refahını sağlamak" amacı bağlamında çeşitli alt hedefler tanımlanmıştır. Bu hedeflerden birisi de "(3.d) Ülkelerin, özellikle gelişmekte olan ülkelerin, erken uyarı, risk azaltımı ve ulusal ve küresel sağlık risklerinin yönetimi konularındaki kapasitelerinin güçlendirilmesi"dir. Bu kapsamda bulaşıcı ve kronik hastalıklara yol açan riskler, iklim değişikliği gibi artan küresel riskler ve çevre sağlığı politikaları, afetler ve acil durumlarda risk iletişimi (erken uyarı, riski azaltma ve risk yönetimi boyutlarıyla) kapasitesini güçlendirmek açısından sağlık okuryazarlığı büyük önem taşımaktadır. DSÖ'ye göre de sağlık okuryazarlığını geliştiren sağlık eğitimi ve sağlık iletişimi faaliyetleri sağlıkta yaşanan eşitsizlikleri azaltma ve Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarına ulaşılmasını arttırma potansiyeline sahiptir. Bu çalışmada Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SGD) bağlamında Türkiye'de risk iletişimi ve sağlık okuryazarlığı konusunda yaşanan sorunlara yönelik bir çerçeve çizmek amaçlanmıştır. Bu amaçla 2018-2023 yıllarını kapsayan beş yıllık sürede Türkiye'de risk iletişimi ve sağlık okuryazarlığı konularında yapılmış akademik çalışmalar incelenecek ve bu çalışmalardan yola çıkarak Türkiye'de risk iletişiminin ve sağlık okuryazarlığının mevcut durumu ve önündeki engeller anlaşılmaya çalışılacaktır. Çalışmada nitel araştırma deseni ve doküman analizi kullanılmış, Türkiye'yi konu alan ve YÖK Tez, Google Akademik, Dergipark platformları üzerinden yapılan taramada elde edilen makaleler belirli sınırlandırma kriterleri gözetilerek gözden geçirilmiş ve verilerin analiz edilmesinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Çalışma Türkçe ve İngilizce makale ve tezlerle sınırlandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Sağlık okuryazarlığı, risk iletişimi, sağlık iletişimi, sürdürülebilir kalkınma amaçları.*

---

[1] *Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, acobaner@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0029-4181.*



OBSTACLES TO RISK COMMUNICATION AND HEALTH LITERACY IN TURKEY IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS 3 (SDG-3)

Aslıhan ARDIÇ ÇOBANER[1]

ABSTRACT

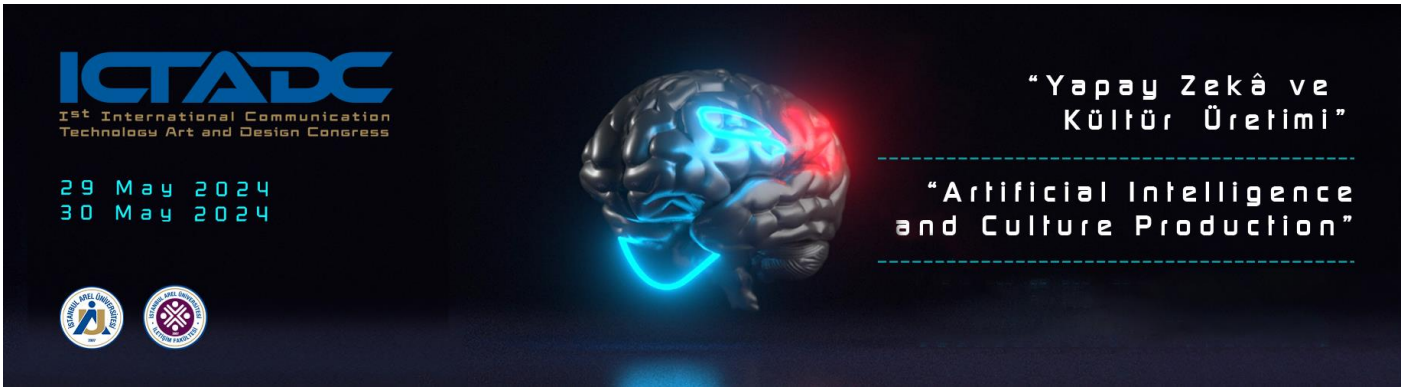
Health Literacy includes the skills of "accessing, understanding and using information in a way that improves and maintains health" for themselves, their families and their communities. Health literacy means more than "being able to read a brochure," "making an appointment," "understanding food labels," or "following recommendations." Health literacy is affected by education, social context and economic variables, which are the responsibility of not only individuals but also governments. Low health literacy is associated with inadequate knowledge about health and the health system, poor access to and use of health care, as well as increased hospitalizations. This leads to vulnerability to risks, poor health outcomes and health inequalities.

Although there is no specific target regarding health literacy within the scope of the Sustainable Development Goals (SDGs); Various sub-goals have been defined within the context of the goal of " Ensure healthy lives and to promote wellbeing at all ages" in SDG-3. One of these goals is "(3.d) Strengthen the capacity of all countries, in particular developing countries, for early warning, risk reduction and management of national and global health risks". In this context, health literacy is of great importance in terms of strengthening the capacity of risk communication (with early warning, risk reduction and risk management dimensions) in risks causing infectious and chronic diseases, increasing global risks such as climate change and environmental health policies, disasters and emergencies. According to WHO, health education and health communication activities that improve health literacy have the potential to reduce health inequalities and increase the achievement of the Sustainable Development Goals.

This study aims to draw a framework for the problems experienced in risk communication and health literacy in Turkey in the context of the Sustainable Development Goals. For this purpose, academic studies on risk communication and health literacy in Turkey over the five-year period between 2018 and 2023 will be examined and, based on these studies, the current situation and obstacles to risk communication and health literacy in Turkey will be tried to be understood. This study used qualitative research design and document analysis. Articles about Turkey obtained from the search conducted on Yök Tez, Google Scholar and Dergipark platforms were reviewed by taking into account certain limitation criteria, and the descriptive analysis method was used to analyze the data. The study is limited to articles and theses in Turkish and English.

Keywords: *Health literacy, risk communication, health communication, sustainable development goals.*

[1] *Prof. Dr., Mersin University, Faculty of Communication, Department of journalism, acobaner@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0029-4181.*



TÜRKİYE'DE İKLİM MEDYASININ GÖRÜNÜMÜ

Meltem ŞAHİN HASSAN [1] - Nuh BULUT[2]

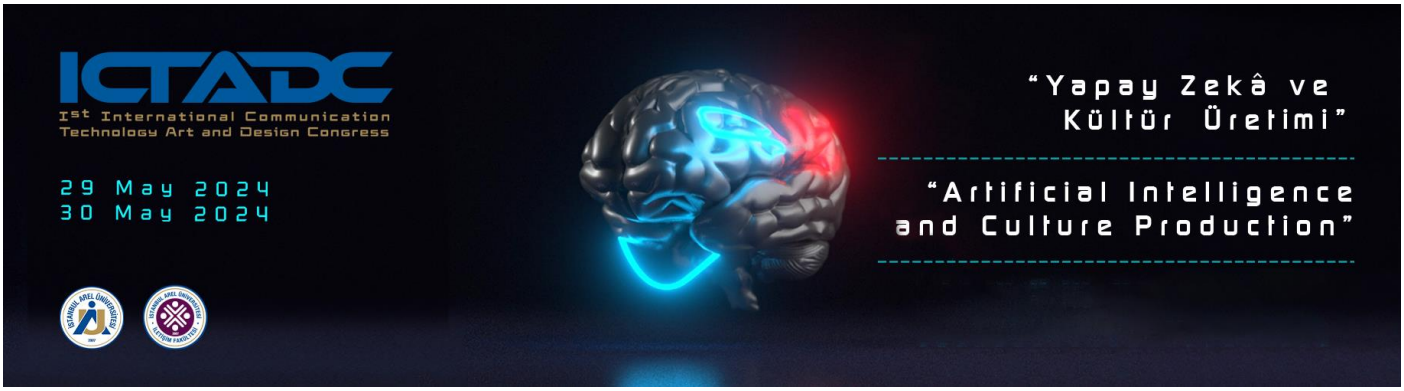
ÖZ

İklim değişikliği, dünya genelinde sıcaklıkların yükselmesi ve iklim sistemi içinde doğal dengelerin bozulmasıyla ortaya çıkan uzun vadeli değişiklikleri ifade etmektedir. Dünyanın neredeyse her bölgesinde kendini çok farklı biçimlerde gösteren iklim krizi, insanlığın göz ardı edemeyeceği boyutlara ulaşmıştır. Aşırı hava olayları; yağışlar, seller, kasırgalar, kuraklık ve yangın olarak daha görünür olan iklim krizi, geçim kaynakları, ekonomi, yaşam alanları, insan sağlığı, biyo-çeşitlilik gibi çok çeşitli boyutlarda da insan hayatını etkilemektedir. Sanayi Devrimi'nden bugüne kadar insan faaliyetleri nedeniyle hızla artan küresel ısınmanın sonucunda bugün iklim kriziyle yüzleşilebilmektedir. İklim krizinin yarattığı sorunların farkına varma ve çözüm önerilerine dahil olma ise ancak bu alanda olacak bilgilenme ile mümkündür. Medya araçları, halkın pek çok konu hakkında bilgilenmesini sağladığı gibi iklim konusundaki bilgisini de etkilemektedir. Bu nedenle iklim krizini kamuya anlatma, kriz hakkında bilgisini ve bilinçlenmesini artırma ve çözüm önerilerine katkıda bulunmalarını sağlama yönündeki çabalarda iklim krizini anlatan medyanın varlığı önemlidir. Türkiye, bulunduğu coğrafi konum nedeniyle iklim krizinden en çok etkilenecek ülkeler arasındadır. Türkiye, aşırı hava olaylarına karşı Avrupa'nın en kırılgan ülkesi olarak sayılmaktadır. Özellikle kuraklık konusunda yüksek risk alanı içinde yer almaktadır. 2050 yılından itibaren Türkiye'nin su fakiri ülkelerden biri olacağı tahmin edilmektedir. Bunun yanı sıra 2070 yılında Türkiye'nin denizlerdeki balık stoğunun azalacağı, pek çok gölünün kuruyacağına ilişkin öngörüler yer almaktadır. Bu nedenlerle, Türkiye'de iklim krizinin nedenleri ve etkileri konusunda kamusal farkındalığa ve kamunun harekete geçmesine ihtiyaç vardır. Bu açıdan Türkiye'de medya alanında iklim ile ilgili içerikler öncelikle çocuklar ve gençlerin bilgilenmesinde oldukça önemli olabilir. Bu çalışma, Türkiye'de iklim özelinde kamusal bilgi sağlayan medya alanlarının profilini sunma amacındadır. Bu amaçla, iklim konusunu ele alan, gazete, dergi, televizyon programı, radyo yayınları başta olmak üzere dijital platformlarda yer alan tüm unsurlar da dahil edilerek Türkiye'de iklim medyasının görünümü sunulmaya çalışılacaktır. Böylece, hem kamuya konu hakkında bilgi aktaran medya alanlarının çeşitliliği hakkında bilgi sunulacak hem de bu sayede iklim medyası çalışmalarına katkı sağlamaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *İklim krizi, medya, iletişim, iklim medyası.*

---

[1] *Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, meltemsahin@erciyes.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0337-1678.*
[2] *Yüksek Lisans Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi.*



PROFILE OF CLIMATE MEDIA IN TURKEY

Meltem ŞAHİN HASSAN [1] - Nuh BULUT[2]

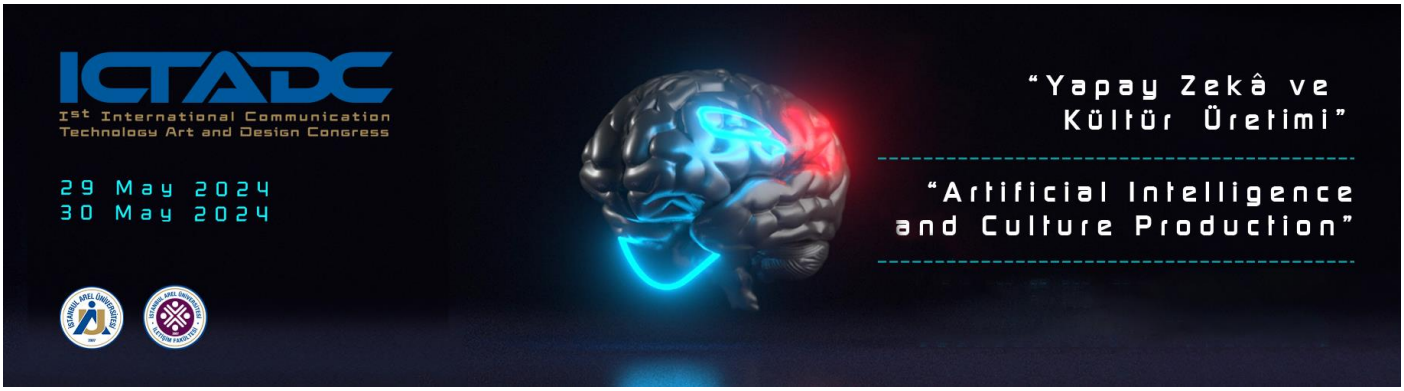
ABSTRACT

Climate change refers to the long-term changes caused by rising temperatures around the world and the disruption of natural balances within the climate system. The climate crisis, which demonstrates itself in very different ways in almost every region around the world, has reached dimensions that humanity cannot ignore. This climate crisis is more visible as extreme weather events; precipitation, floods, hurricanes, droughts and rainfall, it also affects human life in a wide range of dimensions such as livelihoods, economy, habitats, human health and biodiversity. As a result of rapidly increasing global warming due to human activities since the Industrial Revolution, we are facing a climate crisis today. Awareness of the problems created by the climate crisis and involvement in solution proposals is only possible with information in this field. As media tools inform the public about many issues, they also affect their knowledge on climate. For this reason, the presence of media covering the climate crisis is important in efforts to explain the climate crisis to the public, to increase their knowledge and awareness about the crisis, and to enable them to contribute to solution proposals. Turkey is among the countries that will be most affected by the climate crisis due to its geographical location. Turkey is considered the most vulnerable country in Europe against extreme weather events. It is in a high risk area especially in terms of drought. By 2050, it is estimated that Turkey will be one of the water poor countries. In addition, there are predictions that by 2070, Turkey's fish stock in the seas will decrease and many of its lakes will dry up. For these reasons, there is a need for public awareness and public action on the causes and impacts of the climate crisis in Turkey. In this respect, climate-related content in the media in Turkey can be very important in informing children and young people.

This study aims to present a profile of the media spaces that provide public information on climate in Turkey. For this purpose, it will be attempted to present the outlook of climate media in Turkey by including all elements on digital platforms, besides newspapers, magazines, TV programs and radio broadcasts that deal with the climate issue. This will provide the public with information on the diversity of media outlets providing information on the issue. In this way, we will try to contribute to climate media studies.

Keywords: *Climate crisis, climate media, communication, media.*

[1] *Assoc. Prof., Erciyes University, Faculty of Communicatin, Department of Journalism, meltemsahin@erciyes.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0337-1678*
[2] *Master's Student, Erciyes University.*



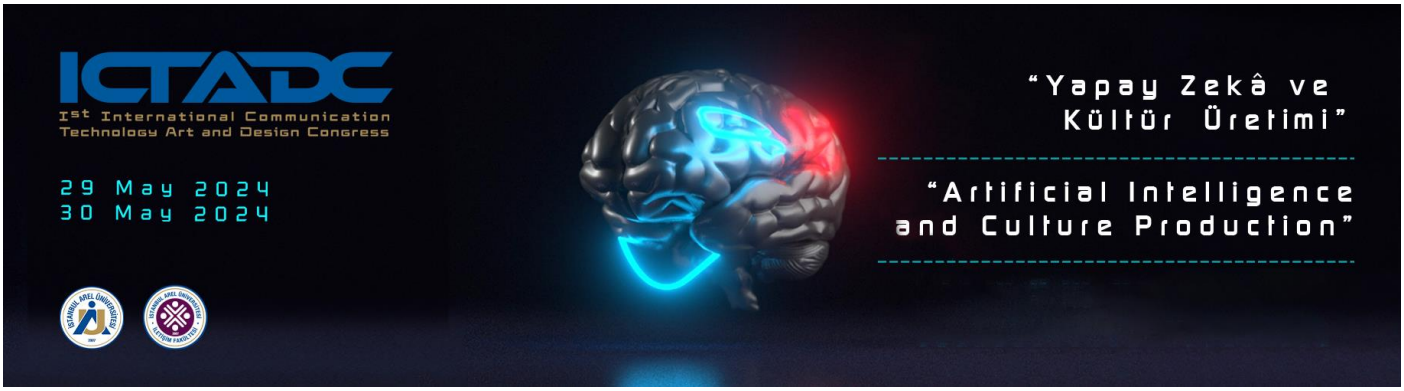
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAPSAMINDA ÇOCUKLARA YÖNELİK ÜRÜN AMBALAJLARININ GRAFİK TASARIM AÇISINDAN İNCELENMESİ VE BU KONUDA ÖRNEK BİR ÇALIŞMA

Eda ÜREN[1]

ÖZ

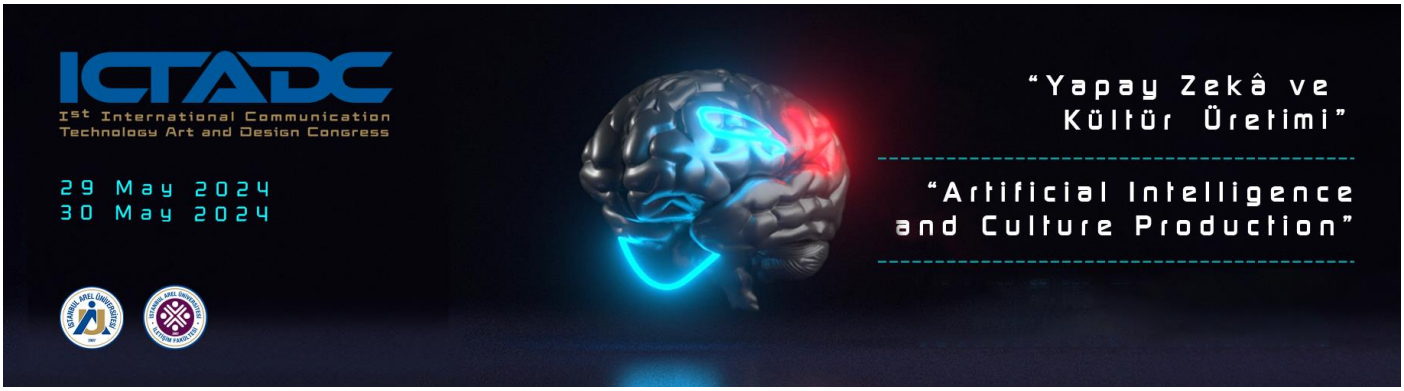
Bu tebliğde, "sürdürülebilirlik kapsamında çocuklara yönelik ürün ambalajlarının grafik tasarım açısından incelenmesi ve örnek bir çalışma yapılması" konusu hakkında bilgiler ileri sürülmektedir. Çalışmadaki asıl amaç şu şekildedir: İçinde yaşadığımız çağın en büyük problemlerinden birisi insanların doğaya verdiği zarardır. Her ne kadar pek çoğumuz çevreye ne gibi zararlar verdiğimizi fark etmiyor olsa da dünyamız her geçen gün geri dönülmez bir yola doğru ilerlemektedir. Yaşanılabilir bir dünya ve çevre için; doğanın dengesinin korunması, gerekli olan önlemlerin önceden alınması gerekmektedir. Son yıllarda gittikçe hızlı bir şekilde artan ve gelişen sanayileşme hammadde sorunu, küresel ısınma ve iklim problemlerini giderek artırmaktadır. Sürdürülebilir ve doğa dostu tasarım konusu ise giderek önem kazanmaktadır. Sürdürülebilir tasarım ise ambalaj tasarımın en önemli konularından biridir. Hemen hemen çoğumuz herhangi bir markete gittiğinizde kasaya doğru yaklaştıkça daha renkli ürünler, bizi satın almaya iten ambalajlar olduğunu fark etmişizdir. Çocukların ilgilerini çekebilecek tüm ürünler genellikle kasaya yakın yerlerde konumlandırılır. Çocukları etkilemek yetişkinlere göre çok daha kolay olduğu için pazarlama stratejileri de bu şekilde ayarlanıyor. Çocuklarda tıpkı bizim gibi doğumlarından itibaren bir tüketicidir. Büyüdükçe artan ihtiyaçları ve istekleriyle ise tamamen bir pazar alanıdır. Çocuk ürünleri pazarı her geçen gün hızla büyüyor ve sadece çocuklara hizmet eden markalar ise gün geçtikçe fazlalaşıyor. Avrupa'da yapılan pek çok araştırmaya göre özellikle çocukların ekonomi alanında çok büyük bir güç olduğu ortaya çıkmıştır. Markete ya da mağazaya giren hemen hiçbir çocuk ve ailesi eli boş bir şekilde çıkmamaktadır. Tüm bunları düşündüğümüzde bu ürünlerin ambalajlarının en çok tüketilen atıklarından biri olduğunu görmekteyiz. Tek kullanımlık ve dönüşümsüz ambalajlar kaynaklarımızın hızla yok olmasına ve büyük bir atık sorununa sebep olmaktadır. Bu atık sorunu ise sürdürülebilirlik konusunu doğrudan önemli kılmaktadır. Bu araştırmada betimsel içerik analizi yöntemi kullanılmış olup, sürdürülebilirlik alanındaki problemlere ilişkin olarak bir farkındalık oluşturmak amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında sürdürülebilirlik, çevre dostu ambalaj malzemeleri ve sürdürülebilir tasarımlar grafik tasarım açısından incelenmiştir. Araştırma sonunda örnek bir çalışma olarak sürdürülebilirliği destekleyen doğa dostu bir ambalaj tasarımı ortaya çıkmıştır. Bu tasarımla birlikte günümüzde tüketim topluluğunda en çok tüketilen grup olan çocuklara yönelik ürün ambalajlarının, içinde yaşadığımız dünyanın geleceği için bir farkındalık yaratması amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda sürdürülebilirlik bilinci ile büyüyen nesillerin

[1] *Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, edaduyaruren@gmail.com.*



ileride etraflarına ve çevreye olan yaklaşımları için bu kavramı (sürdürülebilirlik) erken yaşlarda gerek satın aldığı ürünlerle gerek ailede başlayarak bu fikri benimsemesi gerektiği kanısına varılmıştır. Benimseme ise çalışmada geçen sürdürülebilir ambalajlar ile desteklenebilir ve kişiye duyarlılık kazandırabilir. Bu sebeplerle ambalaj tasarımlarının sürdürülebilirliği için geri dönüştürülebilir malzemelerden üretilen ambalajlar tasarlanmalı ve bu konuda kapsamlı çalışmaların yürütülmesi gerektiği önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Sürdürülebilirlik, grafik tasarım, ambalaj tasarımı, görsel iletişim tasarımı, sürdürülebilir tasarım.*



INVESTIGATION OF PRODUCT PACKAGING FOR CHILDREN WITHIN THE SCOPE OF SUSTAINABILITY IN TERMS OF GRAPHIC DESIGN AND A EXAMPLE STUDY ON THIS SUBJECT

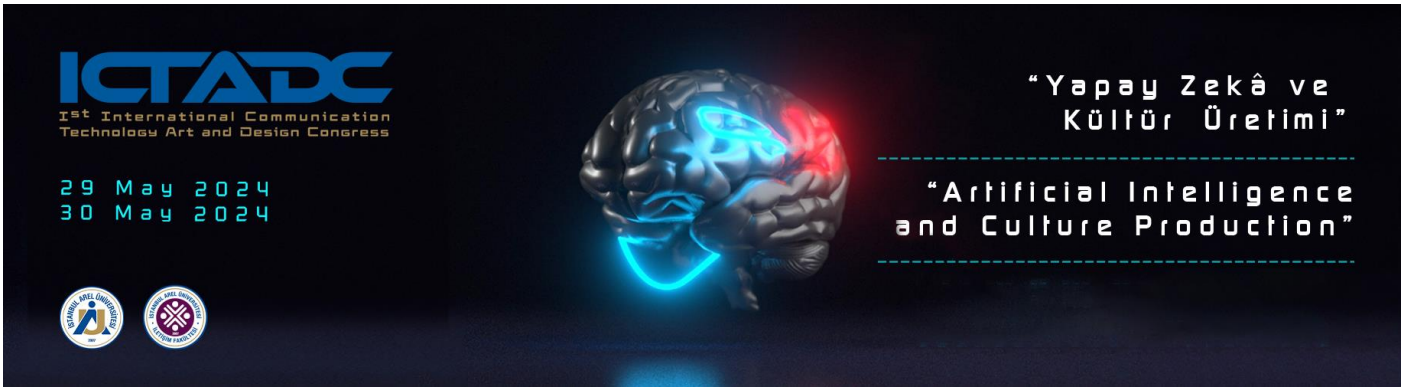
Eda ÜREN[1]

ABSTRACT

In this communiqué, information on the subject of "Examining product packaging for children in terms of graphic design within the scope of sustainability and conducting a sample study" is put forward. The main purpose of the study is as follows: One of the biggest problems of the age we live in is the damage humans cause to nature. Although many of us do not realize what damage we cause to the environment, our world is moving towards an irreversible path every day. For a livable world and environment; it is necessary to protect the balance of nature and take the necessary precautions in advance. Industrialization, which has been increasing and developing rapidly in recent years, is increasing the problem of raw materials, global warming and climate problems. Sustainable and environmentally friendly design is becoming increasingly important. Sustainable design is one of the most important issues of packaging design. Almost most of us have noticed that when you go to any market, as you approach the checkout, there are more colorful products, packaging that push us to buy. All products that can attract the attention of children are usually positioned close to the checkout. Since children are much easier to influence than adults, marketing strategies are adjusted accordingly. Children are consumers from birth, just like us. As they grow up, they are completely a market area with their increasing needs and desires. The market for children's products is growing rapidly every day and brands that serve only children are increasing day by day. According to many studies conducted in Europe, it has been revealed that children are a huge force in the economy. Almost no child and his/her family who enters the market or store leaves empty-handed. When we consider all this, we see that the packaging of these products is one of the most consumed wastes. Disposable and non-recyclable packaging causes our resources to disappear rapidly and causes a major waste problem. This waste problem makes the issue of sustainability directly important. In this research, descriptive content analysis method is used and it is aimed to raise awareness about the problems in the field of sustainability. Within the scope of the thesis, sustainability, environmentally friendly packaging materials and sustainable designs were analyzed in terms of graphic design. At the end of the thesis project, an environmentally friendly packaging design that supports sustainability has emerged as a sample study. With this design, it is aimed that product packaging for children, the most consumed group in today's consumption community, will create awareness for the future of the world we live in. As a result of the study, it was concluded that generations growing up with sustainability awareness should adopt this concept (sustainability) at an early age, starting with the products they buy and in the family, for their approach to their surroundings and the environment in the future. Adoption can be supported by the sustainable packaging in the study and can sensitize the person. For these reasons, it is suggested that for the sustainability of packaging designs, packaging produced from recyclable materials should be designed and comprehensive studies should be carried out on this issue.

Keywords: *Sustainability, graphic design, packaging design, visual communication design, sustainable design.*

[1] *Master's Student, Ankara Yıldırım Beyazıt University, edaduyaruren@gmail.com.*



SÜRDÜRÜLEBİLİR GRAFİK TASARIMDA ETKİLEŞİMLİ İNFOGRAFİK: SPECIES IN PIECES ÖRNEĞİ

Ebru Hilal YÜCE[1]

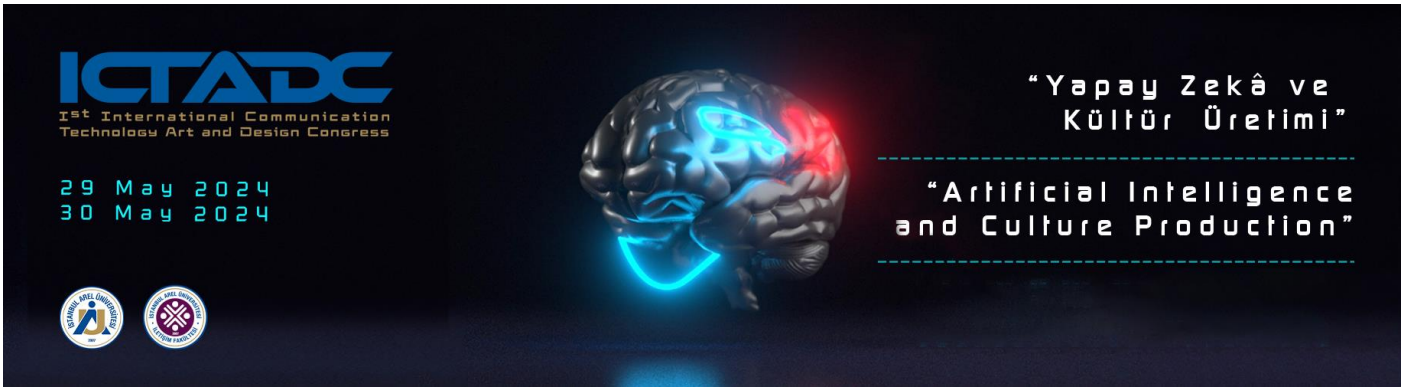
ÖZ

Günümüzde sürdürülebilirlik bilincinin artmasıyla beraber, grafik tasarım ürünleri sürdürülebilirlik mesajlarını etkili bir iletişim aracı haline getirmektedir. Sürdürülebilirlik kavramı, insan ihtiyaçları doğrultusunda doğal kaynakların korunarak çevreye zarar vermeden gelecek nesillere aktarılmasını ifade etmektedir. Bu kavram farklı disiplinlerde karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, kalkınma, ekonomi, çevre, dünya ve tasarım alanlarında sürdürülebilirlik önemli bir rol oynamaktadır. Sürdürülebilir tasarımın amacı çevreye zararı en aza indirmenin yanı sıra uzun vadede ekonomik ve sosyal bir fayda elde etmeye katkıda bulunmaktadır. Sürdürülebilir tasarım, çevreye duyarlı malzemelerin kullanılarak, enerji verimliliği hesaba katılarak ve ürünlerin yaşam döngüsünün tamamını düşünerek oluşturulan süreci kapsamaktadır. İnfografikler, karmaşık bilgilerin görsel ve metin öğelerinin birleşimiyle kolayca anlaşılmasını sağlayan görsel sunumlardır. Grafikler, şemalar, metinler gibi çeşitli öğeler bir araya getirilerek bilgiyi görselleştirmektedir. Bir iletişim aracı olan infografikler, sürdürülebilirlikle ilgili mesajların görsel ve etkileyici bir şekilde iletilmesini sağlamaktadır. Eğitim, iş dünyası, sosyal medya ve bilimsel araştırmalar gibi birçok alanda sıkça tercih edilmektedir. İnfografikler kullanım amacına göre statik veya dinamik şekilde olabilmektedir. Statik infografikler basılı materyallerde kullanılırken dinamik infografikler dijital ortamlarda interaktif veya video şeklinde kullanıcıyla etkileşim halindedir. İnteraktif infografiklerde kullanıcılar içeriğe doğrudan müdahale edebilmekte ve bilgiyi keşfetme sürecini ilk elden deneyimleyebilmektedir. İnteraktif infografikler, izleyicilerle etkileşime geçme ve bilgiyi kişiselleştirme imkânı sunarak, statik infografiklere kıyasla daha etkili bir biçimde bilgiyi aktarmakta ve anlamlandırmaktadır. Karmaşık bilgilerin interaktif infografikler aracılığıyla sunulması, bilgiye erişimde kağıt ve diğer fiziksel kaynakların kullanımını azaltmakta ve sürdürülebilirlik ilkelerine uygun olarak dijital ortamlarda yayınlanmaktadır. Araştırmada incelenmek üzere Species in Pieces isimli infografik çalışması seçilmiştir. Bu seçimin temel nedeni, infografik çalışmasının biyolojik çeşitlilik konusundaki sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımı ve görsel tasarımının dikkat çekici niteliğidir. Bu çalışmada nitel bir yaklaşım benimsenmiş olup, öncelikle ilgili belgeler ve kaynaklar doküman analizi yöntemiyle incelenmiştir. Ardından, Species in Pieces adlı infografik tasarımı görsel çözümleme yöntemiyle detaylı bir şekilde analiz edilmiştir. Species in Pieces infografik tasarımı doğal yaşamın korunması ve gelecek nesillere aktarılmasını anlatan, interaktif özelliklerle desteklenmiş bir çalışmadır.

Anahtar Kelimeler: *Grafik tasarım, infografik, interaktif, sürdürülebilirlik, tasarım.*

---

[1] *Yüksek Lisans Öğrencisi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, ebru.hilal60@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4274-0299.*



INTERACTIVE INFOGRAPHIC IN SUSTAINABLE GRAPHIC DESIGN: EXAMPLE OF SPECIES IN PIECES

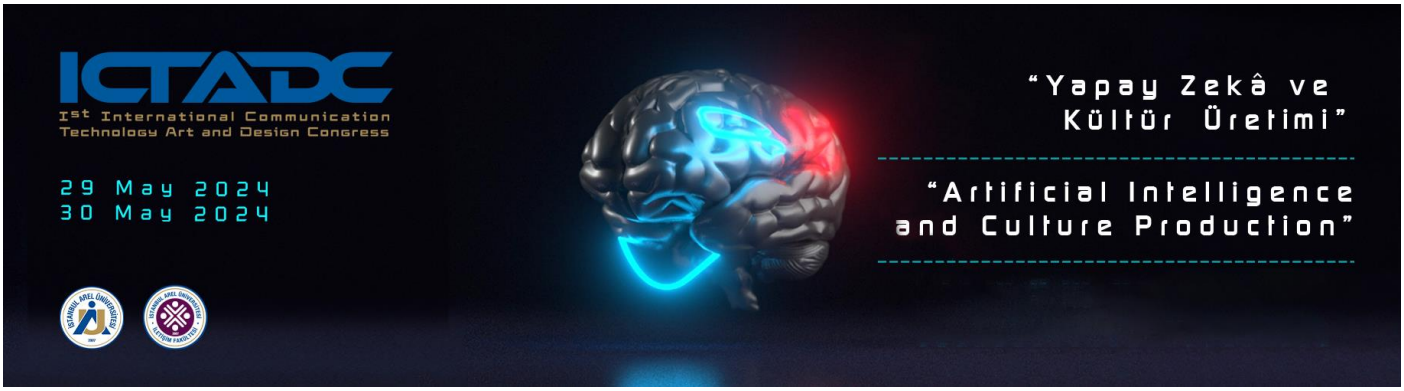
Ebru Hilal YÜCE[1]

ABSTRACT

Nowadays, with the increasing awareness of sustainability, graphic design products turn sustainability messages into an effective communication tool. The concept of sustainability refers to the preservation of natural resources in line with human needs and their transfer to future generations without harming the environment. This concept appears in different disciplines. For example, sustainability plays an important role in the fields of development, economy, environment, earth and design. The aim of sustainable design is to contribute to achieving economic and social benefit in the long term, as well as minimizing damage to the environment. Sustainable design includes the process of using environmentally friendly materials, taking into account energy efficiency and considering the entire life cycle of products. Infographics are visual presentations that enable complex information to be easily understood through a combination of visual and text elements. It visualizes information by bringing together various elements such as graphs, diagrams, and texts. Infographics, a communication tool, enable messages about sustainability to be conveyed in a visual and impressive way. It is frequently preferred in many areas such as education, business world, social media and scientific research. Infographics can be static or dynamic depending on the purpose of use. While static infographics are used in printed materials, dynamic infographics interact with the user in digital environments in the form of interactive or video. In interactive infographics, users can directly intervene in the content and experience the process of discovering information first-hand. Interactive infographics convey and give meaning to information more effectively than static infographics, providing the opportunity to interact with the audience and personalize the information. Presenting complex information through interactive infographics reduces the use of paper and other physical resources in accessing information and is published in digital environments in accordance with sustainability principles. The infographic study named Species in Pieces was selected to be examined in the research. The main reason for this choice is the infographic's sustainability-focused approach to biodiversity and the striking nature of its visual design. A qualitative approach was adopted in this study, and firstly, relevant documents and sources were examined using the document analysis method. Then, the infographic design named Species in Pieces was analyzed in detail using the visual analysis method. Species in Pieces infographic design is a work supported by interactive features, explaining the protection of natural life and transferring it to future generations.

Keywords: *Graphic design, infographic, interactive, sustainable, design.*

[1] *Master's Student, Ondokuz Mayıs University, ebru.hilal60@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4274-0299.*



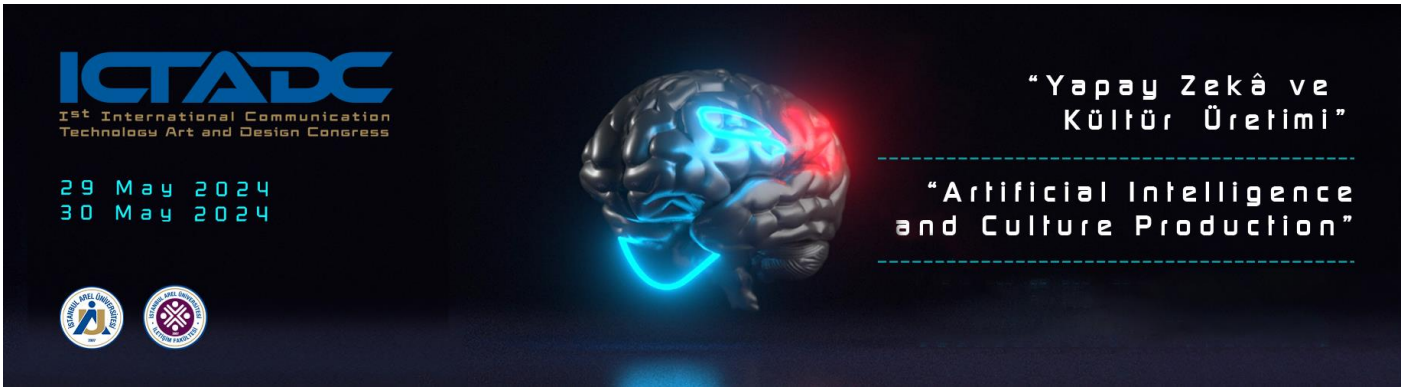
ERKEK GİYİMİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAPSAMINDA İLERİ DÖNÜŞÜM UYGULAMASI

Nergül SARI SEL[1] - Cantürk ÖZ[2]

ÖZ

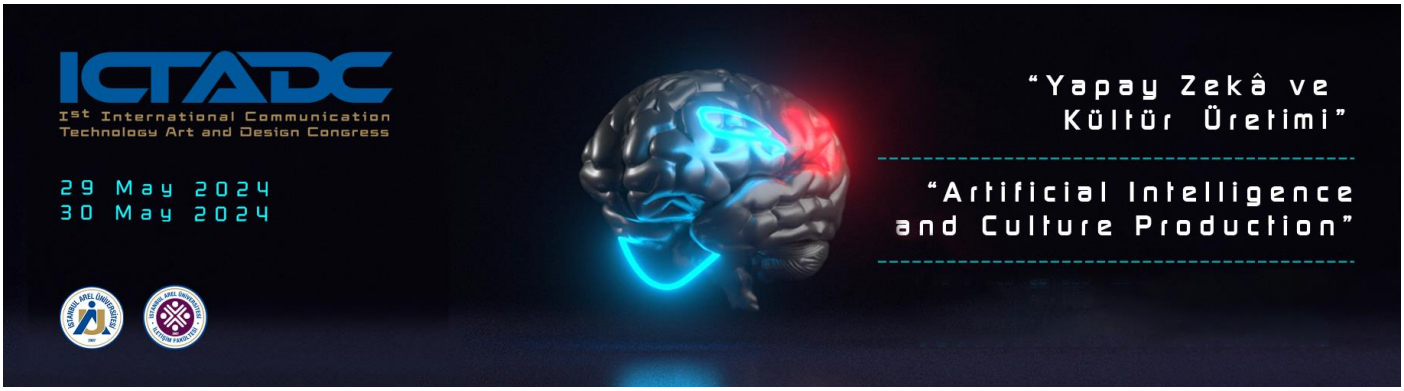
Giyim, insanlık tarihi boyunca toplumsal, sosyal, siyasi ve ekonomik değişikliklerle birlikte günümüze kadar sürekli yenilenmiştir. Bu bakımdan yaş, cinsiyet, fizyolojik özellik farkları da bu yenilenmede önemli olmaktadır. Moda sektörü, üretim ve tüketim kapasitesiyle, ekonomiye ve çevreye olumlu veya olumsuz etkileri kapsamında sürdürülebilirliğe konu olan, sektörler arasında yer almaktadır. Giyimin ucuza satılması; tüketicilerin, kolay bir şekilde moda olan ürünlere ulaşmasını sağlamış ve tüketicilerde kıyafet satın alma sayısını arttırmıştır. Moda sektöründe kıyafet üretiminin ve çeşitliliğinin artması; çevreyi, doğal kaynakları, atık yönetimini, adil çalışma şartlarını ve enerji verimliliğini olumsuz olarak etkilemiştir. Bu sebeple, sürdürülebilirlik kavramı moda alanında da gelişim göstermiştir. Sürdürülebilir moda, çevreye verilen zararları azaltmak, etik üretim sürecini sağlamak, çalışan haklarını gözetmek ve tüketicilerin kıyafetlerini daha bilinçli seçip, satın almaları ve kullanmaları açısından farkındalık yaratmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramı, moda sektörünün tüm aşamalarını kapsayıp; tasarım, üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerini de ele almaktadır. Tekstil atıklarının ve kaynak tüketiminin azaltılması açısından, modada ileri dönüşüm, sürdürülebilir odaklı bir teknik olarak gelişim göstermektedir. İleri dönüşüm, bu kapsamda dünyaya yeni ve çok sayıda ürünlerin imal edilmesini önlemek düşüncesini savunmaktadır. İmalat atıkları olarak çöpe gidecek ürünleri veya malzemeleri tekrar kullanıp yeni ve yaratıcı fikirlerle üretim yapmaktır. Tekstil fireleriyle veya artık kullanılmayacağı düşünülüp israf edilen ürünlerin ve materyallerin, yeni tasarım biçimleriyle katma değeri yüksek ürünlere dönüştürülmesi amaçlanmaktadır. Firmaların ve tasarımcıların şu anki teknoloji ile daha verimli, yenilikçi ve gelişmiş özellikler sunabilmesinin yolunu açabildiği ve hammaddelerin imalat sürecine girmeden ürünlere tekrar hayat vermenin bir yoludur. Modada ileri dönüşüm, yalnızca çevreyle ilgili değil, yaratıcılık ve estetik gibi unsurları da barındırmaktadır. Tasarımcılar, tekstil atıklarını ve atıl olan giysileri kullanarak eşsiz ve özgün tasarımlar çıkarmaktadır. Böylece, sektör sürdürülebilirlik ile yaratıcılığı bütünleştirmektedir. İleri dönüştürülmüş tasarımlarla moda üreticilerinin ve tüketicilerinin çevre bilincini, alış-veriş anlayışını, kıyafetlerin farklı şekilde kullanımlarının gelişmesini sağlayacaktır.

[1] *Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, 20221517029@std.nisantasi.edu.tr, ORCID:0009-0005-2423-4279.*
[2] *Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü, canturk.oz@nisantasi.edu.tr, ORCID:0000-0002-5369-5083.*



Bu çalışmada, sürdürülebilirlik gibi çağdaş bir anlayışla, bu kavramın içerisinde yer alan, ileri dönüşüm yönteminden yararlanarak, ürün ortaya çıkarılmıştır. Kullanılmayan erkek giysisinden; ileri dönüşüm tekniğiyle çanta tasarımı ve üretim süreçleri uygulamalı olarak gösterilmektedir. Moda sektöründe kullanılan geleneksel tasarım yöntemlerinin yerine sürdürülebilir yenilikçi yaklaşımların benimsenmesine, sürdürülebilirlik kapsamında ileri dönüştürülmüş tasarımların ve ürünlerin çoğalmasına, moda tasarımcılara ve tüketicilere yeni bir bakış açısı olarak katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Moda, sürdürülebilirlik, sürdürülebilir moda, ileri dönüşüm.*



ADVANCED TRANSFORMATION APPLICATION WITHIN THE SCOPE OF SUSTAINABILITY IN MEN'S CLOTHING

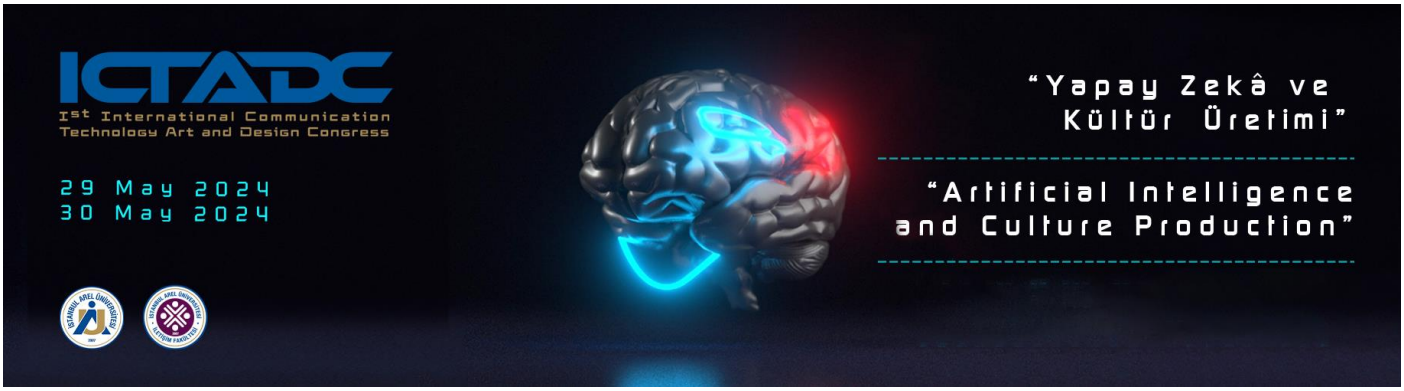
Nergül SARI SEL[1] - Cantürk ÖZ[2]

ABSTRACT

Clothing has been constantly renewed throughout human history, along with social, political and economic changes until today. In this regard, differences in age, gender and physiological characteristics are also important in this renewal. The fashion industry is among the sectors subject to sustainability, with its production and consumption capacity and its positive or negative effects on the economy and the environment. Clothing is sold cheaply; it has enabled consumers to easily access fashionable products and increased the number of consumers purchasing clothes. Increasing clothing production and diversity in the fashion industry; it has negatively affected the environment, natural resources, waste management, fair working conditions and energy efficiency. For this reason, the concept of sustainability has also developed in the field of fashion. Sustainable fashion raises awareness in terms of reducing harm to the environment, ensuring ethical production processes, protecting employee rights, and enabling consumers to choose, purchase and use their clothes more consciously. The concept of sustainability covers all stages of the fashion industry; it also addresses the design, production, distribution and consumption processes. In terms of reducing textile waste and resource consumption, fashion upcycling is developing as a sustainably focused technique. In this context, upcycling advocates the idea of preventing the production of new and numerous products for the world. It is to reuse products or materials that would go to waste as manufacturing waste and produce with new and creative ideas. It is aimed to transform products and materials that are wasted as textile waste or are thought to be no longer usable, into high added value products with new design styles. It is a way for companies and designers to offer more efficient, innovative and advanced features with current technology, and it is a way to give life to products without entering the manufacturing process of raw materials. Upcycling in fashion is not only about the environment but also includes elements such as creativity and aesthetics. Designers create unique and original designs using textile waste and idle clothes. Thus, the sector integrates sustainability and creativity. With upcycled designs, it will improve the environmental awareness of fashion manufacturers and consumers, their shopping understanding, and the different uses of clothes. In this study, a product was created with a modern understanding of sustainability, using the upcycling method included in this concept. From unused men's clothing; Bag design and production processes are demonstrated practically using the upcycling technique. It is thought that it will contribute to the adoption of sustainable innovative approaches instead of traditional design methods used in the fashion industry, the proliferation of upcycled designs and products within the scope of sustainability, and a new perspective for fashion designers and consumers.

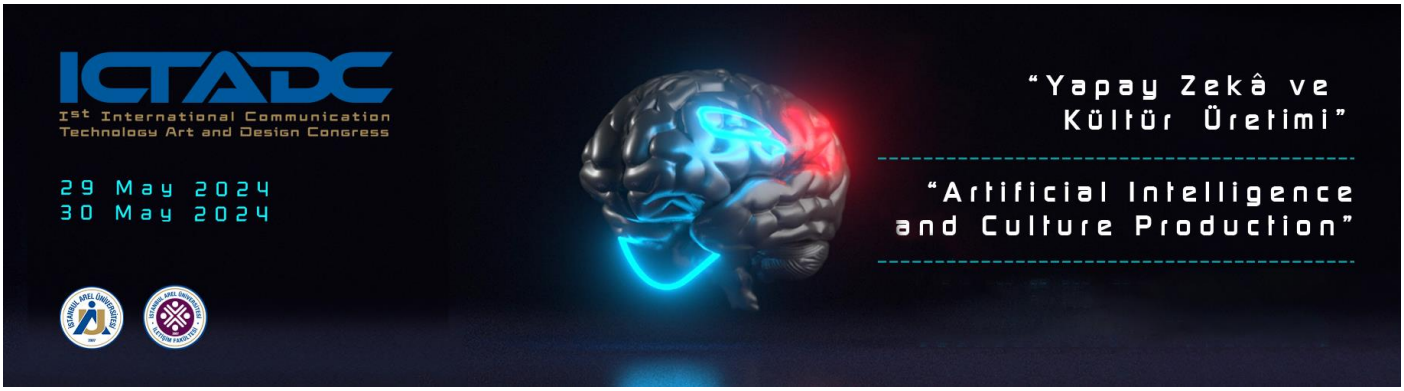
Keywords: *Fashion, sustainability, sustainable fashion, upcycling.*

[1] *Master's Student, İstanbul Nişantaşı University, 20221517029@std.nisantasi.edu.tr, ORCID:0009-0005-2423-4279.*
[2] *Assist. Prof. Dr., İstanbul Nişantaşı University, Faculty of Art and Design, Department of Textile and Fashion Design,canturk.oz@nisantasi.edu.tr, ORCID:0000-0002-5369-5083.*



"YAPAY ZEKÂ, TASARIM VE DİJİTAL DENEYİM"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE, DESIGN, AND DIGITAL EXPERIENCE"



SANAT, TASARIM VE YAPAY ZEKÂ

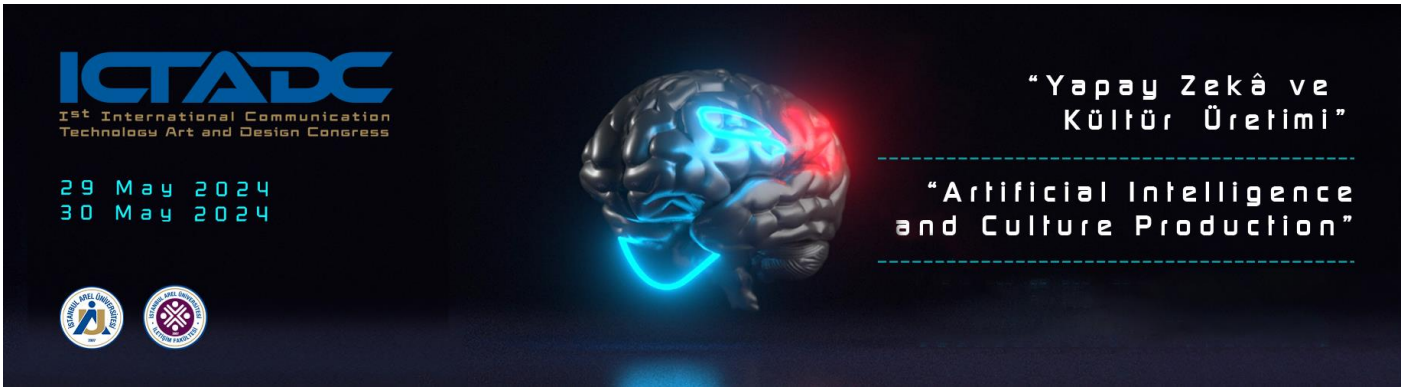
Elmas ERDOĞAN[1] - Seher Simay KUŞOĞLU[2]

ÖZ

Yapay zekâ (artificial intelligence) belli görevleri yerine getirmek amacı ile insan zekâsını taklit eden ve topladıkları bilgileri yineleyerek kendilerini geliştirebilen sistemler olarak tanımlanmaktadır. Sistem var olan durumları gözlemleyerek belirlenen parametreler doğrultusunda verileri hızla işleyip akıllı algoritmalar ile birleştirerek işlemektedir. Toplum, bilim, teknoloji (olgularının) kesişiminde konumlanan yapay zekâ bilgisayar sistemleri aracılığı ile insan zekâsının gerçekleştireceği görevleri girilen veriler doğrultusunda yerine getirebilme yeteneğidir. Tasarım ise sanat, mimarlık, mühendislik gibi alanlar ile ilgili olup yeni bir nesne, bina, makine, ürün vb. yaratma ve geliştirme biçimi olarak herhangi bir alanda bir fikir olarak başlayan insan zihninde oluşan bir düşüncenin proje haline getirilerek fiziksel çevrede uygulanabilir, somut bir nesne, alan, mekân, yapı gibi bir tasarım ürününe dönüştürülme eylem ve sürecidir. Bir tasarım alanı ve insan yaşamının bir gereği olarak sanat (edebiyat, resim, müzik, mimarlık, heykel, tiyatro, sinema, dans gibi) ise yaratıcılığın ve hayal gücünün farklı biçimlerde ifadesidir. Duyular ile ilgili olan ve birçok açıdan toplum ve insan yaşamında önemli bir yeri olan sanat, yaşama ve çevre oluşumuna katkı sağlarken yaşam alanlarına anlam da kazandırmakta; bireylerin kendilerini evren ile ilişkili olarak deneyimlemesine olanak sağlamaktadır. İnsanların duygularını aktarabilmeleri için de bir araç olan sanat tüm toplum ve uygarlıklarda önemli olmuş; estetik, iyilik, güzellik, duyarlılık ve yenilik olarak ifade bulurken sanatın insan ruhunu yücelten, derin varlık bilincini duyumsatan boyutu da önemini artırmıştır.

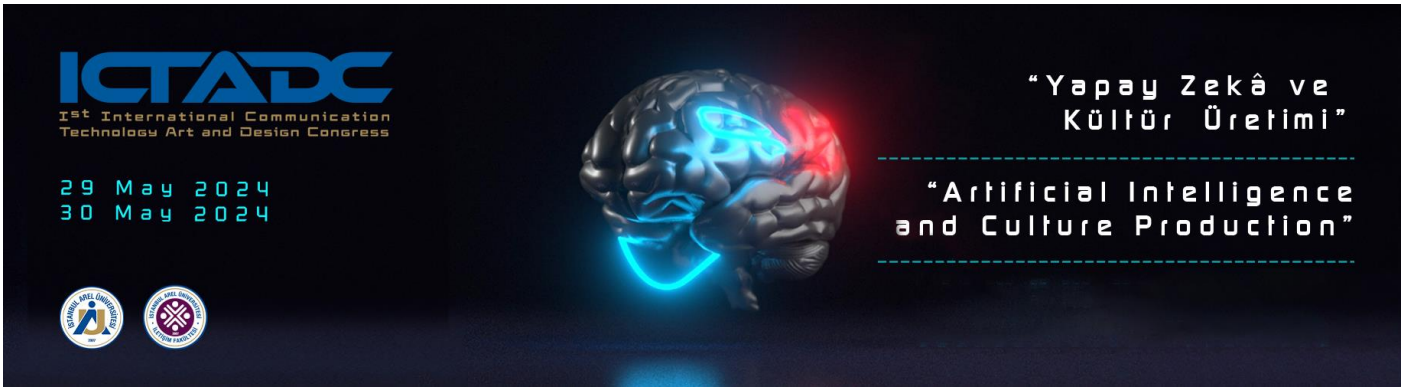
Yapay zekâ her alanda olduğu gibi sanat alanında da kullanılmaktadır. Bugün yapay zekâ ile birçok üretken karşıt ağların kullanımı ile oluşturulmuş sanat yapıtı bulunmaktadır. Böylece müzik, grafik tasarım, dijital çalışmalar ile sanatı insan dışı varlıklar ile üretmektedir. Derin öğrenme ve benzeri teknolojilerin kullanımı ile birçok sanat ve tasarım alanında üretim yapılabilmektedir. Yapay zekâ uygulamaları ile makine öğrenimi (machine learning), derin öğrenme (deep learning), doğal dil (natural language processing), bilişsel hesaplama, ileri algoritma gibi uygulamalar ile birçok alanda analiz, karmaşık görevleri gerçekleştirme, dil anlama ve yazma gibi etkinlikler kolayca gerçekleştirilebilmektedir. Ancak sanat bir süje ve yaratım/tasarım alanı olarak bu alanda yapay zekânın kullanımının uygunluğu tartışılabilir konumdadır.

[1] *Prof. Dr., Ankara Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, eerdogan@ankara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4193-629X.*
[2] *Arş. Gör., Ankara Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, sskusoglu@ankara.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8932-5490.*



Bu çalışmada öncelikle yapay zekânın tanımı yapılacak, bileşenleri ve hangi alanlarda etkin kullanıldığı ortaya konacaktır. Daha sonra ise sanat ve tasarım alanları; sanat ve tasarımın çıkış noktası, duyusal değerler, soyut kavramlar irdelenecektir. Son aşamada ise yapay zekânın, yaratım süreci, tasarım ve sanat bağlamında irdelenerek yapay zekâ kullanılarak oluşturulan çalışmalar, sanatsal nitelikleri ve duyusal boyutları kapsamında tartışılacaktır. Yanı sıra yapay zekânın sanat ve tasarım alanında kullanımına ilişkin olumlu ve olumsuz yönler ile doğruluğu ve etik boyutu değerlendirilecektir.

Anahtar kelimeler: *Sanat, tasarım, yapay zekâ, süje, mimarlık, teknoloji, veri işleme.*



YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ KURUMSAL KİMLİK TASARIMI: CHATGPT EKSENİNDE EXPLORE GPT'S KULLANIMI

Deniz YENGİN[1] - Yasemin ÇAKAR[2] - Eda ERDEM[3]

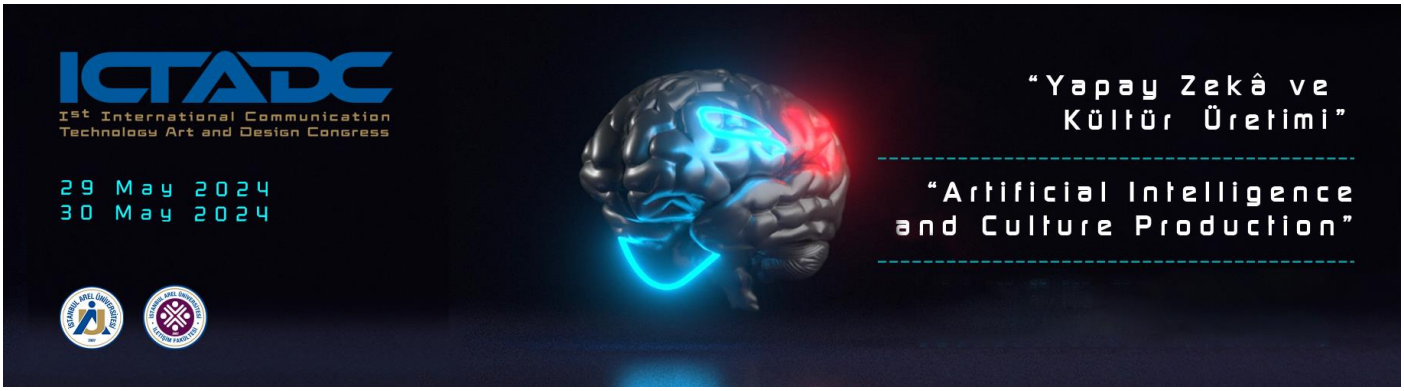
ÖZ

Son yılların popüler konu başlıkları arasında yer alan yapay zekâ kavramı, insanın rutin işlerini gerçekleştirebilen bir yapıya sahiptir. Birbirinden farklı sektörlere entegre edilen yapay zekâ basitçe insanlaşmış makineler olarak tanımlanabilmektedir. Mekanik dilin, doğal dil işleme teknolojisiyle insan-makine etkileşimini gerçekleştirebilmesi, bireyin yapay zekâ üretiminde rol almasını sağlamaktadır. Komutlar yoluyla çalışan yapay zekâ teknolojilerinde, doğru soruyu yönelterek istenilen çıktıyı elde etmek insanın üretim süreçlerindeki rolüne dikkat çekmektedir. İletişim alanında da sıkça gördüğümüz yapay zekâ kavramı pazarlama ve reklamcılık alanında da kullanılmaktadır.

Reklamcılık yaratıcı ve ilgi uyandıracak biçimde insanları, kitleleri etkilemeyi hedeflemektedir. Hizmet veya ürünün özelliklerle birlikte tanıtılmasını ve bilinirliğinin artırılmasını sağlamak amacı ile yapılmaktadır. Pazarlama ise bir ürün veya hizmetin satışını artırıp kar elde edilmesi amacı ile yapılan tüm çalışmaları kapsamaktadır. İletişim alanının bir dalı olarak karşımıza çıkan reklamcılık ve halkla ilişkiler alanları da yeni dünya düzeninde yapay zekâ ekseninde yeniden şekillenmektedir. Bu doğrultuda reklam stratejileri, pazarlama tasarımı, veri analizi, müşteri tespiti, reklam hedefleme ve içerik üretimi gibi alanlarda yapay zekâ teknolojilerinden yararlanılabilmektedir. Günümüzün ve geleceğin anahtar teknolojisi olan yapay zekâ her sektörde olduğu gibi reklamcılık ve pazarlama alanında da önemli dinamikler yaratmaktadır.

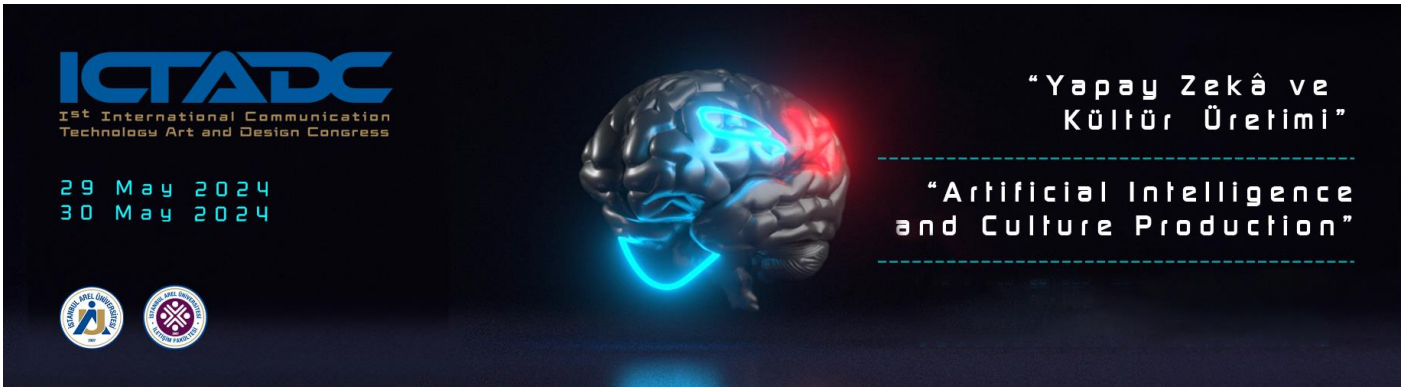
Yapay zekânın tasarım gücüne odaklanarak hazırlanan çalışmada OpenAI tarafından geliştirilen ChatGPT uygulamasından yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında yapay zekâ destekli hizmet veren ChatGPT uygulamasının içerisinde bulunan ve Explore GPTS's olarak adlandırılan modüller kullanılarak kurumsal kimlik tasarımı gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda, ChatGPT içerisinde bulunan Explore GPT's modüllerinden yararlanılarak, bilimsel bir dergi oluşturulmaya çalışılmış ve yapay zekâ destekli kurumsal kimlik tasarımı ortaya konmaya çalışılmıştır. Araştırmada, oluşturulmaya çalışılan bilimsel dergiye ilişkin; yapay zekâ destekli vizyon, misyon, marka, logo, reklam sloganı gibi unsurları içeren yazılı/görsel içerik hazırlatılmıştır. Simülasyon kuramı ekseninde inşa edilen çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda yapay zekâ teknolojisinin görsel tasarım odaklı üretimde başlangıç seviyesinde olduğu, metin odaklı içeriklerde daha

[1] *Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, deniz.yengin@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6846-0770.*
[2] *Yüksek Lisans Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, yaseminncakr@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2145-6966.*
[3] *Yüksek Lisans Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, edardm7@gmail.com, ORCID: 0009-0005-3780-4453.*



başarılı olduğu ön plana çıkmıştır. Yapay zekâ destekli birbirinden farklı modüllerin pazarlama, reklamcılık ve kurumsal kimlik tasarımı gibi alanlarda kullanılabileceği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *ChatGPT, kurumsal kimlik, reklamcılık, yapay zekâ, yeni medya.*



ARTIFICIAL INTELLIGENCE SUPPORTED CORPORATE IDENTITY DESIGN: USE OF EXPLORE GPT'S ON THE CHATGPT AXIS

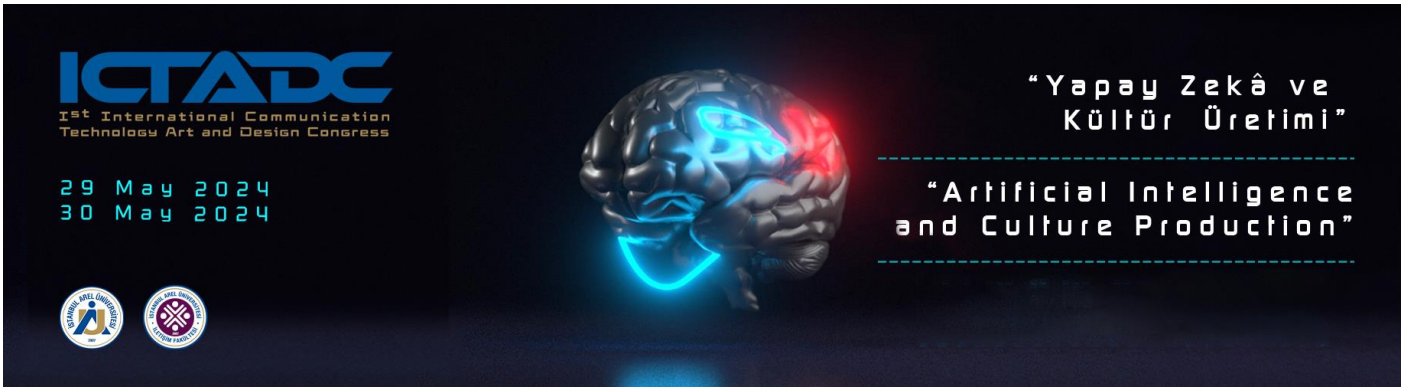
Deniz YENGİN[1] - Yasemin ÇAKAR[2] - Eda ERDEM[3]

ABSTRACT

The concept of artificial intelligence, which is among the popular topics of recent years, has a structure that can perform routine human tasks. Artificial intelligence integrated into different sectors can simply be defined as humanized machines. The ability of mechanical language to realize human-machine interaction with natural language processing technology enables the individual to take part in the production of artificial intelligence. In artificial intelligence technologies that work through commands, obtaining the desired output by asking the right question draws attention to the role of humans in production processes. The concept of artificial intelligence, which we frequently see in the field of communication, is also used in the field of marketing and advertising. Advertising aims to influence people and masses in a creative and interesting way. It is done with the aim of introducing the service or product with its features and increasing its awareness. Marketing covers all activities carried out with the aim of increasing the sales of a product or service and making a profit. The fields of advertising and public relations, which are a branch of the field of communication, are also being reshaped around the axis of artificial intelligence in the new world order. In this regard, artificial intelligence technologies can be used in areas such as advertising strategies, marketing design, data analysis, customer identification, ad targeting and content production. Artificial intelligence, the key technology of today and the future, creates important dynamics in the field of advertising and marketing, as in every sector. The study, which was prepared by focusing on the design power of artificial intelligence, used the ChatGPT application developed by OpenAI. Within the scope of the study, a corporate identity design was attempted by using modules called Explore GPTS's in the ChatGPT application, which provides artificial intelligence-supported services. In this direction, by making use of Explore GPT's modules in ChatGPT, a scientific journal was tried to be created and an artificial intelligence-supported corporate identity design was tried to be put forward. In the research, regarding the scientific journal that is tried to be created; Written/visual content containing elements such as artificial intelligence-supported vision, mission, brand, logo, advertising slogan was prepared. Content analysis, one of the qualitative research methods, was used in the study built on the axis of simulation theory. As a result of the research, it has come to the fore that artificial intelligence technology is at the beginning level in visual design-oriented production and is more successful in text-oriented content. It has been determined that different modules supported by artificial intelligence can be used in areas such as marketing, advertising and corporate identity design.

Keywords*: ChatGPT, corporate identity, advertising, artificial intelligence, new media.*

[1] *Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Communication, Department of New Media and Communication, deniz.yengin@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6846-0770.*
[2] *Master's Student, Çanakkale Onsekiz Mart University, yaseminncakr@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2145-6966.*
[3] *Master's Student, Çanakkale Onsekiz Mart University, edardm7@gmail.com, ORCID: 0009-0005-3780-4453.*



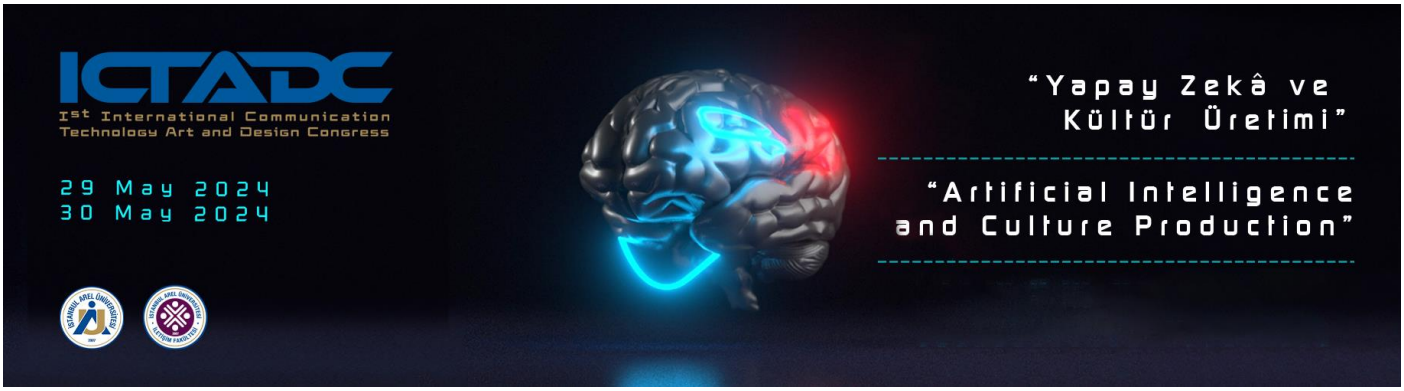
DİJİTAL SANATLARDA SERGİLEME YÖNTEMLERİ

Ebru DEDE[1]

ÖZ

Günümüzde sanatçılar eserlerini yeni yaratıcı keşifler sağlayan, üretimi hızlı ve ekonomik olan çeşitli dijital sanat teknikleriyle üretmeye ve bu eserlerini gerek çevrim içi platformlarda gerekse fiziksel mekanlarda sergilemeye yönelmektedirler. Bu çalışmada dijital sanat eserlerinin farklı sergileme yöntemleri örneklendirilerek bunların nasıl geliştirilebileceği üzerinde tartışılması amaçlanmaktadır. Eserin etkisini büyük ölçüde değiştiren sergileme yöntemlerinin geliştirilmesi önem taşımaktadır. Dijital sanat eserlerinde fiziksel ve çevrim içi farklı sergileme yöntemlerini araştırmak, bu yöntemlerde sanatçıların ve izleyicilerin avantajlarını ortaya koymak, sergileme yöntemleriyle ilgili giderek gelişen teknolojiler karşısında beklentilerin neler olduğunu ve geliştirilebilir yönleri tespit etmek ve sanatçılarla yazılımcılar arasında iş birliği önerilerinde bulunmak çalışmanın kapsamını oluşturmaktadır. Birisi yazarın oluşturduğu bir platform olmak üzere toplam altı çevrim içi sergileme platformu ile on iki farklı fiziksel sergileme metodu örneklendirilerek karma yöntemle analiz edilmiştir. Araştırmada çevrim içi sergileme yöntemlerinin izleyici açısından tespit edilen olumlu yönleri uzak mesafeleri yakınlaştırması, konforlu ve ekonomik olması, zamandan tasarruf edilmesi, izlemeye ara verme ve tekrar izleyebilme olanağı ve yorumların görünürlüğüdür. Geliştirilmesi gereken yönleri ise interaktif deneyimin eklenmesi ve sosyalleşme açısından interaktif iletişim yöntemlerinin kullanılmasıdır. Sanatçı açısından çevrim içi sergileme yöntemlerinin olumlu yönleri ise uluslararası izlenme ve tanınma olanağı, serginin kayıt kolaylığı, ekonomik olması, serginin izleyici sayısının hesaplanabilmesi, izleyici yorumlarının herkese açık olmasıdır. Geliştirilmesi gereken yönleri ise katılımcılar için etkileşim sağlama ve sıra dışı sergileme yöntemleri için yazılımcılarla sanatçılar arasında iş birliği sağlanmasıdır. Fiziksel sergileme yöntemlerinde izleyici açısından olumlu yönleri interaktif deneyimlerin merak uyandırması, çocuklara yönelik aktiviteler içermesi ve sosyalleşme imkanının mümkün olmasıdır. Olumsuz yönleri ise sergiyi gezmek için zaman yaratma, uzak mesafelere yolculuk, yollardaki trafik, mekanlardaki kalabalık ve yapılan masraflardır. Fiziksel sergileme yöntemleri sanatçı açısından, eserlere gösterilen ilginin sosyal medya hesaplarında paylaşımı, bu mekanların basın ile geçmişe dayalı bir irtibatının bulunması sebebiyle haber olanaklarının artması, belirli sayıda galerinin teknik alt yapısının interaktif eserleri sergilemeye elverişli olması, sıra dışı sergileme yöntemlerinin uygulanabilmesinde yeni yazılımlara oranla daha alışıldık çözümler geliştirilebilmesi, galerilerin belirli bir geçmişinin olması dolayısıyla daha prestijli görülmesi ve bu nedenlerle

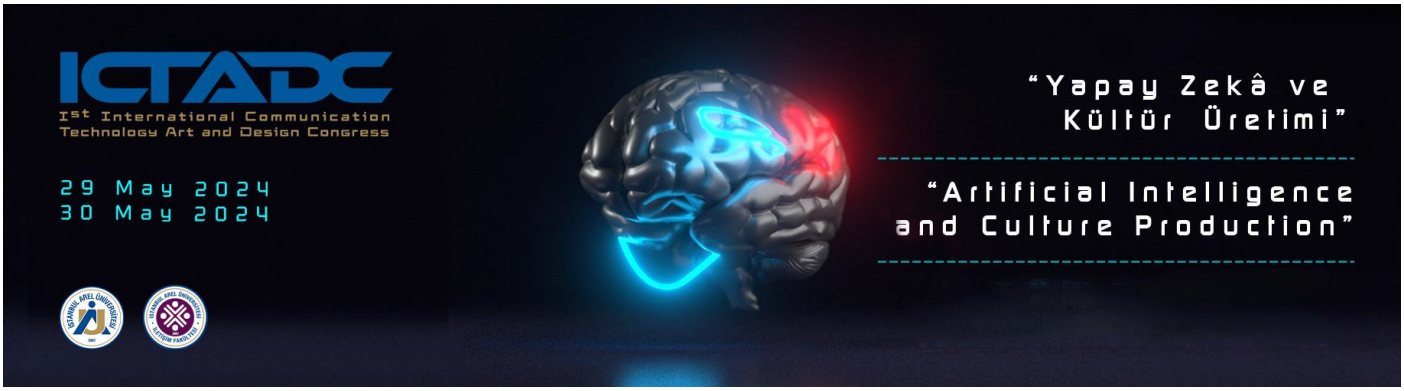
[1] *Doç. Dr., Maltepe Üniversitesi,İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı, ebrudede@maltepe.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7403-8608.*



tanınırlığın artmasıdır. Ancak sergileme bütçesi için sponsorların yetersiz olması ve dijital sergilemeye uygun mekânların yeterli sayıda olmaması dijital eser üreten sanatçılar açısından dezavantaj sayılabilir.

Yapılan araştırmanın sonucunda, çevrim içi sergileme platformlarının artırılması, bu platformlara interaktif deneyimin eklenmesi, sıra dışı sergileme olanakları için sanatçılarla iş birliği yapılarak yazılımlar geliştirilmesi, akademisyen sanatçılar için teşvik olanağı sağlanması, mevcut galeri ve müzelerin ilave olarak çevrim içi sergileme yöntemlerini kullanmaları ve geliştirmeleri önerilmektedir. Bunlara ilave olarak, fiziksel sergi platformlarının artırılması ve yaygınlaştırılması, sponsor desteğinin artırılması, mekânlarda bilgi desteği sağlayacak personelin ya da bilgilendirici panoların geliştirilmesi, disiplinler arası iş birliğini sağlayacak projelerin teşvik edilmesi önerilerinde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Çevrim içi sergi, dijital sanat, interaktif sanat, sergileme yöntemleri.*



EXHIBITION METHODS IN DIGITAL ARTS

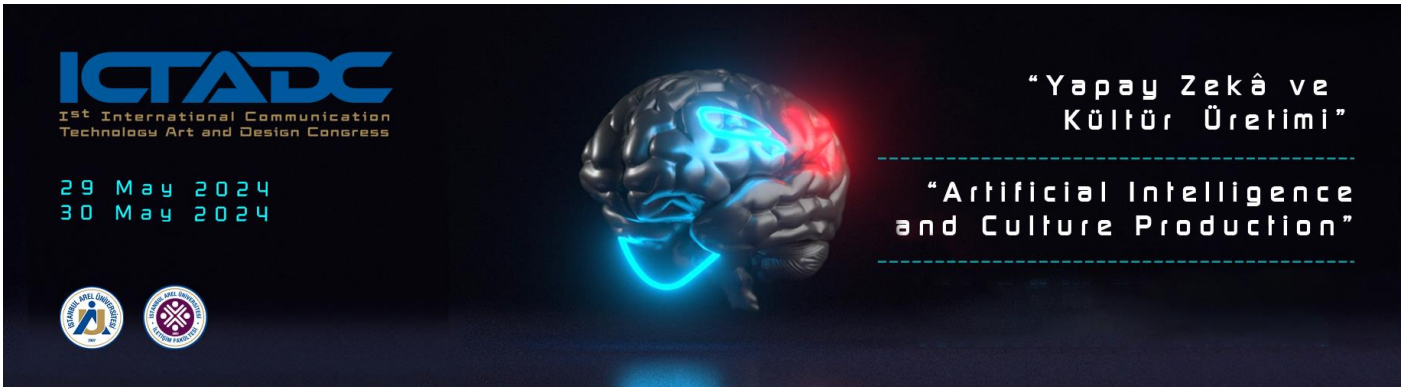
Ebru DEDE[1]

ABSTRACT

Nowadays, artists tend to produce their works with various digital art techniques that provide new creative discoveries, are fast and economical to produce, and exhibit these works both on online platforms and in physical spaces. In this study, it is aimed to exemplify different exhibition methods of digital works of art and discuss how they can be improved. It is important to develop exhibition methods that greatly change the effect of the artwork. Investigating different methods of exhibition in digital artworks, revealing the advantages of artists and audiences in these methods, identifying the expectations in the face of developing technologies related to exhibition methods, and making proposals to cooperate between artists and software developments are the scope of the study. A total of six online exhibition platforms, one of which has been established by the researcher and twelve physical display methods have been exemplified and analyzed using mixed methods. The positive aspects of online exhibition methods identified in the research for the audience are that being able to visit exhibitions from long distances comfortably and more economical, save time, the possibility of taking a break from watching and watching again, and the visibility of comments about exhibition. The aspects that need to be improved are the addition of interactive experience and the use of interactive communication methods for socialization. The positive aspects of online exhibition methods for the artist are the possibility of international viewing and recognition, ease of registration of the exhibition, its affordability, the number of viewers of the exhibition can be calculated, and audience comments are open to everyone. The aspects that need to be improved are the collaboration between software developers and artists for interaction for the participants and extraordinary exhibition methods. The positive aspects of physical exhibition methods for the audience are that interactive experiences arouse curiosity, include activities for children and provide the opportunity for socialization. The negative aspects are the time spent visiting the exhibition, traveling long distances, traffic on the roads, crowds in venues and expenses. Physical exhibition methods, for the artist, include sharing the interest in the works on social media accounts, increasing news opportunities due to the historical connection of these places with the media, the technical infrastructure of a certain number of galleries being suitable for exhibiting interactive works, and the application of extraordinary exhibition methods can be developed more common solutions than new software, galleries are seen as more prestigious because they have a certain history, and recognition increases for these reasons. However, insufficient sponsors for the exhibition budget and insufficient number of venues suitable for digital exhibition can be considered disadvantages for artists who produce digital works. As a result of the research, it is recommended to increase online exhibition platforms, add interactive experience to these platforms, develop software in cooperation with artists for extraordinary exhibition opportunities, provide incentives for academic artists, and existing galleries and museums should additionally use and develop online exhibition methods. In addition, suggestions have been made to increase and expand physical exhibition platforms, increase sponsor support, develop personnel or informative panels to provide information support in venues, and encourage projects that will ensure interdisciplinary cooperation.

Keywords: *Digital art, exhibition methods, interactive art, online exhibition.*

[1] *Assoc. Prof. Dr., Maltepe University, Faculty of Communication, Department of Visual Communication Design, ebrudede@maltepe.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7403-8608.*



SPOR OYUNLARINDA GÖRSEL KİMLİK SİSTEMLERİ: FIFA DÜNYA KUPASI ÖRNEĞİ

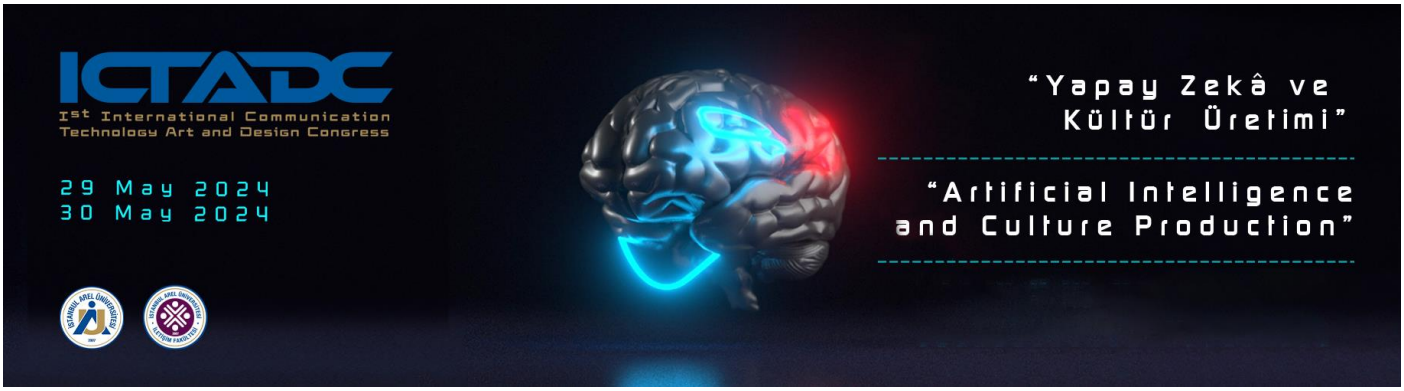
Merve ERSAN[1]- Ozan EMEN[2]

ÖZ

Günümüzde sadece ticari faaliyet gösteren şirketler değil, kişiler, ülkeler, şehirler ve organizasyonlar da birer marka olmuştur. Markalaşmanın bir aracı olan görsel kimlik, kuruluşlar için oldukça önemli bir unsurudur. Görsel kimlik, kurumun hedef kitlesiyle iletişim kurmasını sağlayan ve markanın benzersiz karakteristik özelliklerini yansıtan bir dizi görsel öğeden oluşur. Bu öğeler, logo, renk paleti, tipografi, çeşitli grafik elemanlar gibi görsel unsurları içerir. Günümüzde büyük kitleler tarafından takip edilen ve izlenen spor organizasyonları da tıpkı kuruluşlar gibi, tanıtımını yapmak ve insanların ilgisini çekmek amacıyla bir görsel kimlik sistemine ihtiyaç duyarlar. Bu görsel kimlik aracılığıyla organizasyonun bilinirliğinin artırılması, daha büyük kitleler tarafından izlenilmesi amaçlanmaktadır. Bu araştırmada spor organizasyonlarında görsel kimlik sisteminin yeri ve önemi incelenmiştir. Araştırmada, literatür taraması ve doküman incelenmesi yöntemi kullanılmıştır. Öncelikle marka ve görsel kimlik ilişkisi üzerinde durulmuş, sonrasında en önemli spor organizasyonlarından biri kabul edilen FIFA Dünya Kupası'nın başlangıcından günümüze kadar tasarlanan görsel kimlik sistemleri betimsel açıdan analiz edilmiştir. Dünya Kupası'nın ilk yıllarında kapsamlı bir görsel kimlik sistemin bulunmadığı, logo yerine sadece afiş ile tanıtımların yapıldığı görülmektedir. Organizasyonun düzenlendiği ülke ile ilgili sembolik bilgiler içeren bu afişlerde çeşitli sanat akımlarının etkileri belirgindir. FIFA Dünya Kupası için logo tasarımının ilk örneği 1954 yılında İsveç'te düzenlenen organizasyonda görülmekte olup ilerleyen yıllarda logo ev sahibi ülkeler tarafından çeşitlenmektedir. Araştırmada incelenen logolarda genel olarak organizasyona ev sahipliği yapan ülkelerin renkleri ve meşrulaşmış sembolleri betimlenmiştir. İlerleyen yıllarda karmaşık görsel öğelerden uzaklaşılmış, anlaşılabilirliğin kolay olduğu, sade, minimalist ve daha modern bir yaklaşım benimsenmiştir. Dünya Kupası'nda 21. yüzyıldan itibaren logoya ek olarak farklı görsel öğelerin kullanıldığı görsel kimlik tasarımları görmek mümkündür. Başlangıçta sadece afiş olarak ortaya çıkan Dünya Kupası görsel kimlikleri zaman içinde logo, maskot, reklam tasarımı, forma, infografik, harita, otobüs giydirmeleri, çeşitli açık hava tasarımları, sosyal medya uygulamaları, web tasarımı Bottom of Form ve top üzerinde yer alan tasarımlara kadar çeşitlenmiştir. Çalışma, görsel kimlik sistemlerinin spor organizasyonlarında nasıl kullanılabileceği konusunda gelecekteki organizasyonların stratejilerini geliştirmelerine yardımcı olması bağlamında önemlidir.

Anahtar Kelimeler: *Logo, görsel kimlik, FIFA Dünya Kupası, spor organizasyonları*.

[1] Doç., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, merve.ersan@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0587-7875.
[2] Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, emen.ozan@hbv.edu.tr, ORCID: 0009-0003-8491-0860.



VISUAL IDENTITY SYSTEMS IN SPORTS EVENTS: THE CASE OF THE FIFA WORLD CUP

Merve ERSAN[1]- Ozan EMEN[2]

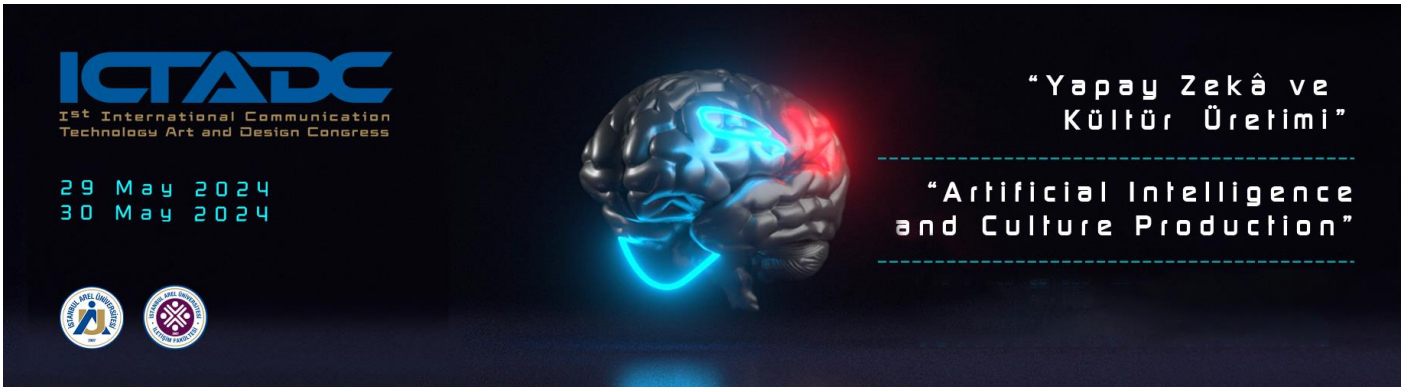
ABSTRACT

Today, branding has transcended the realm of commercial enterprises, extending to encompass individuals, countries, cities, and organizations. Visual identity, as a tool of branding, stands as a crucial element for organizations. It constitutes a series of visual elements that facilitate communication with the organization's target audience and reflect its unique characteristics. These elements encompass logos, color palettes, typography, and various graphic elements, among others. Notably, sports organizations, which are followed and watched by massive audiences, also necessitate a visual identity system to promote themselves and attract interest, akin to commercial entities. Through this visual identity, the aim is to enhance the organization's visibility and garner a larger audience. This research delves into the significance and placement of visual identity systems in sports organizations. Employing literature review and document analysis methodologies, the study initially explores the relationship between branding and visual identity. Subsequently, it conducts a descriptive analysis of visual identity systems designed for one of the most prominent sports events, the FIFA World Cup, from its inception to the present day. It is evident from the analysis that during the nascent years of the World Cup, a comprehensive visual identity system was lacking, with promotional efforts relying solely on posters rather than logos. These posters, containing symbolic information about the host country, exhibit the influences of various art movements. The first instance of logo design for the FIFA World Cup is observed in the 1954 edition held in Sweden, marking the initiation of logo diversification in subsequent editions, reflecting the colors and established symbols of the host countries. Over the years, a shift towards simplicity, minimalism, and modernity is discernible, abandoning complex visual elements in favor of easy comprehensibility. From the 21st century onwards, visual identity designs for the World Cup have incorporated various elements beyond the logo, spanning mascots, advertising designs, uniforms, infographics, maps, bus wraps, outdoor designs, social media applications, web design, and designs on the ball. This study holds significance in guiding future event strategies by elucidating how visual identity systems can be utilized effectively in sports organizations.

Keywords: *Logo, visual identity, FIFA world cup, sports organizations.*

[1] *Assoc. Prof., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Faculty of Art and Design, Department of Graphic Design, merve.ersan@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0587-7875.*

[2] *Master's Student, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, emen.ozan@hbv.edu.tr, ORCID: 0009-0003-8491-0860.*



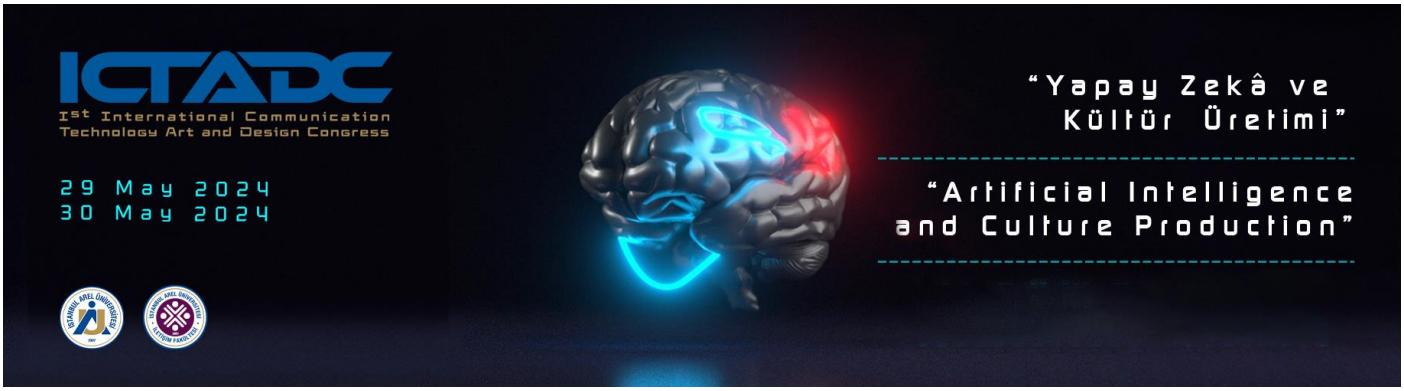
NESNELERİN İNTERNETİ BAĞLAMINDA OTONOM ARAÇLARIN GÜVENLİĞİ OLGUSUNUN HEİDEGGER'İN BAKIŞ AÇISINDAN: WEBTEKNO'DA PAYLAŞILAN TESLA MODEL 3 İLE İLGİLİ HABERLERİN İNCELENMESİ

Deniz YENGİN[1] - Eda ERDEM[2] - Yasemin ÇAKAR[3]

ÖZ

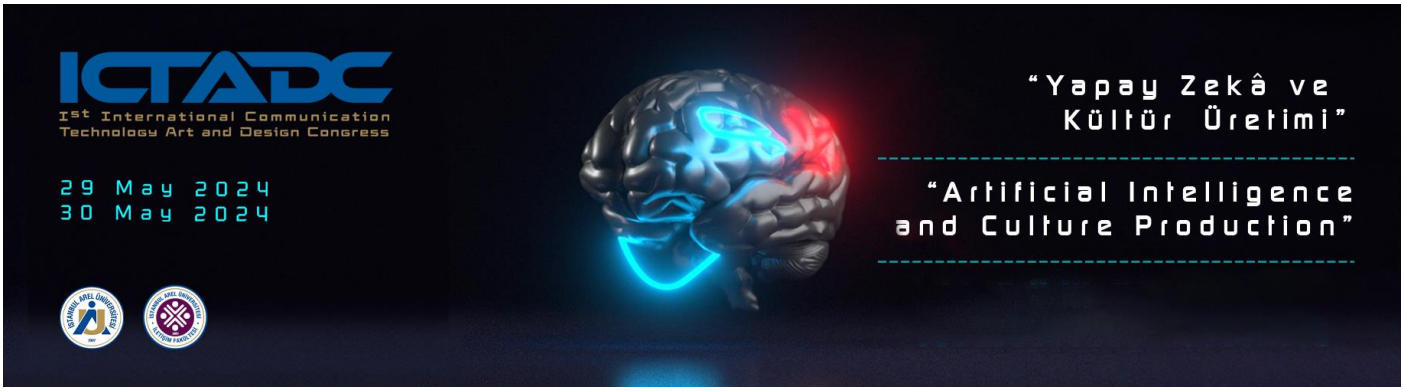
Gelişen teknolojilerle beraber, hayatın neredeyse her alanında yapay zekâ günlük yaşamın bir parçası olarak kullanılmaya devam etmektedir. Kişiye özel asistanlar, akılı ev sistemleri, akıllı haritalar, sağlık sektöründe kullanılan cerrahi amaçlı robotlar, insan sesini analiz edip birebir aynı sesi yeni metinler ile seslendirebilen uygulamalar dahil, koruma sistemlerinde kullanılan yüz tanımlama sistemleri, evi konumunu sistemine yükleyerek haritalı temizlik yapan robot süpürgeler ve ulaşım sektöründe kullanılan otonom araçlar yapay zekâ sisteminin olgusunun örnekleridir. Günlük yaşamamızı kolaylaştıran ve yaşam kalitemizi yükselten yapay zekâ teknolojileri sağladığı yararlarıyla birlikte, pek çok veriye ihtiyaç duymakta ve kişisel verileri işleyebilme gibi birey hakkında aleyhine de kullanabileceği pek çok bilgiyi tutmaktadır. Bu da sistemin içeriğine sızmak isteyenlerin ulaşmak isteyeceği dezavantajlı durumları da beraberinde getirmektedir. Teknoloji ile yapay zekâ kullanarak bulunduğu ortamı algılayan ve makine öğrenmesi ile kendini geliştiren otonom araçlar da pek çok veriyi işleyebilmektedir. Yapay zekânın işlediği verilerin kişiye özel veriler olması mümkün olabileceği gibi, yapay zekânın kişisel olmayan verilerden ya da anonimleştirilmiş veri kümelerinden çıkarımlar yaparak kişiye özel veri üretmesi de mümkün olmaktadır. Sistemlerin çözümlenmesi ile güvenlik açıkları ortaya çıkabilecek ve birden çok sisteme aynı anda ulaşım sağlanarak sistemin ele geçirilmesi gibi büyük bir kriz ortaya çıkacaktır. Otonom araç sistemlerinde veri koruma yükümlülüğü ve güvenlik sıkıntıları ortaya çıkmaktadır. Kişisel veriler, Kişisel olan Verileri Koruma Kanunu (KVKK) ve Avrupa Birliği Genel Veri Koruma Tüzüğü (GDPR) mevzuatıyla koruma altına alınmaktadır. Fakat yapay zekâ teknolojisinin ortaya çıkardığı belirsizlikler, yapay zekâya özgü kişisel veri korunması ve güvenlik sıkıntılarının düzenlemelerine olan ihtiyacı göz önüne çıkarmaktadır. Otonom araçlarda yapay zekânın ne tür verileri işleyebileceği ve güvenlik sistemlerinin mevzuat durumunda, otonom araçların ne düzeyde korunaklı bir yapıya sahip olduğu konusu kişisel verilerin güvenliği, aracın güvenliği dolayısı ile araç içindekilerin ve çevresinde olanların güvenliği için alınan önlemlerin yeterliliği ve sisteminin ele geçirilmesinin ortaya çıkarabileceği tehlikeler, bu tehlikelerin nasıl sonuçlanabileceği, insanın bu süreçte nasıl bir rol üstlenmesi gerektiği gibi soruların doğrultusunda Tesla Model 3'ün WebTekno üzerinden çıkan haberleri niteliksel içerik analizi yöntemi ile

[1] *Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, deniz.yengin@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6846-0770.*
[2] *Yüksek Lisans Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, edardm7@gmail.com, ORCID: 0009-0005-3780-4453.*
[3] *Yüksek Lisans Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, yaseminncakr@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2145-6966.*



Heidegger'in eleştirel bakış açısı ile incelenerek değerlendirilmiştir. Sonuç olarak incelenen haberler doğrultusunda otonom araçların güvenliğinin yeterli olmadığı bireylerin tamamı ile bu araçların içinde kendilerini, kendi becerilerini kullanmaksızın tam bir güven duyarak kontrolü bırakmalarının çevreleri ve kendi güvenliklerini tehlikeye atacağı ve aynı zamanda aracın çalınma riskinin de yüksek olduğu model üzerinden haberler doğrultusunda saptanmıştır. Konuyu Heidegger'in bakış açısı ile değerlendirdiğimizde ise teknolojinin insan üzerinde hâkim gelmemesi için insanın bu teknolojileri derinlemesine bilmesi gerektiğinin ve bu doğrultuda tam anlamıyla bir sisteme kendini bırakmamasının önemini Tesla Model 3 üzerinden bu çalışma içerisinde değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Nesnelerin interneti, otonom araçlar, siber güvenlik, webtekno.*



ANALYZING THE SAFETY OF AUTONOMOUS VEHICLES IN THE CONTEXT OF THE INTERNET OF THINGS FROM HEIDEGGER'S PERSPECTIVE: ANALYZING THE NEWS ABOUT TESLA MODEL 3 SHARED ON WEBTEKNO

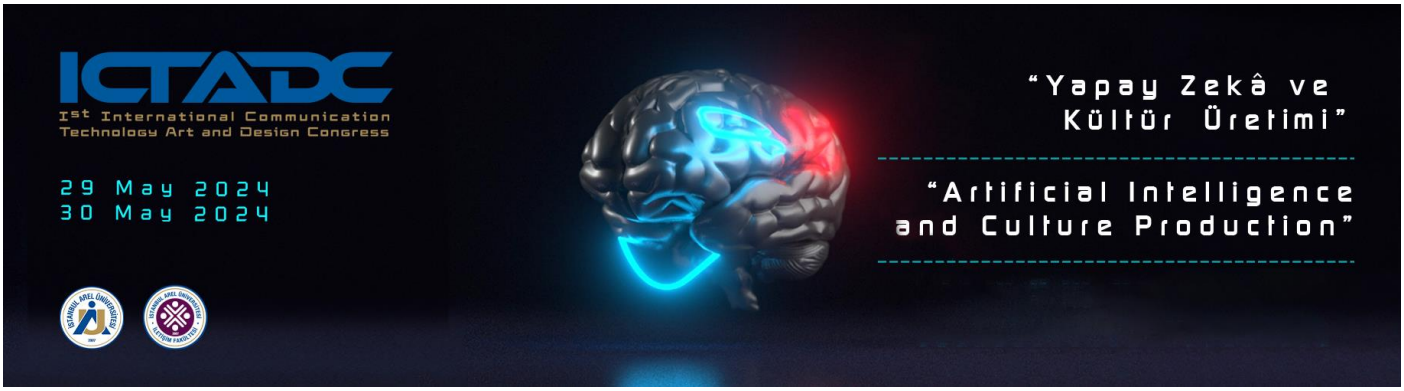
Deniz YENGİN[1] - Eda ERDEM[2] - Yasemin ÇAKAR[3]

ABSTRACT

With developing technologies, artificial intelligence continues to be used as a part of daily life in almost every aspect of life. Personal assistants, smart home systems, smart maps, robots for surgical purposes used in the health sector, applications that can analyze the human voice and vocalize the exact same voice with new texts, facial identification systems used in protection systems, robot vacuums that clean the house with a map by uploading its location to the system, and autonomous vehicles used in the transportation sector are examples of the phenomenon of the artificial intelligence system. Artificial intelligence technologies, which facilitate our daily lives and improve our quality of life, require a lot of data and hold a lot of information about the individual, such as the ability to process personal data, which can be used against the individual. This brings along disadvantageous situations that those who want to infiltrate the content of the system may want to reach. Autonomous vehicles that perceive their environment using artificial intelligence and improve themselves with machine learning can also process a lot of data. It is possible for the data processed by artificial intelligence to be personalized data, or it is possible for artificial intelligence to produce personalized data by making inferences from non-personal data or anonymized data sets. With the analysis of the systems, security gaps may arise and large security gaps such as accessing multiple systems at the same time and taking over the system may occur. However, the uncertainties arising from artificial intelligence technology bring to the fore the need for the regulation of personal data protection and security issues specific to artificial intelligence. In the case of what kind of data artificial intelligence can process in autonomous vehicles and the legislation of security systems, the issue of the extent to which autonomous vehicles have a protected structure has been evaluated by examining the news of Tesla Model 3 on WebTekno with the qualitative content analysis method with Heidegger's critical perspective in line with questions such as the security of personal data, the security of the vehicle, the adequacy of the measures taken for the security of those inside and around the vehicle, and the dangers that may arise from the capture of the system, how these dangers may result, and what role humans should play in this process. As a result, in line with the news analyzed, it has been determined that the security of autonomous vehicles is not sufficient in line with the news through the model that individuals leaving the control with full confidence in these vehicles without using their own skills will jeopardize their environment and their own safety and at the same time the risk of theft of the vehicle is high. When we evaluate the issue from Heidegger's point of view, we see that in order for technology not to dominate over people, it is important that people should know these technologies in depth and in this direction, it is important that they do not completely abandon themselves to a system.

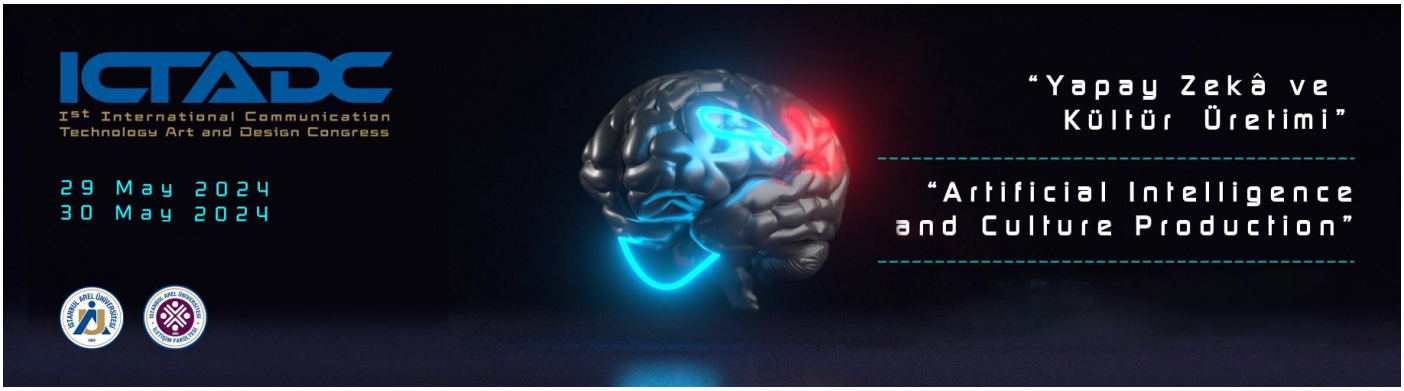
Keywords: *Internet of things, autonomous vehicles, cybersecurity, webtekno.*

[1] *Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Communication, Department of New Media and Communication, deniz.yengin@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6846-0770.*
[2] *Master's Student, Çanakkale Onsekiz Mart University, edardm7@gmail.com, ORCID: 0009-0005-3780-4453.*
[3] *Master's Student, Çanakkale Onsekiz Mart University, yaseminncakr@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2145-6966.*



"YAPAY ZEKÂ VE MARKA İLETİŞİMİ"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND BRAND COMMUNICATION"



PAZARLAMADA YAPAY ZEKÂ KULLANIMI: YAPAY ZEKÂ PAZARLAMASI

Adnan DUYGUN[1]

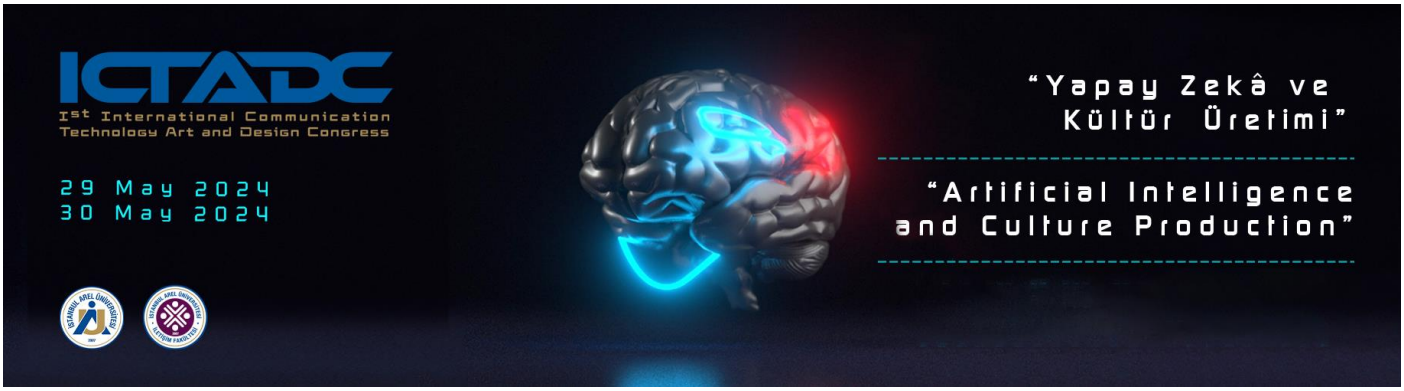
ÖZ

Teknoloji sürekli gelişmektedir. Teknolojik gelişmeler sonucu ortaya çıkan icatlar, yenilikler ve yeni kavramlar, insanların gerek gündelik gerekse iş hayatlarında kendine yer bulmaktadır. Özellikle COVID-19 pandemisi sırasında yaşanan kısıtlamalar ile başlayan ve sonrasında devam eden süreç, insanların gündelik hayatlarını ve iş hayatlarını teknolojiden daha fazla yararlanarak geçirmelerinin önünü açmıştır. İnternetin ve akıllı telefonların yaygın kullanımı da teknolojiden yararlanmayı daha kolay ve ulaşılabilir hale getirmiştir. İnsanlar pek çok hizmete özellikle internet aracılığıyla, evlerinden ve iş yerlerinden ayrılmadan kolaylıkla ulaşabilmektedirler. Alışveriş, eğitim ve bankacılık internet aracılığıyla sunulan hizmetlere örnek olarak verilebilir. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte, son dönemlerde adı daha sık duyulmaya başlanan, kullanımı gittikçe yaygınlaşan ve pek çok alanda kendine uygulama alanı bulan kavramlardan biri yapay zekâdır. Yapay zekâya bağlı uygulamaların pek çok alanda kullanıldığını gözlemlemek mümkündür. Bu alanlardan biri ise pazarlamadır. Yapay zekâ uygulamalarının ya da yapay zekâya bağlı uygulamaların pazarlama alanında da yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir. Hatta pazarlama alanında yapay zekânın kullanılmasını yapay zekâ pazarlaması olarak nitelendirmek mümkündür. Kısaca, yapay zekâ pazarlamasını, pazarlama alanında yapay zekâdan faydalanmak şeklinde ifade etmek mümkündür. Yapay zekâ pazarlaması, yapay zekâ teknolojilerinden faydalanarak, pazarlama planları ile pazarlama stratejilerinin geliştirebilmesine ve yine yapay zekâ yardımıyla ortaya koyulan plan ve stratejilerin uygulanmasına imkân tanımaktadır. Ayrıca pazarlama alanında çalışanlar, yapay zekâ sayesinde tüketici davranışlarını analiz edebilmekte ve onlara daha kişisel öneriler sunabilmektedirler. Buraya kadar anlatılanlara dayanarak bu çalışmadaki amacı, pazarlamada yapay zekâ kullanımının ya da diğer adıyla yapay zekâ pazarlamasının, örneklerle ortaya konması şeklinde ifade etmek mümkündür. Öncelikle yapay zekâ pazarlamasının kullanıldığı alanlara ilişkin örneklere yer verilmiştir. Ardından sektörel örnekler ve son olarak pazarlamada yapay zekâ kullanan markalardan ya da şirketlerden örnekler üzerinde durulmuştur. Gelişen ve insan ihtiyaçlarını her geçen daha da iyi anlayan yapay zekâ teknolojileri sayesinde, pazarlama alanında tüketici ya da müşterilerin ihtiyaçlarını anlayıp, marka ya da şirketlere yardım edebilen yapay zekâ uygulamalarına, gelecekte daha da çok rastlanılacağını söylemek mümkündür.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, pazarlama, yapay zekâ pazarlaması.*

---

[1] *Doç. Dr., İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, aduygun@agelisim.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4026-4054.*



USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MARKETING: ARTIFICIAL INTELLIGENCE MARKETING

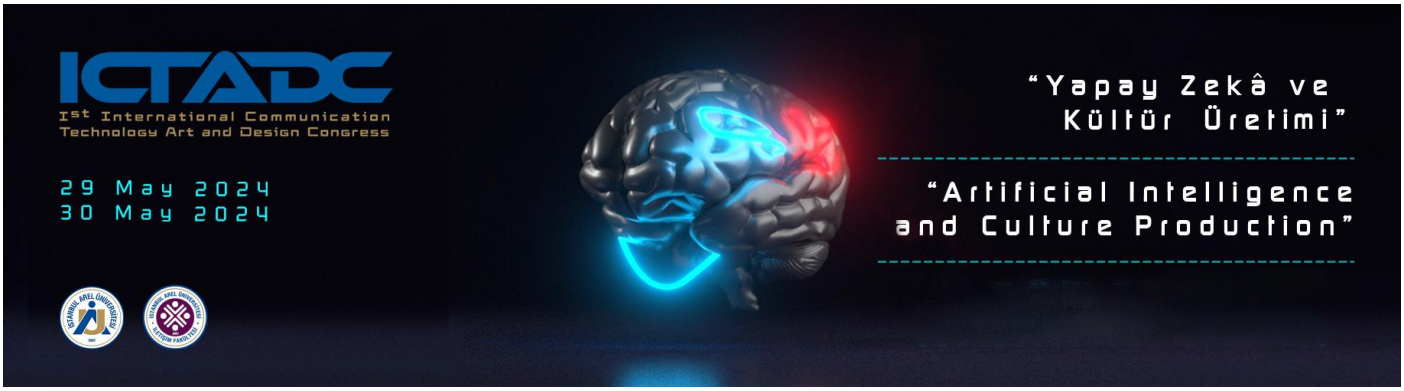
Adnan DUYGUN[1]

ABSTRACT

Technology is constantly evolving. Inventions, innovations and new concepts that emerge as a result of technological developments find their place in people's daily and business lives. The process, which started with the restrictions experienced especially during the COVID-19 pandemic and continued afterward, has paved the way for people to spend their daily and business lives by making more use of technology. The widespread use of the internet and smartphones has also made taking advantage of technology easier and more accessible. People can easily access many services, especially via the internet, without leaving their homes or workplaces. Shopping, education, and banking are examples of services offered via the internet. With the development of technology, artificial intelligence is one of the concepts that has started to be heard more frequently in recent years, its use has become increasingly widespread and has found application in many areas. It is possible to observe that applications based on artificial intelligence are used in many areas. One of these areas is marketing. It is seen that artificial intelligence applications or applications related to artificial intelligence are also widely used in the field of marketing. In fact, it is possible to describe the use of artificial intelligence in the field of marketing as artificial intelligence marketing. In short, it is possible to express artificial intelligence marketing as making use of artificial intelligence in the field of marketing. Artificial intelligence marketing allows the development of marketing plans and marketing strategies by making use of artificial intelligence technologies and the implementation of plans and strategies put forward with the help of artificial intelligence. In addition, those working in the field of marketing can analyze consumer behavior and offer them more personalized suggestions thanks to artificial intelligence. Based on what has been explained so far, it is possible to express the purpose of this study as presenting the use of artificial intelligence in marketing, or artificial intelligence marketing, with examples. First of all, examples of areas where artificial intelligence marketing is used are given. Then, sectoral examples and finally examples from brands or companies using artificial intelligence in marketing were discussed. Thanks to artificial intelligence technologies that develop and understand human needs better and better, it is possible to say that artificial intelligence applications that can understand the needs of consumers or customers in the field of marketing and help brands or companies will become more common in the future.

Keywords: *Artificial intelligence, marketing, artificial intelligence marketing.*

[1] *Assoc. Prof. Dr., İstanbul Gelişim University, Faculty of Economic, Administrative and Social Sciences, Department of Management Information Systems aduygun@agelisim.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4026-4054.*



REKLAMIN DEĞİŞEN YÜZÜ: YAPAY ZEKÂ REKLAMCILIĞI

Alper DÜNDAR[1]

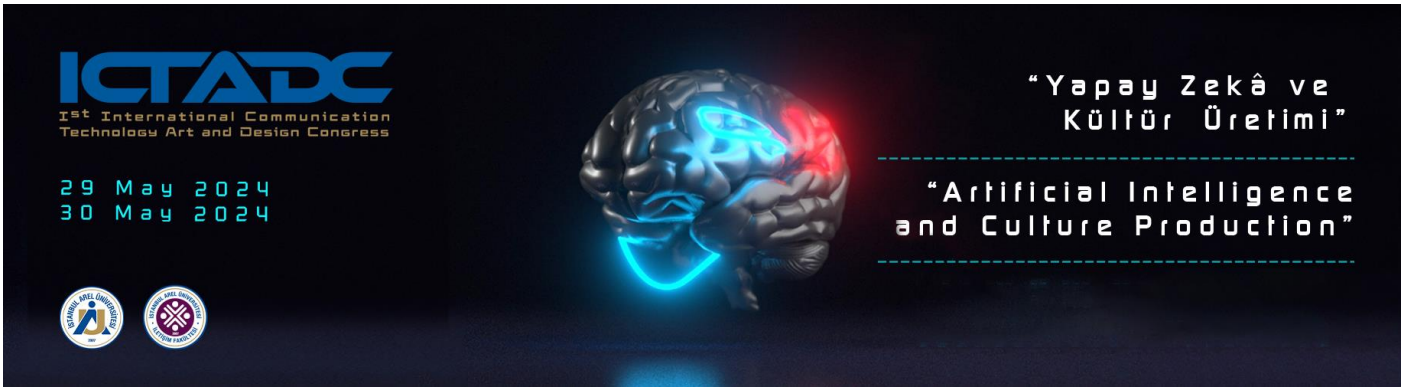
ÖZ

Küreselleşme ile birlikte teknolojinin de gelişmesiyle dünya çerçevesinde toplumlar da sosyo-ekonomik, kültürel ya da siyasal alan gibi çeşitli ortamlarda değişim göstermeye başlamışlardır. Teknolojinin hızlı bir şekilde gelişimi ve yayılmasıyla toplumların etkilendiği alanlar ve bu alanların içerikleri de değişim göstermiştir. İletişim alanı da toplumu etkileyen ve ortaya çıkan teknolojik gelişmelerden etkilenen bir alandır. İletişimin, teknolojik gelişme yardımıyla değişim göstermesi aynı zamanda bu ortam içerisinde yer alan medya araçları ve medya uygulamalarını da değiştirmiştir. Klasik anlamda ifade edilen kitle iletişim araçları ya yeni çıkan iletişim şekline adapte olmuş ya da dijital dünyada yeni formlar şeklinde ortaya çıkmıştır. Teknolojik gelişmelerin sonucunda internet ve dijital dünya kavramları ortaya çıkmıştır. İnternetin ortaya çıkışı da hem toplumları hem de iletişim mecralarını etkilemiştir. Bu durumda insanların birbirleri ile iletişim kurma biçimlerini değiştirmiştir. Bu durumun ortaya çıkardığı fırsatları gören şirketler de yaptıkları iletişim ve reklam çalışmalarında internet ve onun ortaya çıkardığı yeni uygulamaları kullanma yoluna gitmişlerdir. Daha önceleri marka ya da ürünlerini tanıtmak için geleneksel medya ortamlarını kullanarak reklamlarını yayınlayan şirketler artık interneti ve onun getirdiği uygulamaları daha çok tercih eder hale gelmiştir. Günümüzde artık geleneksel reklamcılıktan dijital reklamcılığa geçiş süreci başlamıştır. Şirketler de kendi markalarını tanıtmak ya da pazarlamak için dijital reklam ortamlarını daha çok kullanarak hedef kitlelerine ulaşmayı amaç edinmişlerdir. İletişimin ve reklamın teknoloji ile birlikte değişen bu doğası da reklamcılıkta yeni uygulamaların doğmasına yol açmıştır. Yapay zekâ reklamcılığı da bu teknolojik değişimler ile ortaya çıkan bir reklam şeklidir. Bu yeni tür reklam anlayışı ile birlikte reklamcılığın doğası tamamen değişim göstermiş ve reklamlar yapay zekâ tarafından üretilerek tüketicilere sunulmaya başlanmıştır. Bu da reklamın içeriğinin tamamen dijital bir şekilde oluşmasına yol açmıştır. Buna göre bu çalışma reklamın geleneksel halinden dijital haline geçiş sürecini temel alarak yapay zekâ reklamcılığının ve yapay zekâ reklamlarının nasıl oluştuğunu kavramsal ve reklam literatürü açısından derinlemesine incelemektedir. Çalışma geleneksel reklamcılık ve dijital reklamcılık kavramlarına teorik ve tarihsel bir bakış açısı sunduktan sonra yapay zekâ reklamcılığı ile reklamcılığın değişen doğasını kavramsal olarak açıklayarak bunları yapay zekâ reklam örnekleri ile değerlendirmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Dijitalleşme, internet, reklam, yapay zekâ.*

---

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Galata Üniversitesi, Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, alperdnd@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8521-6294.*



THE CHANGING FACE OF ADVERTISEMENT: ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN ADVERTISING

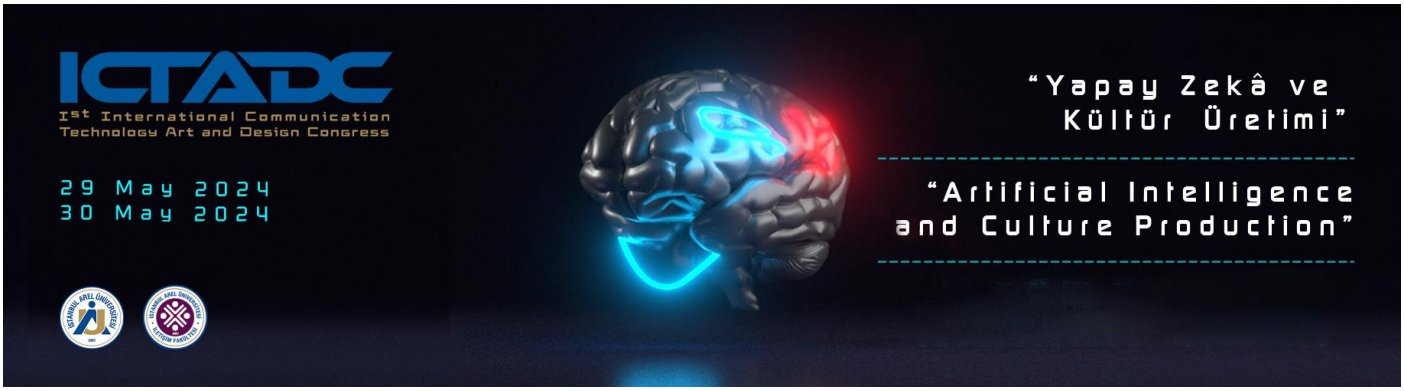
Alper DÜNDAR[1]

ABSTRACT

The societies which is around the world started to change in socio-economic, cultural or politicial areas with the help of globalisation and the development of the technology. The affected areas which is in the societies and their contents basically related with the technological spread out and development. One of the areas that affected by the technological development is communication. The changing concept of the communication is to impress the media channels and media applications. The traditional mass media and its figures changed to new forms or adapt in a new commucication ways. The internet and the digital world concept apperad with the results of the technological development. The appearence of the internet influence the societies and the communication areas. This situtation changed the way of communications that people used. The companies saw this change as an opportunity and changed their communication activities. They started to use internet and the new applications to promote themselves. Nowadays the companies used the new communication applications or dijital advertising methods more oftenly than the traditional advertising tools. The process of the traditional advertising to dijital advertising is started. The companies choose to digital advertising methods to introduce or marketing to their brands. With this way they aim to communicate their target groups. The changing nature of the advertising and the communication creates the new applications in the advertising area. One of the new digital advertising method is artificial intelligence advertisements. In this new advertising method, artificial intelligence creates the advertisements and presenting them to the consumers. This situtation affects the advertising's contents and make them totally digital. Accordingly, this study focus on traditional advertising and digital advertising processes. In addition to this the study deeply analyse the artifical intelligence advertisements and their creating stages with the main points of advertising concept and advertising literature. The study evaluate traditional advertising and digital advertising concepts in a theoratical and historical ways. Then the study explain artificial intelligence advertisings in a theoratic methods and analyse the artifical intelligence advertisements.

Keywords: *Advertising, artificial intelligence, digitalisation, internet.*

[1] *Assist. Prof. Dr., İstanbul Galata University, Faculty of Arts and Social Sciences, Department of Public Relations and Advertising, alperdnd@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8521-6294.*



MARKA İLETİŞİMİNDE HİPER KİŞİSELLEŞTİRME VE UYGULAMA ALANLARI

Ayşe Nil AKSOY KİREÇCİ[1]

ÖZ

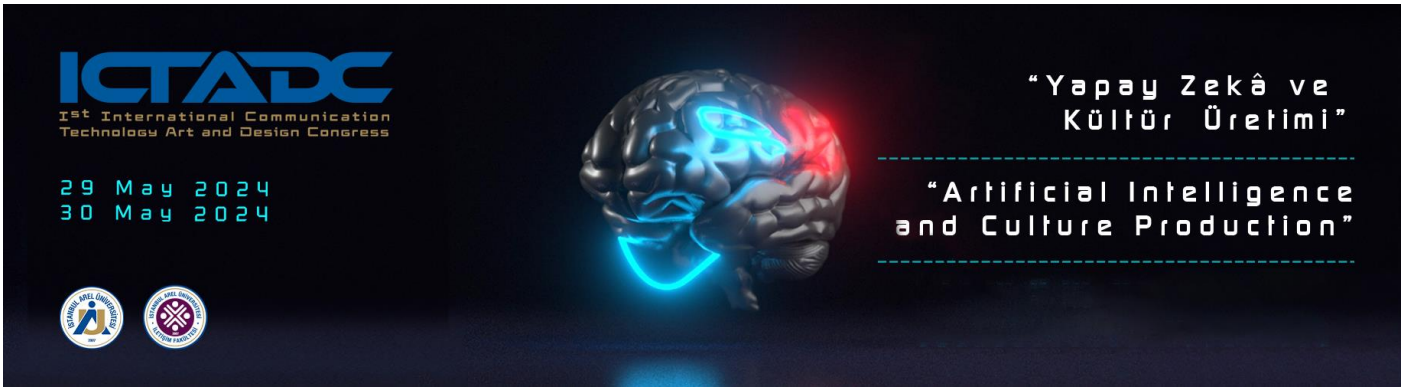
Bu çalışma, marka iletişiminde hiper kişiselleştirmeyi, kullanım amaç ve alanlarını gerçek uygulamalar ile açıklamayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, öncelikle hiper kişiselleştirmenin ne olduğuna dair detaylı bir tanım verilmiş; hiper kişiselleştirmeyi olanaklı kılan teknolojik alt yapıyı ve markaların bu teknikleri kullanma konusundaki motivasyonları sunulmuş ve amaçlı örneklem yoluyla belirlenen örneklerle birlikte hiper kişiselleştirmenin marka iletişimindeki güncel kullanım alanları tanımlanmıştır. Tüketiciyi tanımak ve onlar için anlam ifade eden, onları harekete geçiren unsurları keşfetmek geleneksel pazarlama döneminden bu yana markaların temel hedeflerinden biri olmuştur. Bununla birlikte, geleneksel iletişim araçlarının olanakları nedeniyle markaların tüketiciyle iletişimi, hedef kitle için anlamlı olan değerler temelinde kitlesel ölçekte olmuş; bu kapsamda markanın hedef kitlesi için anlamlı olan temel değerlere yer verilmiştir. Bu konudaki daha incelikli çabalar, özellikli ürünlerin yer aldığı sınırlı bir pazarda ve yüksek bütçeler karşılığında gerçekleştirilmiştir. Dijital iletişim platformlarının ve araçlarının ortaya çıkışıyla birlikte, markalar tüketicilerle doğrudan etkileşim kurabilir hale gelmişlerdir. Dijital kanallarda, geleneksel pazarlama çabalarına oranla çok daha etkin şekilde tüketici verisi toplayabilen markalar, bunları büyük veri içinde anlamlı bir şekilde işlemekte ve demografik, davranışsal veriler ile ilgi alanlarına göre tüketicileri bölümlendirebilmektedir. Bu olanak, markaların ortak özelliklere sahip tüketici gruplarına kişiselleştirilmiş mesajlar iletme olanağını sağlamıştır.

Bu alandaki yeni gelişmeler, yapay zekâ ve makine öğrenmesinin de desteğiyle kişiselleştirmeden hiper kişiselleştirmeye doğru bir geçiş olduğunu göstermektedir. Kişiselleştirmeden farklı olarak hiper kişiselleştirme, tüketicilerin yalnızca geçmiş verilerini değil; gerçek zamanlı verilerini de toplayabilmekte, tüketicileri bunlar temelinde dinamik bir şekilde segmente etmekte ve beklentilerine dair daha tutarlı tahminlerde bulunabilmektedir. Hiper kişiselleştirme, tüketici verisi toplama, segmente etme, ihtiyaçları öngörmenin yanı sıra markanın amacı doğrultusunda uygun mesajın etkili şekilde dağıtılmasını sağlamaktadır. Bunun gerçekleştirilebilmesi için marka yöneticilerinin tüketicilerle temas noktalarını veri toplayabilecekleri ve etkileşim kurabilecekleri bir fırsat olarak görmeleri ve bunları eş zamanlı olarak kullandıkları çok kanallı iletişim anlayışını benimsemiş olmaları gerekmektedir. Bu bağlamda, bu çalışma çok kanallı marka iletişiminde hiper kişiselleştirmenin kullanımının etkin olduğu güncel yaklaşımları ortaya koyacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Çok kanallı pazarlama, hiper kişiselleştirme, marka iletişimi.*

---

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Maltepe Üniversitesi, nilaksoy@maltepe.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6080-5570.*



HYPER PERSONALIZATION IN BRAND COMMUNICATION AND ITS PRACTICES

Ayşe Nil AKSOY KİREÇCİ[1]

ABSTRACT

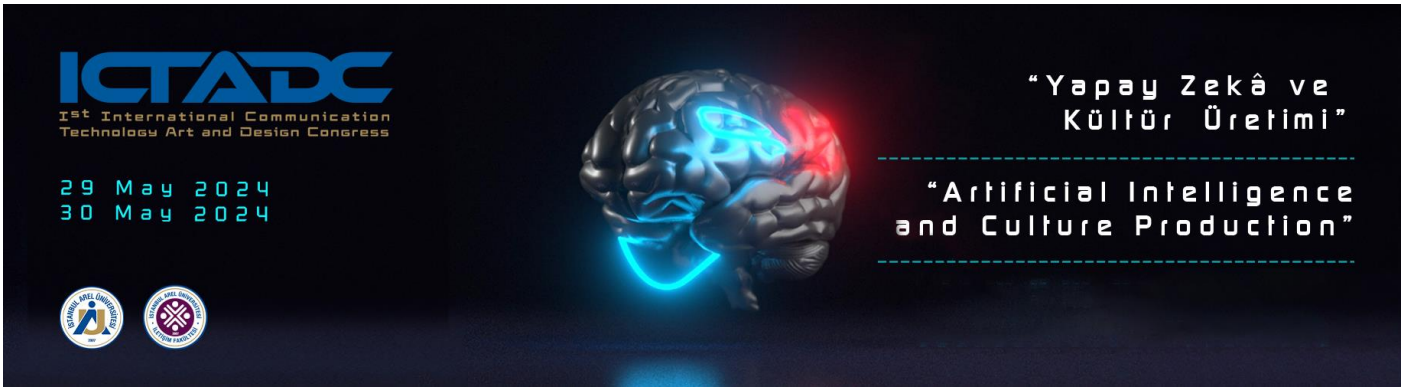
This study aims to explain hyper-personalization, its intended use and practices in brand communication with case studies. In this regard, first of all, a detailed definition of what hyper personalization is given; the technological infrastructure that enables hyper-personalization and the motivations of brands to adopt the techniques are presented, and the current areas of use of hyper-personalization in brand communication are defined through examples that determined by purposive sampling method. Understanding the consumer, discovering the factors that value and motivate has become one of the main goals of brands since traditional marketing era. However, due to the possibilities of traditional communication tools, communication with the target audience through their values has become continuously mass-scale and only the core values that are meaningful to the target audience are used. The more elaborate efforts in this field are practiced in a limited group of markets for high budgets.

With the emergence of digital communication platforms and tools, brands have become able to interact directly with consumers. Brands, which can collect consumer data much more effectively in digital channels than traditional marketing efforts, process them meaningfully within big data and segment consumers according to demographic, behavioral data and interests. This opportunity has enabled brands to deliver personalized messages to consumer groups with common characteristics.

New developments in this field show that there is a transition from personalization to hyper-personalization with the support of artificial intelligence and machine learning. Unlike personalization, hyper-personalization allows brands to gather real time data along with the historical consumer data, segment consumers dynamically and make more consistent predictions about their expectations. Hyper-personalization enables collecting consumer data, segmenting, predicting needs, as well as effectively distributing the appropriate message in line with the brand's purpose. In order to achieve this, brand managers must see touchpoints with consumers as an opportunity to collect data and interact, and adopt an omnichannel communication approach in which they use these touchpoints simultaneously. In this context, this study will reveal current approaches of hyper-personalization in omnichannel brand communication.

Keywords: *Brand communication, hyper-personalization, omnichannel marketing.*

[1] *Assist. Prof. Dr., Maltepe University, nilaksoy@maltepe.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6080-5570.*



GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI VE NÖROBİLİMİN MARKA DEĞERİNE KATKISI

Damla İŞBİLEN[1]

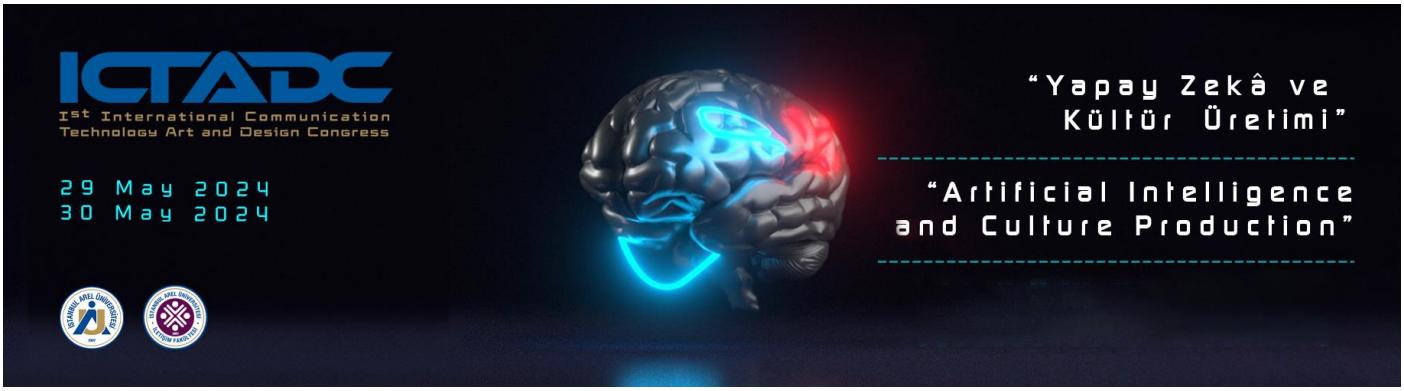
ÖZ

Tüketicilerin gözünde muazzam bir değere sahip olan güçlü bir pazarlama terimi olan marka değeri, müşterilerin yalnızca markası nedeniyle bir ürün veya hizmete isteyerek yatırım yaptıkları primdir. Bu sadece moda bir kelime değil, aynı zamanda işletmeler için müşteri sadakatini, marka bilinirliğini ve satışları artıran çok önemli bir noktadır. Bu kapsamlı konsept, markanın sesi olarak hizmet veren logolar ve renkler gibi görsel öğelerle pazarlama, reklam ve tasarımı kapsamaktadır.

Tasarımcılar, görsel kimlik projesi geliştirerek marka konseptini görsel olarak ifade ettikleri için marka ekosisteminde benzersiz bir konuma sahiptir. Bu görsel kimlik tasarımı, bir markanın değerlerini, arzu edilen kişiliğini ve amblemler, logolar, simgeler, yazı tipleri ve renkler dahil olmak üzere çeşitli yönleri yansıtan bir ayna görevi görmektedir. Markalaşma, pazarlamacıların, reklamcıların ve tasarımcıların ortak bir çabasıdır. Günümüzde nörobilimciler bu çabaya önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır. İşletmeler ve tasarımcılar bilişsel psikoloji, tüketici davranışı ve görsel nörobilim içgörülerini çalışmalarına entegre ederek marka deneyimini geliştirebilirler.

Anahtar Kelimeler: *Marka değeri, görsel iletişim tasarımı, nörobilim.*

[1] *Öğr. Gör., Ege Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, damla.isbilen@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5465-3811.*



VISUAL COMMUNICATION DESIGN AND NEUROSCIENCE'S CONTRIBUTION TO BRAND EQUITY

Damla İŞBİLEN[1]

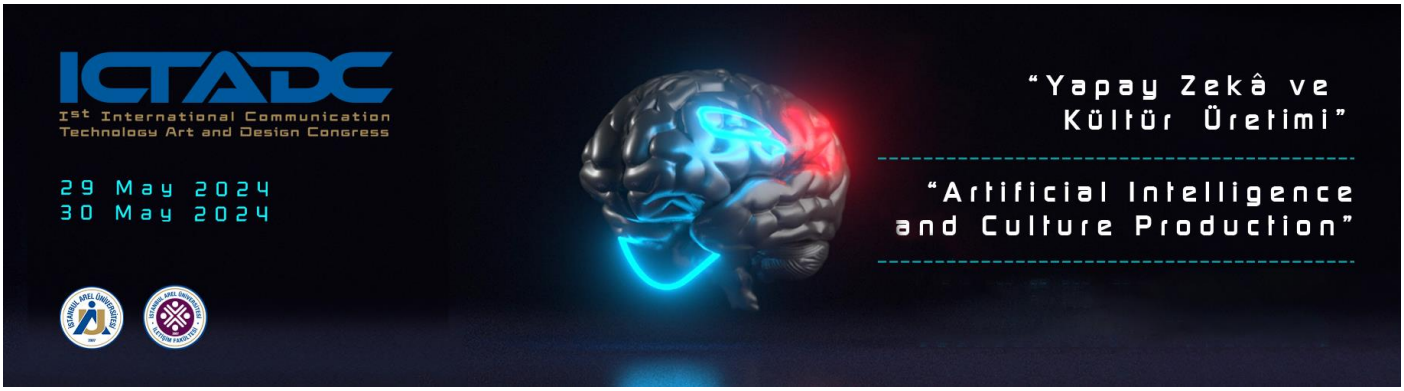
ABSTRACT

Brand equity, a powerful marketing term that holds immense value in consumers' eyes, is the premium that customers willingly invest in a product or service solely because of its brand. It's not just a buzzword but a pivotal point for businesses, enhancing customer loyalty, brand awareness, and sales. This comprehensive concept encompasses marketing, advertising, and design, with visual elements such as logos and colors serving as the brand's voice.

Designers are uniquely positioned in the brand ecosystem, as they visually articulate the brand concept through developing a visual identity project. This visual identity design serves as a mirror, reflecting a brand's values, desirable personality, and various aspects, including emblems, logos, icons, fonts, and colors. Branding is a collaborative effort of marketers, advertisers, and designers. Today, neuroscientists contribute significantly to this effort. Integrating cognitive psychology, consumer behavior, and visual neuroscience insights can enhance the brand experience for businesses and designers.

Keywords: *Brand equity, visual communication design, neuroscience.*

[1] *Lecturer., Ege University, Faculty of Fine Arts Design and Architecture, Department of Visual Communication Design, damla.isbilen@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5465-3811.*



DİJİTAL ÇAĞDA REKLAM VE GRAFİK TASARIMININ EVRİMİ: YARATICI SÜREÇTEN TÜKETİCİLERE ETKİLEŞİME

Mustafa MERDİN[1] - M. Furkan TERZİ[2]

ÖZ

Günümüzde dijital çağ, reklam ve grafik tasarımı alanında köklü değişikliklere yol açmaktadır. Bu araştırma, dijitalleşmenin reklam ve grafik tasarım süreçlerine olan etkilerini ele almaktadır. İnternetin ve dijital teknolojilerin yükselişi, tasarımcıların yaratıcılığını artırmak için sunduğu yeni olanaklar ile birlikte markaların tüketicilerle etkileşim kurma biçimlerini değiştirmiştir. Bu çalışmada reklam ve grafik tasarımının marka kimliği oluşturma sürecindeki rolü incelenmektedir. Renklerin, tipografinin ve logoların marka kimliğine olan etkisi üzerinde durulmaktadır. Ayrıca, dijital reklamcılığın hedef kitleye özelleştirilmiş içerik sunma kabiliyeti ve tüketici davranışlarını analiz etme yeteneği de tartışılmaktadır. Dijital teknolojinin gelişmesiyle birlikte, reklam ve grafik tasarımcıları yeni araçlar ve platformlar kullanmaya başladı. Bu değişim, tasarımcıların iş akışlarında ve yaratıcı süreçlerinde önemli değişikliklere yol açtı. Dijital platformlar, tasarımcılara daha geniş kitlelere ulaşma ve hedef kitleyle daha doğrudan etkileşim kurma imkânı sundu ve sosyal medya ve interaktif içeriklerin yükselişi, tüketicilerin reklamlarla etkileşim kurma biçimini değiştirdi veri analizi ve yapay zekâ gibi yeni araçlar, reklam kampanyalarının daha etkili hale getirilmesine yardımcı olmaktadır.

Son dönemde dijital reklam ve yapay zekânın birlikte kullanımı, dijital çağda reklam ve grafik tasarımının güncel durumuna dair bilgi edinmek, yaratıcı süreçteki yenilikler ve değişen trendler hakkında bilgi sahibi olmak, tüketicilerle etkileşim kurma biçimindeki dönüşümleri anlamak, veri odaklı tasarım ve yapay zekânın rolünü kavramak ve gelecekteki tasarım trendleri hakkında öngörü sahibi olmak gibi soruların cevabını almak için kullanılmaktadır.

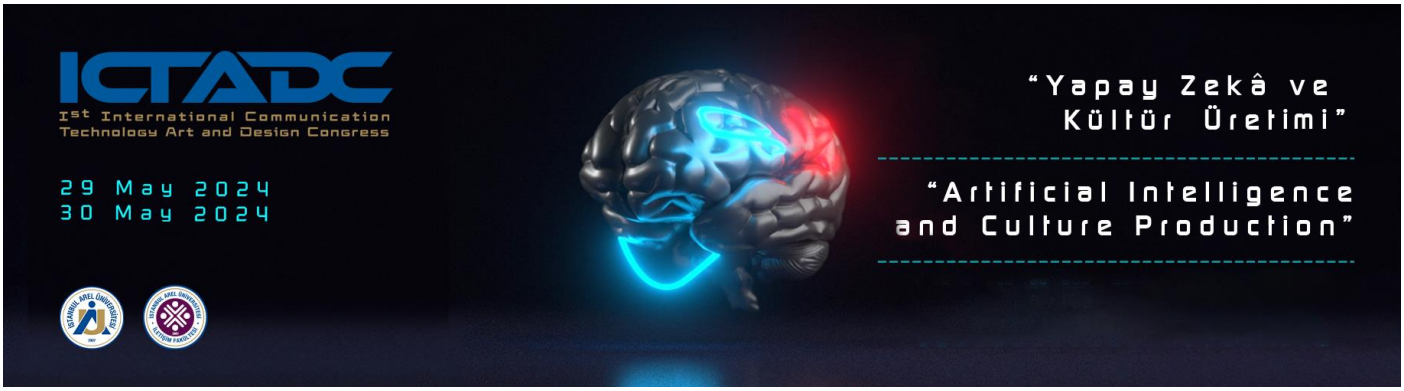
Çalışmanın bir diğer önemli konusu, tüketicilerle etkileşim ve deneyim tasarımının önemi ve dijital reklamların kullanıcı deneyimini nasıl şekillendirdiğidir. Sosyal medyanın reklam ve grafik tasarım süreçlerine entegrasyonu da ele alınmaktadır. Son olarak, gelecek vaat eden trendler, yapay zekâ, artırılmış gerçeklik ve diğer yeni teknolojilerin reklam ve grafik tasarım alanına olan etkileri incelenmektedir. Çalışma gelecek vaat eden trendlere odaklanmaktadır. Yapay zekâ, artırılmış gerçeklik ve diğer yeni teknolojilerin reklam ve grafik tasarım alanına olan etkileri incelenmektedir. Bu teknolojilerin, reklamcılık ve tasarım süreçlerini nasıl dönüştürdüğü ve gelecekte nasıl daha fazla etkileşim ve kişiselleştirme sağlayabileceği üzerine tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, tüketici etkileşimi, grafik tasarım, dijital reklam.*

---

[1] *Arş. Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, mustafamerdin@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4698-0342.*

[2] *Arş. Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü furkan.terzi@hbv.edu.tr, ORCID: 0009-0007-7478-6228.*



THE EVOLUTION OF ADVERTISING AND GRAPHIC DESIGN IN THE DIGITAL AGE: FROM CREATIVE PROCESS TO CONSUMER INTERACTION

Mustafa MERDİN[1] - M. Furkan TERZİ[2]

ABSTRACT

Today, the digital age is leading to radical changes in the field of advertising and graphic design. This article explores the effects of digitalization on advertising and graphic design processes. The rise of the internet and digital technologies has changed the way brands interact with consumers, with new possibilities for designers to enhance their creativity. This study examines the role of advertising and graphic design in brand identity creation. It focuses on the impact of colors, typography and logos on brand identity. It also discusses the ability of digital advertising to deliver customized content to the target audience and the ability to analyze consumer behavior. With the development of digital technology, advertising and graphic designers have started using new tools and platforms. This shift has led to significant changes in designers' workflows and creative processes. Digital platforms have allowed designers to reach wider audiences and interact more directly with the target audience, and the rise of social media and interactive content has changed the way consumers interact with advertising. New tools such as data analytics and artificial intelligence are helping to make advertising campaigns more effective.

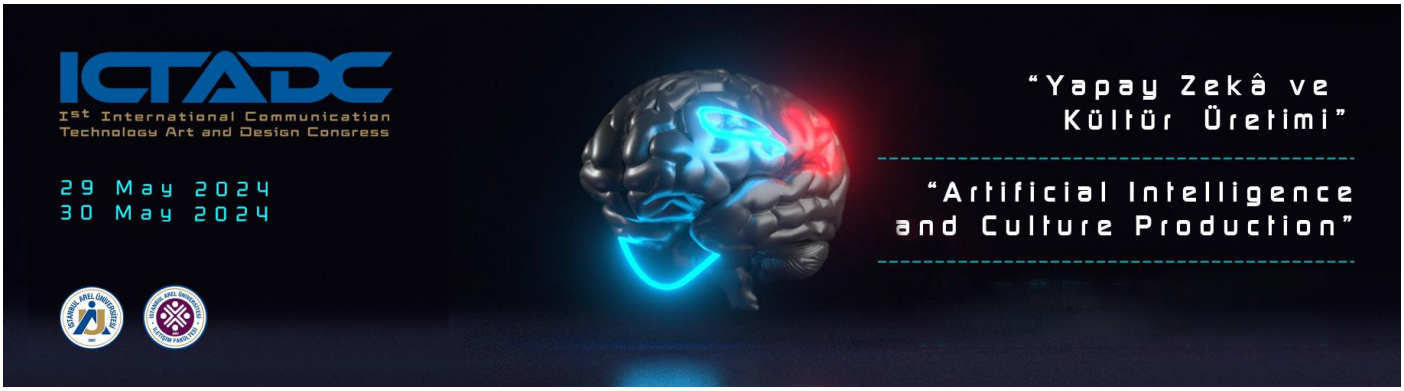
Recently, the combination of digital advertising and artificial intelligence has been used to gain insight into the current state of advertising and graphic design in the digital age, to learn about innovations and changing trends in the creative process, to understand transformations in the way we interact with consumers, to understand the role of data-driven design and artificial intelligence, and to gain insights into future design trends.

Another important topic of the study is the importance of consumer engagement and experience design and how digital ads shape the user experience. The integration of social media into advertising and graphic design processes is also discussed. Finally, promising trends, the impact of artificial intelligence, augmented reality and other new technologies on advertising and graphic design are examined. The study focuses on promising trends. It examines the impact of artificial intelligence, augmented reality and other new technologies on the field of advertising and graphic design. It will discuss how these technologies are transforming the advertising and design processes and how they can provide more interactivity and personalization in the future.

Keywords: *Artificial intelligence, consumer interaction, graphic design, digital advertising.*

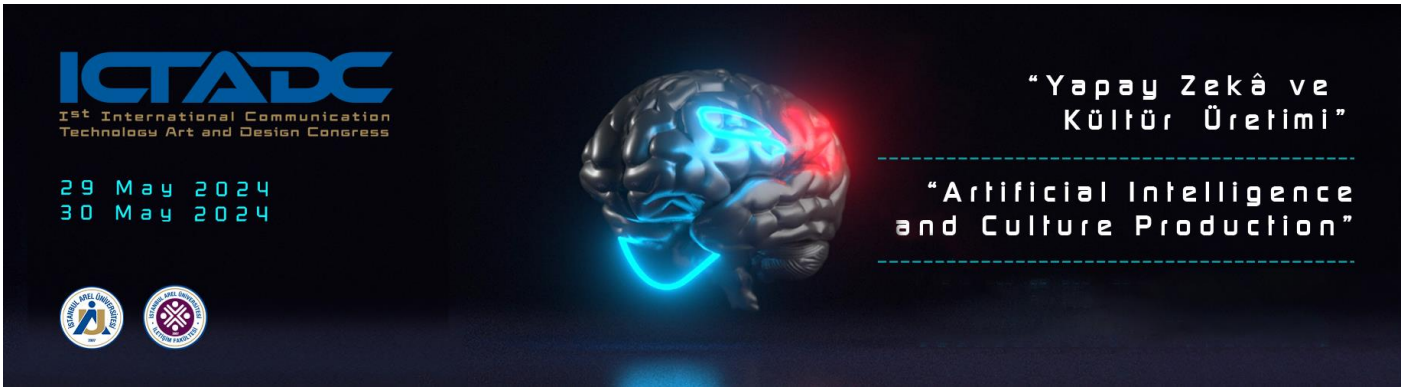
[1] *Res. Asst., Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Art and Design, Department of Graphic Design, mustafamerdin@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4698-0342.*

[2] *Res. Asst., Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Art and Design, Department of Graphic Design, furkan.terzi@hbv.edu.tr, ORCID: 0009-0007-7478-6228.*



"YAPAY ZEKÂ BÜYÜK VERİ VE İLETİŞİM"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE BIG DATA, AND COMMUNICATION"



HOMER YAZILIMI İLE BİR ENDÜSTRİYEL TESİSİN YENİLENEBİLİR ENERJİ İLE TASARLANABİLİRLİĞİNİN ANALİZİ: İSTANBUL ÖRNEĞİ

Aziz YİĞİT[1]- Figen BALO[2]

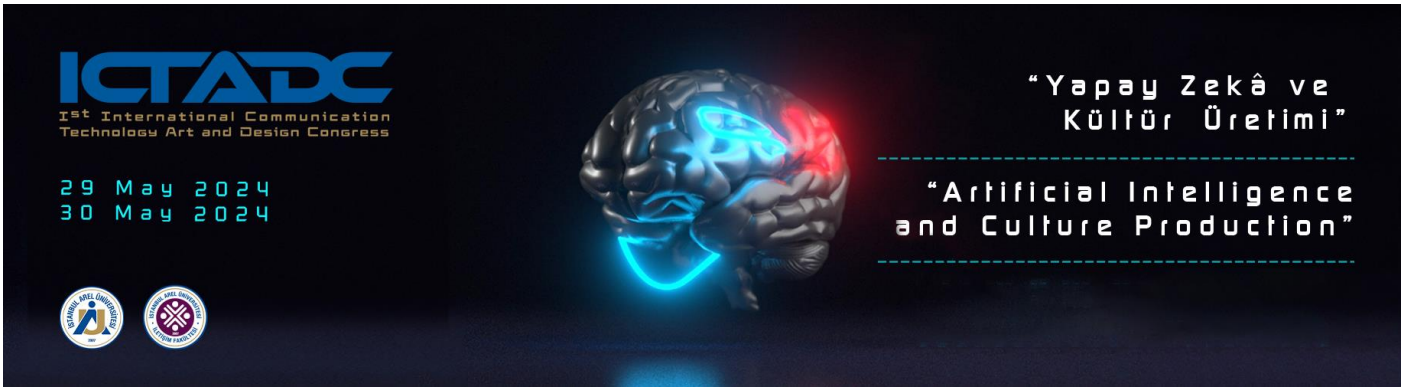
ÖZ

Elektrik enerjisinin maksimum seviyede talep edildiği günümüz şartlarında, bu enerji türünün faydaları tartışılmaz bir gerçeklik olmakla beraber, üretimi sonucu oluşan sera gazlarının zararları, artık ülkeler arası Kyoto Protokolü ve benzeri yasalarla, önlenmeye çalışılmaktadır. Önlenmesi zaruri olan bu sorunla baş etmenin en kısa yolu, hemen hemen hiç atık bırakmayan, yenilenebilir enerji kaynaklarıyla üretilen temiz enerji sistemleridir. Temiz ve yenilenebilir enerji üretiminde öncülüğü, güneş radyasyonu ile üretim yapan fotovoltaik (PV) üreteçler ile rüzgâr potansiyeli ile üretim yapan rüzgâr türbinleri (WT) almaktadır. Gerek teknik gerek ekonomik gerekse çevresel faydalar bakımından yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı, her zaman ideal ya da ideale yakın verim yaratamamaktadır. Meteorolojik şartlar nedeni ile güneş radyasyonunun yeryüzüne yeteri kadar ulaşamadığı veya rüzgâr potansiyelinin gerekli dönü gücünü sağlayamadığı yapılandırmalarda bahsi geçen faydalar, her bakımdan zarar olarak isimlendirilebilmektedir. Hedef faydayı da engellemesi kesin olan ve ideal olmayan böyle bir yapılandırmada zararın, oluşturulabilecek kümülatif grafikte katlanarak artacağını söylemek mümkündür. Bütün bu nedenlerden dolayıdır ki, söz konusu yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı ile üretilebilecek temiz enerjinin, tekno-ekonomik ve çevresel etkilerinin, sistem kurulumundan önce belirlenmesi ve hesaplanmasını zorunlu hale gelmiştir. Bu çalışmada, elektrik talep gücü 2.500 kW olan, İstanbul şehri içerisindeki bir tesisin, 1.5 MW rüzgâr türbini (WT) ve 1.5 MW fotovoltaik üreteç ve doğru akımı alternatif akıma eviren invertörler ile karşılanabilirliğinin, çevresel etkileri, teknik ve ekonomik uygunluğu araştırılmıştır. Araştırma kapsamında Homer Pro 3.16.2 simülasyon yazılımı kullanılmıştır. Simülasyonda, yenilenebilir enerji kaynakları, şebeke ile bağlantılı olarak tasarlanmıştır. Program, 1.788 farklı yapılandırmayı test etmiştir. İhtiyacın karşılanabilirliği kapsamında en uygun çözümün yıllık dönemde %7,41 ile PV, %92,2 WT üretiminden ve %0.417'lik oranla şebekeden karşılanabileceği anlaşılmıştır. Sistemin toplamda %99,6 yenilenebilirlik oranı ile oldukça başarılı olduğu görülmektedir. Sistemdeki yenilenebilir enerji kaynaklarının maksimum anlık üretiminin %341'lere kadar çıkabileceği sonucuna da ulaşılmıştır. Üretimin, şebekeye satışından elde edilen ücretin yıllık 10.886 M$ olabileceği de belirlenmiştir. Bununla beraber çevresel etkiler bakımından üretilen CO2 emisyonu 1.800.858 kg/yıl, SO2 emisyonu 7.808 kg/yıl, NOx 3.818 kg/yıl olarak simüle edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Homer yazılımı, fotovoltaik, rüzgâr türbini, yenilenebilir enerji, binalarda enerji tüketimi*.

---

[1] *Lisansüstü Öğrencisi, Fırat Üniversitesi, 221142101@firat.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3613-6888.*
[2] *Prof. Dr., Fırat Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Metalurji ve Malzeme Mühendisliği Bölümü, Üretim Metalurjisi Anabilim Dalı, fbalo@firat.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5886-730X*.



ANALYSIS OF THE DESIGNABILITY OF AN INDUSTRIAL FACILITY RENEWABLE ENERGY WITH HOMER SOFTWARE: ISTANBUL EXAMPLE

Aziz YİĞİT[1]- Figen BALO[2]

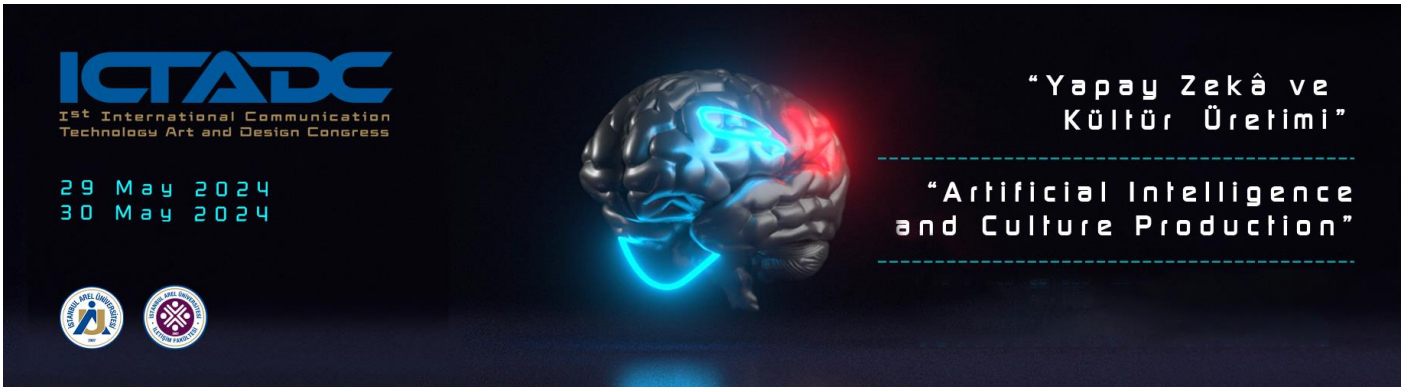
ABSTRACT

In today's conditions where electrical energy is demanded at the maximum level, the benefits of this type of energy are an indisputable reality, but the harms of greenhouse gases resulting from its production are now being prevented by the international Kyoto Protocol and similar laws. The shortest way to deal with this problem, which must be prevented, is clean energy systems produced with renewable energy sources that leave almost no waste. The leadership in clean and renewable energy production is taken by photovoltaic (PV) generators that produce with solar radiation and wind turbines (WT) that produce with wind potential. The use of renewable energy resources cannot always create ideal or near-ideal efficiency in terms of both technical, economic and environmental benefits. In configurations where solar radiation cannot reach the earth sufficiently due to meteorological conditions or where the wind potential cannot provide the required rotation power, the mentioned benefits can be called losses in all respects. It seems possible to say that in such a non-ideal configuration, which is sure to prevent the target benefit, the harm will increase exponentially in the cumulative graph that can be created. For all these reasons, it has become necessary to determine and calculate the techno-economic and environmental impacts of the clean energy that can be produced by the use of these renewable energy resources before system installation. In this study, the environmental effects, technical and economic suitability of a facility in the city of Istanbul with an electrical demand power of 2,500 kW, with a 1.5 MW wind turbine (WT), a 1.5 MW photovoltaic generator and inverters that convert direct current to alternating current, were investigated. Homer Pro 3.16.2 simulation software was used within the scope of the research. In the simulation, renewable energy sources are designed in connection with the grid. The program tested 1,788 different configurations. It has been understood that the most appropriate solution within the scope of meeting the need can be met from PV with 7.41%, WT production with 92.2% and from the grid with 0.417% in the annual period. The system appears to be quite successful with a total renewability rate of 99.6%. It has also been concluded that the maximum instantaneous production of renewable energy resources in the system can reach up to 341%. It was also determined that the fee obtained from the sale of production to the grid could be 10,886 M$ annually. However, in terms of environmental impacts, the CO2 emission produced was simulated as 1,800,858 kg/year, SO2 emission as 7,808 kg/year, and NOx as 3,818 kg/year.

Keywords*: Homer software, photovoltaic, wind turbine, renewable energy, energy consumption in buildings.*

[1] *Graduate Student, Fırat University, 221142101@firat.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3613-6888.*

[2] *Prof. Dr., Fırat University, Faculty of Engineering, Department of Metallurgical and Materials Engineering, Department of Production Metallurgy, fbalo@firat.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5886-730X.*



YAZILIM GELİŞTİRME FİRMALARINDA KALİTE DENETİMLERİ İÇİN YAPAY ZEKÂ ÇÖZÜMLERİ: SDLC-PDCA TABANLI KATEGORİZASYON

Mahsa FİDANBOY[1] - C. Öcal FİDANBOY[2]

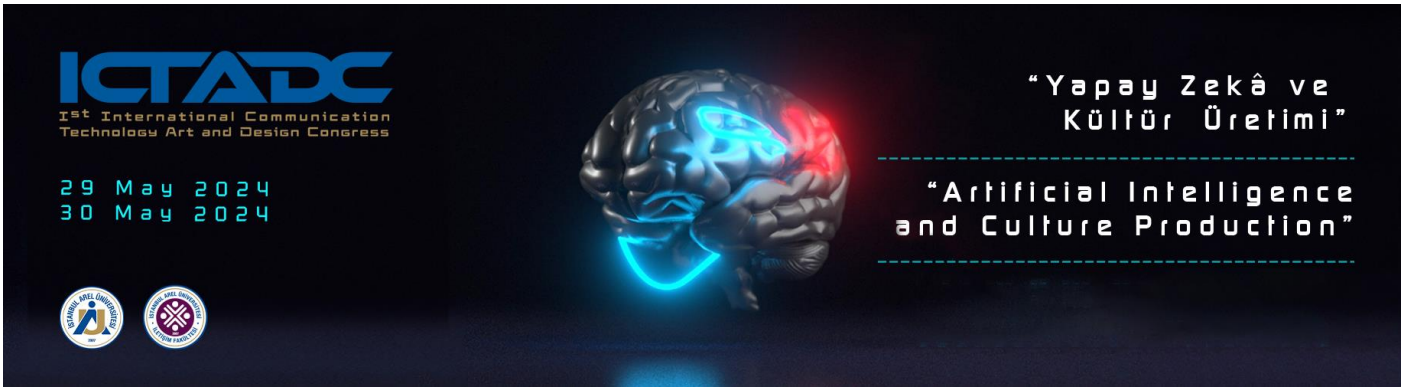
ÖZ

Kalite denetimleri ya harici bir standarda uymak ya da şirket içi en iyi uygulamalara uygunluğu göstermek için yazılım geliştirme şirketlerinin günlük görevleri arasında zaten yer almıştır. Denetimler üç aylık veya yıllık gibi belirli ve düzenli aralıklarla yapılabilse de denetim öncesinde birçok hazırlık çalışmasının yapılması beklenmektedir ve bu düzenli görevlerin otomasyonuna yönelik çabalara rağmen pek çok şirket bunu başaramadı. Görevleri otomatikleştirme girişimleri, bazı önemli nedenlerden dolayı başarısız oluyor: yeni araçlar hakkında yetersiz bilgi, uzmanları aynı eski şeyleri yapmak için yeni yollar aramaktan alıkoyan günlük görevleri yerine getirmek için zaman baskısı ve teknolojinin yeni trendleri hakkında güncellenmiş eğitim yetersizliği. Denetimlerin, gerekli tüm belgelerin hazırlanıp kağıtlara kaydedildiği, bunların saklanması ve arşivlenmesi için büyük çaba, hassasiyet ve fiziksel alan gerektiren kâğıt bazlı belgelendirmeden, zamana, çabaya ve fiziksel alana daha az ihtiyaç duyulan dokümantasyona doğru çok yol kat ettiği göz ardı edilmemelidir. Görünüşe göre ilerlemeler burada durmayacak ve yapay zekâ, manuel ve tekrarlanan görevlerin otomasyonu ve kolaylaştırılması amacıyla kalite uzmanları tarafından her geçen gün daha fazla benimsenecek.

Bu çalışmada, yazılım geliştirme yaşam döngüsü (SDLC) sırasında otomasyonun yapay zekâ (AI) aracılığıyla doldurulabilecek boşlukları Planla-Uygula-Kontrol Et-Önlem Al (PUKÖ) şeklinde dört adımda çözümlerle birlikte anlatılmaktadır. Kalite kavramlarıyla tutarlı olmak ve kalite bağlamına uygulanabilir olmak için PUKÖ döngüsü tercih edildi. Bu çalışmada sunulan yapay zekâ açıklarının ve çözümlerinin SDLC-PUKÖ entegre sınıflandırması, yöneticilerin, kalite uzmanlarının, denetçilerin ve yapay zekâ çözüm mimarlarının firmalarındaki boşlukları kolayca tanımlamalarına ve bunlara kolayca çözüm üretmelerine yardımcı olabilir.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, kalite denetimleri, yapay zekâ tabanlı çözüm.*

[1] *Dr., Bağımsız Araştırmacı, ms_phdm.yahoo.com.tr, ORCID: 0000-0003-2752-7470.*
[2] *Doç. Dr., Ostim Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, Yönetim Bilişim Sistemleri Pr. ocal.fidanboy@ostimteknik.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8963-0778.*



AI SOLUTIONS FOR QUALITY AUDITS IN SOFTWARE DEVELOPMENT FIRMS: AN SDLC-PDCA-BASED CATEGORIZATION

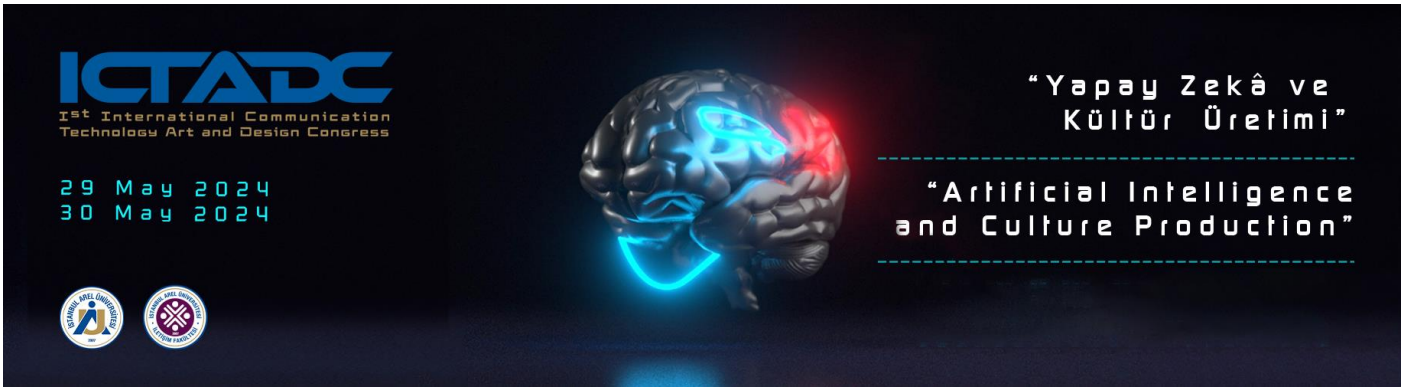
Mahsa FİDANBOY[1] - C. Öcal FİDANBOY[2]

ABSTRACT

Quality audits have already taken place among the daily tasks of software development companies either to comply with an external standard or to show compliance with the internal best practices. Although the audits may be performed at specific and regular intervals like quarterly or annually, lots of preparatory tasks are expected to be done prior to an audit, and despite of the attempts for the automation of these regular tasks, not many companies have been successful in doing so. The attempts to automate the tasks fail due to many reasons of which some important ones are: insufficient knowledge of the new tools, time pressure for performing the daily tasks which restrains the experts from searching new ways to do the same old things, and the lack of updated training on new trends of technology. It should not be neglected that the audits have taken a long way from paper-based documentation, where all the required documents were prepared and recorded on papers, requiring enormous effort, precision and physical space to keep and archive them, to digital documentation where less time, effort, and physical space are needed. It seems that the advances in quality audits would not stop here and AI will be embraced by quality experts more, day by day, for the purpose of automation and facilitation of the manual and repetitive tasks. In this paper, the gaps of automation during software development lifecycle (SDLC) which can be filled by means of artificial intelligence (AI) are explained together with the possible solutions which will be described in four steps of Plan-Do-Check-Act (PDCA) cycle in order to be consistent with the quality concepts and to be applicable to quality context. The SDLC-PDCA integrated categorization of the AI gaps and solutions presented in this study can assist the managers, quality experts, auditors, and AI solution architects to easily define the gaps in their firms, and create solutions to them easily.

Keywords: *AI, quality audits, AI-based solution.*

[1] *Dr., Independent Researcher, ms_phdm.yahoo.com.tr, ORCID: 0000-0003-2752-7470.*
[2] *Assoc. Prof. Dr., Ostim Technical University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Management Information Systems, Management Information Systems Pr., ocal.fidanboy@ostimteknik.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8963-0778.*



DOĞA VE TEKNOLOJİ ARASINDAKİ KÖPRÜ: YAPAY ZEKÂNIN MOBİLYA TASARIMINA ETKİSİ

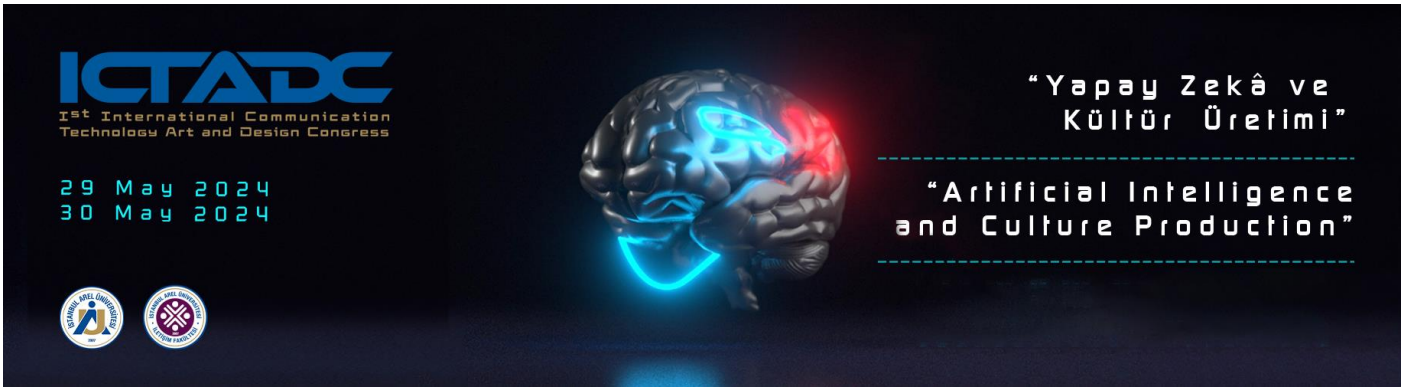
Turgut KALAY[1]- Mahmut Atilla SÖĞÜT[2]- Ayşenur KANDEMİR[3]

ÖZ

Bu çalışma, doğaya ve doğadaki süreçlere öykünen tasarım yaklaşımı olan biyomimikri ile teknolojik inovasyonun bir çıktısı olan yapay zekânın kesişiminin irdelenmesini ele almaktadır. Biyomimikri, tasarımcıların karşılaştığı tasarım problemlerini çözmek için doğadaki organizmalardan ve biyolojik süreçlerinden ilham alan problem çözme yaklaşımını ifade etmektedir. Bu yaklaşımı benimseyen tasarımcılar, doğadaki organizmaların milyonlarca yıllık evrim boyunca benzer sorunları nasıl çözdüklerini inceleyerek elde ettikleri bilgileri verimli, esnek ve doğayla uyumlu yeni malzemeler ve tasarım çözümleri geliştirmek için uygulamaktadırlar. Ancak karmaşık biyolojik formları pratik tasarım uygulamalarına dönüştürmek konusunda bilgisayar destekli tasarım yazılımları sınırlı kalmaktadır. Yapay zekâ destekli tasarım programları ise bu sınırları aşarak tasarımcının yaratıcılığını kısıtsız bir şekilde ortaya koymasını ve bu sayede doğaya öykünen tasarımları oluşturmasına imkân sağlamaktadır. Biyomimikri yaklaşımı ile mobilya tasarımını bir araya getiren çalışmalar yapılmış olmasının yanında, yapay zekâ destekli yazılımların biyomimikrik mobilya tasarım sürecine etkisini sistemsel bir şekilde ele alan çalışmaların Türkçe literatürde oldukça sınırlı olduğu görülmüştür. Bu nedenle çalışma, yapay zekâ destekli yazılımların biyomimikrik mobilya tasarım süreçlerinde kullanımını sistematik bir şekilde incelemek ve biyomimikrik tasarımlar hakkında yönelim belirlemek açısından önem taşımaktadır. Bu çalışma, yapay zekâ destekli yazılımların tasarım sürecini daha özgür kılarak doğaya öykünen tasarımlar tasarlamayı kolaylaştırmasının önemini vurgulamayı amaçlamaktadır. Yapay zekâ destekli yazılımların biyomimikrik mobilya tasarım sürecine etkisinin sistematik bir şekilde değerlendirilebilmesi için konu, oturma elemanlarıyla sınırlandırılmış; dolap, masa, sehpa gibi mobilyalar kapsam dışı tutulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *İç mekân, iç mimarlık, yapay zekâ, mobilya, konstrüksiyon.*

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, turgut.kalay@dpu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8532-1203.*
[2] *Dr. Öğr. Üyesi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, atilla.sogut@msgsu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3955-6033.*
[3] *Arş. Gör. İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, aysenur.kandemir@nisantasi.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9558-2984.*



THE BRIDGE BETWEEN NATURE AND TECHNOLOGY: THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON FURNITURE DESIGN

Turgut KALAY[1]- Mahmut Atilla SÖĞÜT[2]- Ayşenur KANDEMİR[3]

ABSTRACT

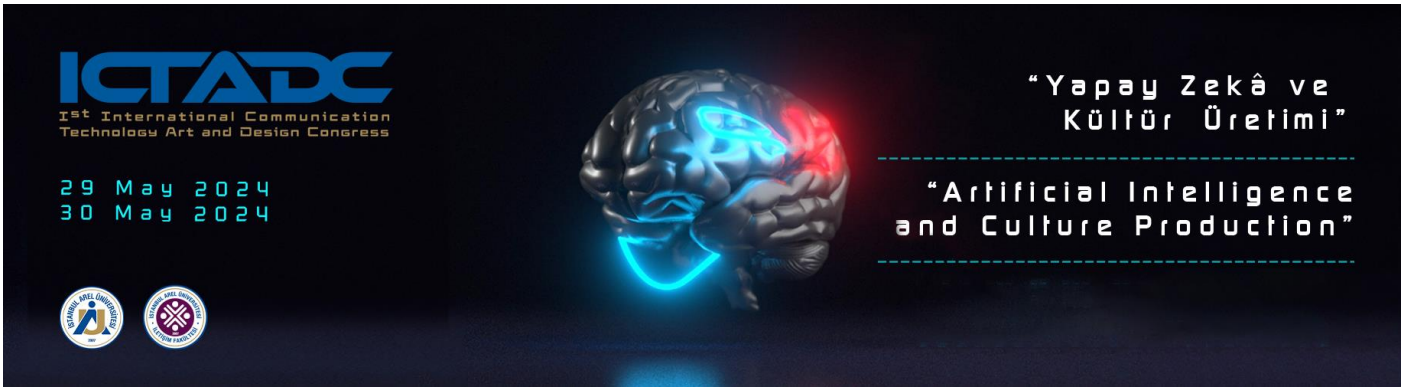
This study aims to examine the intersection of biomimicry, a design approach inspired by nature and natural processes, with artificial intelligence as a result of technological innovation. Biomimicry refers to the problem-solving approach that designers adopt, drawing inspiration from organisms and biological processes to solve design problems they encounter. Designers embracing this approach apply the knowledge gained by studying how organisms in nature have solved similar problems over millions of years of evolution to develop efficient, flexible, and nature-compatible new materials and design solutions. However, computer-aided design software remains limited in transforming complex biological forms into practical design applications. Artificial intelligence-supported design programs surpass these limitations, enabling designers to unleash their creativity unrestrictedly and thereby create nature-inspired designs. While studies have brought together the biomimicry approach and furniture design, research systematically addressing the impact of artificial intelligence-supported software on biomimetic furniture design processes in the Turkish literature is significantly limited. Therefore, this study is crucial for systematically examining the use of artificial intelligence-supported software in biomimetic furniture design processes and determining orientations regarding biomimetic designs. The study aims to highlight the importance of artificial intelligence-supported software in making the design process more liberating and facilitating the design of nature-inspired designs. To systematically evaluate the impact of artificial intelligence-supported software on biomimetic furniture design processes, the scope of the subject has been limited to seating elements, while furniture such as cabinets, tables, and coffee tables have been excluded.

Keywords: *Interior space, interior architecture, artificial intelligence, furniture, construction.*

[1] *Assist. Prof. Dr., Kütahya Dumlupınar University, Faculty of Architecture, Department of Interior Architecture, turgut.kalay@dpu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8532-1203.*

[2] *Assist. Prof. Dr., Mimar Sinan Fine Arts University, Faculty of Architecture, Department of Interior Architecture, atilla.sogut@msgsu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3955-6033.*

[3] *Res. Asst., İstanbul Nişantaşı University, Faculty of Art and Design, Department of Interior Architecture, aysenur.kandemir@nisantasi.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9558-2984.*



ŞEHİRLERDEKİ DİJİTAL DÖNÜŞÜM: KAMUSAL ALANI YENİDEN TANIMLAYAN ENSTALASYONLAR

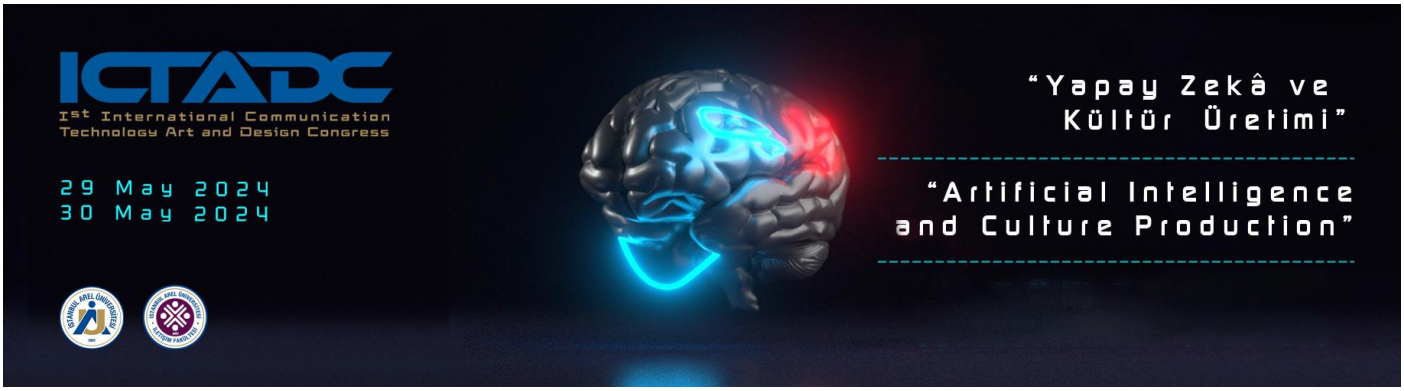
Sezgi Nur ÖZTÜRK[1]- Semra Beyza KAHRAMAN[2]

ÖZ

Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte şehirler sürekli olarak gelişmekte ve dönüşmektedir. Dijital sanat, özellikle enstalasyonlar, kamusal alanların dönüşümünde önemli bir rol oynamaktadır. Enstalasyon sanatı, mekânın özelliklerini kullanarak ortamı dönüştürür ve izleyici katılımını teşvik eder. Günümüzde yeni teknolojilerle birlikte sanat, bilim, teknoloji ve tasarım gibi farklı disiplinler arasındaki sınırlar kalkmakta ve çeşitli mecraların birleştiği sanat ürünleri ortaya çıkmaktadır. Dijital enstalasyonlar, sanatı sokaklara taşıyarak şehir peyzajını zenginleştirirken, aynı zamanda şehir sakinlerinin kamusal alanlara olan ilgisini artırma potansiyeline sahiptir. Teknolojinin şehir yaşamına entegrasyonunda karşılaşılan zorluklar ve fırsatlar gözlemlenmektedir. Dijital enstalasyonların toplumsal etkileri ve kamusal alanda yaratıcı etkileşimlerin teşvik edilmesi önem kazanmaktadır. Bu çalışmanın amacı "Şehirlerdeki Dijital Dönüşüm" kavramını inceleyerek, kamusal alanın nasıl yeniden tanımlandığı ve dijital enstalasyonların bu dönüşümdeki rolü ele almaktır. Dijital enstalasyonlar, sanatı sokaklara taşıyarak şehir peyzajını zenginleştirirken, aynı zamanda şehir sakinlerinin kamusal alanlara olan ilgisini artırma potansiyeline sahip olduğu gözlemlenmektedir. Teknolojinin şehir yaşamına entegrasyonunda karşılaşılan zorluklar da göz ardı edilmemelidir. Gelecekte, dijital teknolojilerin ve sanatın şehirlerdeki dönüşümü nasıl etkileyeceği ve kamusal alanın nasıl yeniden tanımlanabileceği sonuç bölümünde tartışılacaktır.

***Anahtar Kelimeler**: Dijital dönüşüm, dijital enstalasyonlar, kamusal alan, teknoloji ve sanat.*

[1] *Lisansüstü Öğrenci, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, sezgiozturk9@gmail.com, ORCID: 0009-0004-0622-2576.*
[2] *Lisansüstü Öğrenci, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, semrabeyza23@gmail.com, ORCID: 0009-0002-0902-460X.*



DIGITAL TRANSFORMATION IN CITIES: INSTALLATIONS THAT REDEFINE PUBLIC SPACE

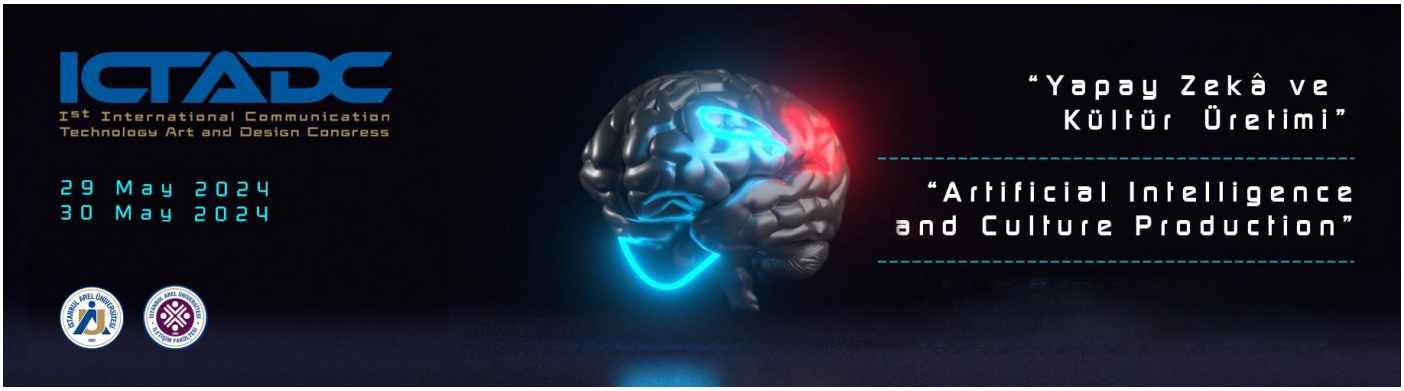
Sezgi Nur ÖZTÜRK[1] - Semra Beyza KAHRAMAN[2]

ABSTRACT

With the advancement of technology, cities are constantly developing and transforming. Digital art, especially installations, plays an important role in the transformation of public spaces. Installation art transforms the environment by exploiting the features of the space and encourages audience participation. Today, with new technologies, the boundaries between different disciplines such as art, science, technology and design are disappearing and art products that combine various media emerge. Digital installations have the potential to enrich the urban landscape by bringing art to the streets, while also increasing city residents' interest in public spaces. The challenges and opportunities encountered in the integration of technology into city life are observed. The social impacts of digital installations and the promotion of creative interactions in public spaces are gaining importance. The aim of this study is to examine the concept of "Digital Transformation in Cities" and discuss how public space is redefined and the role of digital installations in this transformation. While digital installations enrich the city landscape by bringing art to the streets, it is also observed that they have the potential to increase the interest of city residents in public spaces. The difficulties encountered in the integration of technology into city life should not be ignored. In the future, how digital technologies and art will affect the transformation in cities and how public space can be redefined will be discussed in the conclusion.

Keywords*: Digital transformation, digital installations, public space, technology and art.*

[1]. *Graduate Student, İzmir Kâtip Çelebi University, sezgiozturk9@gmail.com, ORCID: 0009-0004-0622-2576.*
[2] *Graduate Student, İzmir Kâtip Çelebi University, semrabeyza23@gmail.com, ORCID: 0009-0002-0902-460X.*



ENERJİ VERİMLİ TASARIM ODAĞINDA IES-VE YAZILIMI İLE İSTANBUL İLİ İÇİN YAPI ANALİZİ

İlknur ARI[1] - Figen BALO[2]

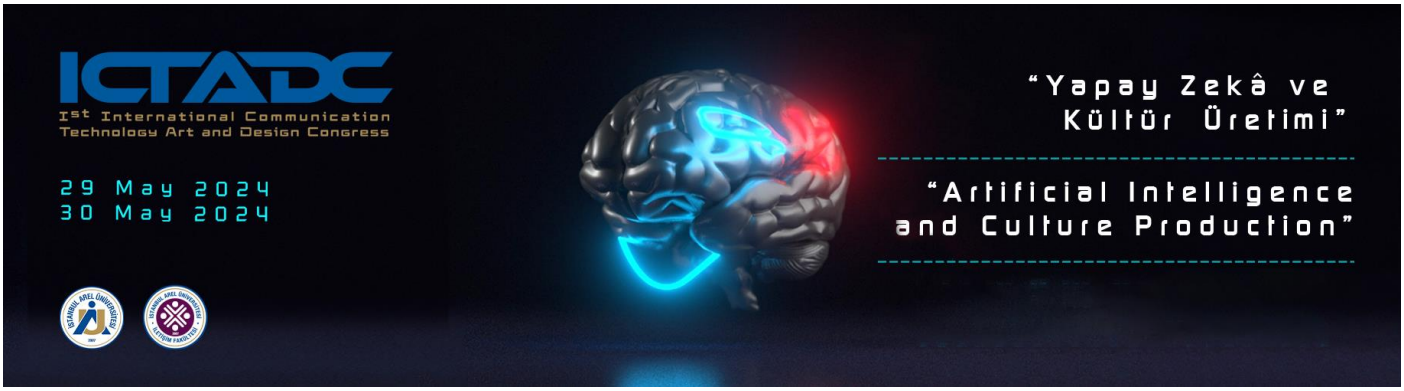
ÖZ

Bugün dünyamızda her alanda enerjiye ihtiyaç duyulmaktadır. İhtiyacımız olan enerjiyi fosil yakıtlar ve nükleer enerji gibi yenilenemeyen, tükenebilir ve çevre dostu olmayan enerji kaynaklarından karşılamaktayız. Fosil yakıtların çevreye verdiği zararlardan dolayı kullanımını minimum düzeyde tutmak oldukça önemlidir. Binalar dünyadaki karbondioksit emisyonun %70'inden ve enerji tüketiminin %40'ından sorumludur. Binalarda enerji verimliliği, çevresel sürdürülebilirlik ve enerji tasarrufu açısından önemli bir konudur. Enerji verimli binalar, daha az enerji tüketerek çevresel etkileri azaltır ve uzun vadede enerji maliyetlerini düşürebilir. Binalarda enerji verimliliğini sağlamak için yenilenebilir enerji kaynaklarını en etkin ve verimli şekilde kullanmanın yanında iyi izolasyon, enerji verimli aydınlatma, enerji verimli cihazlar, yeşil çatılar ve yeşil duvarlar kullanmak gereklidir. Binaların enerji tüketimini analiz etmek, enerji verimliliği önlemlerini değerlendirmek ve optimize etmek amacıyla kullanılan birçok enerji simülasyon programları vardır. Bu programlar, mimarlar, mühendisler ve enerji uzmanları tarafından bina tasarımı ve yenileme projelerinde kullanılır. Enerji simülasyon programlarından biri İngiltere'de geliştirilmiş IES-VE (Integrated Environmental Solutions Virtual Environment) yazılımıdır. Bu program, bina enerji performansı, termal konfor ve iç hava kalitesi gibi faktörleri analiz etmek için kullanılır. Enerji modelleme ve simülasyon yeteneklerine ek olarak, tasarım alternatiflerini değerlendirmek için kullanılabilecek araçlar sunar. Bu çalışma için IES Virtual Environment (IES-VE) programı kullanılarak İstanbul ili iklim şartlarında bulunan 100 m² alana sahip 1+1 studio daire tasarlanmıştır. Tasarlanan yapının genel özellikleri, bina inşasında kullanılan malzemelerin teknik özellikleri ve tasarım için seçilen bölgenin iklim şartlarına ait detaylar yazılıma girdi olarak işlenmiştir. Binanın farklı malzeme kombinasyonlarıyla tasarlanması durumunda değerlendirme yapabilmek için detaylı alternatif senaryolar oluşturulmuştur. Tasarlanan her bir alternatif senaryo için toplam enerji tüketimi ve karbondioksit salınımı değerleri analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre İstanbul ili için enerji verimliliği açısından en etken malzeme kombinasyonları tasarımcılara, müteahhitlere, inşaat mühendislerine ve konuyla ilgili diğer karar vericilere rehberlik etmesi amacıyla yazılım destekli olarak sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Binalarda enerji verimliliği, çevre dostu enerji, enerji simülasyon programları, IES-VE, yenilenebilir enerji.*

---

[1] *Yüksek Lisans Öğrencisi, Fırat Üniversitesi, ilknurbzkrt93@outlook.com, ORCID: 0009-0002-2638-2265.*
[2] *Prof. Dr., Fırat Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Metalurji ve Malzeme Mühendisliği Bölümü, Üretim Metalurjisi Anabilim Dalı, figenbalo@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5886-730X.*



BUILDING ANALYSIS FOR ISTANBUL WITH IES-VE SOFTWARE WITH A FOCUS ON ENERGY EFFICIENT DESIGN

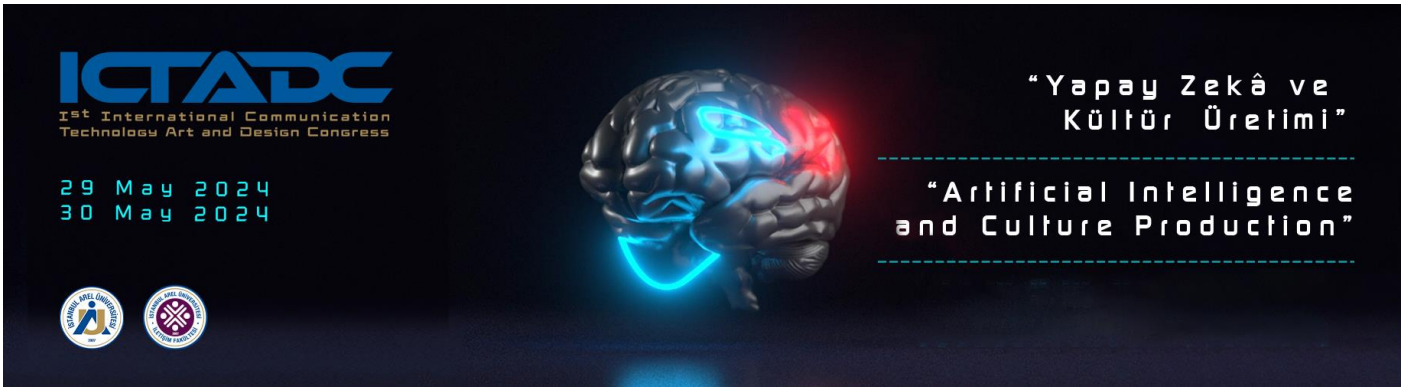
İlknur ARI[1] - Figen BALO[2]

ABSTRACT

Today, energy is needed in every field in our world. We meet the energy we need from non-renewable, exhaustible and environmentally unfriendly energy sources such as fossil fuels and nuclear energy. It is very important to minimise the use of fossil fuels due to their environmental damage. Buildings are responsible for 70% of the world's carbon dioxide emissions and 40% of energy consumption. Energy efficiency in buildings is an important issue in terms of environmental sustainability and energy saving. Energy efficient buildings reduce environmental impacts by consuming less energy and can reduce energy costs in the long term. In order to ensure energy efficiency in buildings, it is necessary to use renewable energy sources in the most effective and efficient way, as well as good insulation, energy efficient lighting, energy efficient appliances, green roofs and green walls. There are many energy simulation programs used to analyse the energy consumption of buildings, evaluate and optimise energy efficiency measures. These programmes are used by architects, engineers and energy specialists in building design and renovation projects. One of the energy simulation programmes is IES-VE (Integrated Environmental Solutions Virtual Environment) software developed in the UK. This programme is used to analyse factors such as building energy performance, thermal comfort and indoor air quality. In addition to energy modelling and simulation capabilities, it provides tools that can be used to evaluate design alternatives. For this study, IES Virtual Environment (IES-VE) software was used to design a 1+1 studio apartment with an area of 100 m² in the climatic conditions of Istanbul. The general characteristics of the designed building, the technical properties of the materials used in the construction of the building and the details of the climatic conditions of the region selected for the design were processed as input to the software. In case the building is designed with different material combinations, detailed alternative scenarios have been created for evaluation. Total energy consumption and carbon dioxide emission values were analysed for each alternative scenario. According to the results obtained, the most effective material combinations in terms of energy efficiency for the province of Istanbul are presented with software support to guide designers, contractors, civil engineers and other decision makers on the subject.

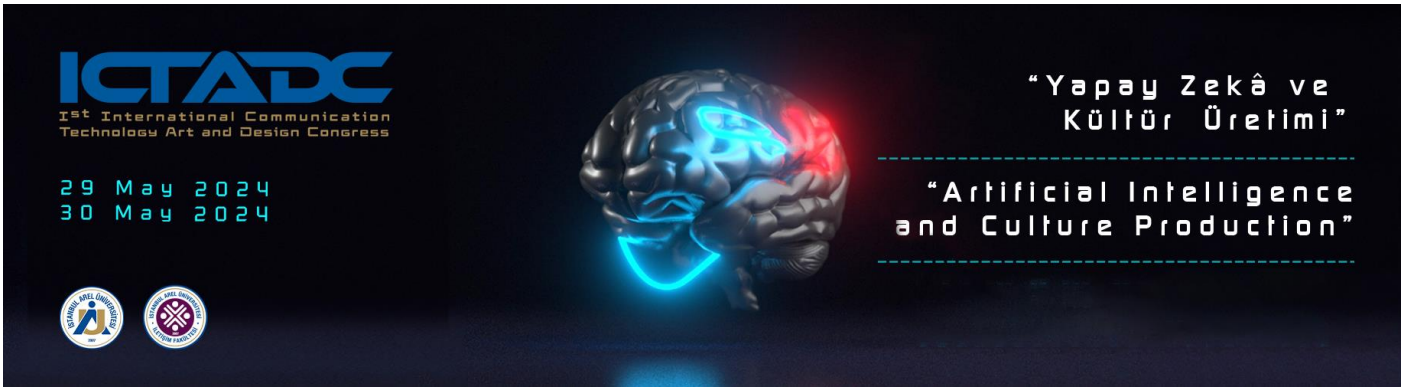
Keywords: *Energy efficiency in buildings, environmentally friendly energy, energy simulation programs, IES-VE, renewable energy.*

[1]*Master's Student, Fırat University, ilknurbzkrt93@outlook.com, ORCID: 0009-0002-2638-2265.*
[2] *Prof. Dr., Fırat University, Faculty of Engineering, Department of Metallurgical and Materials Engineering, Department of Production Metallurgy figenbalo@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5886-730X.*



"YAPAY ZEKÂ VE SİNEMA: FİLM ENDÜSTRİSİNDE DÖNÜŞÜM ÇAĞI"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND CINEMA:
THE ERA OF TRANSFORMATION IN THE FILM INDUSTRY"



KAYIP SAHNELER VE BULUNAN NÜANSLAR: TÜRKÇE VE İNGİLİZCE YAPAY ZEKÂ İLE ÜRETİLEN RETORİK FİLM DİYALOGLARI

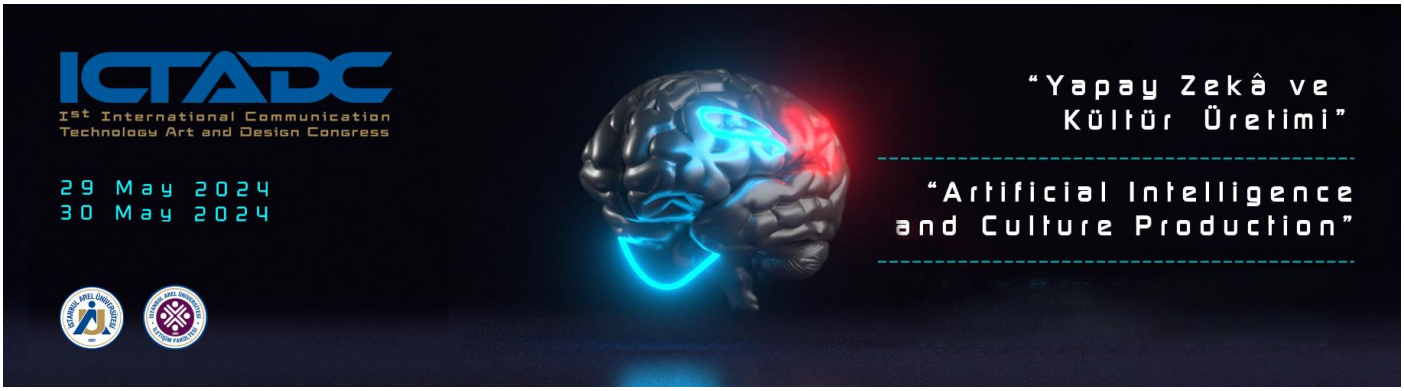
Özgür ÇALIŞKAN[1]

ÖZ

Yapay zekâ birçok alanda olduğu gibi son dönemde sinemanın da alanına girmiştir. Yapay zekâ tarafından üretilen içeriğin yenilikçi kullanımları, senaryo alanında da gözlemlenmektedir. Bu çalışma, Yapay zekâ tarafından üretilen Türkçe ve İngilizce film diyaloglarındaki retoriğin nasıl kültür ve dil bağlamında farklılıklar ya da benzerliklere sahip olduğunu incelemeyi amaçlamaktadır. Bununla birlikte hikâye anlatımı ile yapay zekâ entegrasyonunu vurgulayan çalışma, sinematik anlatılarda dilsel çeşitliliği ve kültürel özgünlüğü korumanın öneminin altını çizmeyi de amaçlamaktadır. Bu çalışmada kuramsal çerçeve bağlamında, yapay zekânın diyaloglarda kültürel olarak ilgili ifadeleri, deyimleri ve retorik stilleri dahil etme yeteneğini incelenmektedir. Bu incelemeler, yapay zekâ tarafından üretilen geleneksel anlatı ve yaygın kullanılan sahne temalarıyla oluşturulan diyalogların nitel olarak metin incelemesi ve retorik bağlamında karşılaştırılmasıyla gerçekleştirilmektedir. Bulgular, yapay zekânın kültürel açıdan hassas ve nüanslı diyaloglar oluşturmadaki etkinliğini ortaya koyabilir, ancak dil ve kültürün inceliklerini yakalamadaki sınırlamalarının da altını çizebilir. Bu tür içgörüler, film yapım sürecinde insan yaratıcılığının yeri doldurulamaz rolünün de tekrar hangi konumda olduğunu vurgulamaktadır. Yapay zekânın senaryo yazımındaki rolünü eleştirel bir bakış açısıyla ele alan bu çalışma, yapay zekâ ve insan yaratıcılığı arasındaki etkileşimi incelemeyi ve tartışmayı teşvik etmektedir. Sinematik hikâye anlatımında teknoloji ve yaratıcılığın nasıl birleştiğini anlamaya çalışmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, film diyalogları, retorik, senaryo yazımı, dil farklılıkları.*

[1] *Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Sinema ve Televizyon Bölümü, İletişim Sistemleri Anabilim Dalı, ozgurcaliskan@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7407-3371.*



LOST SCENES AND FOUND NUANCES: AI-GENERATED RHETORICAL FILM DIALOGUES IN TURKISH AND ENGLISH

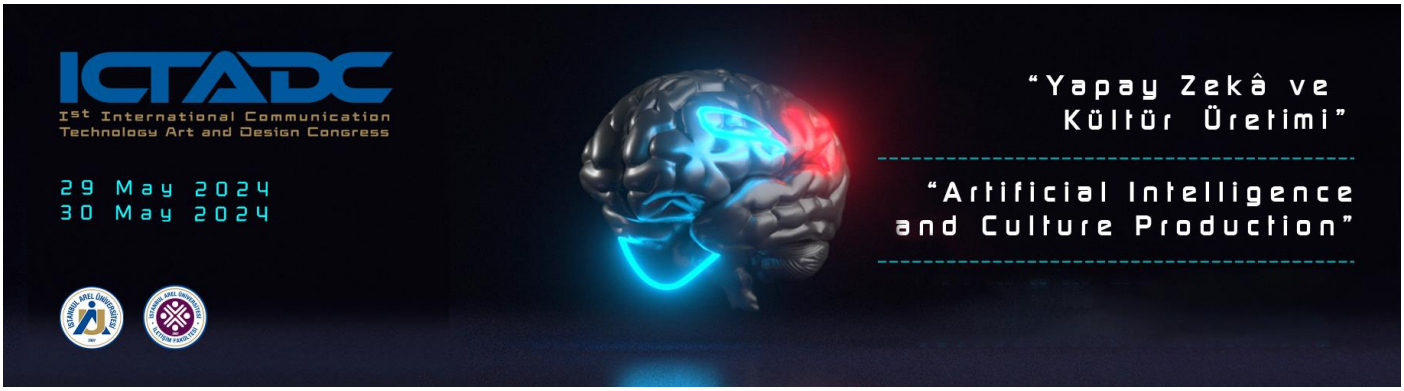
Özgür ÇALIŞKAN[1]

ABSTRACT

Artificial intelligence has recently entered the field of cinema, as have many other fields. Innovative uses of AI-generated content are also observed in the field of scriptwriting. This study examines how the rhetoric in Turkish and English film dialogues generated by AI has differences or similarities in culture and language. In addition, by emphasizing the integration of storytelling and artificial intelligence, the study also aims to underline the importance of preserving linguistic diversity and cultural authenticity in cinematic narratives. In the context of the theoretical framework, this study examines the ability of AI to incorporate culturally relevant expressions, idioms, and rhetorical styles in dialogues. This is done through a qualitative textual and rhetorical comparison of AI-generated dialogues with traditional narrative and common stage themes. The findings may reveal the effectiveness of AI in generating culturally sensitive and nuanced dialogues but may also highlight its limitations in capturing the subtleties of language and culture. Such insights also re-emphasize the irreplaceable role of human creativity in filmmaking. By critically examining the role of AI in screenwriting, this study encourages the examination and discussion of the interplay between AI and human creativity. It seeks to understand how technology and creativity combine in cinematic storytelling.

Keywords: *Artificial intelligence, film dialogues, rhetoric, screenwriting, linguistic differences.*

[1] *Assoc. Prof. Dr., Anadolu University, Faculty of Communication Sciences, Department of Cinema and Television, Department of Communication Systems, ozgurcaliskan@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7407-3371.*



ANİMASYON FİLM ÜRETİMİNDE UNREAL ENGINE OYUN MOTORU KULLANIMI ÖRNEĞİ: IN VAULTED HALLS ENTOMBED

Murat Fırat[1] - Mehmet Emin KAHRAMAN[2]

ÖZ

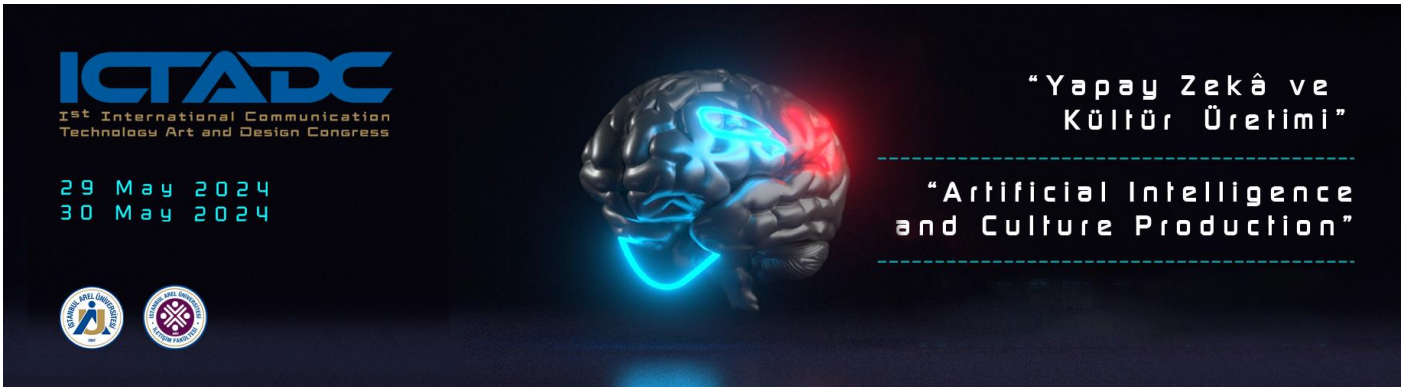
İlk bilgisayar ENIAC ile başlayan bilgisayar teknolojilerinin ivmeli gelişimi 1990'lı yıllardan itibaren hızla insan hayatının her alanında yer almaya başlamıştır. Günümüzde ise tıp, hukuk, eğitim gibi temel disiplinlerden sinema, yeni medya sanatı gibi yaratıcı disiplinleri de etkilemektedir.

Bilgisayar teknolojilerinin getirdiği yaratıcı endüstrilerden biri olan dijital oyunlar da gündelik yaşamda yerini almış ve gelişen teknolojilere paralel olarak büyük bir sektör haline gelmiştir. Dijital oyunların geliştirilmesi için kullanılan oyun motorları da teknik anlamda çeşitlenmiş ve son kullanıcı için ulaşılabilir hale gelmiştir. Dijital oyun endüstrisinde kullanım yaygınlığına göre Unity ve Unreal Engine oyun motorları ön plana çıkmaktadır. Unreal Engine oyun motoru oyun geliştirme dışında animasyon, mimari görselleştirme ve sanal prodüksiyon gibi alanlarında da sunduğu üretim çözümleri ile Unity'den farklı konumlanmaktadır. Özellikle 3B animasyon üretiminde Unreal Engine, geleneksel 3 boyutlu tasarım programları ile üretim yollarına alternatif çözümler getirme noktasında büyük ilerleme göstermiştir. Öyle ki son yıllarda Sektörde 3B animasyon ve prodüksiyon üzerine üretimler yapan şirketlerde kullanılmaya başlanmıştır. Netfilix'in Love, Death & Robots serisinde yer alan In Vaulted Halls Entombed adlı animasyon yapım da üretiminde Unreal Engine oyun motorunun kullanıldığı örneklerden biridir.

Bu çalışmanın amacı, Unreal Engine oyun motorunun 3 boyutlu animasyon üretiminde ne kadar yer edinebildiği ve var olan 3 boyutlu tasarım programlarına herhangi bir alternatif olup olamayacağına dair durum tespitinde bulunmaktır. Bu araştırmada 3 boyutlu animasyon üretimi için izlenen teknik yollara alternatif olarak Unreal Engine kullanılan bir üretim yolunun yaratıcı endüstrilerdeki dönüşümsel etkilerinin ele alınması açısından önem arz etmektedir.

***Anahtar Kelimeler**: 3B Animasyon, Dijital Oyun, Bilgisayar Teknolojileri.*

[1] *Lisansüstü Öğrencisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, muratfirattr@gmail.com.*
[2] *Doç. Dr., Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Sanat Bölümü, Endüstri Ürünleri Tasarımı Anasanat Dalı, mek@yildiz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2089-3067.*



IN ANIMATION MOVIE PRODUCTION UNREAL ENGINE GAME ENGINE USE EXAMPLE: IN VAULTED HALLS ENTOMBED

Murat Fırat[1] - Mehmet Emin KAHRAMAN[2]

ABSTRACT

The accelerated development of computer technologies, which started with the first computer ENIAC, has rapidly begun to take place in every aspect of human life since the 1990s. Today, it affects basic disciplines such as medicine, law and education as well as creative disciplines such as cinema and new media art.

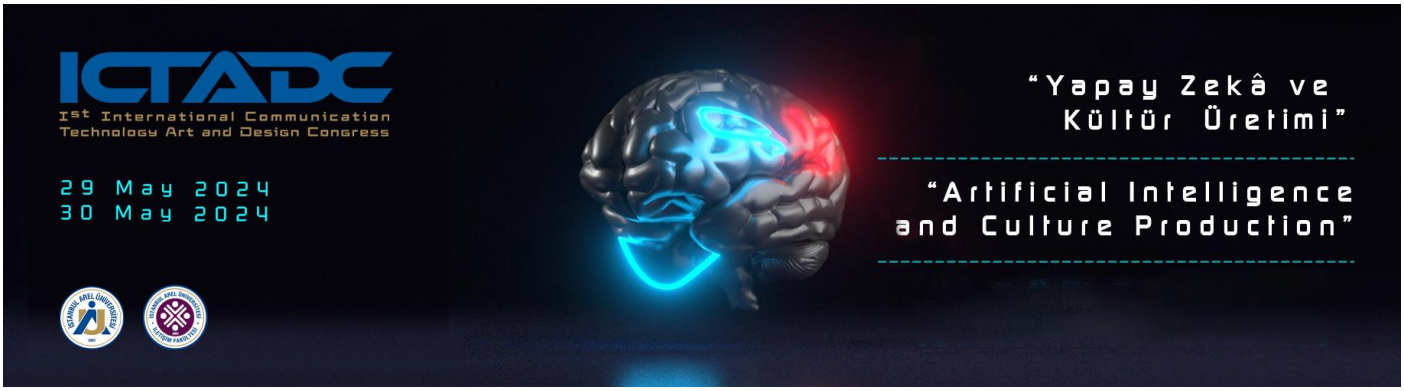
Digital games, one of the creative industries brought about by computer technologies, have also taken their place in daily life and have become a major sector in parallel with developing technologies. Game engines used for the development of digital games have also diversified technically and become accessible to the end user. Unity and Unreal Engine game engines come to the fore according to their prevalence in the digital game industry. The Unreal Engine game engine is positioned differently from Unity with the production solutions it offers in areas such as animation, architectural visualization and virtual production, as well as game development. Especially in 3D animation production, Unreal Engine has made great progress in bringing alternative solutions to production methods with traditional 3D design programs.

So much so that in recent years, it has started to be used in companies that produce 3D animation and production in the sector. The animated production called In Vaulted Halls Entombed, included in Netflix's Love, Death & Robots series, is one of the examples where the Unreal Engine game engine was used in its production.

Keywords: *3D animation, digital game, computer technologies.*

[1] *Graduate Student, Yıldız Teknik University, muratfirattr@gmail.com.*

[2] *Assoc. Prof. Dr., Yıldız Teknik University, Faculty of Art and Design, Department of Art, Department of Industrial Design, mek@yildiz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2089-3067.*



SİNEMANIN YENİDEN KONUMLANDIRILMASI: FİLMLERİN TANITIM VE PAZARLAMA SÜREÇLERİNDE YAPAY ZEKÂ KULLANIMI

Seda AKTAŞ[1]

ÖZ

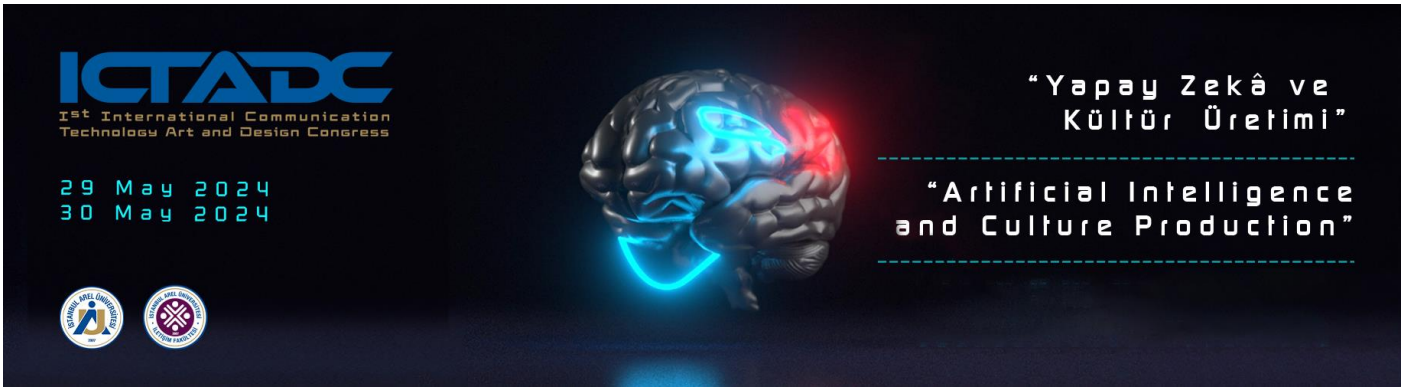
Bu çalışmada, Walter Benjamin'in "teknolojinin özü hiçbir zaman teknolojik değildir" sözünden hareketle, sinema alanındaki dijitalleşme ve teknolojik gelişmelerin sosyolojik boyutu incelenmektedir. Sinema, teknolojiyle birlikte koşut evrilen bir sanat dalı olarak dijitalleşme sürecine girmiş ve bu süreç filmlerin üretim (production), üretim öncesi (pre-production) ve üretim sonrası (post-production) süreçlerinde köklü değişikliklere neden olmuştur. Dijitalleşme sonrası sinema, farklı kavramlar ile yeniden tanımlanmaya ve konumlandırılmaya çalışılmaktadır. Bu aşamada sinemanın var olan biçimi ile sona yaklaştığını düşünenler olduğu kadar, sinemanın yeniden özüne yaklaştığı bir dönüşüm içinde olduğunu düşünenler de bulunmaktadır. Sinemaya dair var olan değişimlerin yalnızca teknolojik gelişmeler bağlamında incelenmesi var olan dönüşümü anlamada yetersiz kalmaktadır. Toplumsal değişimler ve teknolojik gelişmeler arasında çift yönlü bir ilişki olduğundan hareketle, çalışma, bu değişimleri sadece teknolojik açıdan değil, aynı zamanda toplumsal değişimlerin kullanıcı pratiklerine olan etkilerini de göz önüne alarak sosyolojik bağlamda değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Sinemada yapay zekâ kullanımı, filmlerin üretimi öncesi hedef kitle analizinden üretim sonrası tanıtımına, üretim aşamasında senaryo yazımından, karakter oluşumuna, üretim sonrası süreçlerde ise kurgudan ses tasarımına kadar birçok alanda kullanılmaya başlanmıştır. Yapay zekâ uygulamalarının filmlerin pazarlama ve dağıtım aşamalarında kullanımı ise, daha kişiselleştirilmiş ve izleyici odaklı stratejiler geliştirmek ve daha geniş bir kitleye ulaşmak için önemli bir araç haline gelmiştir. Çalışma, yapay zekâ uygulamalarının film endüstrisindeki rolünü, özellikle pazarlama ve tanıtım süreçlerindeki kullanım örnekleri üzerinden incelemektedir. Bu bağlamda çalışmada yapay zekânın pazarlama ve tanıtım alanlarındaki çeşitli kullanım biçimlerine bakılacaktır. Bunlardan bazıları; veri analiz ederek izleyici profili belirlemeye yönelik reklam ve tanıtım alanındaki kullanımlar, izleyici yorum ve tepkilerini analiz eden, izleyicilerin duygusal durumlarını anlamaya yönelik çalışmalardaki kullanımlar, etkileşimli ve kullanıcı odaklı interaktif anlatılar için olan kullanımılar, izleyici ile etkileşime giren sosyal medya yazılımları ve hedef kitle analizleri gibi çeşitli alanlardaki kullanımlar olarak sıralanabilir.

Çalışmanın temel amacı, pazarlama ve tanıtım süreçlerindeki yapay zekâ kullanımını teknolojik değişimlerin ötesinde sosyolojik açılardan incelemek ve bu kullanımın izleyici pratikleri üzerindeki etkilerini detaylı bir şekilde değerlendirmektir.

***Anahtar Kelimeler**: Dijitalleşme, sinema, tanıtım, yakınsama, yapay zekâ.*

---

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, sedaaktas@esenyurt.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1735-699X.*



REPOSITIONING CINEMA: USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE PROMOTION AND MARKETING PROCESSES OF MOVIES

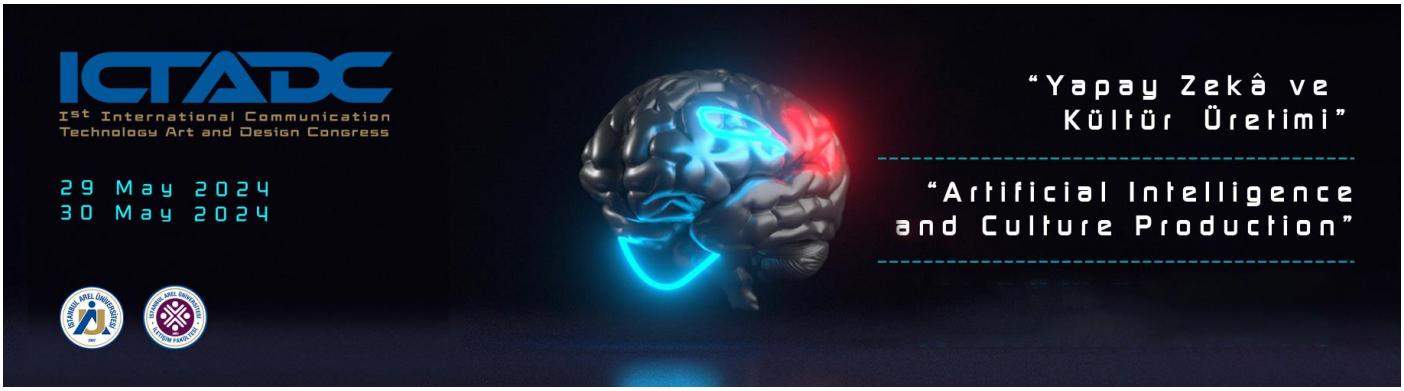
Seda AKTAŞ[1]

ABSTRACT

In this study, starting from Walter Benjamin's statement that "the essence of technology is never technological," the sociological dimension of digitalization and technological developments in the field of cinema is examined. Cinema, as an art form evolving in parallel with technology, has entered a process of digitalization, bringing about profound changes in the production, pre-production, and post-production processes of films. After digitalization, cinema is being redefined and repositioned with different concepts. Some believe that cinema is approaching its end in its current form, while others argue that it is undergoing a transformation that brings it closer to its essence. Examining the changes in cinema solely within the context of technological developments proves insufficient in understanding the existing transformation. Recognizing the two-way relationship between societal changes and technological developments, this study aims to evaluate these changes not only from a technological perspective but also by considering the impact of societal changes on user practices in a sociological context. The use of artificial intelligence in cinema has begun to be developed in many areas, from pre-production to post production. It can be used in areas such as target audience analysis and promotion, stage script writing, character formation, editing and sound design. The application of AI in marketing and distribution stages has become a crucial tool to develop more personalized and audience-focused strategies to reach a wider audience. This study focuses on the role of AI applications in the film industry, particularly in marketing and promotion processes, by examining various usage examples. The study explores various forms of AI usage in marketing and promotion, including analyzing data to determine audience profiles in advertising and promotion, using AI to analyze audience comments and reactions to understand emotional states, employing AI in interactive and user-focused narrative creation, and utilizing social media software and target audience analyses that engage with the audience. The main goal of this study is to examine the use of AI in marketing and promotion processes from sociological perspectives beyond technological changes and to comprehensively assess its impact on audience practices.

Keywords*: Artificial Intelligence, cinema, convergence, digitalization, marketing.*

[1] *Assist. Prof. Dr., Istanbul Esenyurt University, Faculty of Arts and Social Sciences, Department of Radio, Television and Cinema, sedaaktas@esenyurt.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1735-699X.*



YAPAY ZEKÂ VE SANATSAL ÜRETİM: "TEKNİK OLARAK YENİDEN ÜRETİLEBİLİRLİK ÇAĞINDA SANAT ESERİ"Nİ YENİDEN DÜŞÜNMEK

İbrahim Emre GÜNAY[1]

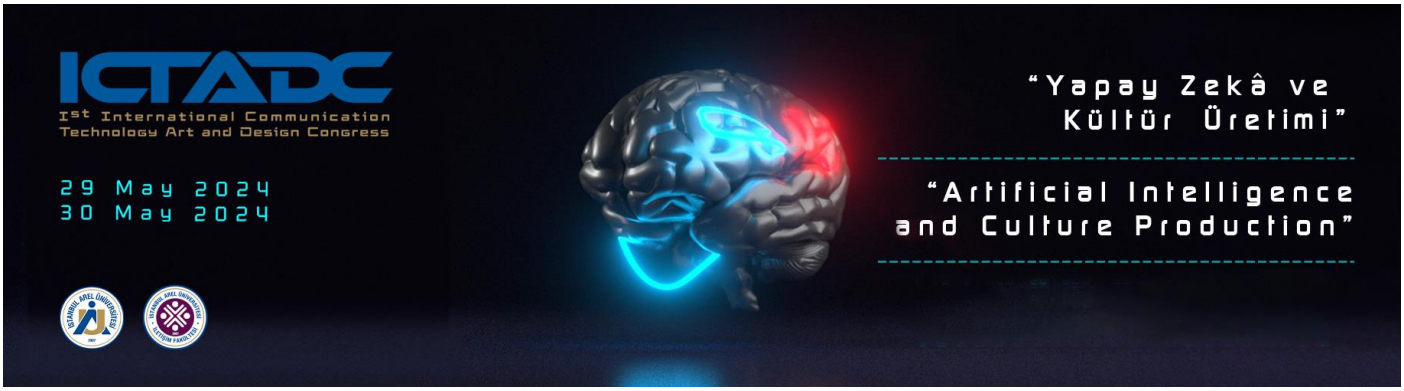
ÖZ

Walter Benjamin'in 1935 yılında kaleme aldığı *Teknik Olarak Yeniden Üretilebilirlik Çağında Sanat Eseri* metni, Benjamin'in yaşadığı dönem itibarıyla şahitlik ettiği teknolojik dönüşümün sanat eserinin üretimine olan etkilerini ele almaktadır. Teknolojik değişimle beraber sanat eserinin üretimi ve dağıtımı kolaylaşmış bununla birlikte -Benjamin için kritik bir kavram olan ve eseri *burada* ve *biricik*liğiyle ilişkilendirilen- "aura" yitmiştir. Aura, sanat eserinin belli bir mekânda ve/veya zamanda var olmasıyla belirir ve eseri özgün kılmaktadır. Ancak, teknik olarak yeniden üretilebilir hâle gelmesiyle birlikte sanat eserlerinin fiziksel varlıklarının mekânsal ve zamansal sınırların bulanıklaşması, başka bir ifade ile sanat eserinin mekânından ve zamanından koparılması, auranın yitmesine neden olmuştur.

Benjamin'in metni, teknolojik gelişmelerin sanat pratiklerine getirdiği değişiklikleri ele alırken, günümüz dijital çağında da hâlâ önemini koruyan bir başvuru metni olarak değerlendirilebilir. Özellikle, dijital medyanın ve yapay zekâ teknolojilerinin sanat eserlerinin üretimine getirdiği yeni boyutlar, Benjamin'in tezlerini günümüz bağlamında yeniden değerlendirmemize olanak tanır. Bu bağlamda, günümüzde yapay zekâ teknolojisinin artan rolü, Benjamin'in tezlerine yeni bir boyut kazandırır. Yapay zekâ algoritmaları, sanat eserlerinin üretiminde kullanılarak orijinal eserlerin yanı sıra benzerleri veya türevleri üretebilir. Bu durum, sanat eserlerinin özgünlüğünü sorgulamamıza yol açar. Öyle ki, işitsel ve plastik sanat eserlerinin üretiminde kullanılmaya başlayan yapay zekâ teknolojileriyle birlikte, sanat eseri yalnızca *biricik*liğini ve *burada*lığını kaybetmemiş, sanatçı ile olan ilişkisini de yitirmeye başlamıştır. Bir heykeltıraş; taş ve kile dokunmadan bir eser ortaya koyabilmektedir. O halde; yapay zekânın olanaklarıyla beraber auradan sonra sanatçı da yitmiş olabilir mi? Sanatsal pratikleri sanatçıdan ayırmak, yapay zekâyı teknik bir araçtan ziyade sanatsal faaliyetin başat aktörü olarak ele almak mümkün olabilir mi? Çalışmamız Walter Benjamin'deki kavramları yapay zekânın getirdiği olanaklar çerçevesinde ele almayı önermekte aura ve sanatçıdan müstesna bir etkinliğin politik imkânlarına değinmeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Aura, sanatsal pratik, teknik üretim, yapay zekâ.*

1 Öğr. Gör., İstanbul Beykent Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Elektrik ve Enerji Bölümü, Elektrik Pr., ibrahimgunay@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9995-5696.



ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND ARTISTIC PRODUCTION: RECONSIDERING "THE WORK OF ART IN THE AGE OF MECHANICAL REPRODUCTION"

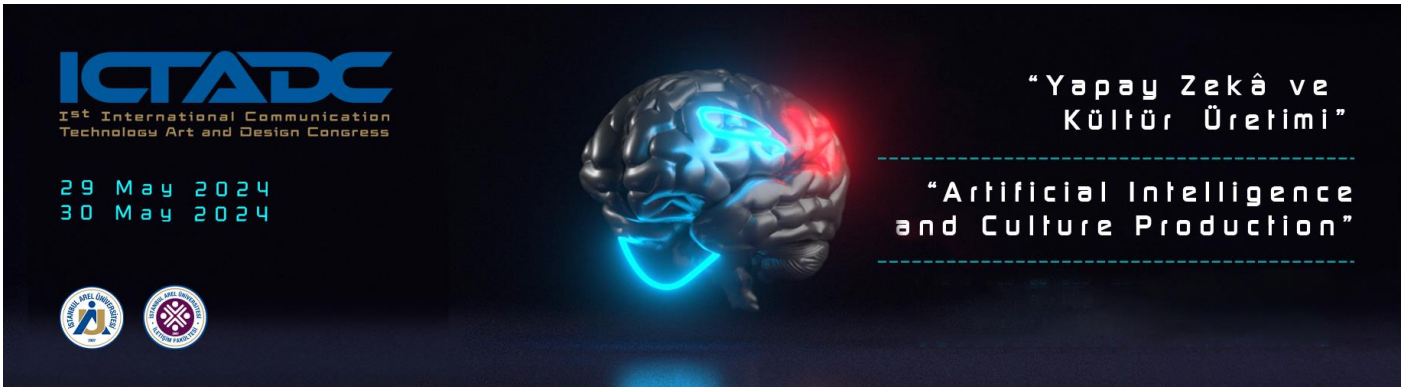
İbrahim Emre GÜNAY[1]

ABSTRACT

Walter Benjamin's text "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction," written in 1935, examines the impact of technological transformation witnessed during his time on the production of art. With technological advancements, the production and distribution of artworks have become more accessible. However, this ease of access has led to the loss of a critical concept for Benjamin, known as the "aura," which is associated with the uniqueness and presence of the artwork in a specific space and time. The technical reproducibility of artworks blurs their spatial and temporal boundaries, resulting in the detachment of the artwork from its original context, ultimately leading to the loss of aura. Benjamin's text remains relevant in the contemporary digital age, offering insights into the changes brought about by technological developments in artistic practices. Particularly, the emergence of digital media and artificial intelligence (AI) technologies introduces new dimensions to the production of art, prompting a reevaluation of Benjamin's arguments in the current context. The increasing role of AI in the creation of artworks raises questions about their originality, as AI algorithms can generate not only original works but also derivatives or variations. Moreover, the integration of AI technologies in the production of auditory and visual artworks challenges the traditional role of the artist, as artworks can now be created without direct human intervention. This raises questions about the significance of the artist's presence and involvement in the creative process. Could it be argued that, along with the aura, the role of the artist is also diminishing in the age of AI? Is it possible to separate artistic practices from the artist and consider AI as the primary actor in artistic activity? Our study proposes to examine the concepts outlined by Walter Benjamin within the framework of the opportunities presented by AI, aiming to explore the political implications of an activity exempt from aura and the artist.

Keywords: *Artificial intelligence, artistic practice, aura, technical production.*

1 Lecturer, Istanbul Beykent University, Vocational School, Department of Electricity and Energy, Electrical Pr.., ibrahimgunay@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9995-5696.



SİNEMADA OYUNCUNUN METAHUMAN'A EVRİLMESİ ÜZERİNE BİR ANALİZ

Arda AKÇAY[1]

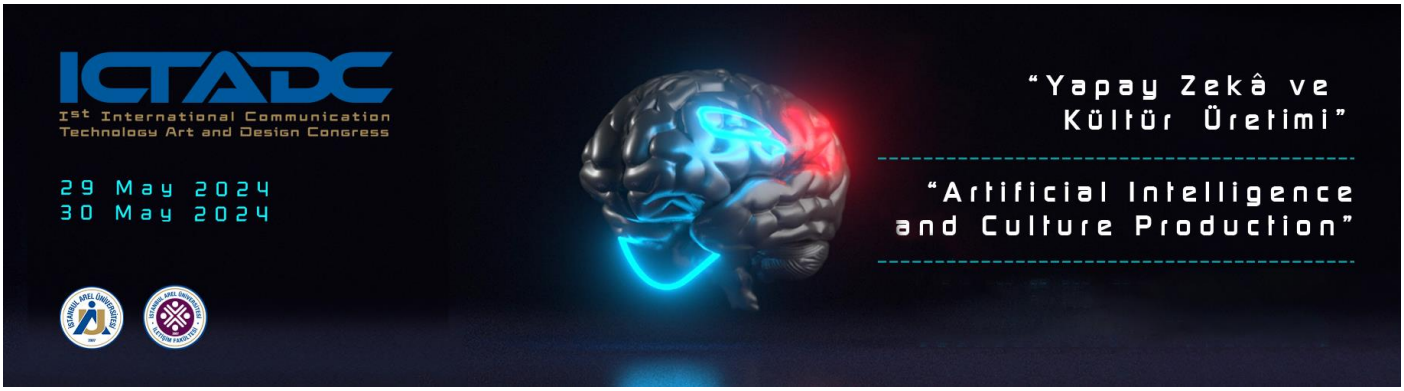
ÖZ

Yapay zekâ teknolojisi gündelik hayata hızla katılım göstermektedir. Bugün hemen her bireyin bilgisayarları, tabletleri veya akıllı telefonları aracılığıyla basit veya kapsamlı çok çeşitli yapay zekâ sistemine erişim imkânı vardır. Bu sistemler aracılığıyla insanlar metin tabanlı sohbet, danışmanlık gibi hizmetlerin yanında işitsel ve görsel materyallerin üretimini de gerçekleştirebilmektedirler. Bu entegrasyon yalnızca kişisel ve gündelik kullanım ile sınırlı değildir. Büyük şirketler hızla gelişen bu teknolojiyi kendi sistemleri ile harmanlayarak ortaya ultra- realistik yapay zekâ sistemleri sunmuşlardır. Bu sistemlerden bir tanesi de EpicGames tarafından üretilen web tabanlı MetaHuman Creator uygulamasıdır. MetaHuman da MetaHuman Creator yazılımı üzerinden üretilebilen dijital realistik insan karakterleridir. Bu karakterler oldukça yüksek kalitede ve detaylı olarak gerçek zamanlı üretilmektedir. Film endüstrisi, realistik dijital karakter teknolojilerini sıklıkla kullanmanın yanında daha gelişmiş yazılımlar için daimî bir arayış içerisindedir. Dolayısıyla MetaHuman teknolojisi sinema sektöründe oldukça hızlı bir biçimde yer edineceği öngörülebilir. Bu teknoloji ile Green Screen (yeşil perde) önünde performans gerçekleştiren gerçek insanların yerini çok daha az maliyet ve ekipman ile ortaya konma potansiyeli olan MetaHuman'ın sağlayacağı kolaylıklar tartışılmaktadır. MetaHuman kullanımı ile günümüz filmlerinde çok daha gerçekçi animasyonlar, fantastik karakter ve evrenler oluşturulabilmektedir. Bu çalışma, söz konusu ultra-realistik sistemlerden olan ve EpicGames tarafından üretilen MetaHuman'lar ile onların sinema filmlerine nasıl entegre olabileceğini analiz etmeyi amaçlamaktadır.

Film yapımının temel taşlarından olan oyuncu ihtiyacını karşılamak için sektörel olarak ciddi bir insan gücüne ihtiyaç duyulmaktadır. Bu durum, sinema ortaya çıktığı ilk zamanlardan beri bu şekilde süregelmiştir. Bunun yanı sıra sinema filmlerinde gerçekçi veya gerçek dışı pek çok mekânı yaratabilmek için insana ve büyük endüstriyel güce ihtiyaç duyulmaktadır. Mekânlar filmin gereksinimine göre boyutları değişiklik gösteren green screen stüdyoları aracılığıyla yaratılırken bu stüdyoların film çekim sürecine hazır hâle gelmesi için yine çok sayıda insan faaliyet göstermektedir. Ancak gelişen teknoloji ile yapay zekâ teknolojileri de hızla gelişmiş ve günümüzde hemen her sektörde olduğu gibi sinema ve oyunculuk sektöründe de etkisini aktif olarak hissettirmektedir.

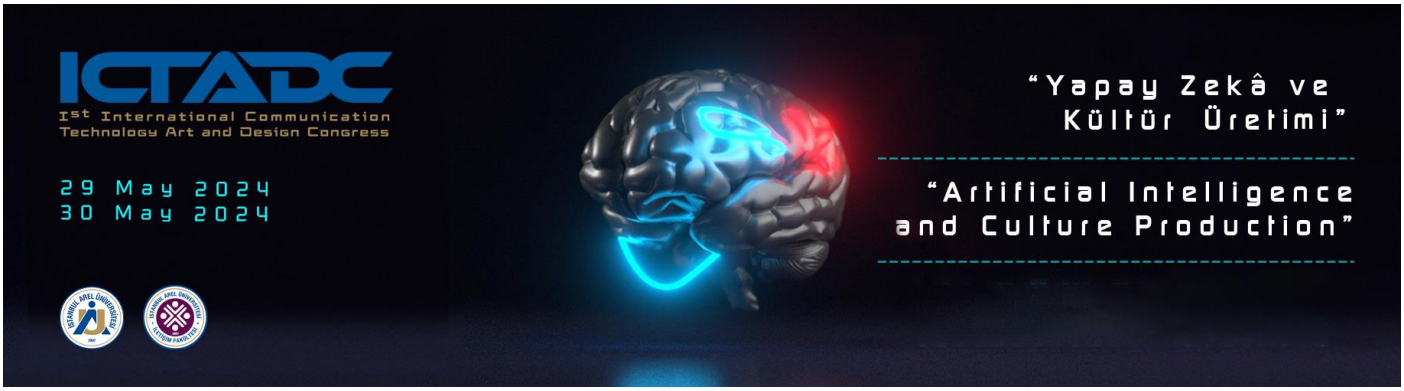
Çalışmanın analizi gerçekleştirilirken MetaHuman teknolojisinin sinema endüstrisine entegre sürecindeki potansiyel olumlu ve olumsuz yönlerin değerlendirmesi sinemadaki fiziki ve sanallaşan oyuncu faktörü gözetilerek yapılmış ve araştırma yöntemi olarak literatür taramasına başvurulmuştur. Çalışmanın sonucunda olumlu ve olumsuz yönleri ele

1 Arş. Gör., Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Çizgi Film ve Animasyon Bölümü, ardaakcayfilmm@gmail.com.



alınan MetaHuman'ın sinema sektörü içerisinde kullanımının film yapım sürecine olan katkıları, MetaHuman teknolojisinin kullanımı ile sinemanın kazanacağı hızlı ivme okuyucusuna aktarılmıştır. Çalışmanın sinema sektörünün yapay zekâ teknolojileri kapsamındaki evrim sürecinde konu üzerinde uzmanlaşmış akademisyen, eğitmen ve film yapımcılarına yol göstermesi amaçlanmıştır. Green Screen ve MetaHuman teknolojilerinin karşılaştırması sonucunda bu yeni yapay zekâ sisteminin sinemada oyunculuk üzerinde avantajları olduğuna ulaşılmıştır.

***Anahtar Kelimeler**: Green Screen, MetaHuman, oyuncu, sinema, yapay zekâ.*



AN ANALYSIS ON THE ACTOR'S TRANSFORMATION INTO METAHUMAN IN CINEMA

Arda AKÇAY[1]

ABSTRACT

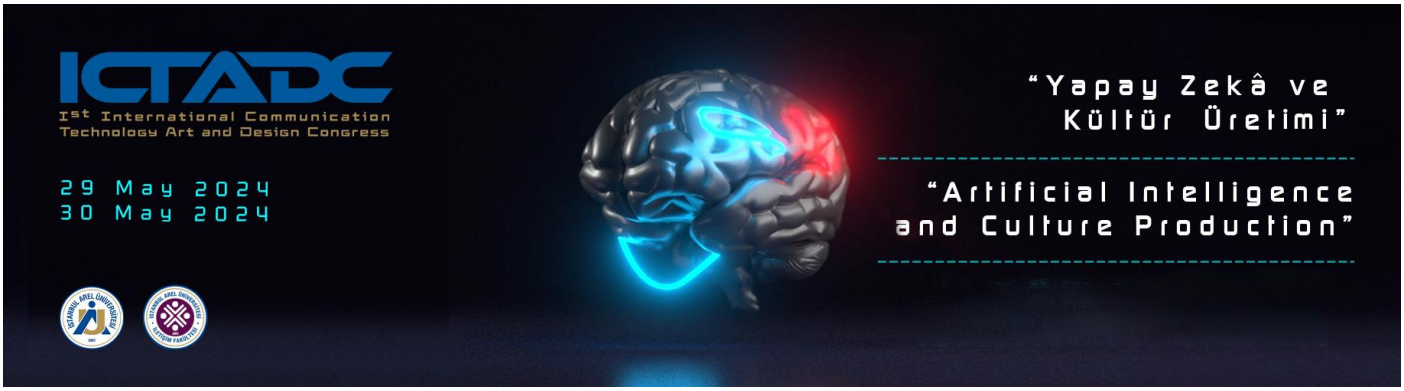
Artificial intelligence technology is rapidly becoming an integral part of daily life. Today, almost every individual has access to a wide range of AI systems, both simple and complex, through their computers, tablets, or smartphones. These systems enable people to engage in text-based chats and consultations, as well as to produce auditory and visual materials. This integration is not limited to personal and everyday use. Large corporations have blended this swiftly evolving technology with their own systems to create ultra-realistic AI systems. One such system is the web-based MetaHuman Creator application produced by EpicGames. MetaHumans are digital realistic human characters that can be produced using the MetaHuman Creator software. These characters are generated in real-time with high quality and detail. The film industry frequently employs realistic digital character technologies and is in constant search of more advanced software. Consequently, it is anticipated that MetaHuman technology will rapidly secure a place in the cinema sector. The potential cost and equipment savings offered by MetaHumans, compared to real people performing in front of a green screen, are being discussed. With the use of MetaHumans, modern films can create much more realistic animations, fantastic characters, and universes. This study aims to analyze how MetaHumans, one of these ultra-realistic systems produced by EpicGames, can be integrated into cinema films.

Meeting the demand for actors, which is a fundamental aspect of film production, requires a significant workforce in the industry. This has been the case since the advent of cinema. Additionally, creating many realistic or fantastical locations in films requires human and substantial industrial power. Locations are created through green screen studios of varying sizes, depending on the film's needs, and a large number of people are involved in preparing these studios for the filming process. However, with the advancement of technology, AI technologies have also rapidly developed, and their impact is actively felt in the cinema and acting sectors, just as in almost every other industry today.

In conducting this analysis, the potential positive and negative aspects of integrating MetaHuman technology into the cinema industry have been evaluated, considering the physical and virtual actor factors in cinema, and a literature review has been employed as the research method. The study's conclusion presents the contributions of MetaHuman's usage in the film production process, examining both its positive and negative aspects, and how the rapid acceleration in cinema can be achieved with MetaHuman technology. This study aims to guide academics, educators, and filmmakers specializing in the evolution of the cinema sector within the scope of AI technologies. The comparison between Green Screen and MetaHuman technologies has revealed that this new AI system offers advantages in cinematic acting.

Keywords: *Green Screen, Metahuman, actor, cinema, artificial intelligence.*

1 Res. Asst., Baskent University Faculty of Fine Arts, Design and Architecture, Department of Cartoon and Animation, ardaakcayfilmm@gmail.com.



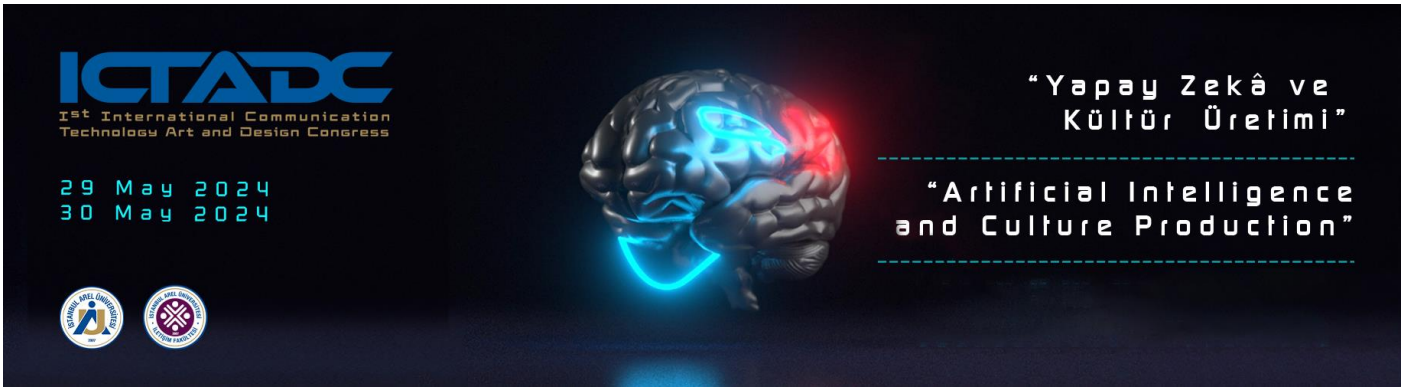
YAPAY ZEKÂNIN LİSANS DÜZEYİ ANİMASYON EĞİTİMİNDE KULLANILMASI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME: FIRSATLAR VE TEHDİTLER

Aslı ASLANTAŞ[1]

ÖZ

Yapay zekânın, etki alanı günümüzde geniş bir alana yayılmış olsa da ortaya çıkan yeni bir kavram değildir. 1950'li yıllara kadar uzanan köklü bir geçmişe sahiptir. John McCarthy, Alan Mathison Turing, Nathaniel Rochester ve Marvin Minsky çeşitli tanımlamalar yapan başlıca isimler olarak gösterilebilir. Yapay zekâ için yapılan tanımlar onun kullanım alanının değişmesi ve çeşitlenmesine bağlı olarak zaman içerisinde değişkenlik göstermiş, tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Günümüzde ise yapay zekâ bu tartışmaların odağında yer alarak tanımı hâlâ objektif bir biçimde yapılamamaktadır. 1950'li yıllarda "Makineler düşünebilir mi?" sorusunu yönelten Turing, günümüzde hâlâ süregelen bu tartışmaların genel çerçevesini çizmiştir. Tanımıyla beraber zenginleşen kullanım alanları çok geniş bir yelpazede dallara ayrılmaktadır. Bu dallardan bir tanesi de çoğunlukla bilgisayar teknolojilerine dayanan animasyon eğitimidir. Mağara duvarlarındaki resimlerden bugüne kadar eski bir geçmişi olan animasyon bir diğer adıyla canlandırma, statik bir görüntüye, mekâna veya karaktere adeta bir "can" vererek hareket ettirme prensibine dayanarak zamanla bir meslek dalına dönüşmüştür. Bu kapsamda, birçok üniversite çatısı altında "animatör" yetiştiren lisans düzeyinde verilen animasyon eğitimleri söz konusu prensibi temel alarak imgeyi 3 boyutlu veya 2 boyutlu olarak üretmek veya modellemek üzerine odaklanmaktadır. Animasyon eğitiminde boyut ve hareket kazandırma işlevi çeşitli bilgisayar alt tabanlı uygulamalar üzerinden yapılmaktadır. Adobe paket programları, Blender, AutoDesk yazılım şirketinin ürettiği Maya, Pixologic'e ait Zbrush ve EpicGames'in geliştirdiği Unreal Engine en sık kullanılan yazılım tabanlı uygulamalardır. Ancak bu uygulamalar (her teknolojik gelişmede olduğu gibi) hızla ivme kazanan teknolojiye karşı gelecekte güncelliklerini kaybetme riskiyle karşı karşıyadırlar. Dolayısıyla işbu uygulamaların 21.yüzyıldaki güncel rakibi yapay zekâdır denilebilir çünkü bu teknoloji günden güne bir karakter kazanarak web tabanlı ve gerçek zamanlı bilgiyle kendisini güncellemektedir. Gelinen son noktada bir görselin üretimi, oyun ve animasyon dâhi yapılabilmektedir. Özünde yaratıcılık ve özgünlük olan güzel sanatlar eğitiminin çatısı altında bulunan animasyon bölümü eğitiminde bu üretim çeşitli ikilemler oluşmaktadır. Bir yandan ilham verme odaklı kullanım, maliyetli bilgisayar donanımına ihtiyaç duymama ve özel gereksinimli öğrencilere sağlayabileceği potansiyel kolaylıklar diğer

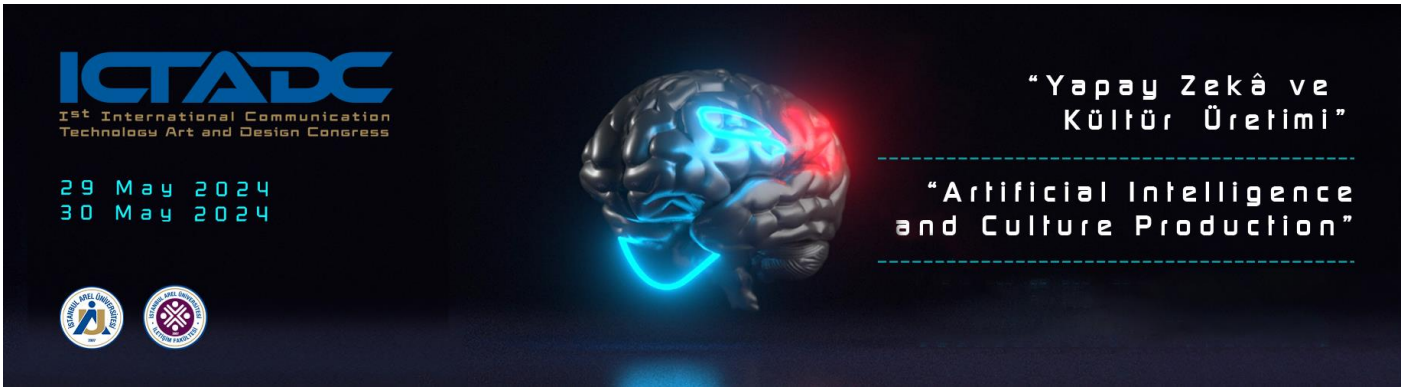
1 Arş. Gör., Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Çizgi Film ve Animasyon Bölümü, aslii.aslantass@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1951-8999.



yanda etik ihlaller ve animatörlük mesleğinin kaybolma riski mevcuttur. Her teknolojik yenilikte olduğu gibi onun nasıl kullanıldığı sağlayacağı fayda ve zararlarla doğru orantılıdır.

Bu nedenle çalışma, lisans düzeyi verilen animasyon eğitiminde yapay zekânın nasıl konumlandığına ve bu eksende ortaya çıkan tartışmalara odaklanarak bir değerlendirme yapmayı amaçlamaktadır. Çalışma, yapay zekânın lisans düzeyi verilen animasyon eğitiminde bir araç olarak kullanılmasına odaklanarak bu kullanımın ortaya çıkardığı fırsat ve tehditler SWOT analizine başvurarak yapılmıştır. SWOT analizi, bir konuyu veya bir durumu tüm avantaj ve dezavantajlarıyla ele aldığı bir analiz yöntemi olduğu için tercih edilmiştir. Sonuç kısmında ise SWOT analizinden elde edilen bulgulara dayanarak yapay zekânın animasyon eğitimindeki etkisi göz önüne serilerek bir sonuca ulaşılması amaçlanmıştır. Öneri olarak animasyon bölümü üniversite öğrencilerinden örneklem seçilerek yapay zekâ hakkında değerlendirme yapılması sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Animasyon, eğitim, fırsat, SWOT analizi, tehdit, yapay zekâ.*



A REVIEW OF THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN UNDERGRADUATE LEVEL ANIMATION EDUCATION: OPPORTUNITIES AND THREATS

Aslı ASLANTAŞ[1]

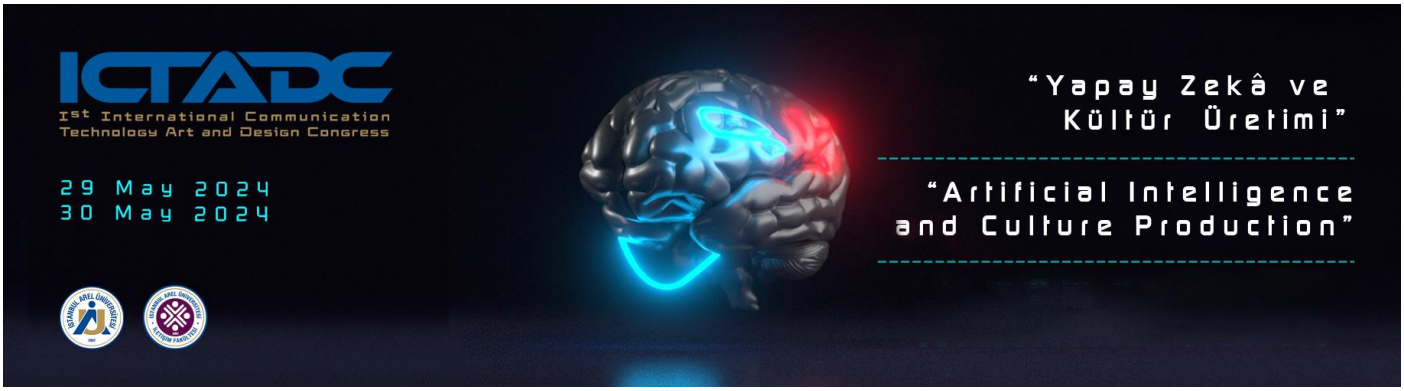
ABSTRACT

Artificial intelligence, although its domain has spread widely in today's world, is not a new concept. It has roots dating back to the 1950s. Notable figures such as John McCarthy, Alan Mathison Turing, Nathaniel Rochester, and Marvin Minsky can be considered as the main pioneers who made various definitions. Definitions of artificial intelligence have varied over time, depending on the changes and diversification in its applications, leading to ongoing debates. Today, artificial intelligence remains at the center of these debates, making its definition still not objectively clear. Turing, who posed the question "Can machines think?" in the 1950s, outlined the general framework of these ongoing discussions. With its definition, artificial intelligence has branched out into a wide range of applications, one of which is animation education, which mostly relies on computer technologies. Animation, with its ancient history dating back from cave wall paintings to modern times, has evolved into a profession, involving giving life to static images, spaces, or characters. Undergraduate animation education, offered by many universities, focuses on producing or modeling images in 3D or 2D based on this principle. The function of adding dimension and motion in animation education is performed through various computer-based applications. Adobe suite programs, Blender, Maya produced by AutoDesk, Zbrush by Pixologic, and Unreal Engine developed by EpicGames are among the most commonly used software applications. However, like any technological advancement, these applications are at risk of losing their relevance in the future against the rapidly advancing technology. Thus, it can be said that their contemporary rival in the 21st century is artificial intelligence because this technology is constantly evolving by gaining character and updating itself with web-based and real-time information. At the current state, it is possible to create an image, a game, or even an animation. Under the umbrella of fine arts education, which essentially revolves around creativity and originality, the animation department faces various dilemmas in education. On one hand, there are inspirations for usage, cost-effectiveness by not requiring expensive computer hardware, and potential conveniences it can provide to students with special needs. On the other hand, there are risks of ethical violations and the potential disappearance of the animation profession. As with any technological innovation, its benefits and drawbacks are directly proportional to how it is utilized.

Therefore, this study aims to evaluate the positioning of artificial intelligence in undergraduate-level animation education and the resulting debates. The study focuses on how artificial intelligence is used as a tool in undergraduate animation education and examines the opportunities and threats it presents through a SWOT analysis. The SWOT analysis method has been chosen as it comprehensively assesses a subject or situation with all its advantages and disadvantages. The conclusion aims to reach a conclusion by highlighting the impact of artificial intelligence on animation education based on the findings derived from the SWOT analysis. As a suggestion, the study proposes selecting a sample of university students from the animation department to evaluate their perceptions of artificial intelligence.

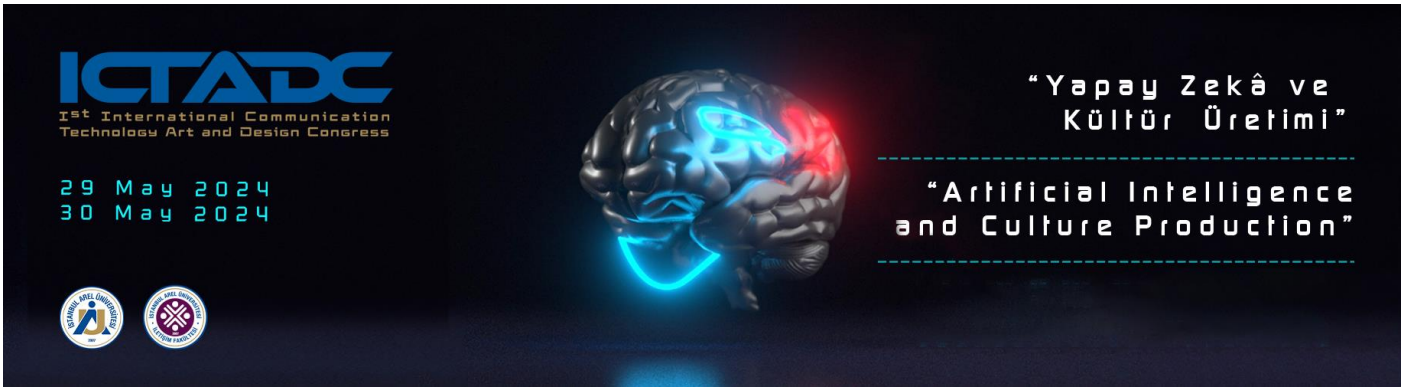
Keywords*: Animation, education, opportunity, SWOT analysis, threat, artificial intelligence.*

1 Res. Asst., Başkent University, Faculty of Fine Arts, Design and Architecture, Department of Cartoon and Animation, aslii.aslantass@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1951-8999.



"YAPAY ZEKÂ, SANAT VE TASARIM: YARATICILIKTA DİJİTAL DEVRİM"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE ART, AND DESIGN: DIGITAL REVOLUTION IN CREATIVITY"



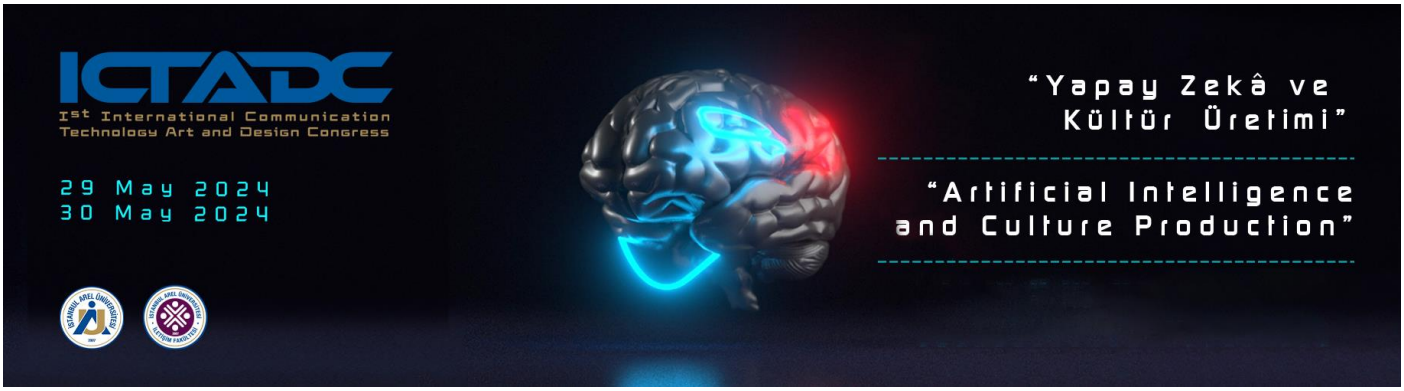
GÖRSEL SANATLARDA KULLANILAN YAPAY ZEKÂ MODELLERİ, TEKNİKLERİ VE PLATFORMLARI: YARATICILIĞIN SINIRLARINI ZORLAMAK

Vildan IŞIK[1]

ÖZ

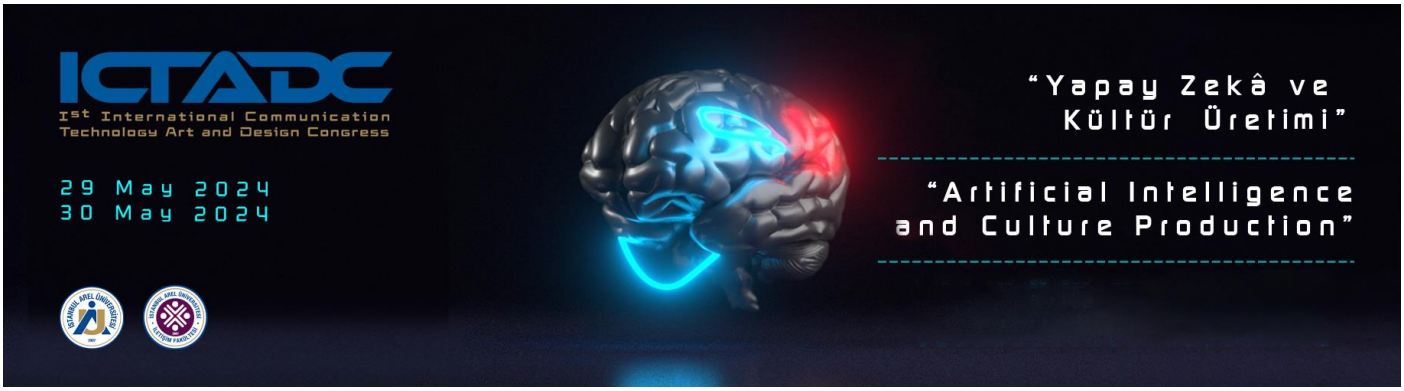
Bu araştırma, günümüzde görsel sanatlarda kullanılan yapay zekâ (YZ) modelleri, teknikleri ve platformlarını inceleyerek eserlerin üretim süreçlerindeki dönüşümü ve yaratıcılığın nasıl yeniden tanımlanmaya başladığını ilgili terim ve sanatçıların eser örnekleri üzerinden bir inceleme sunmayı amaçlamaktadır. Araştırmanın ilk bölümü, görsel sanatlarda kullanılan YZ modelleri, teknikleri ve platformlarını ele almaktadır. YZ modelleri, genellikle matematiksel ve istatistiksel tekniklerle oluşturulan öğrenen bir sistemdir ve desenleri tanıma, tahminlerde bulunma veya çıkarım yapma vb. gibi belirli bir görevi gerçekleştirmek üzere kullanılmaktadır. Günümüzde görsel sanatlarda kullanılan YZ modelleri dört ana başlık altında tasnif edilebilir: 1- *Generative Adversarial Networks (GANs)*: GAN'lar; resim, illüstrasyon, grafik ve fotoğraf gibi görsel sanat dallarında kullanılan en yaygın yapay zekâ modellerindendir ve sanatçılara benzersiz eserler üretme imkânı sunmaktadır. 2- *Convolutional Neural Networks (CNNs)*: CNN'ler; resim sınıflandırma, nesne tanıma ve stil transferi gibi görevlerde etkili olan derin öğrenme modellerindendir. Sanatçılar, eserlerine farklı estetik özellikler kazandırmak amacıyla CNN'leri benimseyebilir. 3- *Recurrent Neural Networks (RNNs)*: RNN'ler, zaman serisi verileri ve sıralı bilgileri işlemek için tasarlanmış bir modeldir. RNN'ler, önceki adımlardaki bilgileri hatırlayabilen ve bu bilgileri gelecekteki adımlarda kullanabilen bir yapıya sahiptir. Bu özellikleri sayesinde dil işleme, metin oluşturma ve zaman serisi tahminleme gibi görevlerde kullanılır. RNN, dilin yaratıcı bir şekilde manipüle edilmesine olanak tanıdığı için özellikle metin tabanlı sanat projelerinde kullanılmaktadır. 4- *Generative Artificial Intelligence (GAI)*: GAI, kendiliğinden yeni ve orijinal içerikler üretebilen YZ modellerini ifade etmektedir. GAI; genellikle büyük veri setleri üzerinde eğitilir ve veri, resim, metin veya diğer türlerde yeni içerikler oluşturabilir. *Stil transferi*, *transfer öğrenme* veya *dil işleme* gibi teknikler ise GAN, CNN, RNN ve GAI gibi YZ modellerinin belirli problemlere uygulanma stratejilerini ifade etmektedir. Yani bunlar, model değil birer YZ tekniğidir. *Runway ML*, *DeepArt.io*, *ArtBreeder*, *DeepDream*, *DALL-E*, *GANPaint Studio*, *Artbreath*, *DeepArt*, *Adobe Firefly*, *DreamStudio*, *Midjourney*, *Playform*, *Stable Diffusion* ve *Leonardo.ai* ise çeşitli YZ tabanlı sanat ve tasarım platformlarıdır. Sanatçılara eser oluşturmaları için çok çeşitli araç ve kaynaklar sunan bu platformlar, genellikle YZ aplikasyonlarını geliştirmek, eğitmek ve dağıtmak için kullanılan geniş kapsamlı sistemlerdir. Araştırmanın ikinci bölümünde; *Harold Cohen*, *Karl Sims*, *Simon Colton*, *Mario Klingemann*, *Jon Mccormack*, *Leon Gatys*, *Ian Cheng* ve *Refik Anadol* gibi öne çıkan sanatçıların çalışmaları üzerinden YZ'nin sanatsal ifadeye katkıları örneklendirilmektedir.

[1] *Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, Sanat, Tasarım ve Mimarlik Fakültesi, Temel Sanat Bilimleri Bölümü, vildani@duzce.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7794-9263.*



YZ ve sanatın entegrasyonunu gördüğümüz bu sanatçıların çalışmaları hem sanat dünyasında yaratıcı bir dönüşümün başladığını göstermekte hem de gelecekteki potansiyel gelişmeleri düşündürmektedir. YZ model, teknik ve platformlarının sanat dünyasında kullanımı, yaratıcılığın sınırlarını genişleterek bu alana yeni boyutlar katmakta ve heyecan verici bir dönemin başlangıcını simgelemektedir ancak eserlerin sahipliği, orijinalliği ve bir algoritmanın belirli bir grubu veya durumu diğerlerine göre ayrıcalıklı veya ayrımcılık yapabilecek şekilde tasarlanmış veya eğitilmiş olması gibi etik sorunsalları da beraberinde getirmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ modelleri, görsel sanatlar, yapay zekâ teknikleri, yapay zekâ platformları, sanat ve teknoloji entegrasyonu.*



ARTIFICIAL INTELLIGENCE MODELS, TECHNIQUES, AND PLATFORMS IN VISUAL ARTS: PUSHING THE BOUNDARIES OF CREATIVITY

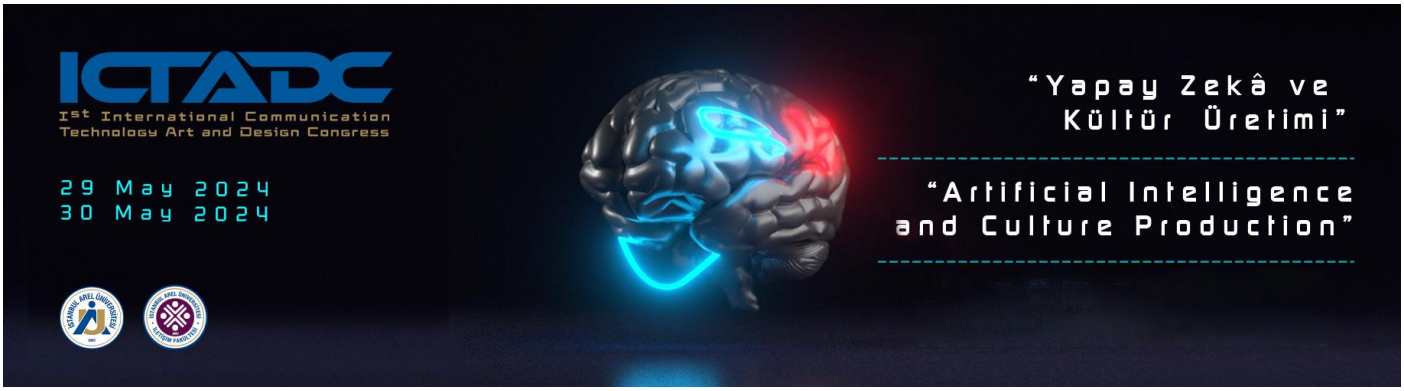
Vildan IŞIK[1]

ABSTRACT

This research aims to investigate the transformation of the production processes of artworks and how creativity is beginning to be redefined by examining the artificial intelligence (AI) models, techniques, and platforms used in contemporary visual arts. The first section of the research focuses on artificial intelligence models, techniques, and platforms used in visual arts. AI models are generally learning systems created with mathematical and statistical techniques, employed to perform specific tasks such as pattern recognition, predictions, or inference. Currently, AI models used in visual arts can be classified under the following four main headings: 1- Generative Adversarial Networks (GANs): GANs are among the most common artificial intelligence models used in visual arts such as painting, illustration, graphics, and photography. They provide artists with the opportunity to create unique artworks. 2- Convolutional Neural Networks (CNNs): CNNs are deep learning models effective in tasks such as image classification, object recognition, and style transfer. Artists may adopt CNNs to impart different aesthetic features to their artworks. 3- Recurrent Neural Networks (RNNs): RNNs are designed as a model to process time-series data and sequential information. RNNs have a structure that can remember information from previous steps and use this information in future steps. Thanks to these features, they are employed in tasks such as language processing, text generation, and time-series prediction. RNNs are particularly used in text-based art projects due to their capability to creatively manipulate language. 4- Generative Artificial Intelligence (GAI): GAI refers to AI models that can spontaneously generate new and original content. GAI is usually trained on large datasets and can create new content in various forms, such as data, images, or text. Techniques such as style transfer, transfer learning, or language processing represent strategies for applying AI models like GANs, CNNs, RNNs, and GAI to specific problems. These are not models themselves but AI techniques. Adobe Firefly, ArtBreeder, Artbreath, DALL-E, DeepArt, DeepArt.io, DeepDream, DreamStudio, GANPaint Studio, Leonardo.ai, Midjourney, Playform, Runway ML, and Stable Diffusion are various AI-based art and design platforms. These platforms provide artists with a wide range of tools and resources to create artworks and are comprehensive systems commonly used to develop, train, and deploy AI applications. In the second part of the research, the contributions of AI to artistic expression are exemplified through the works of prominent artists such as Harold Cohen, Karl Sims, Simon Colton, Mario Klingemann, Jon Mccormack, Leon Gatys, Ian Cheng, and Refik Anadol. The works of these artists, showcasing the integration of AI and art, not only indicate the onset of a creative transformation in the art world but also prompt contemplation about potential future developments. The use of AI models, techniques, and platforms in the art world expands the boundaries of creativity, adding new dimensions to the art world, symbolizing the beginning of an exciting era. However, ethical concerns such as ownership, originality, and the potential bias of an algorithm designed or trained to privilege or discriminate against specific groups or situations accompany this integration.

Keywords: *Artificial intelligence models, visual arts, artificial intelligence techniques, artificial intelligence platforms, art and technology integration.*

[1] *Assoc. Prof. Dr., Düzce University, Faculty of Art, Design and Architecture, Department of Basic Art Sciences, vildani@duzce.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7794-9263.*



YAPAY ZEKÂNIN GÜZEL SANATLAR VE GRAFİK TASARIM EĞİTİMİNDE KULLANIMININ ZORUNLULUĞUNA DAİR BİR İNCELEME

Nihat DURSUN[1]- Renç ŞİLİT [2]- Meltem İŞLEYEN[3]

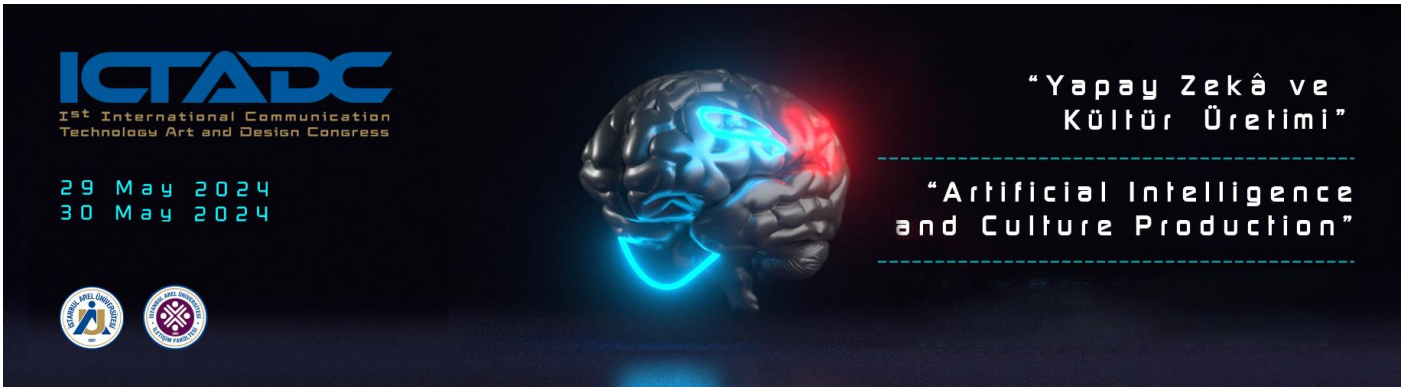
ÖZ

Grafik tasarımın tarihi serüveni anımsandığında, görsel iletişimin temellerini oluşturduğu ve iletişim için kullanılan görsel imgenin ihtiyaçlar doğrultusunda zorunlu devinimlere uğrayarak gelişim gösterdiği görülmektedir. Baskı tekniklerinin gelişmesiyle haz kültürü de dahil olmak üzere yaşam biçimleri üzerinde devrimsel izler bırakmıştır. Kitle iletişim aygıtlarının taşıdığı kodlanmış görsel imgeler teknolojilerin farklılıklarına uyum sağlayarak hedef kitlelerle buluşmaktadır. Bu bağlamda bakıldığında yeni görsel iletişim yöntemleri ve teknolojileri hedef kitleler tarafından kuşkuyla karşılanmış hatta belli dönemler karşı çıkılmıştır. Walter Benjamin ve Arts&Crafts'ın öncüsü William Moris'in teknolojiler karşısındaki görüşlerinin bilinmesiyle birlikte, McLuhan'ın "Küresel Köy" alegorisi ile yakınlaşan dünya insanları için iletişim kanallarının önemini vurgulanması farklı bir bakış açısı sunmaktadır. Arpanet gibi internetin temel ağları ve bilgisayarların görüntü işleme yeteneklerinin, Tim Burner Lee'nin Hyper Text transfer protokolünü bulmasıyla HTML diliyle görsel iletişimin etkisi, McLuhan'ın alegorisini dahada öteye taşımış ve bir anlamda "Evrensel Oda" gibi kullanabileceğimiz bir kavramla baş başa bırakmıştır.

HTML 5 dilinin, blokzincir teknolojisinin kripto sanatın gelişmesinde katkı sunması, Grafik Tasarım için yeni mecralar olarak; NFT ile bahse konu değiştirilemez biricik sanat nesnesi fikri ve Metaverse yaşam alanlarının varlığı baş döndürücü gelişmeler olarak göze çarpmaktadır. Yapay zekayı ise bu gelişmelerin diyalektik sonucu olarak düşünmek anlaşılır olacaktır. Dijital akıllı algoritmalarla imge oluşturmak; her ne kadar normalleşse de bu durum çığır açıcı olağanüstü bir yetkinliğinin olduğu anlamına gelmektedir. Bu ise, üretim biçimi olarak algoritmaların ve yazılımların kullanımının sonucuna ulaştırmaktadır.

Günümüzde yapay zekânın üretim olanaklarının, Grafik Tasarım da tasarım süreci içerisine dahilliyeti kaçınılmaz olmaktadır. Grafik Tasarımın temel değerleri olan, illüstrasyon, fotoğraf ve tipografi yapay zekâ tarafından *Prompt* verilerek üretilebilmektedir. Bu üretimler disiplinlerarası tasarım becerileri sunarak sektör ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmaktadır. Grafik tasarımın temel üretim araçlarından olan Adobe serisi programlara dahi entegre edilmiştir. Otomasyon ve yapay zekâ teknolojileri, tasarımcıların rolünü yeniden şekillendirmektedir. Bu nedenle yapay zekâ reddedilmesi güç olan bir gerçeklik olarak görülmelidir. GSF ve grafik öğrencilerinin yapay zekayı görmezden gelerek

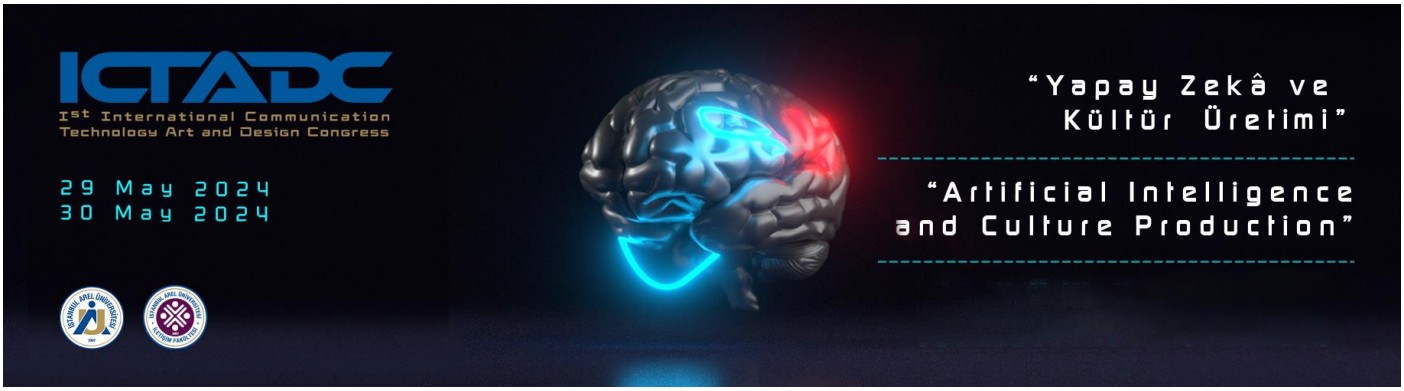
[1] *Doç. Dr., İstanbul Beykent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, nihatdursun@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1155-2949.*
[2] *Arş. Gör., İstanbul Beykent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, rencsilit@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4766-5336.*
[3] *Arş. Gör., İstanbul Beykent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, meltemisleyen@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4026-920X.*



eğitimlerini sürdürmeleri ve tamamlamaları gelecekte mesleğin ihtiyaçlarını karşılama anlamında eksik eğitim anlamına da gelebilmektedir. Bu nedenle yapay zekâ eğitimi gelecekteki iş gücünü hazırlamada üzerine düşülmesi gereken bir noktada yer almalıdır. Yine etik değerlerle ilgili sınırlar çizilerek, yapay zekânın imge oluşturması doğal bir süreç olarak görülmeli ve yalnızca bir araç olarak kullanılmalıdır.

Bundan hareketle; yapay zekânın kendisini gösterdiği ilk alanlardan biri olan tasarım alanında, bu alanın eğitimini vermekte olan Güzel Sanatlar Fakülteleri yapay zekânın teknik becerilerini kabul ederek bu teknolojinin kullanımına uyum sağlayacak şekilde müfredatlarının güncelliğini sağlamaları ve öğrencileri geleceğin endüstri taleplerine gelecekteki iş gücünü hazırlaması adına adımlar atması önem teşkil etmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Yapay Zekâ, grafik tasarım, güzel sanatlar, prompt, müfredat.*



A REVIEW ON THE NECESSITY OF USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN FINE ARTS AND GRAPHIC DESIGN EDUCATION

Nihat DURSUN[1]- Renç ŞİLİT[2]- Meltem İŞLEYEN[3]

ABSTRACT

When the historical adventure of graphic design is recalled, it is seen that it forms the foundations of visual communication and that the visual image used for communication has developed by undergoing compulsory movements in line with the needs. With the development of printing techniques, it has left revolutionary traces on lifestyles, including the culture of pleasure. The coded visual images carried by mass communication devices meet with target audiences by adapting to the differences in technologies. In this context, new visual communication methods and technologies have been met with skepticism by target audiences and even opposed for certain periods. While Walter Benjamin and William Moris, the pioneer of Arts&Crafts, are known for their views on technologies, McLuhan's allegory of the "Global Village" emphasizes the importance of communication channels for the people of the world who are getting closer. The basic networks of the internet such as Arpanet and the image processing capabilities of computers, the effect of visual communication with the HTML language with Tim Burner Lee's invention of the Hyper Text transfer protocol have carried McLuhan's allegory further and left us with a concept that we can use as a "Universal Room" in a sense.

The contribution of HTML 5 language, blockchain technology to the development of crypto art, as new channels for Graphic Design; the idea of the unchangeable unique art object mentioned with NFT and the existence of Metaverse living spaces stand out as dizzying developments. It would be understandable to think of artificial intelligence as the dialectical result of these developments. Creating images with digital intelligent algorithms; although it has become normalized, this situation means that it has an extraordinary groundbreaking competence. This leads to the conclusion of the use of algorithms and software as a mode of production.

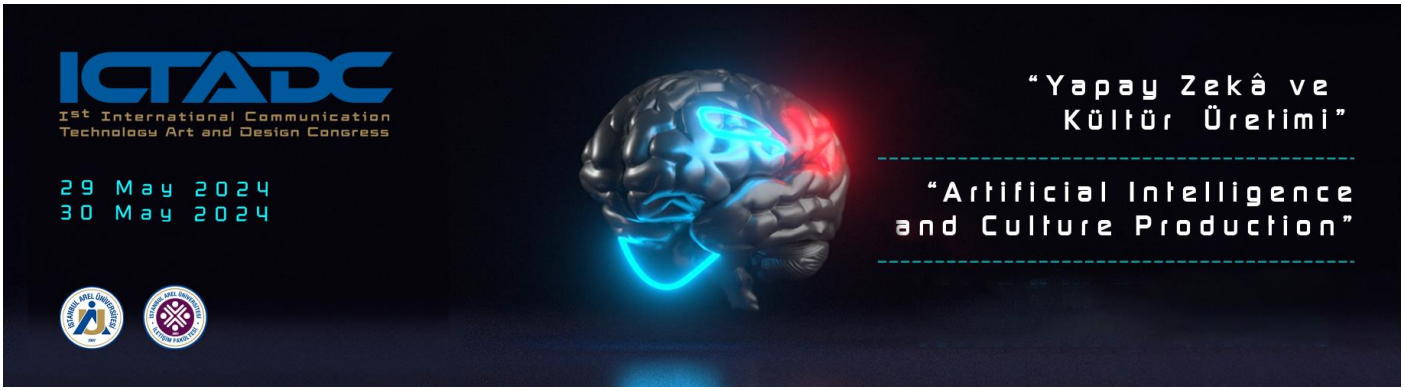
Today, the inclusion of the production possibilities of artificial intelligence into the design process in Graphic Design is inevitable. Illustration, photography and typography, which are the basic values of Graphic Design, can be produced by artificial intelligence by giving prompts. These productions try to meet the needs of the sector by offering interdisciplinary design skills. It is even integrated into Adobe series programs, one of the basic production tools of graphic design. Automation and artificial intelligence technologies are reshaping the role of designers. Therefore, artificial intelligence should be seen as a reality that is difficult to deny. The fact that GSF and Graphics students continue and complete their education by ignoring artificial intelligence may also mean incomplete education in terms of meeting the needs of the profession in the future. For this reason, artificial intelligence education should take place at a point that should be considered in preparing the future workforce. Again, by drawing boundaries related to ethical values, the creation of images by artificial intelligence should be seen as a natural process and should only be used as a tool.

From this point of view; in the field of design, which is one of the first areas where artificial intelligence manifests itself, it is important that the Faculties of Fine Arts, which provide education in this field, accept the technical skills of artificial intelligence and ensure the update of their curricula to adapt to the use of this technology and take steps to prepare students for the future workforce for the industry demands of the future.

Keywords*: Artificial intelligence, graphic design, fine arts, prompt, curriculum.*

---

1 Assoc. Prof. Dr., Istanbul Beykent University, Faculty of Fine Arts, Department of Graphic Design, nihatdursun@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1155-2949.
2 Res. Asst., İstanbul Beykent University, Faculty of Fine Arts, Department of Graphic Design, rencsilit@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4766-5336.
3 Res. Asst., İstanbul Beykent University, Faculty of Fine Arts, Department of Graphic Design, meltemisleyen@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4026-920X.



YAPAY ZEKÂ İLE 1950'LER TV ESTETİĞİNİN YENİDEN YORUMLANMASI

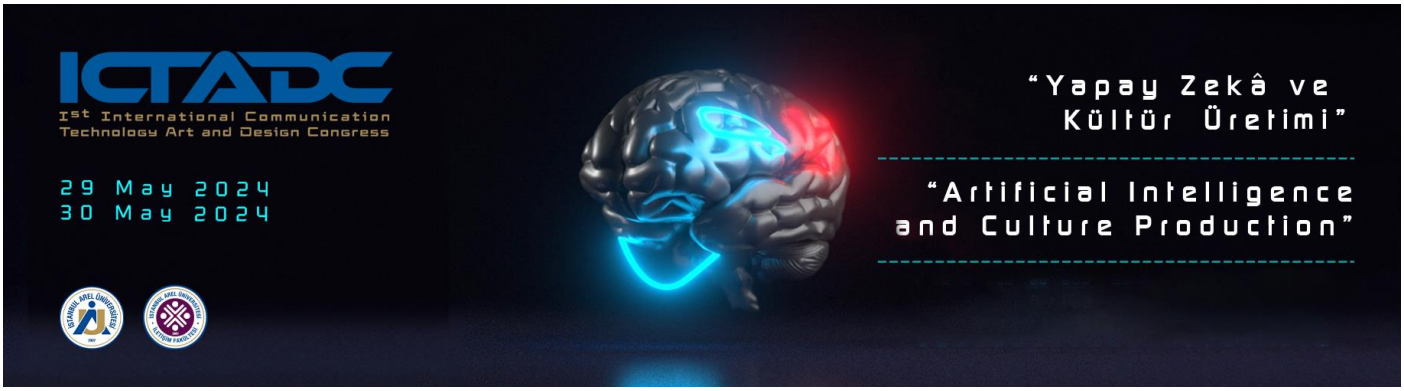
Hatice ÖKSÜZ[1] - Begüm Aylin ÖNDER[2]

ÖZ

1950'lerin TV estetiği, belirgin görsel ve stilistik özelliklerle tanımlanmaktadır. Bu dönemin TV şovları genellikle siyah-beyaz veya erken renk teknolojisi kullanılarak çekilmiştir. Set tasarımları, dönemin mimari ve dekorasyon trendlerini yansıtırken, kostümler ve karakter tasarımları da dönemin modasını takip etmektedir. Super Panavision 70 kameralarıyla çekilen görüntüler, yüksek çözünürlük ve geniş ekran formatı sunarak daha sinematik bir deneyimi izleyiciye sunmaktadır. Demonflyingfox kullanıcı adıyla bilinen youtuber ve yapay zekâ sanatçısının bu özellikleri modern animasyon dizilerine uyarlarken, karakterleri ve sahneleri 1950'lerin tarzına uygun şekilde yeniden tasarlayarak izleyiciyle buluşturmaktadır. Örneğin, *"The Simpsons"* karakterleri daha gerçekçi bir üslupla resmedilerek dönemin kostümlerine uygun bir şekilde tasarlandıkları izlenmektedir. *"South Park"* karakterlerinde ise pastel renklerin hakimiyeti göze çarpmakla birlikte çizimlerin daha pürüzsüz olduğu görülmektedir. *"Rick and Morty"*nin bilim kurgu temaları ise, dönemin bilim kurgu filmlerinin estetik üslubuyla benzeşmektedir. Demonflyingfox'un çalışmaları, yapay zekâ algoritmalarının sanatsal üretimde nasıl kullanılabileceğine dair önemli örnekler sunmaktadır. Bu eserlerin oluşturulmasında derin öğrenme ve görüntü işleme teknikleri temel rol oynamaktadır.

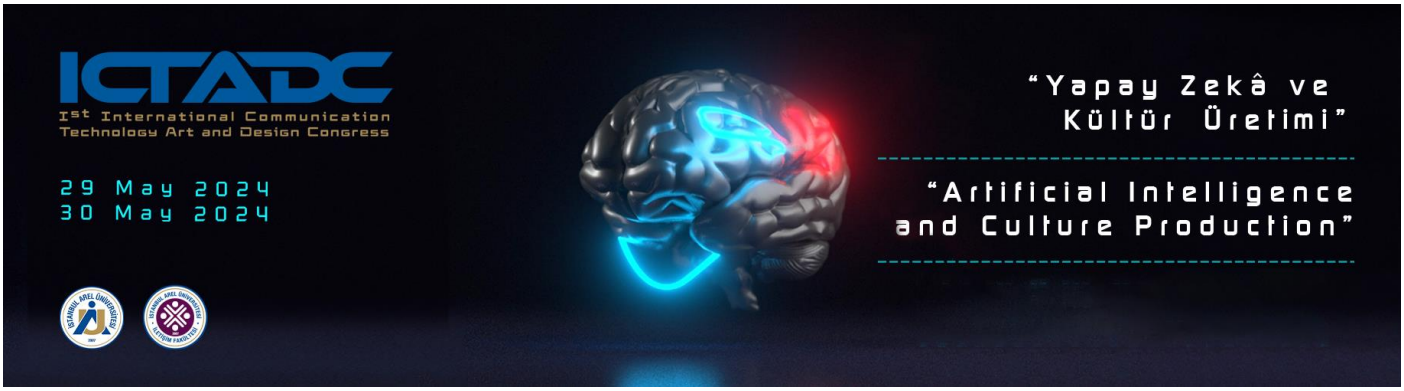
Bu çalışmada, 1950'lerdeki TV estetiğinin günümüz yapay zekâ teknolojileri aracılığıyla nasıl yorumlandığı incelenmektedir. Bu çalışma, animasyon içerik üretiminde yapay zekâ teknolojilerinin biçem açısından hem günümüz hem de geçmişe yönelik estetik anlayışın ne şekilde sunulduğu ve teknolojinin imkanlarıyla yeniden üretilen popüler ürünlerin görsel iletişim ve yeni iletişim teknolojileri bağlamında değerlendirilmesi üzerine odaklanılmıştır. Çalışmada Demonflyingfox'un "*Simpsonlar", "Family Guy", "Sünger Bob", "Futurama", "Rick and Morty", "South Park The Office", "Breaking Bad"* ve *"Friends"* yapımları yapay zekâ teknolojileri ile 1950'ler stiliyle yeniden yorumlanmasına odaklanılarak genel bir değerlendirme yapmak amaçlanmaktadır. Çalışmanın evrenini yapay zekâ teknolojileri ile üretilen hareketli anlatılar oluşturmaktadır. Evrenin sınırlarının çok geniş olması ve zaman yetersizliği sebebiyle tüm evreni incelemek mümkün olmadığından çalışmanın örneklemini Demonflyingfox'un yapay zekâ teknolojileri ile 1950'ler stiliyle ürettiği yapımlar oluşturmaktadır. Zaman kıstası sebebiyle tüm yapımları incelemek mümkün olmadığından seçkisiz örneklem yöntemi ile belirlenen sahneler üzerinde durulacaktır. Bu kapsamda belirlenen sahneler görsel iletişim ve yeni iletişim teknolojileri bağlamında bir değerlendirilmeye tabi tutulacaktır. Çalışma kapsamında incelenecek olan yapımlardaki 1950'ler estetiğinin incelenmesi aşamasında anlamsal düzlemde bir analiz yapılmayacak

[1] *Arş. Gör., İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, haticeoksuz@aydin.edu.tr , ORCID: 0000-0002-1848-108X.*
[2] *Doç. Dr., İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, begumaylinonder@arel.edu.tr , ORCID: 0000-0002-0314-2843.*



olup yapımların estetik kodları üzerinden genel bir değerlendirme yapılacaktır. Bu bağlamda Wassily Kandisky'ın bir resmi temel öğelere ayırıp noktalar, çizgiler, düzlemler gibi unsurlar üzerinden incelediği tümevarımcı yaklaşımından yola çıkılarak Herbert Zettl'nin de Televizyon Estetiği makalesinde sınıflandırdığı üzere televizyon estetiğinin ışık ve renk, çerçeve, derinlik ve hacim, zaman ve hareket, ses gibi unsurları dikkate alınarak örneklem olarak seçilen yapımlar yorumlanacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Herbert Zettl, yapay zekâ, TV estetiği, derin öğrenme, görsel tasarım.*



REINTERPRETATION OF 1950'S TV AESTHETIC WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Hatice ÖKSÜZ[1] - Begüm Aylin ÖNDER[2]

ABSTRACT

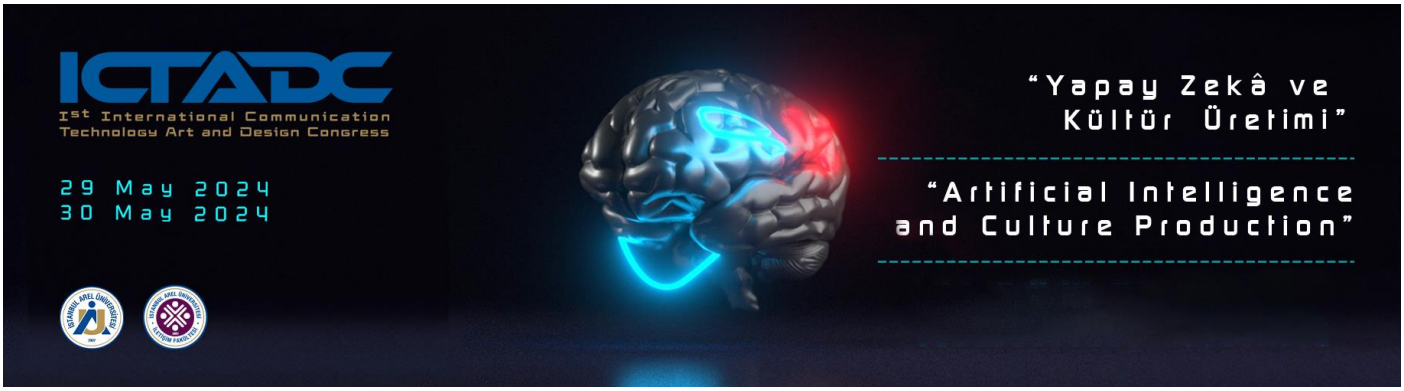
The aesthetic of television in the 1950s is characterised by a number of distinctive visual and stylistic features. Television shows of this period were often shot in black and white or using early colour technology. Set designs reflect the architectural and decorating trends of the period, while costumes and character designs follow the fashions of the time. The images, shot with Super Panavision 70 cameras, offer a more cinematic experience by offering high resolution and widescreen format. Demonflyingfox, a YouTuber and artificial intelligence artist, adapts these features to modern animated series, redesigning characters and scenes in the style of the 1950s. For instance, characters in The Simpsons are portrayed in a more realistic style and designed in accordance with the costumes of the period. South Park characters are dominated by pastel colours and the drawings are smoother. The science fiction themes of "Rick and Morty" are analogous to the aesthetic style of science fiction movies from the period. Demonflyingfox's works serve as illustrative examples of how artificial intelligence algorithms can be employed in artistic production. Deep learning and image processing techniques play a pivotal role in the creation of these works.

This study examines the manner in which the aesthetic sensibilities of the 1950s are interpreted through the lens of contemporary artificial intelligence technologies. It focuses on the ways in which AI technologies employed in the production of animated content present an understanding of both the present and the past in terms of style and the evaluation of popular products, with a particular emphasis on the possibilities of technology in the context of visual communication and new communication technologies. The study aims to provide a general evaluation by focusing on Demonflyingfox's reinterpretation of "The Simpsons", "Family Guy", "SpongeBob", "Futurama", "Rick and Morty", "South Park", "The Office", "Breaking Bad" and "Friends" productions with artificial intelligence technologies and 1950s style. The universe of the study consists of moving narratives produced with artificial intelligence technologies. As it is not feasible to examine the entirety of the universe, which is vast and time-consuming, the study sample comprises Demonflyingfox productions created with artificial intelligence technologies in the 1950s style. Due to time constraints, it is not possible to examine all the productions. Therefore, the scenes selected by the random sampling method will be given particular emphasis. In this context, the scenes will be evaluated in terms of their visual communication and the use of new communication technologies. At the stage of analysing the 1950s aesthetics in the productions to be examined within the scope of the study, an analysis will not be made on the semantic plane. Instead, a general evaluation will be made through the aesthetic codes of the productions. In this context, the selected productions will be interpreted in accordance with Wassily Kandinsky's inductive approach, which involves dividing a painting into basic elements and examining it through elements such as points, lines and planes. This approach will be applied to the selected productions by taking into account the elements of television aesthetics, as classified by Herbert Zettl in his article Television Aesthetics.

Keywords: *Herbert Zettl, artificial intelligence, TV aesthetics, deep learning, visual design.*

[1] *Res. Asst., Istanbul Aydın University, Faculty of Communication, Department of Visual Communication Design, haticeoksuz@aydin.edu.tr , ORCID: 0000-0002-1848-108X.*

[2] *Assoc. Prof. Dr., Istanbul Arel University, Faculty of Communication, Department of Visual Communication Design, begumaylinonder@arel.edu.tr , ORCID: 0000-0002-0314-284.*



ANİMASYON SİNEMASINDA IŞIK VE KAMERA TEKNİKLERİNİN HİKÂYE ANLATIMINA ETKİSİ: PİNOKYO FİLMİ ÖRNEĞİ

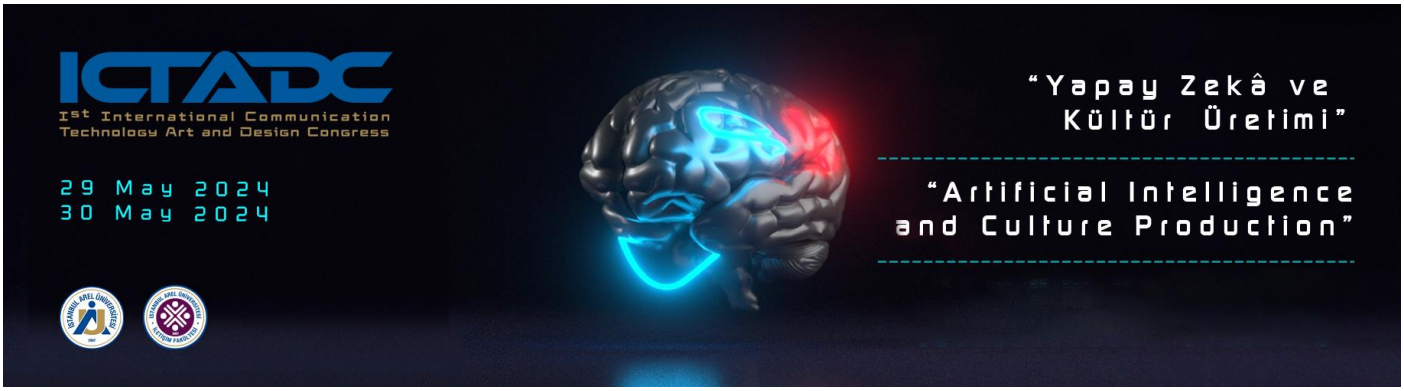
Artür Vahe KARAPEKMEZ[1]- İsmail Erim GÜLAÇTI[2]

ÖZ

Animasyon sineması, pek çok görsel ve işitsel unsurun entegrasyonuyla, duygusal derinliği ve atmosferi belirleyerek anlatıyı şekillendirebilmektedir. Bilgisayar teknolojileri dijital sanatın sınırlarını genişletip, animasyonu geleneksel tekniklerin ötesine taşıyarak, izleyicilere benzersiz bir deneyim sunabilmektedir. Dijital teknikler, karakter tasarımından mekân yaratımına, özel efektlerden ışık ve gölge oyunlarına kadar her alanda daha etkileyici tasarımlar yapılmasını sağlarken, sanatçıların yaratıcılığını da arttırmaktadır. Çalışma, Guillermo del Toro'nun yönetmenliğini yaptığı 2022 yapımı stop-motion tekniğiyle üretilen Pinokyo filmi özelinde, ışıklandırma ve kamera hareketlerinin izleyiciler üzerindeki duygusal etkisi ile anlatıyı nasıl derinleştirdiğini incelemektedir. Araştırma kapsamında öncelikle, ışık ve kamera tekniklerinin teorik temelleri ele alınmış, ardından bu tekniklerin Pinokyo filminde uygulanışı ayrıntılı olarak incelenmiştir. Seçilen sahneler üzerinden yapılan incelemelerde ışıklandırmanın ve kamera hareketlerinin, karakterleri yansıtma, hikâyenin duygusal yoğunluğunu artırma ve izleyicinin tutumuna yönelik etkileri araştırılmıştır. Analiz sürecinde aydınlatma ve oyuncu hareketleri değerlendirilirken mizansen analizi; kamera hareketleri, çekim açıları gibi unsurlar için ise sinematografik analiz yöntemi kullanılmıştır. Sonuç olarak, bu çalışma, stop-motion tekniği ve dijital sanat teknolojilerinin entegrasyonunun, animasyon filmlerinde sadece görsel bir estetik sunmakla kalmayıp, aynı zamanda hikâye anlatımının etkisini artıran önemli araçlar olduğunu göstermektedir.

***Anahtar Kelimeler**: Animasyon sineması, ışıklandırma teknikleri, kamera hareketleri.*

[1] *Lisansüstü Öğrencisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, arturkarapekmez@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7704-750X.*
[2] *Dr. Öğr. Üyesi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Sanat Bölümü, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü, egulacti@yildiz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6786-479X.*



THE IMPACT OF LIGHTING AND CAMERA TECHNIQUES ON STORYTELLING IN ANIMATION CINEMA: THE CASE OF THE PINOCCHIO FILM

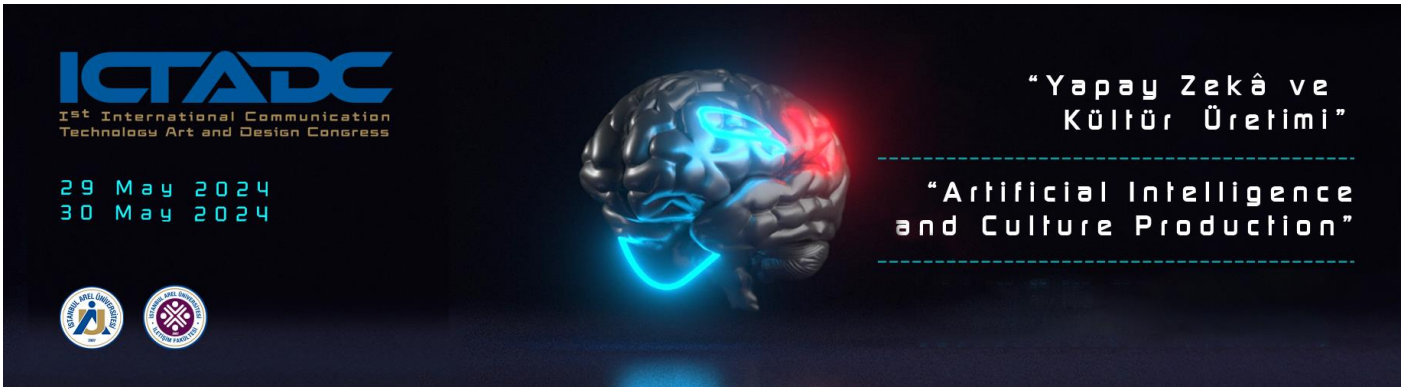
Artür Vahe KARAPEKMEZ[1]- İsmail Erim GÜLAÇTI[2]

ABSTRACT

Animation cinema, through the integration of many visual and audio elements, can determine the emotional depth and atmosphere and shape the narrative. Today's computer technologies expand the boundaries of digital art, taking animation beyond traditional techniques and offering audiences a unique experience. Digital techniques enhance creativity among artists by enabling more compelling designs in every aspect, from character design to the creation of spaces, and from special effects to the interplay of light and shadow. The study examines how lighting and camera movements deepen the narrative through their emotional impact on the audience in the 2022 stop-motion film Pinocchio directed by Guillermo del Toro. Within the scope of the research, firstly, the theoretical foundations of lighting and camera techniques are discussed, followed by a detailed examination of how these techniques were applied in the Pinocchio film. In the analyses conducted on selected scenes, the effects of lighting and camera movements on reflecting characters, enhancing the emotional intensity of the story, and influencing the audience's attitude were investigated. During the analysis process, while lighting and actor movements were assessed through mise-en-scène analysis, cinematographic analysis method was utilized for elements such as camera movements and shooting angles. In conclusion, this study demonstrates that the integration of stop-motion technique and digital art technologies are important tools in animated films that not only provide a visual aesthetic, but also enhance the impact of storytelling.

Keywords: *Animation cinema, lighting techniques, camera movements.*

[1] *Graduate Student, Yıldız Teknik University, arturkarapekmez@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7704-750X.*
[2] *Assist. Prof. Dr., Yıldız Teknik University, Faculty of Art and Design, Art Department, Industrıal Products Design Department, egulacti@yildiz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6786-479X.*



MAX BENSE'İN BİLGİ TEORİSİ VE ALGORİTMİK SANAT ANLAYIŞININ MANFERD MOHR'UN ESERLERİNDE İNCELENMESİ

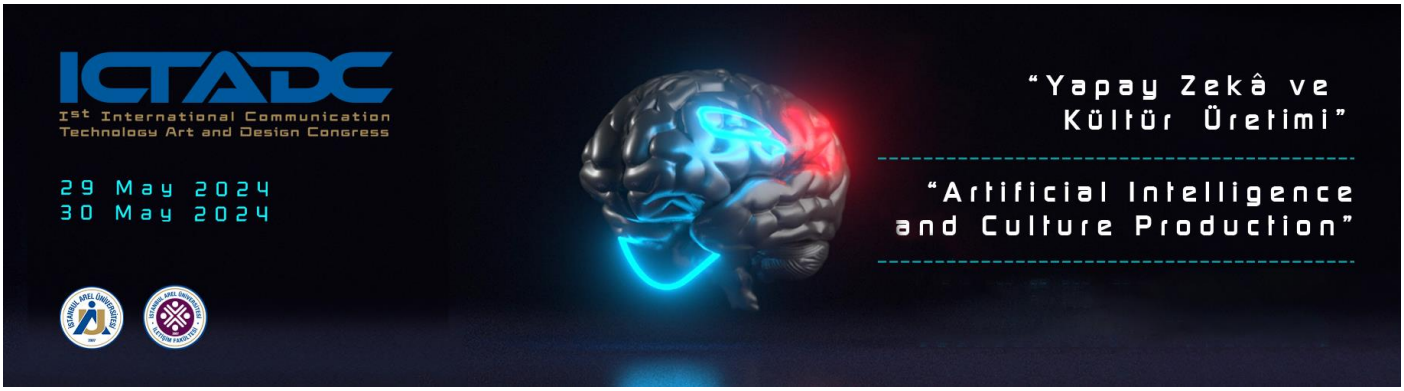
Aslı AÇAR[1]

ÖZ

Bu çalışma, Max Bense'in Bilgi Teorisi ve Algoritmik Sanat Anlayışı'nın Manfred Mohr'un bilgisayar programları üzerinden oluşturduğu eserlerin etkilerini incelemektedir. Odak noktası olarak, Algoritmik sanatın genel tanımı üzerinden, bilgisayar tabanlı algoritmaların kullanıldığı bir yaklaşımı ifade etmektedir. Manfred Mohr'un bu tanımlamaya göre belirli kurallar ve parametreleri belirleyerek bilgisayar programları aracılığıyla üretmiş olduğu P-154-C (1973), P-300 B (1977), P-200E (1977) eserleri ön plana çıkmaktadır. Bu süreçte Mohr'un eserlerinin yapısı, matematiksel hesaplamalar ve algoritmaların belirlediği geometrik formlar üzerinden ele alınmıştır. Çalışmanın temel sorusu, Max Bense'in Bilgi Teorisi'nin Manfred Mohr'un, bilgisayar programlarıyla oluşturduğu eserlerdeki algoritmik düzenlemeler çerçevesinde semiyotik etkileşimlere nasıl katkı sağladığını idrak etmektedir. Bu bağlamda, çalışmanın hedefleri şu şekildedir; Manfred Mohr'un bu tanımlamalar doğrultusunda seçili eserleri üzerinden bilgi teorisinin Bilgisayar Sanatı'na olan etkisini değerlendirip, bu bağlamda algoritmik yapıların metin, kinetik tipografi, görüntü unsurlarıyla nasıl bütünleştiğini anlamaktır. Ancak, bu çalışmanın sınırlılıkları da göz önüne alınırsa, Max Bense'in ve Manfred Mohr'un kişisel görüşlerine yönelik bir analiz yapılamamaktadır. Bunun haricinde Manfred Mohr'un algoritmik sanatı ele alan eserlerini Max Bense'in bilgi teori üzerinden okunması ile sınırlandırılmıştır. Sonuç olarak bu çalışmanın literatüre katkısı, konuyla ilgilenen araştırmacılara ve sanatçılara yönelik bir analiz sunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Algoritmik sanat, bilgi teorisi, bilgisayar sanatı, sibernetik sanat.*

[1] *Bağımsız Araştırmacı, akkilica@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7303-6096.*



EXAMINATION OF MAX BENSE'S INFORMATION THEORY AND ALGORITHMIC ART APPROACH IN THE WORKS OF MANFERD MOHRS

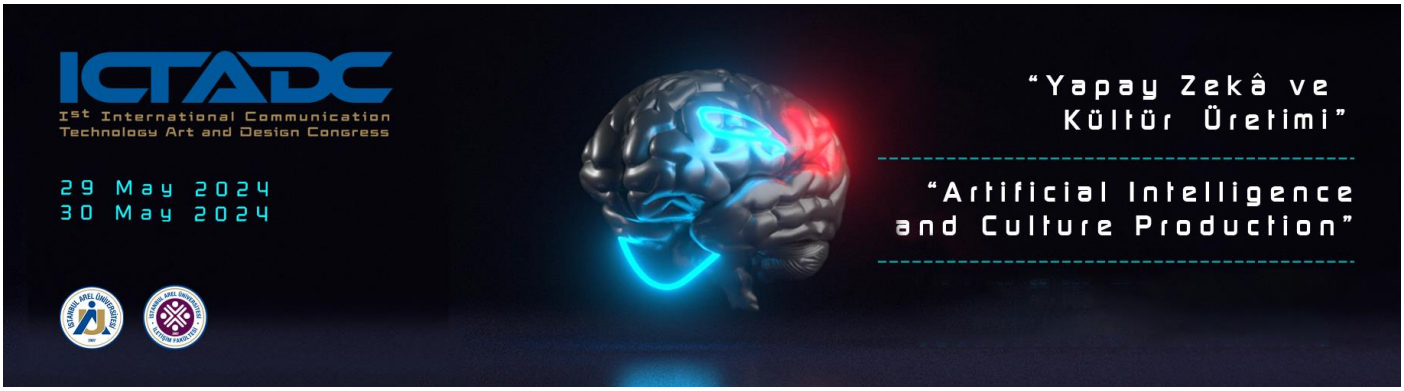
Aslı AÇAR[1]

ABSTRACT

This study examines the effects of Max Bense's Information Theory and Algorithmic Concept of Art on Manfred Mohr's works created through computer programs. As a focal point, it refers to an approach in which computer-based algorithms are used, based on the general definition of Algorithmic art. The works P-154-C (1973), P-300 B (1977), P-200E (1977), produced by Manfred Mohr through computer programs by determining certain rules and parameters according to this definition, come to the fore. In this process, the structure of Mohr's works was discussed through geometric forms determined by mathematical calculations and algorithms. The main question of the study is to understand how Max Bense's Information Theory contributes to semiotic interactions within the framework of algorithmic arrangements in Manfred Mohr's works created with computer programs. In this context, the objectives of the study are as follows; The aim is to evaluate the impact of information theory on Computer Art through Manfred Mohr's selected works in line with these definitions, and to understand how algorithmic structures integrate with text, kinetic typography and image elements in this context. However, considering the limitations of this study, an analysis of Max Bense's and Manfred Mohr's personal views cannot be made. Apart from this, it is limited to reading Manfred Mohr's works on algorithmic art through Max Bense's information theory. As a result, the contribution of this study to the literature aims to provide an analysis for researchers and artists interested in the subject.

Keywords*: Algorithmic art, information theory, computer art, cybernetic art.*

[1] *Independent Researcher, akkilica@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7303-6096.*



YAPAY ZEKÂNIN GLITCH SANATIYLA BİRLEŞEREK TASARIMDAKİ YARATICILIK BOYUTU

Merva KELEKÇİ OLGUN[1]

ÖZ

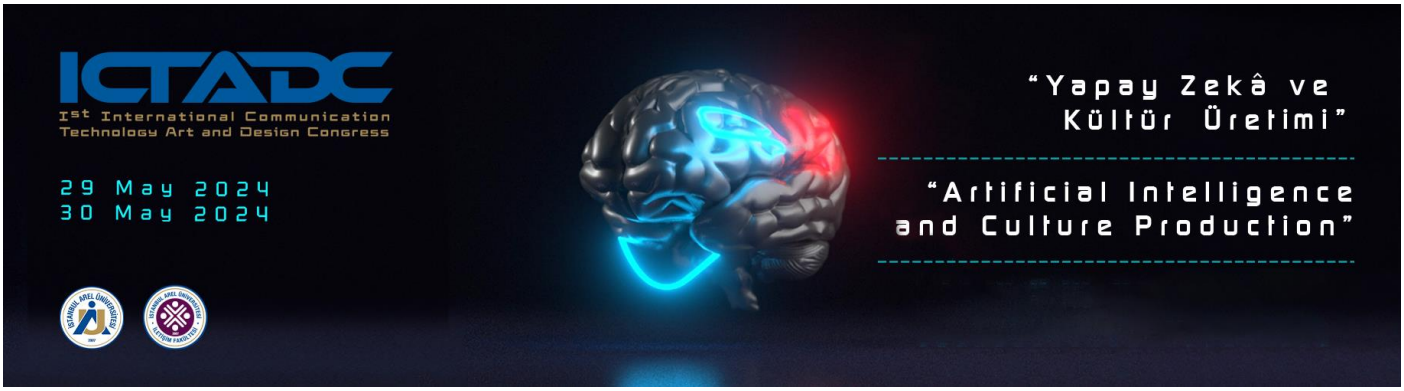
20. yüzyılın sonlarından itibaren, kişilere ve kitlelerin elde edilebilen iletişim ve yayıncılık alanında yaşanan ilerlemeler, sürekli yenilenen, değişen ve çeşitlenen bir dizi aracı kapsamaktadır. Bu değişimler tüm hayatı etkilediği gibi sanat alanını da etkilemiştir. Yeni sanat dallarının ortaya çıkmasında farklı yönler kazanmıştır. Bu dönemde, yeni medya sanatı kapsamında yer alan glitch sanatı, sıradan form ve anlatıya meydan okuyarak, makine-insan iletişiminin etkisiyle ortaya çıkmıştır.

Bilgisayar teknolojisi, fotoğrafın meydana getirdiği hataları bilinçli olarak üreterek, daha önceki teknoloji ve süreçlerin yerini istikrarlı bir şekilde alırken, benzer sonuçlar elde edebilir. Glitch sanatı, geleneksel mükemmellik kavramlarını ve dijital medyada beklenen sonuçları değiştirir veya onlara karşı çıkar. Bu sanatsal ifade biçimi, dijital veya analog düzensizliklerin ve kusurların yaratıcı amaçlarla kullanılmasını içerir.

Araştırma kapsamında yapay zekâ algoritmaları kullanılarak oluşturulan sanat eserleri, mevcut veri kümelerine dayanarak yeni görüntüler oluşturulmuş olup yapay zekâ ile glitch sanatının tasarımdaki yaratıcılık boyutu incelenmiştir.

***Anahtar Kelimeler**: Yapay zekâ, glitch sanatı, yaratıcılık, tasarım.*

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Beykoz Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İletişim ve Tasarımı Bölümü, mervakelekci@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9670-5771.*



THE CREATIVE DIMENSION IN DESIGN THROUGH THE FUSION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND GLITCH ART

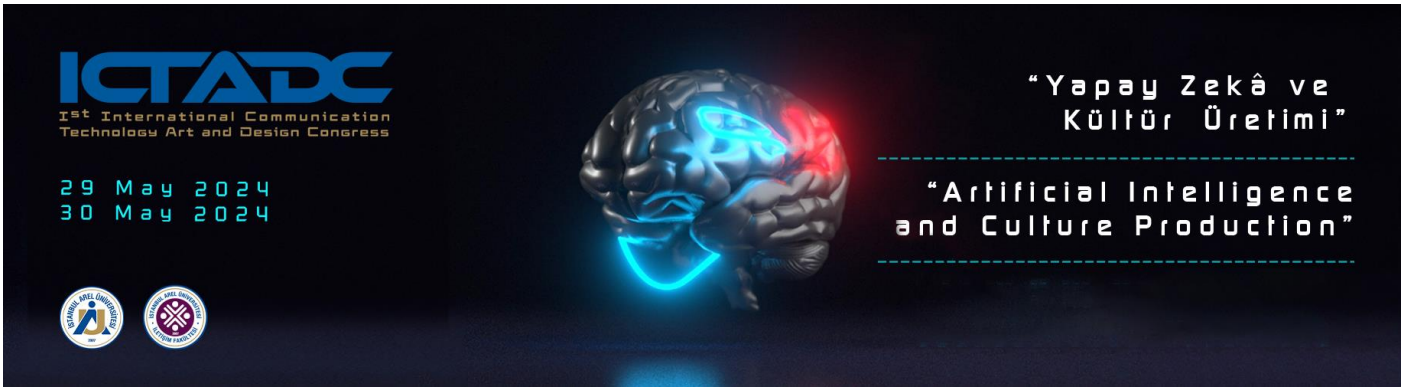
Merva KELEKÇİ OLGUN[1]

ABSTRACT

Since the late 20th century, advancements in accessible communication and publishing for individuals and masses have encompassed a continuously evolving array of tools. These changes have impacted various aspects of life, including the realm of art. The emergence of new art forms has gained different dimensions. Within this period, glitch art, a part of new media art, has emerged by challenging conventional forms and narratives, influenced by human-machine communication. While computer technology consciously reproduces errors generated by photography, it can similarly replace previous technologies and processes while achieving comparable results. Glitch art alters or challenges traditional concepts of perfection and expected outcomes in digital media. This artistic expression involves the creative use of digital or analog irregularities and flaws. Within the scope of research, artworks generated using artificial intelligence algorithms have been created based on existing data sets, thus exploring the dimension of creativity in design between artificial intelligence and glitch art.

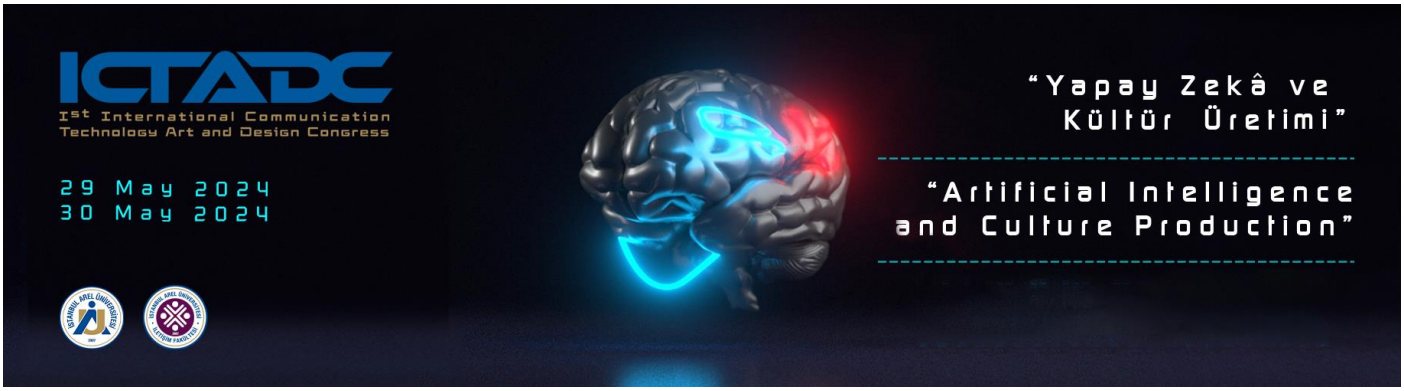
Keywords*: Artificial intelligence, glitch art, creativity, design.*

[1] *Assist. Prof. Dr., Beykoz University, Faculty of Art and Design, Department of Communication and Design, mervakelekci@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9670-5771.*



"YAPAY ZEKÂ VE SAĞLIKTA YENİLİKÇİ UYGULAMALAR"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND INNOVATIVE APPLICATIONS IN HEALTHCARE"



DİJİTAL MEDYA VE ONUN PSİKOLOJİK ETKİLERİ

Cabir MAMMADLİ[1]

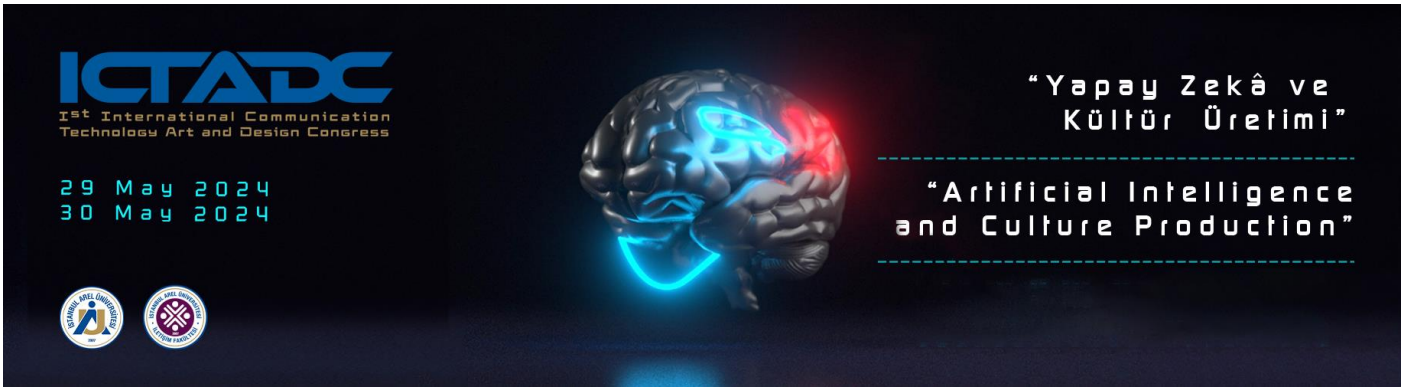
ÖZ

Günümüz medyasını dijital araçlar olmadan tasavvur etmek neredeyse imkânsızdır. Özellikle internetin yaygınlaştığı 21. yüzyılın ilk çeyreğinde yeni medya formaları (sosyal medya, internet medyası...) geleneksel medyanın bile, büyük bir kısmı dijital platformlar üzerinden yayılmaya başlamıştır. Bu anlamda, medya geri dönüşü olmayan yeni bir yola girmiştir. Bu da medyaya hız, görüntü kalitesi, enformasyon çeşitliliği ve bolluğu gibi yeni değerler katmıştır. Fakat, hiçbir özellik kusursuz değildir. Bu bakımdan, dijital medya da kendisi ile bazı kusurlar getirmektedir. Mesela, enformasyon bolluğu çoğu zaman içerisinden çıkılamayacak bir labirente dönüyor. Veya dijital medyanın herkese erişebilirliği, özellikle hassas gruplar (çocuklar, hastalar, engelliler...) için tehlike doğurmaktadır. Herkes için açık olan sosyal ağlar (şebekeler, network) farklı amaçlar için kullanıldığı için izleyici veya okuyucu sayısını artırmaktan ötürü, yasadışı ve gayri-ahlaki de dahil olmakla, her türlü yola başvurulabiliyor. Hatta kasıtlı olarak, yalan veya sansasyon malumatlar da çok kolaylıkla insanların karşısına çıkabiliyor. En başta ise birçok insan istemediği halde, karşısına kriminal olaylarla, onların psikolojisini olumsuz yönde etkileyecek haber veya enformasyonlarla karşılaştırılıyor.

Özellikle küçük çocuklara ve gelişim çağındaki gençlere yönelik birçok olumsuz operasyonlar için dijital medya en ucuz ve en hızlı platformdur. Sahte profiller, sahte kimlikler altında gizlenerek, insanları türlü vaatlerle aldatarak, onları maddi, manevi sorunlarla yüz-yüze koyuyor, dolayısıyla psikolojik travmalar yaşamalarına sebep oluyor, bazen çok ağır sonuçlarla yol açıyorlardır. Veya lüks hayat standartlarını sergileyen bazı şahıslar maddi sıkıntıları olan, iyi bir hayat arzusunda olanların psikolojisini olumsuz etkileyebilir. Dijital medyada bu türlü faaliyetlerin önünü engellemek için çabalar olsa da maalesef önünü büyük ölçüde kapatmak imkansızdır. Çünkü çoğu zaman yasadışı faaliyet için kullanılan hesaplar "sahte hesaplar" olarak kurulur ve yöneltildiği ülke ve şahıslardan uzakta olurlar. Hatta onları bulmak, yasal yollarla cezalandırmak çok zor oluyor.

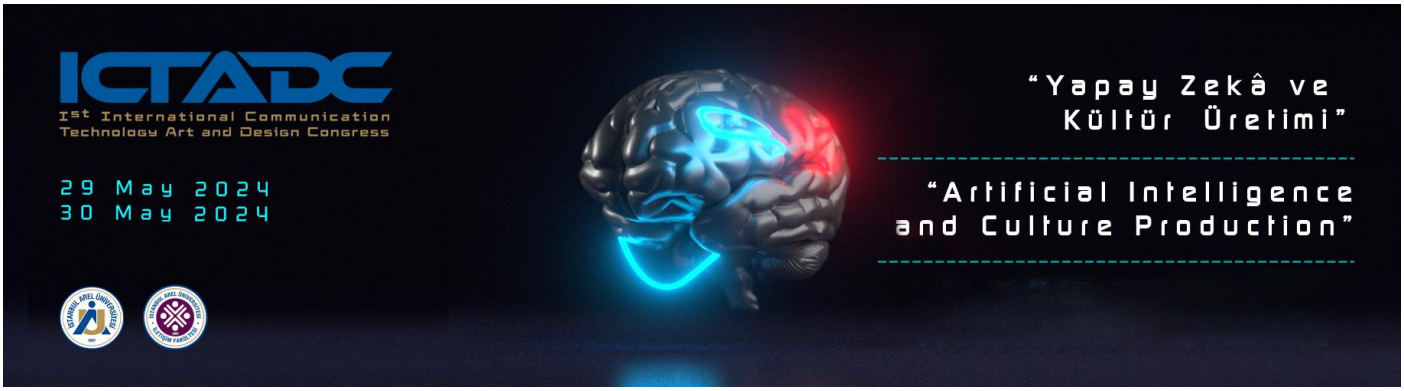
Psikolojik sorunlara neden olan makamlardan diğeri izinsiz paylaşımlardır. Buraya kamuya açık olan (haber siteleri, diğer bunun gibi site ve sayfalar) ve özel sayfalar (Instagram, Facebook ve b.) dahildir. Haber siteleri gibi dijital platformlardan haksız gelir elde etmek için istifade edilirse, özel sayfalardan daha ağır sonuçları olan maksatlar için istifade olunur. Özellikle genç kızların paylaştığı resim veya özel malumatlar tehdit, şantaj vasıtası olarak kullanılır. Dijital platformlar üzerinden toplumun psikolojisini bozan hareketler her geçen gün daha da artmaktadır. Kısaca olarak,

[1] *Dr., Hazar Üniversitesi, ja1az@yahoo.com.*



buraya banka hesaplarının ele geçirilmesinden başlamış, uyuşturucu ticaretine, kadın, çocuk veya organ alışverişine kadar türlü-türlü cinayetleri de ilave edebiliriz.

Anahtar Kelimeler: *Dijital, medya, psikoloji, sosyal ağlar.*



DIGITAL MEDIA AND ITS PSYCHOLOGICAL EFFECTS

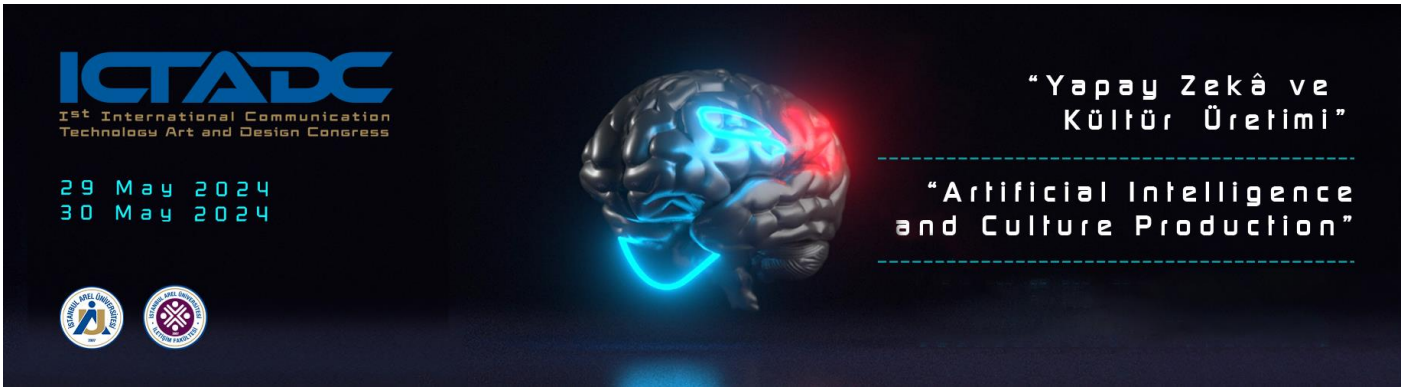
Cabir MAMMADLİ[1]

ABSTRACT

It is almost impossible to imagine today's media without digital tools. Especially in the first quarter of the 21st century, when the Internet became widespread, new media forms (social media, internet media...) and a large part of even traditional media began to spread through digital platforms. In this sense, the media has entered a new path which it is irreversible. This has added new values to the media such as speed, instant messaging, image quality, diversity and abundance of information, and others. However, no feature is perfect. In this regard, digital media also brings with it some flaws. For example, the abundance of information often turns into a labyrinth that cannot be escaped. Or the fact that digital media communicates to everyone poses a danger, especially for sensitive groups (children, patients, disabled people...). Since social networks, which are open to everyone, are used for different purposes, all kinds of methods, including illegal and immoral, can be resorted to, in order to increase the number of viewers or readers. Even deliberately false or sensational information can be presented to people very easily. First of all, many people, even though they do not want to, are confronted with criminal events and news or information that will negatively affect their psychology. Digital media is the cheapest and fastest platform for many negative operations, especially against young children and young people in their developmental age. By hiding under fake profiles and fake identities, they deceive people with various promises and put them face to face with material and moral problems, thus causing them to experience psychological trauma, sometimes with very serious consequences. Or some people who exhibit luxurious living standards may negatively affect the psychology of those who have financial difficulties and desire a good life. Although there are efforts to prevent such activities in digital media, unfortunately it is impossible to prevent them to a large extent. Because most of the time, accounts used for illegal activities are set up as 'fake accounts' and are far away from the countries and individuals they are directed to. In fact, it is very difficult to find them and punish them through legal means. Another thing that causes psychological problems is unauthorized sharing. This includes public (news sites, other similar sites and pages) and private pages (Instagram, Facebook, etc.). If digital platforms such as news sites are used to gain unfair income, private pages are used for purposes with more serious consequences. Especially the pictures or private information shared by young girls are used as a means of threats and blackmail. Attitudes, that disrupt the psychology of society through digital platforms are increasing day-by-day. In briefly, we can add various kinds of illegal activities, starting from the theft of bank accounts, to drug trafficking, to the trafficking of women, children or organs.

Keywords: *Digital, media, psychology, social networks.*

[1] *Dr., Khazar University, School of Humanities and Social Science, Department of Journalism, ja1az@yahoo.com.*



KANSER TEŞHİS VE TEDAVİSİNDE YAPAY ZEKÂ

Aydın SEVER[1]

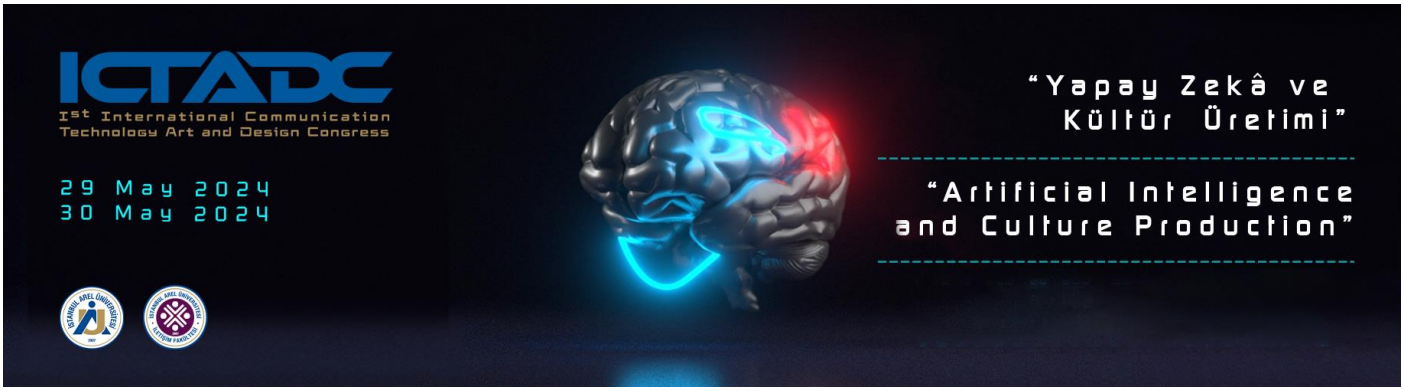
ÖZ

Kompleks problemlerin çözümünde matematik tabanlı algoritmik ilkeleri kullanarak çözüm sunan yapay zekâ, sağlık hizmetlerinin uygulanması ve geliştirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Kardiyovasküler hastalıklardan sonra en fazla ölüm sebebi olan kanser; değişen yaşam stili, maruz kalınan stresin artması ve kansere sebep olan faktörlerin hayatımıza daha fazla girmesi sebebiyle etkisini her geçen gün artırmaktadır. Kansere bağlı ölümlerin ve kanser sebebiyle ortaya çıkan tedavi maliyetlerinin her geçen gün arttığı bilinmektedir. Bu hastalığın tedavisi ve önlenmesinde geleneksel tedavi yöntemlerinin yanında gelişen teknolojinin de kullanılması büyük önem taşımaktadır. Yapay zekânın yüksek analiz gücünün; kanser araştırmaları, tanısı ve tedavisinde devrim yaratmaya devam edeceği tahmin edilmektedir. Kansere dair büyük araştırma verileri ve bulgularının analiz edilmesi bu hastalığın anlaşılması ve tedavisinde bilim insanlarının ve sağlık hizmetlerinde çalışan profesyonellerin işini kolaylaştırmaktadır. Bireylere ait verilerin yapay zekâ ile değerlendirilmesiyle hastalığın prognozu, tedavi opsiyonlarının seçimi ve muhtelif tedavi seçeneklerinin değerlendirilmesi konusunda bilim insanlarına ve sağlık çalışanlarına katkı sunmaktadır. Kanser tedavisinde tıbbi görüntüleme büyük önem taşımaktadır. Yapay zekâ destekli görüntüleme teknikleriyle biyomedikal görüntülüme alanında çok ayırt edici verilerin elde edildiği belirtilmektedir. Özellikle cilt kanserlerinde daha önceki yöntemlerle tespit edilemeyen kanserlerin yapay zekâ desteği ile daha rahat teşhis edildiği tespit edilmiştir. Benzer şekilde akciğer kanserlerinin teşhisinde klasik yöntemler ile ileri seviyelerde tespit mümkünken yapay zekâ destekli segmentasyon algoritmasının bu kanser türünün çok daha erken evrelerinde tanıya imkân sağlamaktadır. Erkeklerde en fazla görülen kanser türlerinden olan prostat kanserinin teşhisinde bilgisayar destekli tanı yöntemlerinin radyologlara önemli katkı sunduğu bulunmuştur. Bu sayede daha az test ile daha kesin sonuçların bulunması mümkün olmaktadır. Kadınlarda en fazla görülen kanser türü olan meme kanserinin erken teşhisinde yapay zekâ destekli ultra geniş bant tekniğiyle yüzde 98'e yakın doğrulukta tahminler elde edilmiştir. Kolorektal kanserler prognozu en kötü olan kanser türlerinden birisidir. Bu kanser türünün tedavisinde erken teşhis büyük önem taşımaktadır. Yapay zekâ destekli kolonoskopi ile hiçbir semptom göstermeyen bireylerde bu kanser türünün teşhisi mümkün olabilmektedir. İlaç endüstrisinde yapay zekânın kullanımı, yeni ilaçların keşfi ve molekül-hedef etkileşiminin tahmini açısından önemli veriler sunmaktadır. Kanser tedavisinde kullanılan ilaçların birçok yan etkiye ve zamanla direnç mekanizmasıyla karşılaşma ihtimaline sahip olması yeni ilaçların keşfini veya mevcut ilaçların modifiye edilmesini gerektirmektedir. Yapay zekânın bu amaçların gerçeklemesinde önemli katkılar sunduğu ve sunmaya devam edeceği belirtilmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, kanser, yapay zekâ destekli görüntüleme.*

---

[1] *Öğr. Gör., Bingöl Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu ve Rehabilitasyon Bölümü, Fizyoterapi Pr., asever@bingol.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6727-1556.*



ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN CANCER DIAGNOSIS AND TREATMENT

Aydın SEVER[1]

ABSTRACT

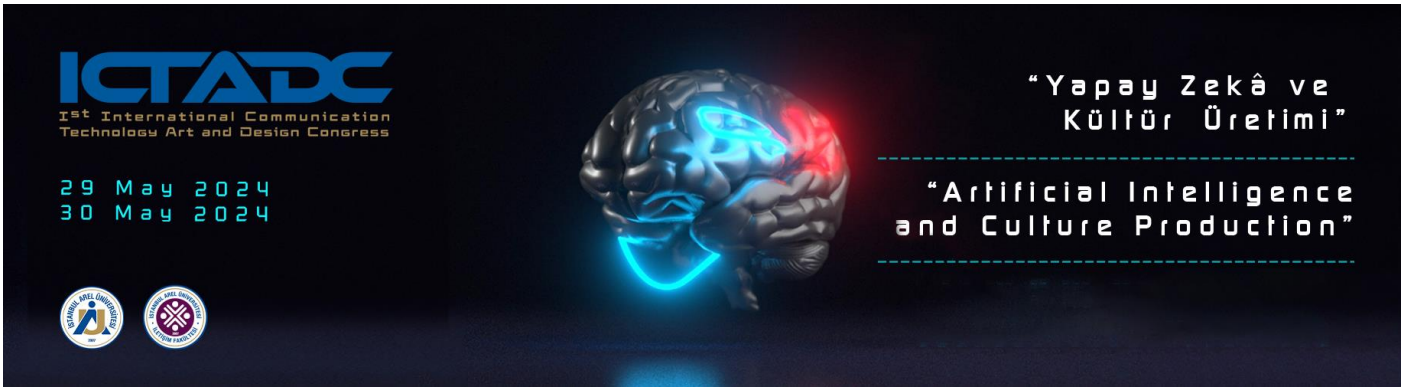
Artificial intelligence, which provides solutions to complex problems using mathematics-based algorithmic principles, plays an important role in the implementation and development of health services. Cancer, which is the second leading cause of death after cardiovascular diseases, is increasing its impact day by day due to changing lifestyles, increased stress exposure and more cancer-causing factors entering our lives. It is known that cancer-related deaths and treatment costs due to cancer are increasing day by day. In the treatment and prevention of this disease, it is of great importance to use developing technology as well as traditional treatment methods.

The high analytical power of artificial intelligence is expected to continue to revolutionize cancer research, diagnosis and treatment. Analyzing large research data and findings on cancer makes it easier for scientists and healthcare professionals to understand and treat this disease. By evaluating the data of individuals with artificial intelligence, it contributes to scientists and healthcare professionals in the prognosis of the disease, selection of treatment options and evaluation of various treatment options. Medical imaging is of great importance in cancer treatment. It is stated that very distinctive data are obtained in the field of biomedical imaging with artificial intelligence-supported imaging techniques. Especially in skin cancers, it was found that cancers that could not be detected by previous methods were diagnosed more easily with artificial intelligence support. Similarly, in the diagnosis of lung cancers, while advanced detection is possible with classical methods, artificial intelligence-supported segmentation algorithm allows diagnosis of this cancer type at much earlier stages. Computer-aided diagnosis methods have been found to make a significant contribution to radiologists in the diagnosis of prostate cancer, one of the most common types of cancer in men. In this way, it is possible to find more accurate results with fewer tests. In the early diagnosis of breast cancer, the most common type of cancer in women, predictions with an accuracy close to 98 percent have been obtained with the artificial intelligence-supported ultra-wideband technique. Colorectal cancer is one of the cancer types with the worst prognosis. Early diagnosis is of great importance in the treatment of this cancer type. With AI-assisted colonoscopy, it is possible to diagnose this type of cancer in individuals who do not show any symptoms.

The use of artificial intelligence in the pharmaceutical industry provides important data for the discovery of new drugs and the prediction of molecule-target interaction. The fact that drugs used in cancer treatment have many side effects and the possibility of encountering resistance mechanisms over time requires the discovery of new drugs or modification of existing drugs. Artificial intelligence has made and will continue to make significant contributions to the realization of these goals.

Keywords: *Artificial intelligence, cancer, artificial intelligence-assisted imaging.*

[1] *Lecturer., Bingöl University, Vocational School of Health Services and Rehabilitation Department, Physiotherapy Pr., asever@bingol.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6727-1556.*



SALGINLARI ÖNLEMEDE ENDÜSTRİ 5.0 ODAKLI SAĞLIK ROBOTLARI

Beyza Sıla VELİOĞLU[1]- Fatih VARÇIN[2]

ÖZ

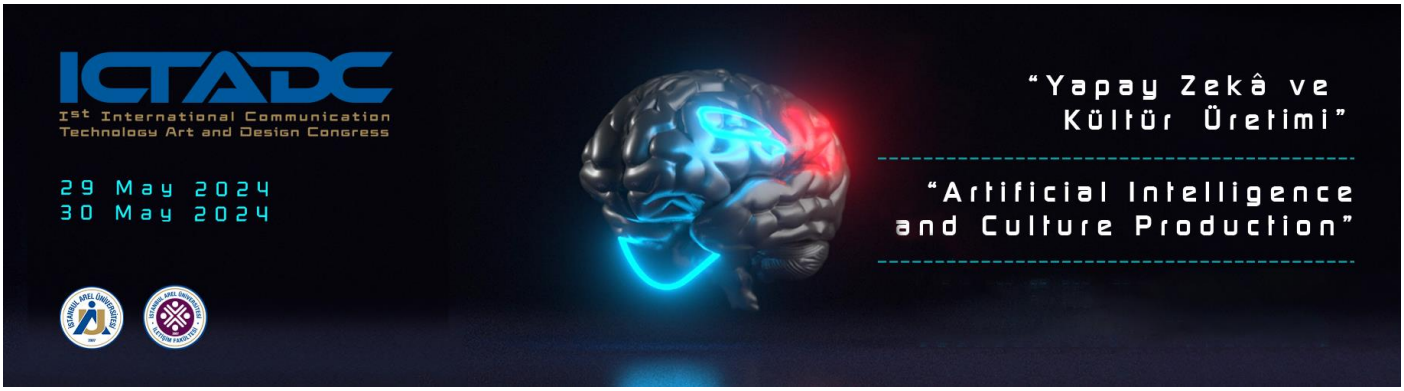
Günümüzde, küresel ölçekte salgın hastalıkların kontrol altına alınması ve toplum sağlığının korunması, giderek artan bir öneme sahiptir. Özellikle son yıllarda ortaya çıkan ve dünya çapında yayılan salgınlar, sağlık sistemlerini zorlamış, ekonomik ve sosyal açıdan büyük etkilere yol açmıştır. Batı Afrika'da görülen Ebola salgını, Zika virüsü, domuz gribi ve 2019'da başlayan COVID-19 Pandemisi gibi örnekler, bu durumun ne kadar kritik olduğunu göstermektedir. Bu salgınlar, hızlı yayılmaları ve etkileriyle sağlık sistemlerini ve toplumların dayanıklılığını test etmiştir. Özellikle COVID-19 Pandemisi, dünya genelinde sağlık sistemlerini ciddi bir şekilde etkilemiş ve milyonlarca insanın yaşamını doğrudan veya dolaylı olarak etkilemiştir.

Sağlık çalışanları, yoğun bakım ünitelerinde uzun saatler boyunca çalışarak büyük bir özveri göstermişlerdir. Ancak, bu salgınlar sadece sağlık çalışanlarını etkilemekle kalmamış, aynı zamanda ekonomik ve sosyal yaşamı da derinden etkilemiştir. Karantina önlemleri, seyahat kısıtlamaları ve sosyal mesafe kuralları, birçok sektörü durma noktasına getirmiş ve işsizlik oranlarını artırmıştır. Bu zorluğa karşı mücadelede, teknolojinin rolü önemli bir hal almaktadır.

Özellikle Endüstri 5.0 odaklı sağlık robotları, bu mücadelede önemli bir potansiyele sahiptir. Endüstri 5.0, insanlarla robotların iş birliği içinde çalıştığı bir üretim modelini ifade eder. Bu model, sağlık sektöründe de uygulanarak insan-robot etkileşiminin optimizasyonunu sağlamaktadır. Sağlık robotları, temassız sağlık hizmetleri sunarak enfeksiyon riskini azaltmakta ve sağlık çalışanlarının yükünü hafifletmektedir. Hasta takip robotları, hastaların vital belirtilerini izleyebilir ve bu verileri sağlık personeline iletebilir. Akıllı algılama sistemleri, yapay zekâ ile donatılarak çevresel tehditleri tespit edebilir ve hızlı bir şekilde müdahale edebilir. Bu sayede hastane ortamlarında enfeksiyon kontrolü daha etkin bir şekilde sağlanabilir.

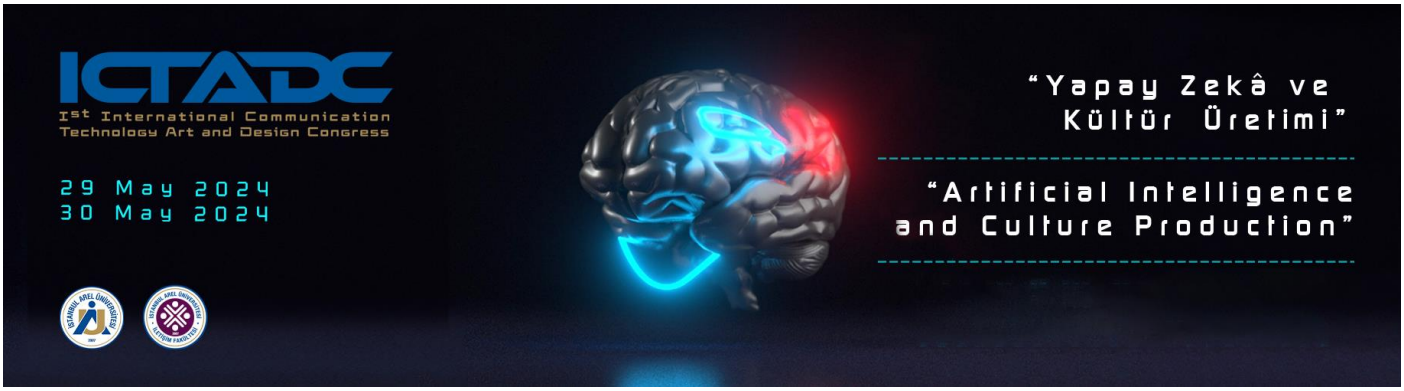
Sağlık robotları ayrıca toplumda sosyal mesafe ve hijyen önlemlerinin uygulanmasına yardımcı olabilir. Endüstri 5.0 odaklı sağlık robotları, hastalığın önlenmesi ve kontrol edilmesinde kritik bir rol oynayabilir. Bu teknolojilerin daha yaygın olarak benimsenmesi, sağlık sistemlerinin dayanıklılığını artırabilir ve toplum sağlığını korumak için güçlü bir araç olabilir. Sağlık robotlarının kullanımı, sağlık hizmetlerinin etkinliğini artırarak toplum sağlığını önemli ölçüde iyileştirebilir.

1 Lisansüstü Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, 23010103016@subu.edu.tr, ORCID:0009-0009-5807-2166.
2 Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Bilgisayar Mühendisliği Bölümü, fatihvarcin@subu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5100-3012.



Sonuç olarak, Endüstri 5.0 odaklı sağlık robotları, küresel ölçekte salgın hastalıkların kontrol altına alınması ve toplum sağlığının korunması için önemli bir potansiyele sahiptir. Bu teknolojilerin etkin bir şekilde kullanılması, gelecekte karşılaşabileceğimiz sağlık krizlerine daha iyi hazırlanmamıza yardımcı olabilir ve insanlığın sağlık ve refahını artırabilir. Bu nedenle, Endüstri 5.0 odaklı sağlık robotlarının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması, acil bir öncelik haline gelmelidir.

Anahtar Kelimeler: *Endüstri 5.0, sağlık robotları, salgın hastalıklar.*



HEALTH ROBOTS FOCUSED ON INDUSTRY 5.0 IN PREVENTING OUTBREAKS

Beyza Sıla VELİOĞLU[1]- Fatih VARÇIN[2]

ABSTRACT

In today's world, controlling the spread of epidemic diseases on a global scale and preserving public health have become increasingly crucial. Especially in recent years, emerging and widespread epidemics have strained healthcare systems and caused significant economic and social impacts. Examples such as the Ebola outbreak in West Africa, the Zika virus, swine flu, and the COVID-19 pandemic that began in 2019 highlight the critical nature of this issue. These epidemics, with their rapid spread and effects, have tested the resilience of healthcare systems and societies. Particularly, the COVID-19 pandemic has profoundly affected healthcare systems worldwide and directly or indirectly impacted the lives of millions of people.

Healthcare workers have shown immense dedication by working long hours in intensive care units. However, these epidemics have not only affected healthcare workers but also had deep impacts on economic and social life. Quarantine measures, travel restrictions, and social distancing rules have brought many sectors to a standstill and increased unemployment rates.In the fight against these challenges, the role of technology has become increasingly significant.

Especially, Industry 5.0-focused healthcare robots have significant potential in this battle. Industry 5.0 represents a production model where humans collaborate with robots. This model, when applied in the healthcare sector, optimizes human-robot interaction. Health robots provide contactless healthcare services, reducing the risk of infection and easing the burden on healthcare workers. Patient monitoring robots can track vital signs and transmit this data to healthcare personnel. Smart sensing systems, equipped with artificial intelligence, can detect environmental threats and respond rapidly. Thus, effective infection control can be ensured in hospital environments.

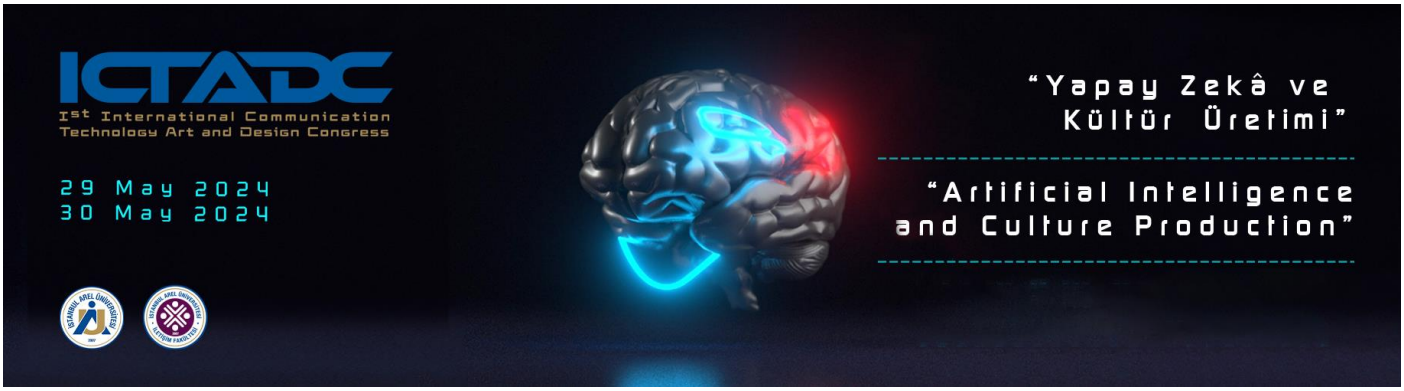
Health robots can also assist in implementing social distancing and hygiene measures in communities. Industry 5.0-focused health robots can play a critical role in preventing and controlling diseases. The widespread adoption of these technologies can enhance the resilience of healthcare systems and serve as a powerful tool for preserving public health. The use of health robots can significantly improve public health by increasing the effectiveness of healthcare services.

In conclusion, Industry 5.0-focused health robots have significant potential in controlling global epidemics and preserving public health. Effectively utilizing these technologies can better prepare us for future health crises and enhance human health and well-being. Therefore, the development and widespread adoption of Industry 5.0-focused health robots should become an urgent priority.

Keywords: *Industry 5.0, health robots, epidemic diseases.*

[1] *Graduate Student, Sakarya University of Applied Science, 23010103016@subu.edu.tr, ORCID:0009-0009-5807-2166.*

[2] *Assist. Prof. Dr., Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Technology, Department of Computer Engineering, fatihvarcin@subu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5100-3012.*



ENDÜSTRİ 5.0 BAĞLAMINDA DENEYİM KAZANMA SÜRECİNİ İYİLEŞTİRMEKTE DENEY SAĞLIK ROBOTLARININ KULLANIMI

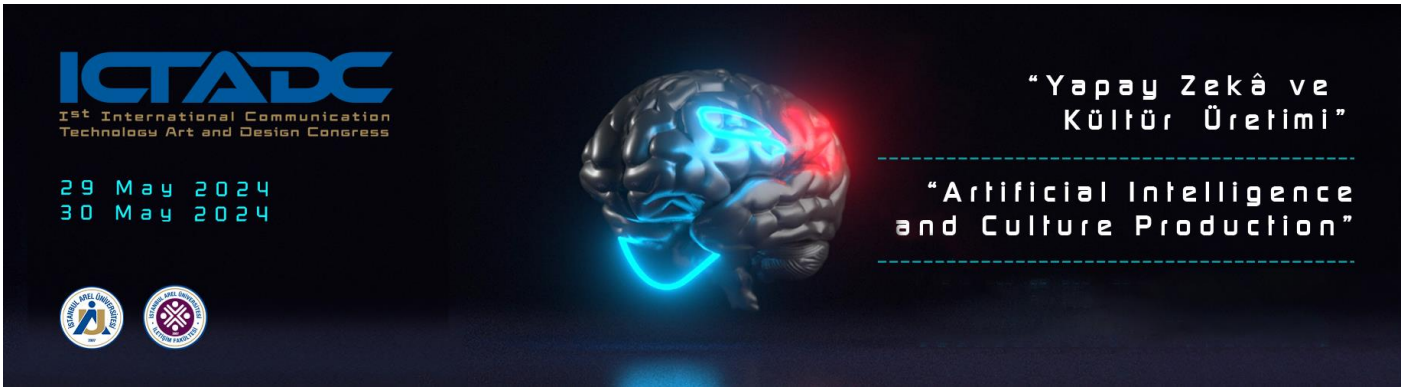
Muhammed Eray VURSAVAŞ[1]- Mert Süleyman DEMİRSOY[2]

ÖZ

Günümüzde pratisyen doktorların deneyim kazanmadan doğrudan hastalar üzerinde işlem yapması hastanın sağlığı ve yaşamı için riskli bir durum oluşturmaktadır. Bu durum, hem hastaya zarar gelme durumu oluşturmakta hem de deneyim eksikliği hisseden pratisyenlerin kendilerini yetersiz hissetmelerine neden olmaktadır. Örneğin cerrahi dikiş ve düğüm atma, intramüsküler ilaç uygulama, anjiokat pansumanı yapma, serum takma, intravenöz kanül takma, intravenöz ilaç uygulama, serum solüsyonu, intravenöz kan alma sağlık sektöründe hasta üzerinde doğrudan yapılan uygulamalar olmakta ve bu uygulamalar farklılaşmaktadır. Aynı zamanda pratisyen doktorların insan anatomisi üzerinde deney yapma ihtiyacı da doğmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Endüstri 5.0 kapsamında sağlık sektöründe insan-robot etkileşimini artırarak pratisyen doktorların deneyim kazanma sürecini iyileştirmektir. Geleneksel olarak, doktorlar deneyim kazanmak için kadavralar üzerinde işlem yapmaktadır. Bu bağlamda, "Deney Sağlık Robotu" kavramı ileri sürülerek, pratisyen doktorların sağlık sektöründeki deneyimlerini bu robotlar üzerinde kazanmaları hedeflenmektedir. Bu robotlar insan anatomisine sahip olmakla birlikte bu sayede Endüstri 5.0 projesine insan-robot etkileşimine uygun olmaktadır. Deney Sağlık Robotları, makine öğrenmesi tekniklerini kullanarak yapılan işlemlere duyarlılık kazanmakla birlikte insan gibi tepki verecek şekilde tasarlanması amaçlanmaktadır. Bu sayede, pratisyen doktorlar deneyim kazanırken hastaların güvenliği de sağlanacaktır. Sonuç olarak, Endüstri 5.0 çatısı altında gerçekleşen insan-robot iş birliği sayesinde, Deney Sağlık Robotları aracılığıyla pratisyen doktorlar deneyim kazanacak ve hastaların güvenliği artırılmış olacaktır. Bu yaklaşım, sağlık sektöründe deneyim eksikliği problemine yenilikçi bir çözüm sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Deney sağlık robotları, endüstri 5.0, insan-robot etkileşimi.*

[1] *Lisansüstü Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, 23010103082@subu.edu.tr, ORCID: 0009-0003-5161-7801.*
[2] *Arş. Gör., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Mekatronik Mühendisliği Bölümü, mertdemirsoy@subu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7905-2254.*



IMPROVING THE EXPERIENCE ACQUISITION PROCESS WITH THE USE OF EXPERIMENTAL HEALTH ROBOTS IN THE CONTEXT OF INDUSTRY 5.0

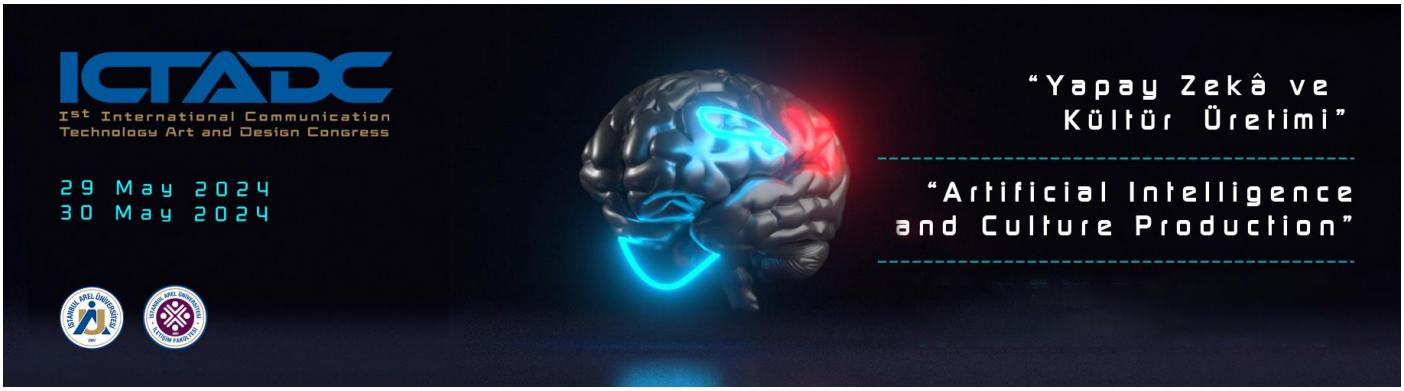
Muhammed Eray VURSAVAŞ[1]- Mert Süleyman DEMİRSOY[2]

ABSTRACT

In today's healthcare, allowing general practitioners to perform procedures directly on patients without gaining experience poses a risky situation for both the patient's health and life. This situation not only creates the possibility of harm to the patient but also leads to a sense of inadequacy among inexperienced practitioners. Procedures such as surgical suturing, intramuscular drug administration, wound dressing, saline infusion, intravenous cannulation, intravenous drug administration, saline solution preparation, and venipuncture are directly performed on patients in the healthcare sector, and these procedures vary. At the same time, there arises a need for general practitioners to conduct experiments on human anatomy. The aim of this study is to improve the process of gaining experience for general practitioners in the healthcare sector by increasing human-robot interaction within the scope of Industry 5.0. Traditionally, doctors gain experience by performing procedures on cadavers. İn this context, the concept of "Experimental Health Robots" is proposed to enable general practitioners to gain experience in the healthcare sector through these robots. These robots have human anatomy, thus making them suitable for human-robot interaction within the Industry 5.0 framework. Experimental Health Robots are designed to be responsive to procedures using machine learning techniques and to react like humans. This way, while general practitioners gain experience, patient safety will also be ensured. İn conclusion, through human-robot collaboration under the umbrella of Industry 5.0, general practitioners will gain experience via Experimental Health Robots, thereby increasing patient safety. This approach offers an innovative solution to the problem of lack of experience in the healthcare sector.

Keywords: *Experimental health robots, human-robot ınteraction, industry 5.0.*

[1] *Graduate Student, Sakarya University of Applied Science, 23010103082@subu.edu.tr, ORCID: 0009-0003-5161-7801.*
[2] *Res. Asst., Sakarya University of Applied Science, Faculty of Technology, Department of Mechatronics Engineering, mertdemirsoy@subu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7905-2254.*



BİR KONUMLANDIRMA PROBLEMİ OLARAK GELENEKSEL RESİM SANATI VE DİJİTAL RESİM SANATI İLİŞKİSİ

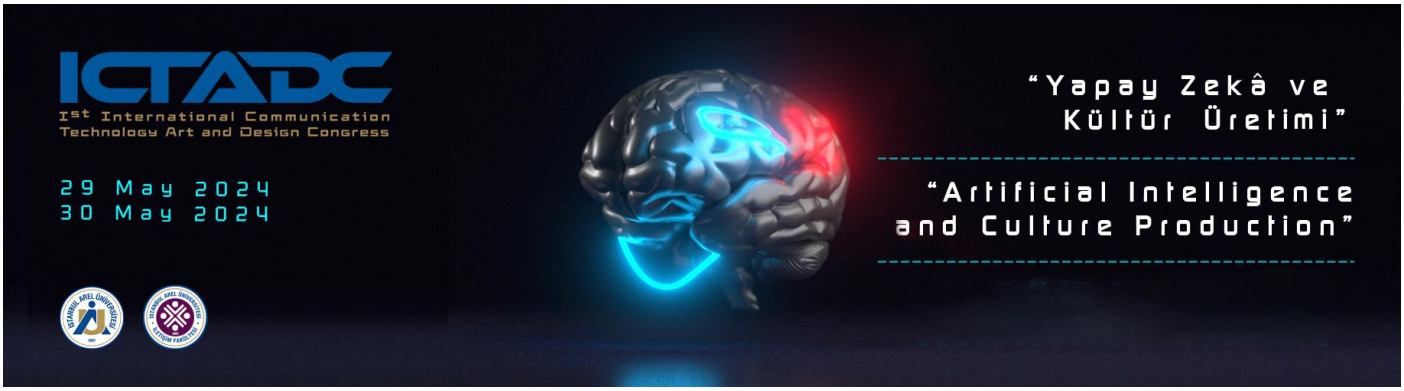
Şeyma MOL[1]

ÖZ

Kültürel zeminlerde kök salmış olan geleneksel resim sanatı, uzun vadeli ve teknik ustalık gerektiren bir süreçtir. Çağdaş sanat ise teknolojik ilerlemelerle değişerek dijital sanatın ortaya çıkmasına yol açmıştır. Dijital teknolojiler, klasik resim sanatı materyallerinin dijital karşılıklarının oluşturulmasını sağlar ve sanatçılara farklı estetik efektler sunar. Dijital sanat, bilgisayar teknolojisi ile oluşturulan yaratıcı süreçleri ifade eder ve sanatın katılımcı bir deneyim olduğunu vurgular. Dijital resim ise, bilgisayar yazılımları kullanılarak oluşturulan ve dönüştürülen görsellerden oluşur. Bu sanatsal biçimlendirme kapsamı, teknolojik anlamdaki resim sanatının sanatsal kapsamdaki rolünü ortaya koyar ve geleneksel resim sanatının dijital çağa uyarlanmış ve uyarlanmaya devam edecek halidir. Günümüzde, geleneksel ve dijital teknolojilerin bir araya gelmesiyle sanatçılara geniş bir yaratıcı alan sunulurken, bu değişimlerin sanatın özgün değerini ve deneyimini nasıl etkileyeceği ise gelecekteki sanat kültürünün önemli bir konusudur.

Anahtar Kelimeler: *Dijital resim, geleneksel resim, teknolojik dönüşüm.*

[1] *Lisansüstü Öğrencisi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, seymaz9943@gmail.com, ORCID: 0009-0003-3177-6469.*



THE RELATIONSHIP BETWEEN TRADITIONAL PAINTING ART AND DIGITAL PAINTING ART AS A POSITIONING PROBLEM

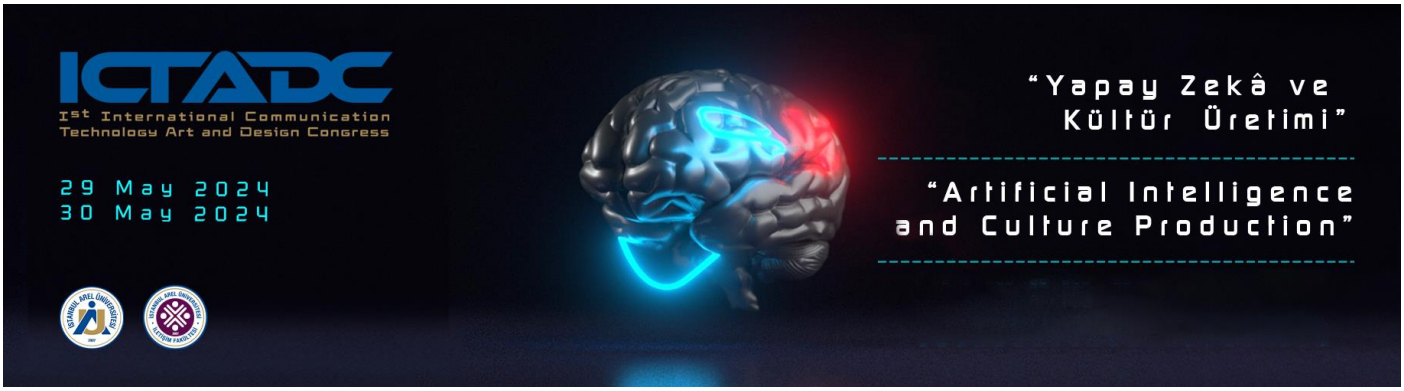
Şeyma MOL[1]

ABSTRACT

Traditional painting, rooted in cultural foundations, is a long-term process that requires technical mastery. Contemporary art has changed with technological advances, leading to the emergence of digital art. Digital technologies enable the creation of digital equivalents of classical painting materials and offer different aesthetic effects to artists. Digital art refers to creative processes created through computer technology and emphasizes that art is a participatory experience. Digital painting, on the other hand, consists of images created and transformed using computer software. This scope of artistic shaping reveals the role of technological painting in the artistic context and is the version of traditional painting that has been adapted and will continue to be adapted to the digital age. Today, while the combination of traditional and digital technologies offers artists a wide creative field, how these changes will affect the original value and experience of art is an important issue of future art culture.

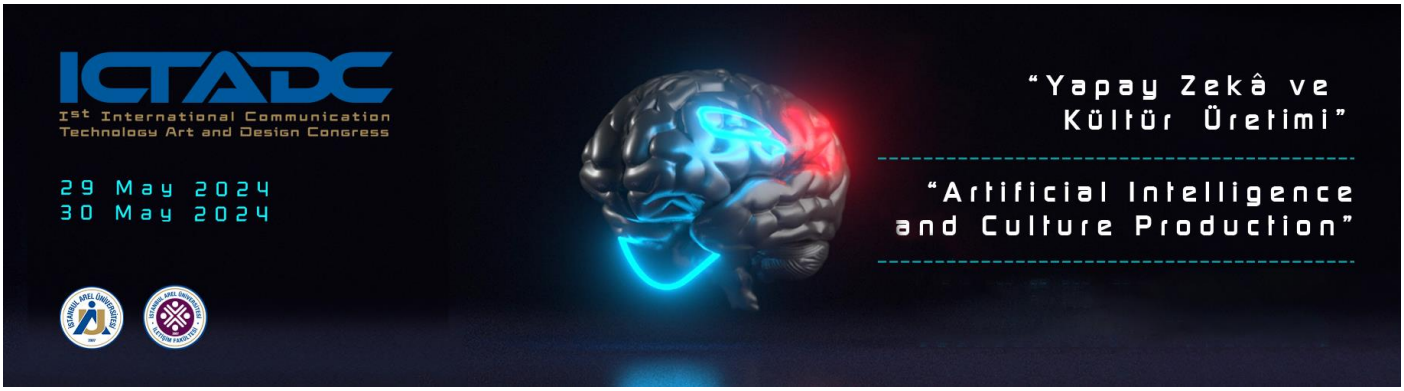
Keywords: *Digital painting, traditional painting, technological transformation.*

[1] *Graduate Studenti, Ondokuz Mayıs University, seymaz9943@gmail.com, ORCID: 0009-0003-3177-6469.*



"YAPAY ZEKÂ VE KÜLTÜREL İFADE ÇEŞİTLİLİĞİ: YENİ YÖNTEMLER, ETKİLER VE SORUNLAR"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND CULTURAL EXPRESSION DIVERSITY: NEW METHODS, IMPACTS, AND CHALLENGES"



AI LEGAL CHALLENGES IN THE FASHION WORLD

Marta VEJSELI[1]

**Bu bildiri İngilizce dilinde sunulmuştur. / This paper is presented in English.*

ABSTRACT

In recent years, Artificial Intelligence (AI) has been increasingly integrated into the fashion industry, revolutionizing design, manufacturing, marketing, and sales processes. However, this integration has given rise to many legal challenges that need to be carefully considered. One of the primary concerns is the protection of intellectual property rights. AI can generate designs that might closely resemble existing works, thus blurring the lines of copyright infringement and posing questions about originality and authorship.

Another significant challenge is the use of AI in fashion marketing, particularly in strategies involving data analytics and consumer profiling. This raises issues related to consumer privacy, as vast amounts of personal data are processed, often without explicit consent. The General Data Protection Regulation (GDPR) in the EU and similar laws in other jurisdictions set strict guidelines on data usage, but applying these rules to AI-driven processes can be complex and ambiguous.

Furthermore, the deployment of AI technologies in manufacturing, such as automated sewing and fabric cutting, implicates labor laws and the rights of workers. There is a growing concern about job displacement due to automation, which could lead to legal disputes regarding workers' rights and the responsibilities of employers.

Liability is another area of concern, particularly when AI systems malfunction or produce unintended outcomes, such as flawed product designs leading to consumer safety issues. Determining who is responsible when AI errors occur—the software developer, the fashion brand, or another party—is a legal puzzle that has yet to be fully solved.

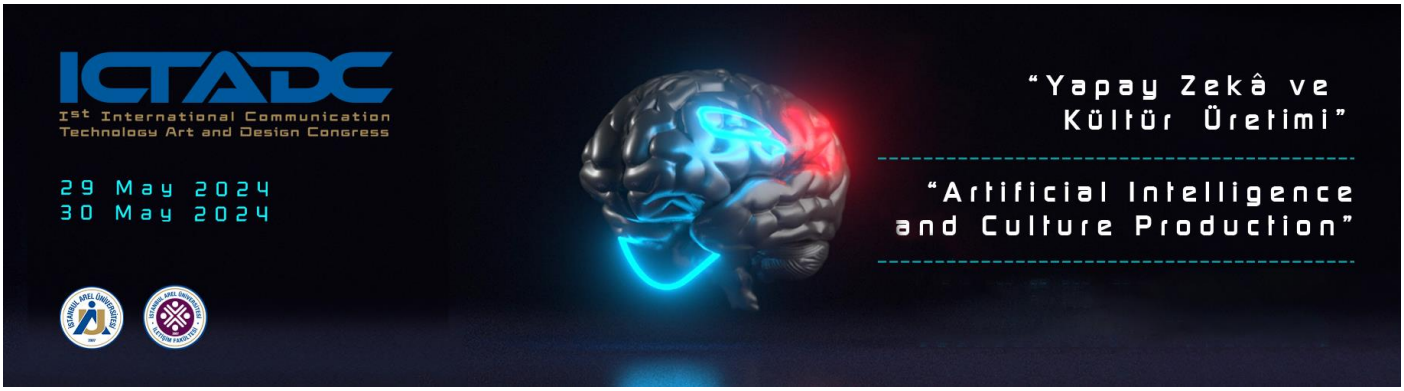
In addition to these challenges, there are also regulatory implications. For example, the use of AI in creating personalized advertising campaigns must comply with advertising standards and regulations. The potential for AI to create deceptive or unfairly manipulated images presents ethical and legal risks that could mislead consumers and violate advertising laws.

This paper aims to explore these issues in depth, providing a comprehensive overview of the current legal landscape as it relates to AI in the fashion industry. It will discuss the potential for future regulation and litigation, and suggest frameworks for ensuring that the deployment of AI technologies adheres to legal standards while fostering innovation. This discussion is crucial for lawmakers, companies, and legal practitioners involved in the fashion industry as they navigate the complexities introduced by AI technologies.

By examining case studies and current legislation, this paper will offer insights into the evolving intersection of law and technology in the fashion world. The ultimate goal is to highlight the need for clear, specific legal frameworks that can address the unique challenges posed by AI, ensuring that its benefits are realized ethically and legally. This will not only protect designers and consumers but also pave the way for sustainable technological advancement in the fashion industry.

Keywords: *Fashion, design, artificial intelligence, copyrights, legal challenges.*

[1] *Asst. Prof. Dr. International Balkan University. Faculty of Law, martavejseli@gmail.com.*



MADENCİLİK SEKTÖRÜNDE CSR KONULARINDA YAPAY ZEKÂ ALGORİTMALARININ ETKİNLİĞİ VE İMİP NİKEL ŞİRKETİNDE İŞÇİ GÜVENLİĞİ

Raisa ALATAS[1] - İdil SAYIMER[2]

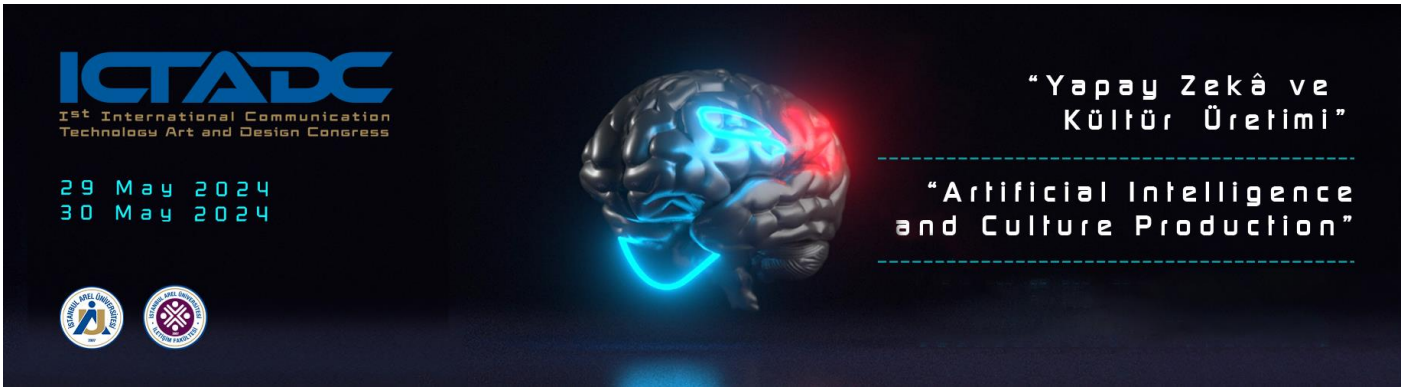
**Bu bildiri İngilizce dilinde sunulmuştur. / This paper is presented in English.*

ÖZ

Yapay zekânın (AI) son zamanlarda madencilik de dahil olmak üzere birçok endüstri üzerinde büyük etkisi oldu. Bu makale, Endonezya Morowali Endüstri Parkı'nda (IMIP) bulunan nikel endüstrisinde yapay zekâ algoritmalarının işçi güvenliğini iyileştirmede ve kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) sorunlarını çözmede ne kadar etkili çalıştığını bulmayı amaçlamaktadır. Makale, nicel bir araştırma tasarımı kullanılarak akademisyenleri, güvenlik yöneticilerini, ön saflarda çalışanları, KSS ekiplerini ve veri analistlerini temsil eden 97 katılımcının katıldığı bir anketi içermektedir. Ankette veri toplamak için kapalı sorular ve Likert ölçekli maddeler kullanılmış ve veriler Sosyal Bilimler İstatistik Paketi (SPSS) kullanılarak analiz edilmiştir. Bulgular, yapay zekânın KSS ve iş güvenliğine katkısına ilişkin kamuoyu algısının çoğunlukla olumlu olduğunu göstermektedir. Katılımcıların çoğunluğu, yapay zekâ sistemlerinin olası riskleri etkili bir şekilde tanıyabildiğini ve güvenlik prosedürleriyle ilgili kararların alınmasına yardımcı olabileceğini kabul etmiştir. Spesifik olarak, yanıt verenlerin %75,3'ü yapay zekâ destekli güvenlik değerlendirmelerine güvendiklerini belirtirken, yanıt verenlerin %72,1'i yapay zekânın tehlikeleri belirlemede faydalı olacağını düşünmektedir. Bu makale, madencilik sektörünün yapay zekâ teknolojisini KSS ve güvenlik yönetimi stratejilerine dahil ederek daha güvenli ve daha verimli güvenlik prosedürlerini uygulayabileceği sonucuna varmaktadır. Bu entegrasyon, güvenlik sonuçlarını iyileştirmenin yanı sıra kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) programlarını toplumun ihtiyaçlarına yaklaştırmakta ve işletmeler ile yerel paydaşlar arasında uzun vadeli ve faydalı ortaklıklar sağlamaktadır. Bu sonuçlar, yapay zekânın madencilik endüstrisindeki KSS ve güvenlik prosedürlerini nasıl dönüştürerek onu daha güvenli ve daha etik bir iş haline getirme yeteneğine sahip olduğunu vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *İnovasyonların yayılması, işyeri güvenliği, kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), madencilik sektörü, yapay zekâ algoritmaları.*

[1] *Doktora Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, raisaalatas.ra@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3248-0814.*
[2] *Prof. Dr., Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, isayimer@kocaeli.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2250-8900.*



THE EFFECTIVENESS OF AI ALGORITHMS IN CSR ISSUES IN THE MINING SECTOR AND WORKER SAFETY AT THE IMIP NICKEL COMPANY

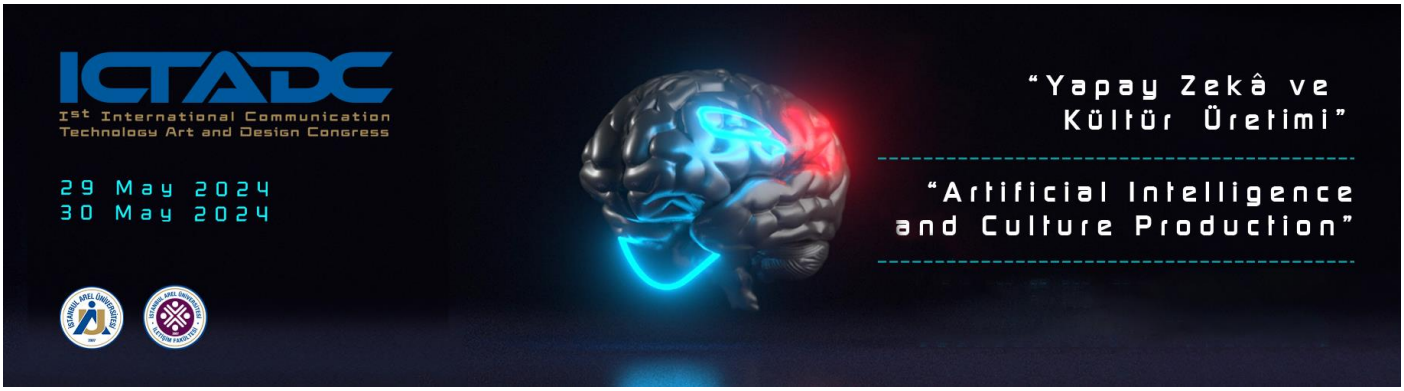
Raisa ALATAS[1] - İdil SAYIMER[2]

ABSTRACT

Artificial intelligence (AI) has created a big impact on a lot of industries recently, including mining. This article aims to determine how effectively AI algorithms work when it comes to improving worker safety as well as solving corporate social responsibility (CSR) issues at the nickel industry located in Indonesia Morowali Industrial Park (IMIP). The article included a survey of 97 respondents, representing academics, safety managers, frontline workers, CSR team members, and data analysts, using a quantitative research design. The survey employed closed-ended questions and Likert scale items to gather data, which was analyzed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). The findings show that people's perceptions of AI's contribution to CSR and workplace safety are mostly positive. A majority of respondents agreed that AI systems could efficiently recognize possible risks and assist in making decisions about safety procedures. In particular, 75.3% of respondents said they were confident in AI-supported safety judgments, while 72.1% of respondents thought AI would be useful in identifying hazards. The article comes to the conclusion that the mining industry could implement safer and more efficient safety procedures by incorporating AI technologies into CSR strategy and safety management. In addition to improving safety results, this integration brings corporate social responsibility (CSR) programs more closely to community needs, resulting in long-lasting and beneficial partnerships between businesses and local stakeholders. These results highlight how AI has the ability to change CSR and safety procedures in the mining industry, making it a safer and more ethical business.

Keywords: *AI algorithms, corporate social responsibility (CSR), diffusion of innovation theory, mining sector, workplace safety*.

[1] *PhD Student, Kocaeli University, raisaalatas.ra@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3248-0814.*
[2] *Prof. Dr., Kocaeli University, Faculty of Communication, Department of Public Relations and Publicity, isayimer@kocaeli.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2250-8900.*



AKADEMİSYENLERİN CHATGPT KULLANIM ALIŞKANLIKLARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Şuhay NAKİPOĞLU[1]

**Bu bildiri İngilizce dilinde sunulmuştur. / This paper is presented in English.*

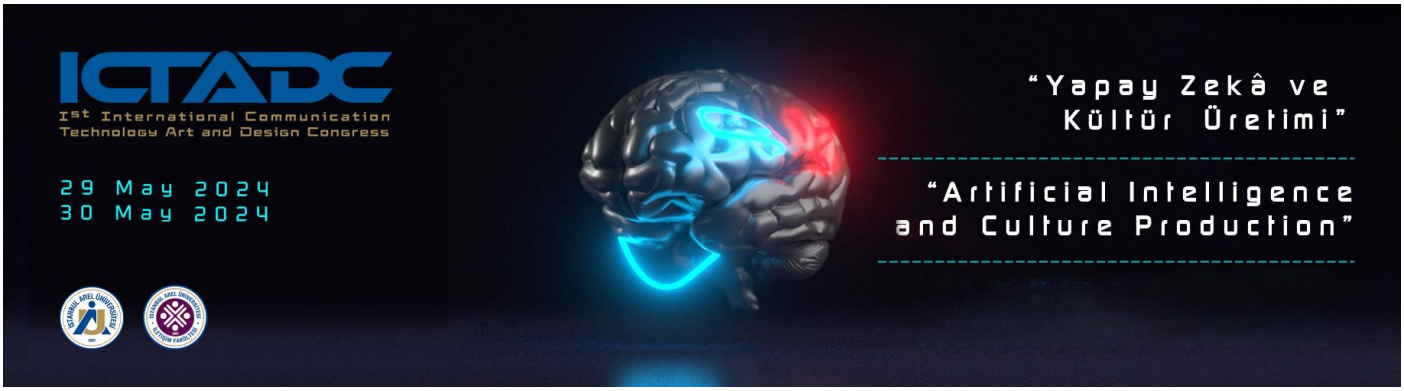
ÖZ

Günümüzde globalleşen dünyada, Yapay Zekâ (AI; Artificial Intelligence) teknolojileri bilgiye erişim ve kullanımını büyük ölçüde kolaylaştırmaktadır. Eğitim alanında, bu teknolojiler öğretim metodolojilerini yeniden şekillendirme ve öğrenme deneyimlerini kişiselleştirme potansiyeli ile öğrenciler ve öğretmenler için yeni fırsatlar sunmaktadır. Bu araştırmanın amacı, Türkiye'deki farklı disiplinlerden akademisyenlerin, yapay zekâ teknolojilerini ve özellikle ChatGPT gibi gelişmiş yazılımları eğitim süreçlerine nasıl ve ne derecede entegre ettiklerini, bu entegrasyondan ne ölçüde verim aldıklarını, avantajlarını ve dezavantajlarını tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda, 10 (on) akademisyenle derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Bu mülakatlar, katılımcıların deneyimleri ve teknoloji kullanımı hakkında ayrıntılı görüşlerini ortaya çıkarmak amacıyla hazırlanmıştır. Katılımcılarla yapılan görüşmeler kaydedilmiş, transkribe edilmiş ve dikkatlice incelenmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda, eğitimde eğitimcilerin teknoloji kullanımını geliştirmek ve uygulamalara bakış açılarını ortaya çıkartmak hedeflenmektedir.

Bu çalışmanın, yapay zekâ ve ChatGPT gibi teknolojilerin eğitim alanında nasıl kullanılabileceğini daha iyi anlamak ve bu alanda ilerlemek için önemli bir adım olduğu düşünülmektedir. Akademisyenlerin deneyimlerinden elde edilen bilgiler, eğitimcilerin bu teknolojileri daha etkin bir şekilde kullanmalarına yardımcı olacak stratejilerin geliştirilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: *ChatGPT, derin öğrenme, makine öğrenimi, teknoloji, yapay zekâ.*

[1] *Öğr. Gör., İstanbul Arel Üniversitesi, suhaynakipoglu@outlook.com , ORCID: 0009-0008-8389-3479.*



AN EVALUATION ON ACADEMICS' USAGE HABITS OF CHATGPT

Şuhay NAKİPOĞLU[1]

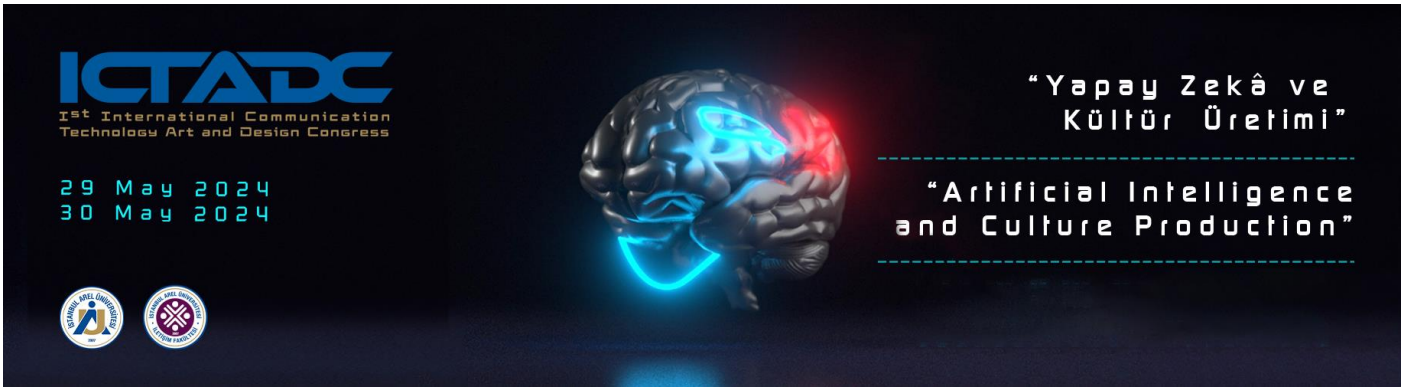
ABSTRACT

In today's globalized world, Artificial Intelligence (AI) technologies significantly facilitate access to and utilization of information. Within the realm of education, these technologies hold the potential to reshape teaching methodologies and personalize learning experiences, offering new opportunities for both students and educators. The objective of this research is to ascertain how academics from various disciplines in Turkey integrate AI technologies, particularly advanced software like ChatGPT, into their educational processes, the extent to which they derive efficiency from this integration, and to identify the advantages and disadvantages thereof. To this end, in-depth interviews have been conducted with 10 academics. These interviews were designed to elicit detailed perspectives on the participants' experiences and their usage of technology. The discussions with participants were recorded, transcribed, and meticulously examined. The data obtained aims to enhance educators' use of technology in education and to reveal their perspectives on applications.

This study is considered to be an important step towards better understanding how AI and technologies like ChatGPT can be utilized in the field of education and to advance in this area. Insights gleaned from the experiences of academics are anticipated to contribute to the development of strategies that will assist educators in using these technologies more effectively.

Keywords: *ChatGPT, deep learning, machine learning, technology, artificial intelligence.*

[1] *Lecturer, Istanbul Arel University, suhaynakipoglu@outlook.com , ORCID: 0009-0008-8389-3479.*



THE WORK OF ART IN THE AGE OF ARTIFICIAL GENERATION

Nicolas RUARTE[1]

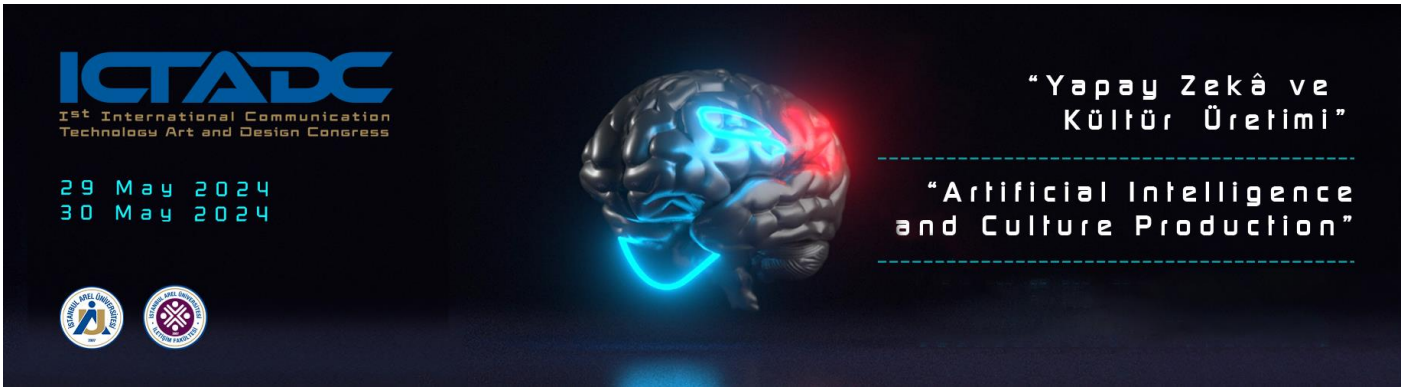
**Bu bildiri İngilizce dilinde sunulmuştur. / This paper is presented in English.*

ABSTRACT

We stand at the dawn of a technological revolution poised to transform the economy, society, politics, and art in a manner not witnessed since the industrial revolution or the renaissance. The recent advancements in Artificial Intelligence (AI) hold the promise of revolutionizing how we conceive, design, produce and interact with art. Within this landscape of immense opportunities and challenges, many artists and artistic collectives harbor significant concerns regarding the potential impact of this revolution on their craft and job opportunities. This research seeks to challenge such apprehensions and demonstrate how the utilization of these technologies will catalyze an unprecedented surge in creativity. By shortening production timelines, reducing costs, democratizing access, and enhancing the quality of productions, AI will empower artists to embark on more complex projects, thus expanding their creative horizons and transforming the very nature of what we call art. This research addresses the impact of AI on the paradigm of contemporary Latin American art. Its objectives are to explore new methodologies in artistic production, reflect on the essence and soul of the work of art, preserve and promote the style of Latin American art, combat Eurocentric bias in artistic/technological production, expand representation, and promote a more inclusive perspective in the field of AI. Additionally, it aims to develop an artistic production manual for students and young artists. The goal is to contribute to the development of more inclusive and representative AIs, fostering the appreciation and dissemination of Latin American artistic styles and expressions. This initiative seeks to challenge stereotypes and biases ingrained in commercial AI developments, creating a space for recognition of Latin American artists and contributing to the education of the next generation of artists who will grow up with these tools at their disposal and compete in this new global landscape. The methodology combines research and artistic production to assess the risks and implications of these new technologies.

Keywords: *Artificial intelligence, colonialism, eurocentrism, generative art, Latin America.*

[1] *Independent Researcher, nicolasmariar@gmail.com, ORCID: 0009-0009-1589-7395.*



THE NEEDLE AND THE (CODE) STRING: NEW IMAGERY AND NEW CHALLENGES FOR THE FASHION OF THE FUTURE

Michele VARINI[1]

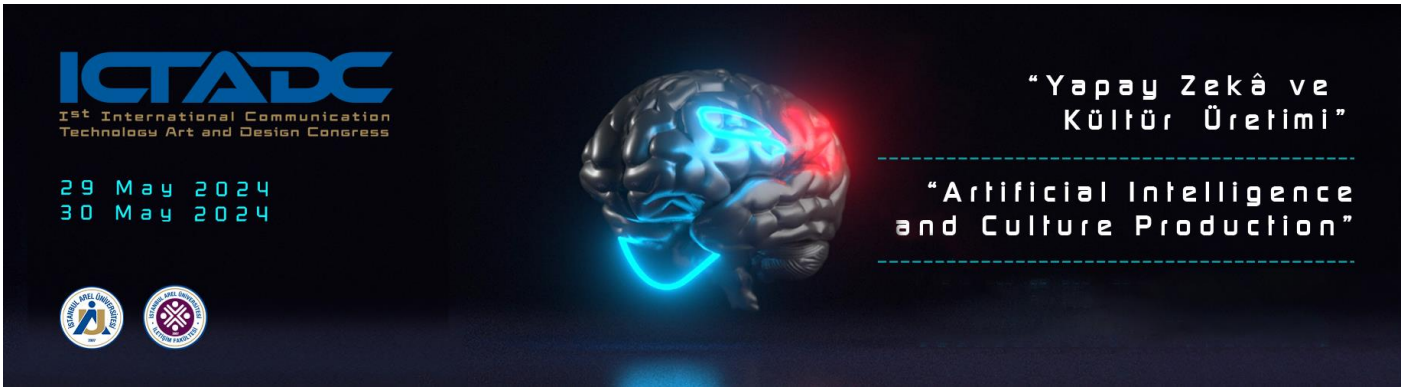
**Bu bildiri İngilizce dilinde sunulmuştur. / This paper is presented in English.*

ABSTRACT

Throughout the history of fashion, a profound link with technology has persisted, spanning from communication to creativity, artistry, production, and consumption. Recent and underexplored, the emergence of visual AIs marks a significant revolution in the fashion industry, influencing both artistic and technical aspects. These innovations have unveiled unprecedented paths, transforming traditional roles in the fashion industry, from stylists and milliners to tailors and pattern makers. Notably, the established size system, once tied to static and standardized biometric measurements, is now challenged by technology with unprecedented computational power and sophistication, offering previously unthinkable possibilities. If on the one hand the exit from the old sizes system could guarantee access to fashion consumption even to bodies "non-conforming" and non-canonical beauty models compared to the stereotypes imposed by industry for many years, on the other hand, the creative dimension of these technologies tends to feed on problematic data itself, linked to inequalities, both material and non-material: digital divides, infrastructures and access to technology, as well as pre-existing prejudices, eventually reproducing power dynamics, Eurocentric aesthetic and gender stereotypes and stereotyped beauty models widely spread by the mainstream fashion system for decades. This article aims to investigate, explore, the imaginaries inherent in the fashion industry and the organisms involved in it, and to verify how these AI, these technologies, tend to operate, whether from a reproductive perspective or in a subversive way. The research is based on a netnographic survey and visual ethnography based on the most popular AIs that generate images (DALL-E, Midjourney, Stable Diffusion). Once the sampling is complete, the visual material will be used for the realization of interview tracks, semi-instructed, using for the purpose of generating photographic stimuli, to be subjected to a sample formed by subjects variously hired in the fashion world, focusing mainly on students of fashion schools.

Keywords: *Digital fashion, metaverse, co production imaginaries, mixed methods.*

[1] *Independent Researcher, michele.varini@unicatt.it.*



DIGITAL TRANSFORMATION AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

Maryam SAIF[1]

**Bu bildiri İngilizce dilinde sunulmuştur. / This paper is presented in English.*

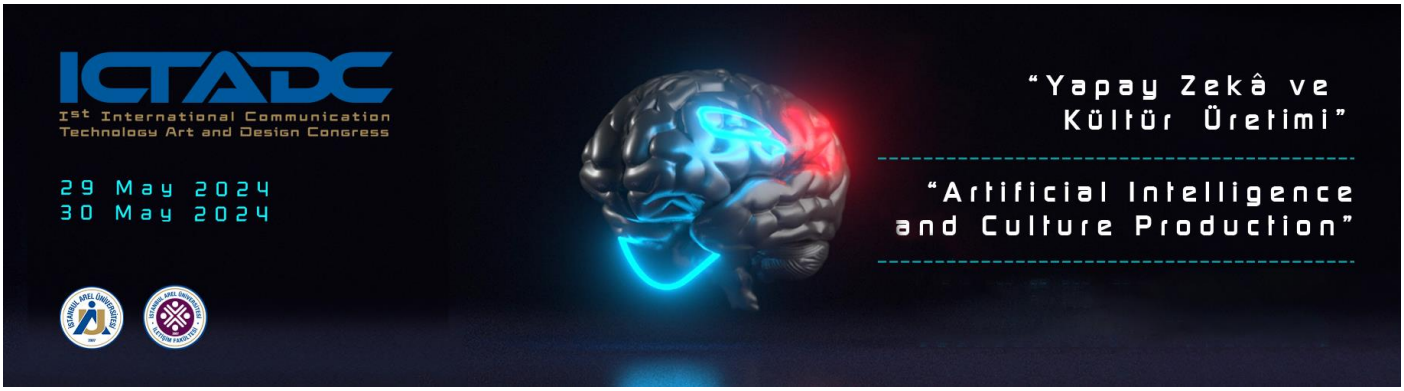
ABSTRACT

Digital transformation, driven by advancements in artificial intelligence (AI), is revolutionizing industries by offering new possibilities for innovation and enhanced efficiency. This study delves into the myriad benefits and notable challenges linked with AI integration into digital transformation initiatives. A mixed-methods research design was adopted, leveraging both quantitative data analysis and qualitative interviews to provide a deep and broad view of the subject matter. The research gathered data from 200 professionals across diverse sectors such as healthcare, finance, and manufacturing. Stratified sampling was utilized to ensure a broad representation of viewpoints, enabling a more generalizable understanding of AI's impact. The study employed sophisticated statistical tools for quantitative analysis and thematic analysis techniques for qualitative insights, ensuring a robust analysis of the data gathered. The findings from the study indicate that AI significantly boosts operational efficiency across industries. In healthcare, AI's ability to process and analyze large datasets has revolutionized patient care through improved diagnostic accuracy and personalized treatment plans. In the finance sector, AI enhances accuracy in risk assessment, fraud detection, and customer service, contributing to higher operational efficiency and client satisfaction. Manufacturing has seen improvements in supply chain management and production processes, facilitated by AI's predictive capabilities and real-time decision-making support. However, the integration of AI also introduces several challenges. Data security is a significant concern, as AI systems handle sensitive information, making them targets for cyber threats. Ethical dilemmas also arise, particularly about the fairness and transparency of AI decision-making processes. Moreover, the deployment of AI technologies requires substantial investments in skills training and infrastructure upgrades, as employees need to be equipped with the knowledge and tools necessary to work alongside advanced AI systems.

In conclusion, while AI presents significant opportunities for enhancing digital transformation efforts, the challenges it brings cannot be overlooked. Organizations aiming to fully benefit from AI must proactively address these issues. This involves implementing robust cybersecurity measures, ensuring ethical compliance in AI operations, and investing in continuous learning and development for their workforce. Addressing these challenges is crucial for leveraging AI to achieve sustainable growth and innovation in the digital age.

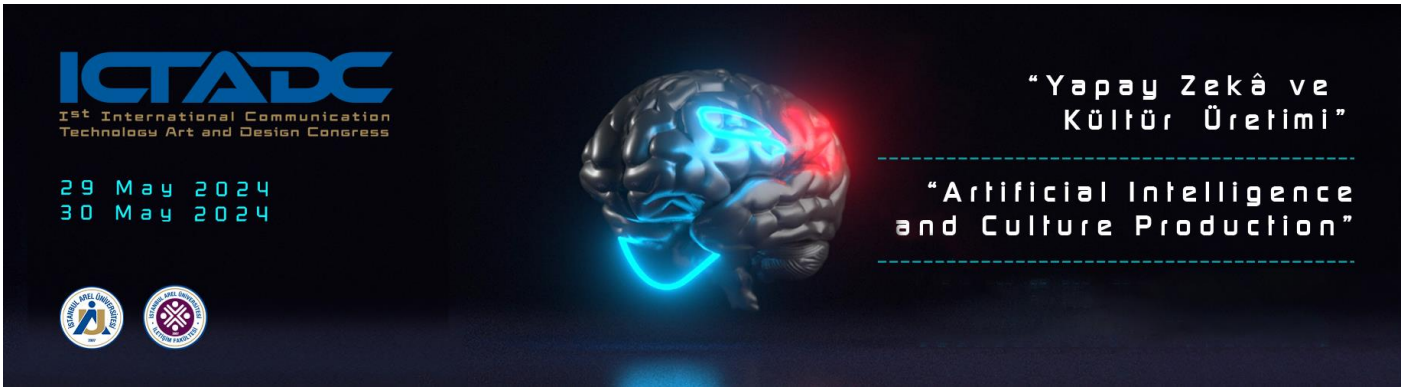
Keywords: *Digital transformation, artificial intelligence, industry innovation, operational efficiency, data security, ethical challenges.*

[1] *Assist. Prof. Dr., University of Sargodh, Institute of Art & Design, style360chanel@gmail.com, ORCID: 0009-0000-1412-6198.*



"YAPAY ZEKÂ VE UYGULAMA ALANLARI"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND APPLICATION AREAS"



GEÇMİŞTEN GELECEĞE TEKNOLOJIK BİR KÖPRÜ: GÖRÜNTÜ İYİLEŞTİRME VE YAPAY ZEKÂ

Murat AYTAŞ[1]

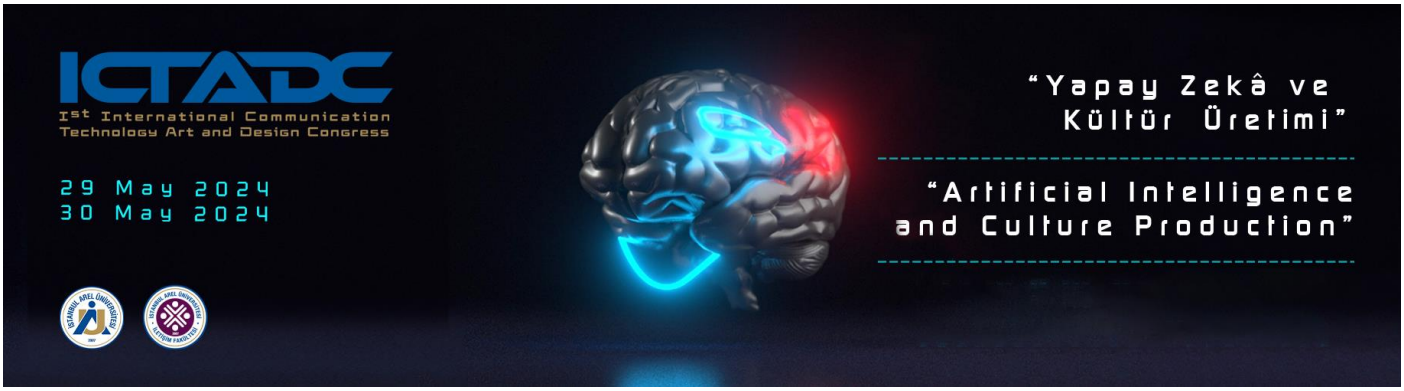
ÖZ

Yapay zekâ tabanlı teknolojiler, görüntü restorasyonu ve iyileştirme alanlarında hem verimlilik hem de yaratıcılık açısından yeni ufuklar açmaktadır. Bu teknolojiler, özellikle tarihi veya kalitesi düşük görüntülerin restorasyonu ve iyileştirilmesi konusunda etkili çözümler sunarak, düşük çözünürlüklü veya eski görüntülerin kalitesini artırıp daha net ve detaylı görüntüler elde etmeyi mümkün kılmaktadır. Bu gelişme, belgesel yapımı, tarihi belgeler, arşiv görüntüleri ve eski video ile fotoğrafların restorasyonu gibi alanlarda büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, sinema endüstrisinde görsel efektlerin kalitesini artırmada ve film yapım sürecinde daha gerçekçi ve etkileyici görsel içeriklerin oluşturulmasına imkân tanımaktadır. Görüntü işlemede kullanılan yapay zekâ destekli uygulamalar arasında Adobe Photoshop'un Neural Filters, Topaz Labs'ın Topaz Studio, Mask AI, Adjust AI, Gigapixel AI, Denoise AI, Sharpen AI, JPEGtoRAW AI ve Video Enhance AI gibi çeşitli araçları bulunmaktadır. Bu uygulamalar, yapay zekâ teknolojisinin sürekli iyileştirilmesi ve çeşitli teknoloji ve algoritmaların geliştirilmesi sayesinde görüntü iyileştirme sürecini çok daha verimli hale getirmektedir.

Bu çalışmada incelenen yöntemler, derin öğrenme ve yapay sinir ağları gibi yapay zekâ tekniklerinin, görüntü ve ses işleme alanlarında nasıl uygulandığını detaylandırmaktadır. Bu teknikler, büyük veri setlerinden öğrenerek ve karmaşık dönüşümleri gerçekleştirerek, görüntülerin ve seslerin kalitesini önemli ölçüde iyileştirebilmektedir. Çalışmanın sonucunda, incelenen örnekler açısından günümüzde kullanılan yapay zekâ tabanlı görüntü iyileştirme teknolojilerinin, verimlilik ve yaratıcılık açısından önemli ilerlemeler sağladığı ve çeşitli alanlarda yenilikçi çözümler sunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, görüntü iyileştirme, sinema, belgesel, restorasyon.*

[1] *Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, mrtaytas@gmail.com ORCID: 0000-0003-2744-0519.*



A TECHNOLOGICAL BRIDGE FROM THE PAST TO THE FUTURE: IMAGE ENHANCEMENT AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Murat AYTAŞ[1]

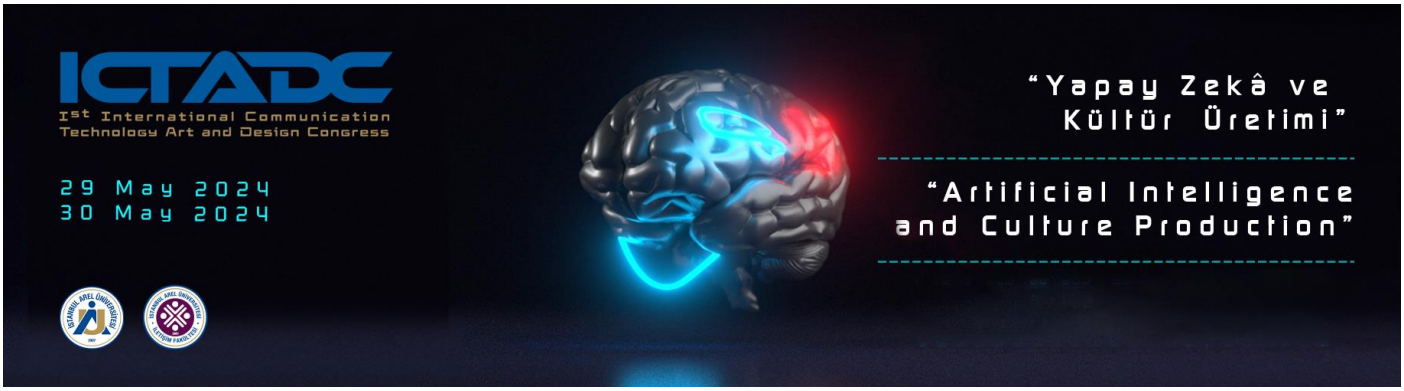
ABSTRACT

Artificial intelligence (AI)-based technologies are opening new horizons in image restoration and enhancement in terms of efficiency and creativity. These technologies offer practical solutions for restoring and improving historical or low-quality images and enhancing low-resolution or old photos to achieve more precise and detailed visuals. This development is essential in documentary production, historical documents, archive images, and the restoration of old videos and photographs. Additionally, it plays a significant role in the cinema industry by improving the quality of visual effects and enabling the creation of more realistic and impressive visual content during the film production process. Among the AI-supported applications used in image processing are Adobe Photoshop's Neural Filters, Topaz Labs' Topaz Studio, Mask AI, Adjust AI, Gigapixel AI, Denoise AI, Sharpen AI, JPEGtoRAW AI, and Video Enhance AI. These applications make the image enhancement process much more efficient through the continuous improvement of AI technology and the development of various technologies and algorithms.

The methods examined in this study detail how AI techniques such as deep learning and artificial neural networks are applied in image and sound processing. By learning from large datasets and performing complex transformations, these techniques significantly improve the quality of images and sounds. The study concludes that the AI-based image enhancement technologies currently in use have made significant progress in efficiency and creativity, offering innovative solutions in various fields.

Keywords: *Artificial intelligence, image enhancement, cinema, documentary, restoration.*

[1] *Assoc. Prof. Dr., Selçuk University, Faculty of Communication, Department of Radio, Television and Cinema, Department of Communication Sciences, mrtaytas@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2744-0519.*



SPOR ORGANİZASYONLARININ PAZARLANMASINDA VR GÖZLÜKLERİN KULLANILMASI: FUTBOL MAÇLARI ÖRNEĞİ

Mustafa SUBAŞI[1]

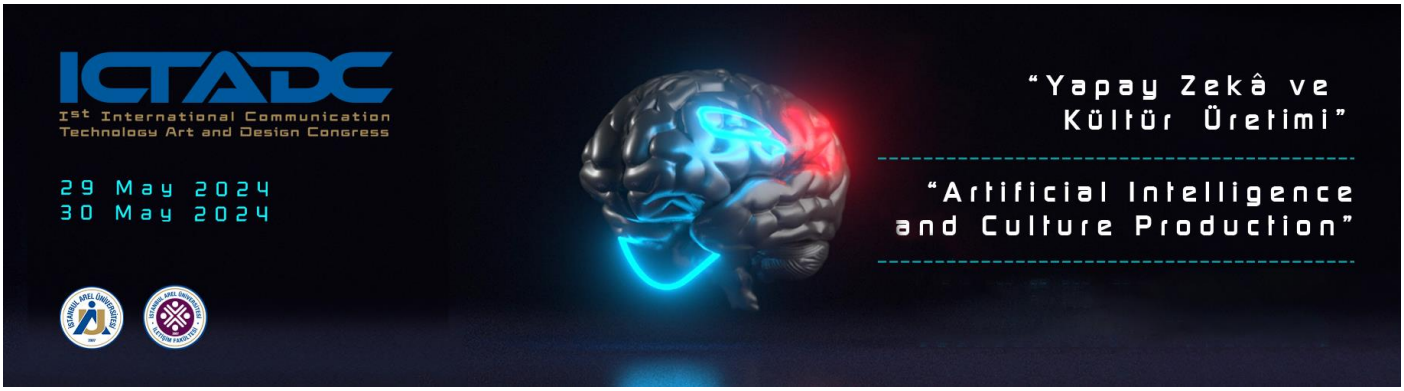
ÖZ

Günümüzde teknolojinin hızlı gelişiminden tüm sektörler etkilendiği gibi spor sektörü de bu gelişmelerden dolayı hızlı bir değişim ve gelişim göstermiştir. Bilgisayar sistemlerinin ve yapay zekânın spordaki analiz, yetenek seçimi, pazarlama gibi birçok alanda kullanımı yaygınlaşmıştır. Yakın bir dönemde yaşanılan Pandemi döneminde spor organizasyonları iptal edilmiş veya müsabakalar seyircisiz oynanmıştır. Sanal gerçeklik uygulamaları yakın bir zamana kadar oyun ve eğlence alanlarında kullanılırken artık birçok spor organizasyonlarında seyircilere ve katılımcılara farklı deneyimler yaşatma amacıyla kullanılmaya başlanmıştır. Bir NBA maçında Sanal Gerçekli (VR – Virtual Reality) gözlüklerinin kullanılması seyircilerin maçları seyretmesinde yeni bir boyut kazandırmıştır. Bu teknoloji sayesinde seyirciler bu tür organizasyonları yerindeymiş gibi seyredilme imkanına erişebilmektedirler. Bir futbol maçını evindeyken stadyum ortamında gibi üç boyutlu seyredebilmek taraftarlar için büyük avantajlar sağlayabilecektir. Maçları daha yakından seyretme, kamera seçimi, oyuncuların hareketlerini daha net görebilme gibi durumlar seyirciler için farklı bir deneyim olacaktır. Ayrıca kolay erişim, ev konforunda maç seyretme hatta stadyuma gidemeyen engelli bireylerin bile bu erişime ulaşabilmesi büyük avantajlar sağlamaktadır. Bunların yanında bazı kısıtlamalar da mevcuttur. Pahalı bir altyapı sisteminin kurulması, yüksek maliyet, ağ erişiminde oluşabilecek bazı aksaklıklar, kişilerin uzun süreli sanal gözlük kullanımından kaynaklanacak görsel yorgunluk gibi bazı dezavantajlar bulunmaktadır. Ayrıca bu olumsuz koşullar teknolojinin gelişmesi ve uygun çözümlerin bulunmasıyla aşılabilecek sorunlardır. Tüm bu durumları göz önünde bulunduracak olursak, spor endüstrisi ve kulüpler için spor pazarlaması açısından yeni fırsatlar ve potansiyeller bulunduğunu söyleyebiliriz. Stadyum kapasitesi kadar bilet satışı yerine bu sayıya bağlı kalınmadan talep edildiği kadar satış yapılabilecektir. Yine bunun yanında yeni reklam ve sponsorluklar alma imkânı doğacaktır. Bu sayede ulaşılabilen kişi sayısı çok büyük rakamlara ulaşabilecektir. Dolayısıyla kulüplerin elde edeceği gelirler de artacaktır. Sonuç olarak spor pazarlaması yönünden VR gözlüklerinin spor organizasyonlarında ve spor müsabakalarının izlenmesinde kullanılması hem izleyicilere vereceği farklı deneyimler, eğlenceler hem de kulüpler ve organizasyonları düzenleyenler açısından birçok fayda sağlayacaktır. İsteyen herkesin müsabakaları herhangi bir coğrafi kısıtlama olmadan dünyanın herhangi bir yerinden sanki oradaymış gibi izleme imkânı sunacaktır. Bu teknolojik gelişme, sporun ve spor organizasyonlarının gelişimine, katılımcı sayısının artmasına ve spor kültürünün oluşmasına yardımcı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Futbol maçı, taraftar, sanal gözlük, spor pazarlaması.*

---

[1] *Dr., mustysubasi@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8075-6689.*



USING VR GLASSES IN THE MARKETING OF SPORTS ORGANIZATIONS: THE EXAMPLE OF FOOTBALL MATCHES

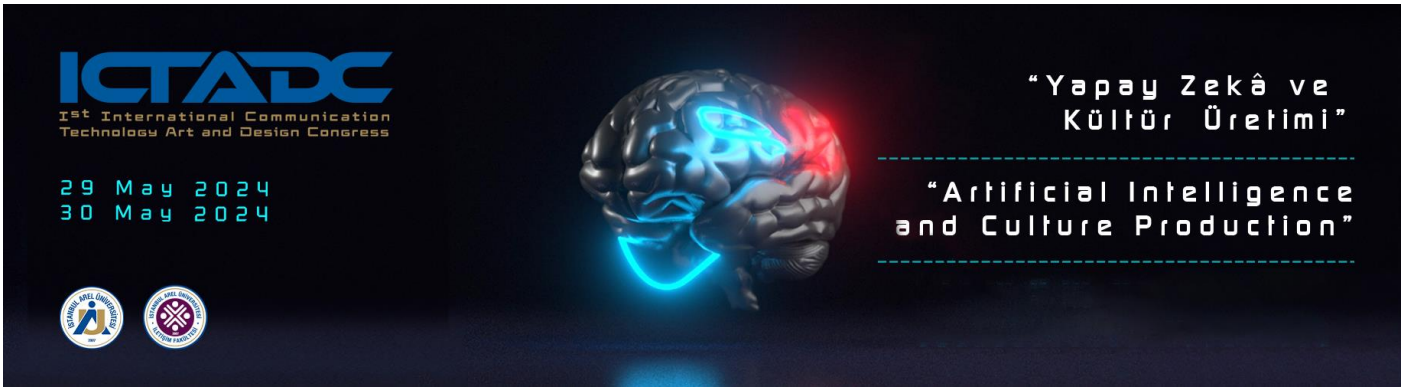
Mustafa SUBAŞI[1]

ABSTRACT

Today, just as all sectors are affected by the rapid development of technology, the sports sector has also undergone rapid change and development due to these developments. The use of computer systems and artificial intelligence has become widespread in many areas such as sports analysis, talent selection and marketing. During the recent pandemic period, sports organizations were canceled or competitions were played without spectators. While virtual reality applications were used in gaming and entertainment areas until recently, they have now begun to be used in many sports organizations to provide different experiences to spectators and participants. The use of Virtual Reality (VR) glasses in an NBA match has added a new dimension to spectators watching the matches. Thanks to this technology, spectators have the opportunity to watch such events as if they were on site. Being able to watch a football match in three dimensions, such as in a stadium environment while at home, can provide great advantages for fans. Situations such as watching the matches more closely, camera selection and seeing the players movements more clearly will be a different experience for the audience. In addition, easy access, watching matches from the comfort of home and even disabled individuals who cannot go to the stadium provide great advantages. Besides these, there are also some restrictions. There are some disadvantages such as the establishment of an expensive infrastructure system, high cost, some problems that may occur in network access and visual fatigue caused by people long-term use of virtual glasses. Moreover, these negative conditions are problems that can be overcome with the development of technology and finding suitable solutions. If we take all these situations into consideration, we can say that there are new opportunities and potentials in terms of sports marketing for the sports industry and clubs. Instead of selling tickets as much as the stadium capacity, as many tickets as requested can be sold without adhering to this number. Additionally, there will be the opportunity to receive new advertisements and sponsorships. In this way, the number of people that can be reached will reach very large numbers. Therefore, the revenues of the clubs will also increase. As a result, in terms of sports marketing, the use of VR glasses in sports organizations and watching sports competitions will provide many benefits for both the different experiences and entertainment it will provide to the audience and the clubs and organizers of the events. It will offer everyone the opportunity to watch the competitions as if they were there, from anywhere in the world, without any geographical restrictions. This technological development will help the development of sports and sports organizations, increase the number of participants and create sports culture.

Keywords: *Football match, fans, virtual glasses, sports marketing.*

[1] *Dr., mustysubasi@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8075-6689.*



UYKU BOZUKLUĞUNA NEDEN OLAN FAKTÖRLERİN AÇIKLANABİLİR YAPAY ZEKÂ MODELLERİ İLE ANALİZİ

Şeyma KESER[1]- Cem ÖZKURT[2]

ÖZ

Uyku, fiziksel ve zihinsel sağlık için kritik bir rol oynayan temel bir biyolojik süreçtir. Uyku bozuklukları, bu kritik sürecin düzenli bir şekilde gerçekleşmesini engelleyebilmekte ve birçok sağlık sorununa yol açabilmektedir. Bu çalışmada XGBoost algoritmasıyla cinsiyet, yaş, meslek, uyku süresi, uyku kalitesi, fiziksel aktivite düzeyi, stres düzeyleri, BMI kategorisi, kan basıncı, nabız, günlük adımlar, uyku bozukluğu varlığı ve yokluğu gibi gözlem değerlerini içeren veri seti kullanılarak uyku bozukluğunun varlığının tespiti amaçlanmıştır.

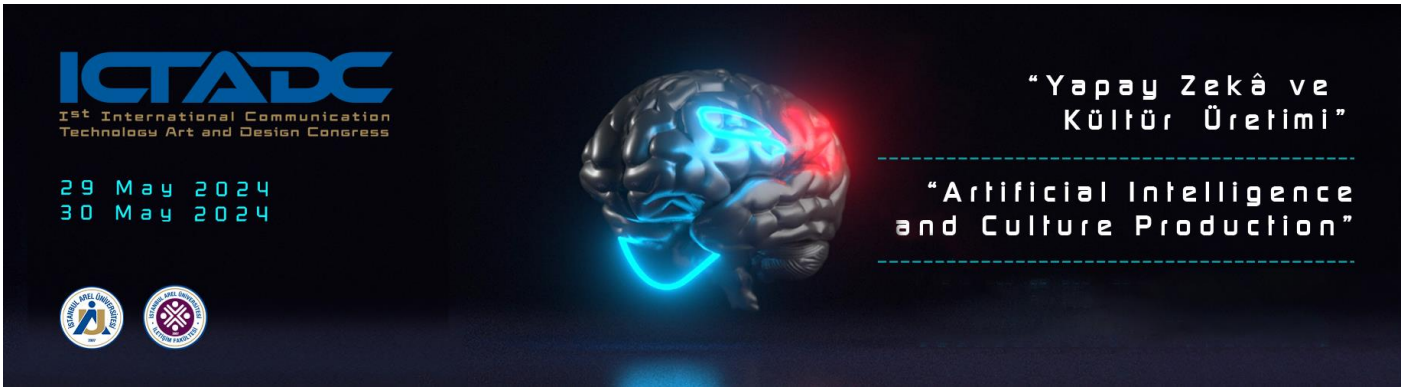
Veri seti belirleyici değişkenler üzerinde yoğunlaşarak veri setindeki kategorik değişkenlerin makine öğrenmesi modeline uygun olacak şekilde düzenlenmiştir. Modelimizin karmaşıklık matrisinden elde ettiğimiz değerlerle hesaplanan doğruluk, kesinlik, duyarlılık, F1-skoru gibi metrikler modelin performans başarısını değerlendirmekte ölçüt olarak belirlenmiştir.

SHAP (SHapley Additive exPlanations) ve LIME (Local Interpretable Model-Agnostic Explanations) gibi açıklanabilir yapay zekâ teknikleri modelin tahminleri üzerinde değişkenlerin etkisinin anlaşılmasına olanak sağlamıştır. Sonuçlar kullanılan modelin uyku bozukluğu tahminlerinde hangi etmenlerin daha etkili olduğunu anlamamızı sağlar. SHAP değerleri, her bir değişkenin model tahminine olan etkisini ölçerek modelin tahminini şeffaf hale getirmiştir. Karmaşıklık matrisini inceleyerek detaylı bir analizini yapmıştır. LIME ise modelin tahminlerini daha anlaşılır hale getirmek için karmaşıklık matrisindeki farklı sınıfların açıklanması için kullanılmıştır. Açıklanabilir yapay zekâ modelleri ile tahmin etme süreçlerinin şeffaf bir şekilde önümüze sunulması modelin güvenilirliğini arttırmıştır.

Deneysel sonuçlar, XGBoost algoritması kullanılan bu modelin %86,3 doğruluk değeriyle başarısını ortaya koymuştur. Bu çalışma insanların düzenli ve yeterli uyku alışkanlıkları oluşturmasını engelleyen faktörleri belirterek genel sağlık ve yaşam kalitesini artırmayı amaçlamaktadır. Ayrıca açıklanabilir yapay zekâ modellerinin çalışmalardaki kullanımının önemini göstererek bu modellerin kullanımının artması hedeflenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Uyku bozukluğu, XGBoost algoritması, SHAP, LIME, açıklanabilir yapay zekâ.*

[1] *Lisansüstü Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi.*
[2] *Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sakarya Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Lojistik Pr, cemozkurt@subu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1251-7715.*



UYUŞTURUCU BAĞIMLILARININ İNTIHAR DÜŞÜNCELERİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLERİN SHAP VE LIME YÖNTEMLERİ İLE ANALİZİ

Geydanur Tuba YILMAZ[1]- Cem ÖZKURT[2]

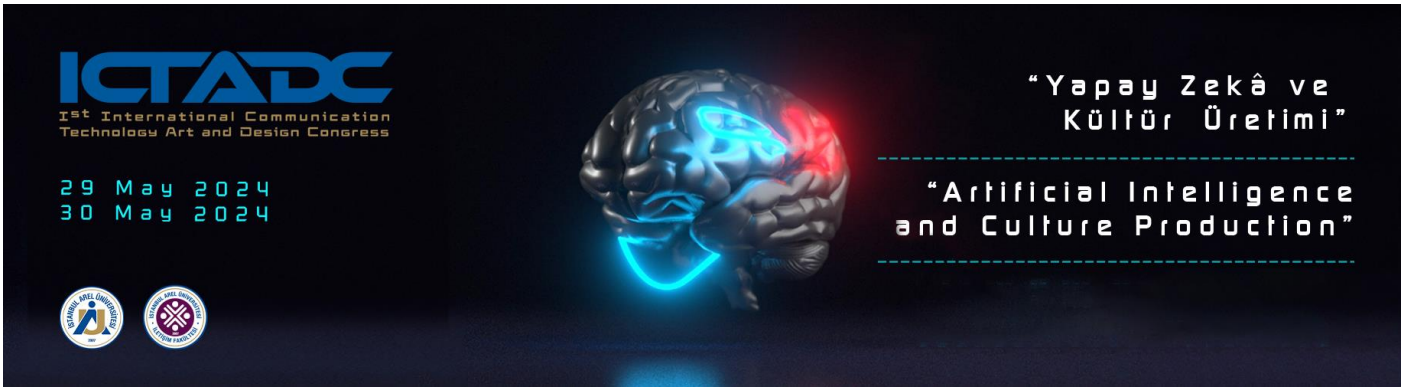
ÖZ

Uyuşturucu bağımlılığı, bireylerin psikolojik ve fiziksel sağlığını ciddi şekilde etkileyen bir sorundur. Bu nedenle, uyuşturucu bağımlılarının yaşadığı intihar düşüncelerini anlamak ve önlemek önemlidir.

Bu çalışmada, uyuşturucu bağımlılarının intihar düşüncelerine etki eden faktörleri SHAP ve LIME gibi XAI (Explainable Artificial Intelligence - Açıklanabilir Yapay Zeka) teknikleri kullanarak analiz etmek amaçlanmıştır. Veri setinde yer alan uyuşturucu bağımlısı kişilerin yaşı, cinsiyeti, eğitim durumu, kiminle yaşadığı, uyuşturucu kullanım sebebi, mental problemleri, aile ilişkisi, uyuşturucu kullanma sıklığı gibi çeşitli değişkenler kullanılarak uyuşturucu bağımlılarının intihar düşüncelerine olan etkileri incelenmiştir. Gerekli dönüşümler, belirleyici değişkenler üzerinde yoğunlaşarak, veri setindeki kategorik değişkenlerin makine öğrenmesi modelleriyle uyumlu hale getirilmiştir. Modelin performansı ve kararlarının doğruluğu XGBoost algoritması tercih edilerek karmaşıklık matrisi aracılığıyla detaylı bir şekilde incelenerek doğruluk, hassasiyet, duyarlılık ve F1-skoru gibi metrikler ölçüt alınarak değerlendirilmiştir. Modelin tahminlerinin SHAP ve LIME teknikleri ile açıklanabilirliği sağlanmış, SHAP (Shapley Additive Explanations) değerleri her bir değişkenin model tahminine olan katkısını ölçerek modelin kararlarını daha şeffaf hale getirmiştir. Modelin kararlarının daha anlaşılır hale getirilmesi için LIME (Local Interpretable Model-agnostic Explanations) yöntemi kullanılarak karmaşıklık matrisindeki farklı sınıfların açıklanması istenmiştir. XGBoost algoritması kullanılan bu modelin doğruluğu %85,7 olarak elde edilmiştir. Çıkan sonuçlar bize uyuşturucu bağımlılarının intihar düşüncelerini en çok etkileyen faktörün %30 oranıyla mental problemler olduğunu göstermiştir. Bu sebeple uyuşturucu bağımlılarının psikolojik destek almaya yönlendirilmesi gerektiği anlaşılmıştır. Sonuç olarak, bu çalışma uyuşturucu bağımlılarının intihar düşüncelerini anlamak ve önlemek için yeni bir yaklaşım sunmayı amaçlamakta olup uyuşturucu bağımlılığı ile ilgili müdahale ve tedavi programlarının geliştirilmesine katkı sağlayabilir.

Anahtar Kelimeler: *SHAP, LIME, uyuşturucu bağımlılığı, intihar düşüncesi, XGBoost*.

[1] *Lisansüstü Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi.*
[2] *Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sakarya Meslek Yüksekokulu, Yönetim Ve Organizasyon Bölümü, Lojistik Pr., cemozkurt@subu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1251-7715.*



ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND PSYCHOLOGICAL WELL-BEING

Engin ÇELEBİ[1]- W. Mahesha PIYUMALI[2]

ABSTRACT

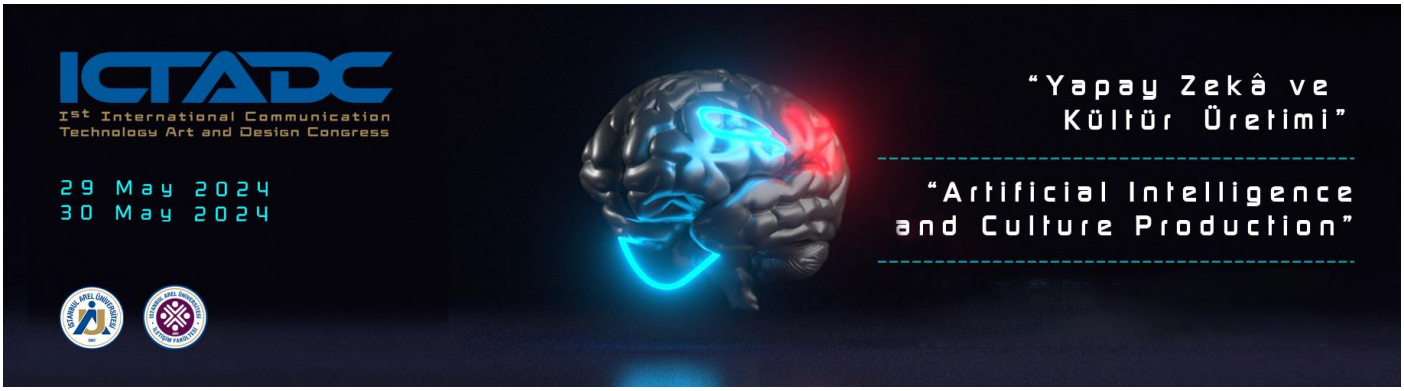
The pervasive influence of artificial intelligence (AI) on society necessitates a comprehensive examination of its impact on psychological well-being.

This study illuminates the social and psychological repercussions of AI applications and proposes strategies to safeguard mental health. Focused on attitudes and behaviors, the research aims to disseminate protective measures, providing individuals with insights into overcoming depressive feelings and coping with AI-induced challenges. The study emphasizes the evaluation of emotional and behavioral psychological effects, targeting issues such as loneliness, asociality, anger, anxiety, fear, and depressive feelings. Periodic measurement and mitigation of these negative emotions are essential to identify effective strategies for fostering a long-term healthy life concept. Additionally, the research explores the potential positive gains from AI applications, including stress relief and mental relaxation. However, it highlights the hindrance of physical activity and social interaction in AI, which may impede individuals from establishing meaningful connections within their social environment. While AI applications can induce positive psychological emotions, the importance of physical and social activities in fostering social connections and overall well-being is highlighted. Socialization is deemed integral to a sense of peace and happiness, enabling individuals to forge new friendships, set long-term goals, unveil talents, and develop social skills. Leveraging social interactions as a therapeutic method, the study posits that positive emotional changes can be experienced, countering the negative impact of technology-induced isolation. Interactions grounded in physical and social activities are identified as potent sources of psychological relief, allowing individuals to dispel negative emotions. The research advocates for community-building through social connections, emphasizing the development of a sense of belonging and team spirit. Shared duties and responsibilities, such as ecological stewardship, are posited as means to instill commitment to society and the environment.

Keywords: *Artificial intelligence, psychological well-being, socializing, virtual addiction.*

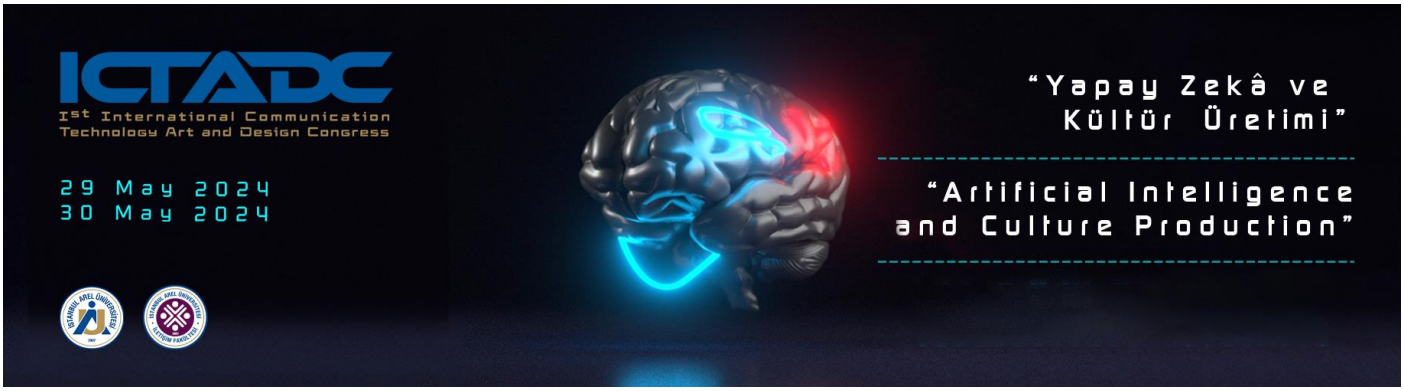
[1] *Assoc. Prof. Dr., Cukurova University, Abdi Sütcü Vocational School of Health Services, Medical Services and Techniques, Medical Documentation and Secretariat, engincelebi01@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5791-8080.*

[2] *Lecturer, University of Kelaniya, Department of Mass Communication, maheshapiyumali97@gmail.com.*



"YAPAY ZEKÂ ENDÜSTRİSİ: DÖNÜŞÜMLER, SINIRLAR VE TARTIŞMALAR"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE INDUSTRY: TRANSFORMATIONS, BOUNDARIES, AND DEBATES"



TASARIM DÜŞÜNME METODOLOJİSİNİ ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ İLE GÜÇLENDİRMEK

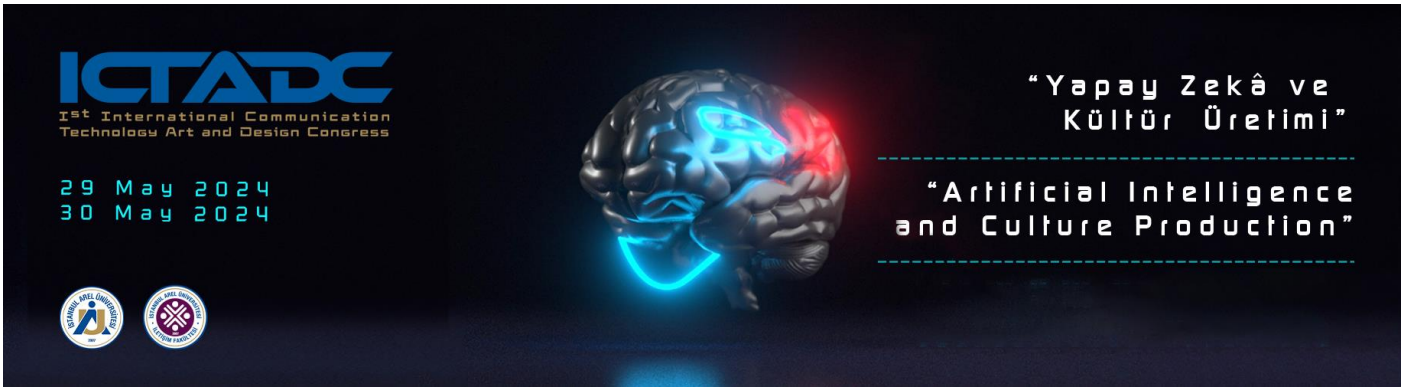
Barış ATİKER[1]

ÖZ

Bu çalışma, yaratıcılığı ve problem çözme metodolojilerini desteklemek için üretken yapay zekayı tasarım odaklı düşünme ile bütünleştirmenin etkilerini araştırmaktadır. İnsan empatisini merkeze alan bir süreç olan tasarım düşünme, karmaşık zorlukların ele alınmasında fikir üretmenin ve prototip oluşturmanın önemini vurgulamaktadır. Makine öğrenimi algoritmalarını kullanan üretken yapay zekâ, otonom olarak çeşitli tasarım çözümleri üretip sanal modeller ve simülasyonlar üzerinden prototip oluşturmayı kolaylaştırırken, hız ve verimlilikte de çarpıcı bir artışa neden olmaktadır. Ayrıca, kullanıcı davranışına ilişkin veriye dayalı içgörüler elde etmek için büyük veri kümelerinden yararlanmaktadır. Tasarımcılar, insan sezgilerini yapay zekâ tarafından üretilen içgörülerle birleştirerek, kullanıcılarda yankı uyandıran ve çığır açan yenilikleri teşvik eden çözümler üretebilirler. Bu çalışma, literatürün sistematik bir incelemesi ve vaka çalışmalarının analizi yoluyla, üretken yapay zekayı tasarım odaklı düşünme ile bütünleştirmenin dönüştürücü etkilerinin altını çizmekte ve çağdaş zorlukların üstesinden gelmedeki uygunluğunu vurgulamaktadır. Böylece, tasarım inovasyonu alanındaki araştırmacılar, uygulayıcılar ve eğitimciler için değerli içgörüler sunmayı amaçlayan yapay zekâ ve tasarım odaklı düşünme çalışmaları üzerine devam eden söyleme katkıda bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Üretken yapay zekâ, tasarım odaklı düşünme, metodoloji, yaratıcılık.*

[1] *Prof., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, İletişim Tasarımı Anabilim Dalı, baris.atiker@adu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4622-7409.*



AUGMENTING DESIGN THINKING METHODOLOGY WITH GENERATIVE AI

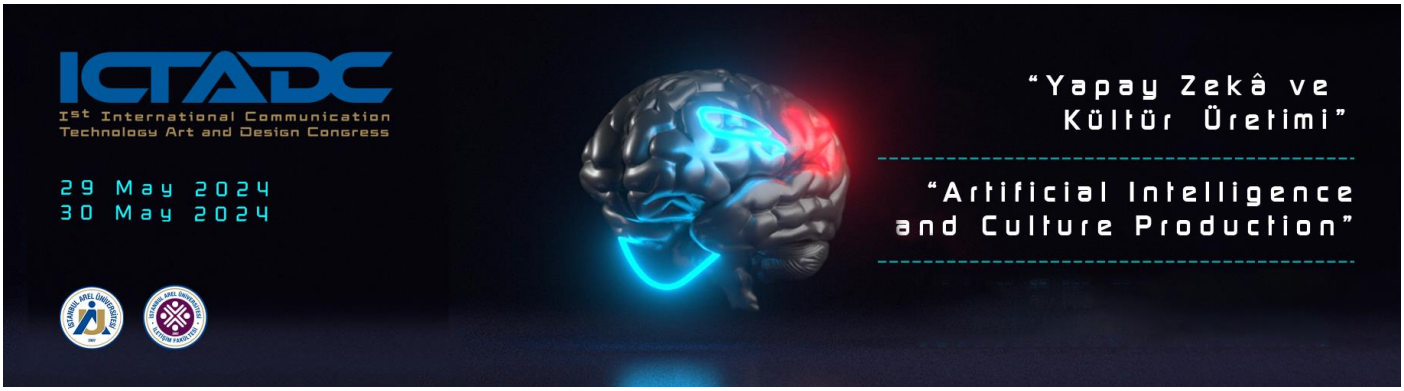
Barış ATİKER[1]

ABSTRACT

This study explores the implications of integrating generative AI with design thinking to support creativity and problem solving methodologies. Design thinking, a process centered on human empathy, emphasizes the importance of idea generation and prototyping in addressing complex challenges. Generative AI using machine learning algorithms facilitates autonomous generation of design solutions and prototyping through virtual models and simulations, leading to a dramatic increase in speed and efficiency. It also leverages large datasets to gain data-driven insights into user behavior. By combining human intuition with AI-generated insights, designers can create solutions that resonate with users and foster breakthrough innovations. Through a systematic review of the literature and analysis of case studies, this paper highlights the transformative effects of integrating generative AI with design thinking and emphasizes its relevance in addressing contemporary challenges. Thus, it contributes to the ongoing discourse on the study of AI and design thinking, aiming to offer valuable insights for researchers, practitioners and educators in the field of design innovation.

Keywords: *Generative artificial intelligence, design thinking, methodology, creativity.*

[1] *Prof. Dr., Aydın Adnan Menderes University, Faculty of Communication, Department of Visual Communication Design, Department of Communication Design, baris.atiker@adu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4622-7409.*



ALBÜM KAPAĞI TASARIMLARINDA İKONOLOJİK VE İKONOGRAFİK ÇÖZÜMLEME: BETÜL ATLI TASARIMLARI ÖRNEĞİ

Merve ERSAN[1]- Neslihan DEĞİRMENCİ[2]

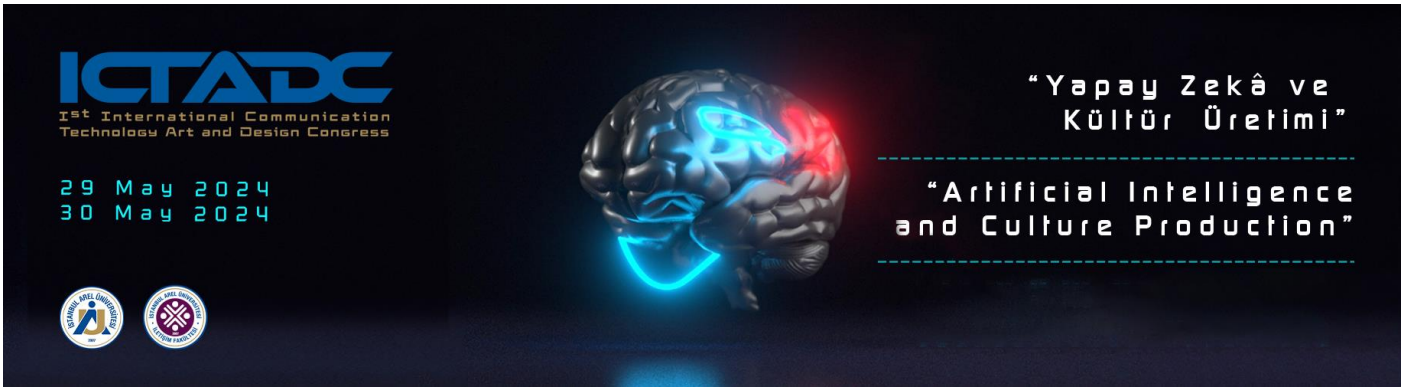
ÖZ

Albüm kapakları, bir müzik albümünün duygusal, sanatsal ve estetik yönlerini yansıtan, önemli bir görsel iletişim aracıdır. Bu sebeple bir müzik albümünün dinleyici ile ilk etkileşiminin gerçekleştiği albüm kapaklarının tasarımı özen isteyen bir alandır. İyi tasarlanmış bir albüm kapağının görsel sunumu ve tasarımı, dinleyicilerin dikkatini çekmek, ilgi uyandırmak ve albümün temasını pekiştirmekte büyük bir rol oynamaktadır. Kapak tasarımlarının albümün içeriğinde yer alan şarkılar ile ilişkilendirilerek, dinleyicinin beğenisine hitap edecek biçimde tasarlanmış olması, albümün tercih edilmesinde etkili olmaktadır. Görsel olarak ilgi çekici ve etkileyici bir tasarım oluşturma konusunda grafik tasarımda birçok yöntem bulunmaktadır. Albüm tasarımları, albümün içinde yer alan şarkıların temasını, hikâyesini ve sanatçının müzikal stilini yansıtmak için sembolik imgeler ve çeşitli görsel anlatım teknikleri kullanılarak tasarlanmaktadır. Böylelikle kapak tasarımı, albümün içeriği hakkında bir fikri olmayan dinleyicide merak uyandırmaktadır. Bu araştırmada Betül Atlı'nın 1969 yılında tasarladığı albüm kapakları Erwin Panofsky'in "İkonografik ve İkonolojik Sanat Eleştirisi" yöntemi ile incelenmiştir. Alternatif bir düşünce tarzını yansıtan bu albüm kapaklarının incelenmesinin temel amacı, Türkiye'de ve dünya genelinde psikedelik akımın sanat üzerindeki etkilerinin anlaşılmasına katkı sağlanacağı düşüncesidir. İncelenen tasarımlarda genel olarak ilginç ve canlı renkler, optik yanılsamalar, harflemeler, motifler ve desenler kullanılmıştır. Bu öğeler, tipografi, resim ve sembollerin serbestçe bir arada kullanımına etki ederek psikedelik akımının ruhunu yansıtmıştır. Bu olgular doğrultusunda tasarımlarda görünen ifadeler ve görünen ardındaki anlamlar irdelenmiştir. Tasarımlarda, izleyicinin algısını etkileyen hareket hissi, desenli ve dalgalı yazı tipleri, büyük ve dikkat çekici başlıklar, geometrik şekillerin dönüşümü, dairesel motiflerin sıklıkla kullanılması psikedelik akımının izleri güçlendirmiştir. Psikedelik akımın etkisinin görüldüğü bu albüm kapakları, genellikle ruhani bir deneyimi, evrensel bir birliği ve içsel yolculuğu temsil etmektedir. Bu kapaklar, dinleyiciye sadece bir müzik deneyimi sunmakla kalmamakta, aynı zamanda bir sanat eserinin içsel dünyasına bir pencere açmakta, alternatif bir düşünce tarzını ve farklılık arayışını ifade ederek, sıra dışı bir deneyim sağlamaktadır. Bitki motifleri, geometrik desenler ve evrensel semboller, insanın doğa ile olan ilişkisini vurgulamanın yanı sıra, doğa ve evrenle bütünleşme temasını yansıtmaktadır. Ruhani keşif ve bilinç genişlemesi arayışını yansıtan psikedelik akım, izleyicilere içsel bir yolculuk ve farkındalık artışı deneyimi sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Albüm kapağı tasarımı, grafik tasarım, psikoloji, ikonoloji ve ikonografi, psikedelik akım.*

---

[1] *Doç., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, merve.ersan@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0587-7875.*
[2] *Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, değirmenci.neslihan@hbv.edu.tr.*



ICONOLOGICAL AND ICONOGRAPHIC ANALYSIS OF ALBUM COVER DESIGNS: EXAMPLE OF BETÜL ATLI DESIGNS

Merve ERSAN[1]- Neslihan DEĞİRMENCİ[2]

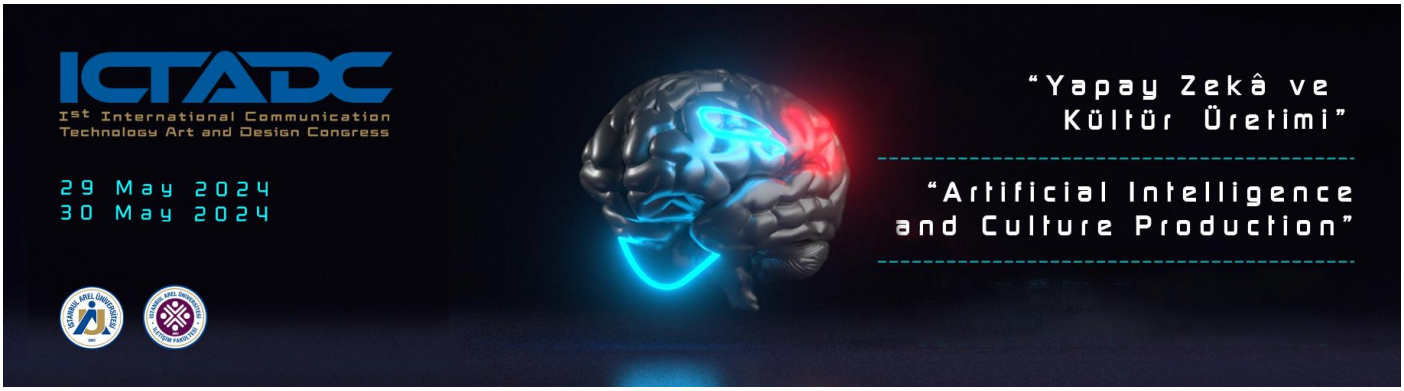
ABSTRACT

Album covers serve as significant visual communication tools that reflect the emotional, artistic, and aesthetic aspects of a music album. Therefore, the design of album covers, where the initial interaction with the listener takes place, is a meticulous area requiring attention. The visual presentation and design of a well-crafted album cover play a crucial role in attracting the attention of listeners, arousing interest, and reinforcing the theme of the album. Associating cover designs with the songs contained within the album and designing them to appeal to the listener's taste are effective strategies in influencing the album's preference. Graphic design offers numerous methods for creating visually appealing and impactful designs. Album designs are crafted using symbolic imagery and various visual narrative techniques to reflect the themes, stories, and musical style of the songs contained within the album, thereby arousing curiosity in the listener who may be unfamiliar with the album's content. In this research, album covers designed by Betül Atlı in 1969 are analyzed using Erwin Panofsky's method of "Iconographic and Iconological Art Criticism." The primary objective of examining these album covers, which reflect an alternative mode of thought, is to contribute to the understanding of the influence of the psychedelic movement on art in Turkey and globally.The examined designs generally employ intriguing and vibrant colors, optical illusions, letterings, motifs, and patterns. These elements, affecting the free combination of typography, painting, and symbols, reflect the spirit of the psychedelic movement. The expressions visible in the designs and the meanings behind them are examined within this context. The designs exhibit features that influence the viewer's perception, such as a sense of movement, patterned and wavy fonts, large and attention-grabbing titles, and the transformation of geometric shapes, reinforcing the traces of the psychedelic movement. These album covers, influenced by the psychedelic movement, often symbolize a spiritual experience, universal unity, and inner journey. They not only offer the listener a music experience but also open a window to the inner world of art, expressing an alternative thinking style and pursuit of diversity, providing an extraordinary experience. Plant motifs, geometric patterns, and universal symbols not only emphasize humanity's relationship with nature but also reflect the theme of integration with nature and the universe. The psychedelic movement, reflected in these album covers, offers viewers an experience of an inner journey and increased awareness, portraying spiritual exploration and consciousness expansion.

Keywords: *Album cover design, graphic design, psychology, iconology and iconography, psychedelic movement.*

[1] *Assoc. Prof., Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Art and Design, Department of Graphic Design, merve.ersan@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0587-7875.*

[2] *Master's Student, Ankara Hacı Bayram Veli University, değirmenci.neslihan@hbv.edu.tr.*



YAPAY ZEKÂ, MÜZİK VE NOSTALJİ İLİŞKİSİ: YOUTUBE'DA "ATAMIZIN SESİNDEN MAGUSA LİMANI" VİDEOSUNUN ANALİZİ

Alptekin KESKİN[1]

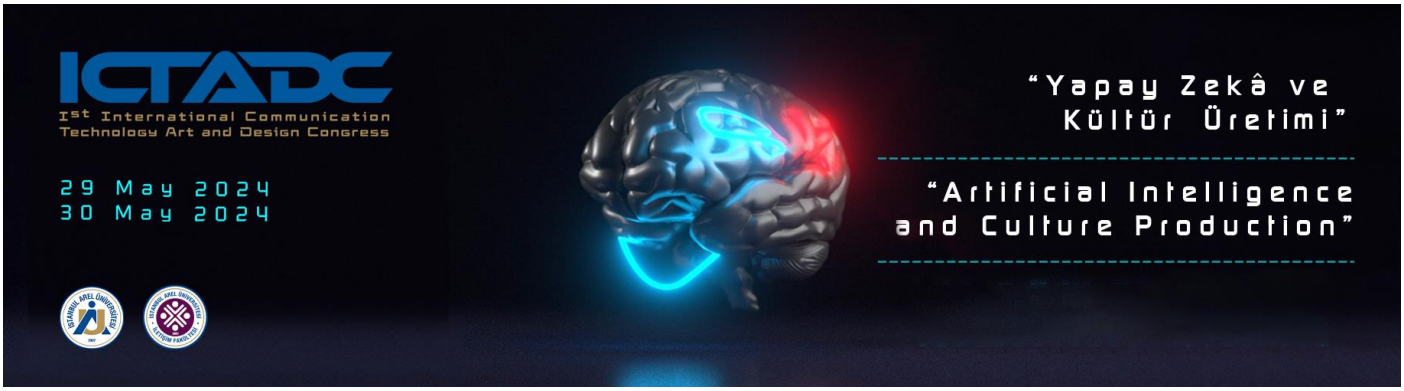
ÖZ

Bu çalışmada YouTube'da bulunan Mahzen Fabrick isimli kanalda 25 Ekim 2023 tarihinde yayınlanan "Atamızın sesinden 'Magusa Limanı'-Rams 100. Yıl Projesi" isimli videoya bırakılan izleyici yorumları yapay zekâ, müzik ve nostalji ilişkisi yönünden ve izleyiciler nezdinde hangi yansımalar bıraktığı açısından analiz edilmiştir. Yapay zekâ teknolojileri sayesinde geçmişte yaşayan sanatçı veya ünlü kişilerin sesleri dönüştürülerek günümüzdeki şarkılara uyarlanmakta ve bu durum izleyicilerde nostalji yaratarak çeşitli duygulanımsal süreçlerin yaşanmasına olanak sağlamaktadır. Nostalji, bu çalışma örneğinde görüleceği üzere yapay zekâ aracılığı ile toplumsal aidiyet, kimlik ve duygu yaratımı ile ilişkili süreçleri birbirine bağlamaktadır. Çalışmada ele alınan nostalji kavramı ile ilişkili olmak üzere nostaljik öğeler günümüz film, müzik, sinema ve diğer birçok popüler kültür ürününde artık sıklıkla görülmektedir. Söz konusu popüler kültür ürünleri sayesinde geçmiş adeta bugün yeniden üretilmekte ve tüketilmektedir. Üstelik nostaljik unsurlar sayesinde izleyicilerin popüler kültür ürünlerini tüketiminden sonra olumlu bir ruh halinde oldukları görülmektedir. Bu çalışmada yapay zekâ, nostalji ve müzik arasındaki ilişki sosyolojik bir bakış açısından incelenmiştir. Bu yönüyle nostaljinin geçmiş ve modern zamanda nasıl üretildiği; kimlik, mekân, yer ve zamanla ilişkisi ve tüm bunların sosyolojik açıdan nasıl karşılıklarının bulunduğu çalışmada belirtilecektir. Analize esas olan video YouTube'daki benzer nitelikteki diğer videolardan izlenme ve yorum sayısı bakımından en fazla olması yönüyle seçilmiştir. Bu açıdan YouTube'daki Mahzen Fabrick isimli kanalda 25 Ekim 2023 tarihinde yayınlanan "Atamızın sesinden 'Magusa Limanı'-Rams 100. Yıl Projesi" isimli videoya bırakılan 8095 yorum içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Analiz sonucu 1) Duygulananlar ve gözyaşlarına hâkim olamayanlar, 2) Atatürk'ü özleyenler ve Cumhuriyete minnet duyanlar, 3) Videoyu beğenenler ve videoyu üretene teşekkür edenler olmak üzere 3 kategoride inceleneceği anlaşılmıştır. Analiz sonucunda yapay zekâ teknolojilerinin popüler kültür ürünlerini tüketen izleyicilere/dinleyicilere duygu ve nostalji unsurları yaratmak suretiyle etkiler bıraktığı; Atatürk, Cumhuriyet, vatan gibi toplumu bir arada tutan sembolik değerleri izleyicilerin duygularına hitap ederek tekrar gün yüzüne çıkardığı, bu yönüyle nostaljinin dijital platformlarda yeniden üretildiği ve tüketildiği, yapay zekâ teknolojilerinin bundan sonra toplumsal açıdan simgesel değeri büyük kişilerin etkilerini dijital platformlarda daha da yayabileceği öngörülmüştür.

Anahtar Kelimeler: *Nostalji, müzik, yapay zekâ, duygu.*

---

[1] *Dr., Bağımsız Araştırmacı, keskinalptekin22@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9955-1803.*



THE RELATIONSHIP OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE, MUSIC AND NOSTALGIA: ANALYSIS OF THE "MAGUSA LİMANI FROM THE VOICE OF OUR ATATÜRK" VIDEO ON YOUTUBE

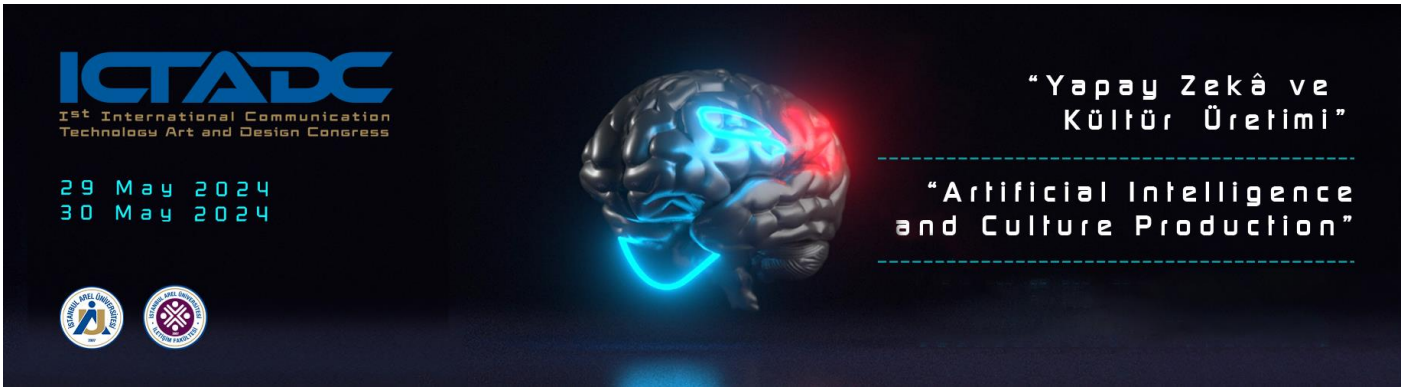
Alptekin KESKİN[1]

ABSTRACT

This study analyses the viewers' comments left on the video entitled "Magusa Limanı from the voice of our Atatürk-Rams 100th Year Project", which was published on the Mahzen Fabrick channel on YouTube on 25 October 2023, in terms of the relationship between artificial intelligence, music and nostalgia, as well as the viewers' reflections. Through artificial intelligence technologies, the voices of historical artists or famous people are transformed to fit contemporary songs, creating nostalgia among viewers and facilitating various emotional processes. Nostalgia, as observed in this study, links social belonging, identity and emotion generation processes through artificial intelligence. The nostalgic elements associated with the concept of nostalgia in this study are now commonly found in contemporary films, music, cinema, and many other popular culture products. Through these popular culture products, the past is virtually reproduced and re-consumed, with viewers often experiencing a positive mood after consuming nostalgic elements. This study examines the relationship between artificial intelligence, nostalgia and music from a sociological perspective. In this regard, the study discusses how nostalgia is produced in the past and in the present, its relationship to identity, space, place and time, and how all of these aspects have sociological implications. The video chosen for analysis was selected based on the highest number of views and comments among similar videos on YouTube. Therefore, a content analysis was conducted on the 8095 comments left on the video titled "Magusa Limanı from the voice of our Atatürk-Rams 100th Year Project", which was published on the Mahzen Fabrick channel on YouTube on 25 October 2023. As a result of the analysis, it was understood that the comments could be categorised into three groups: 1) those who were moved and could not control their tears, 2) those who miss Atatürk and are grateful to the Republic, 3) those who liked the video and thanked the producer. The analysis revealed that artificial intelligence technologies influence the viewers/listeners who consume popular culture products by creating emotional and nostalgic elements, appealing to the viewer's emotions by addressing symbolic values such as Atatürk, the Republic and the homeland, and thus reproducing and consuming nostalgia on digital platforms. It is also expected that artificial intelligence technologies will further spread the influence of prominent figures on digital platforms from a societal perspective.

Keywords: *Nostalgia, music, artificial intelligence, emotion.*

[1] *Dr., Independent Researcher, keskinalptekin22@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9955-1803.*



AĞIN GÜÇ KANUNUN DİJİTAL MÜZİK ENDÜSTRİSİNİN DEĞİŞİMİNE ETKİSİ: YOUTUBE NETD MÜZİK KANALI ÖRNEĞİ

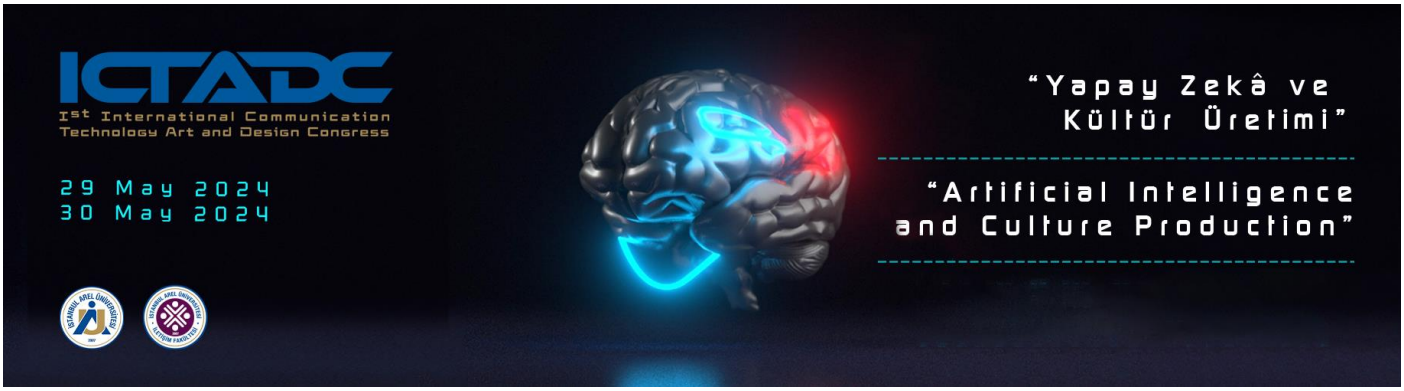
Oktay KARA[1]

ÖZ

Müzik ürünlerinin üretilme, pazarlanma ve tüketilme biçimleri, içinden çıktığı toplumsal dönemin; sosyoekonomik, sosyokültürel ve sosyolengüistik yapısıyla ilgili bilgiler verir. Dolayısıyla müziğin kullanım biçimine yönelik yapılan bir analiz, aynı zamanda dolaşıma sokulduğu topluma yönelik de bir değerlendirme olacaktır. Günümüzde dijitalleşmenin sonucu olarak değişen müziğin ekonomik yapısı, bir yandan beraberinde çeşitli kolaylıkları getirirken bir yandan da ağ ortamının kendisine has özellikleri nedeniyle "dijital tekelleşmeye" zemin hazırladığı gözlenmektedir. Özellikle J. Van Dijk'ın üzerinde durduğu Web'in yedi kanunundan "ağın güç kanunu" bu eşitsizliğin sebeplerinden biri olarak işlemektedir. Bu kanun kısaca popüler olanın etrafına toplanma şeklinde işler. Kullanıcının veya üreticinin ağ ortamında kendi içeriklerini paylaşması bu kanunun sağladığı alan içinde görünürlük kazanır. Arama motorlarının belli bir algoritmaya göre en başta yer alan linke yönlendirmesi ağın güç kanunun bir örneğidir. Van Dijk'ın bu kavramlaştırmasından yola çıkarak, özellikle müzik endüstrisinin dijitalleşme süreci devam ederken değişen ekonomik yapısını; en popüler sosyal medya platformlarından bir hâline gelen "YouTube" üzerinden, Türkiye'de en fazla abone sayısına sahip kanallarından biri olan ve dijital müzik endüstrisinin yansıması olarak görülen "netd müzik" kanalı örneğiyle tartışılacaktır. Bu tartışmanın sonucunda var olan tekelleşmenin form değiştirerek ağ ortamında nasıl vücut bulduğu netd müzik kanalının dijital müzik endüstrisindeki belirleyiciliği üzerinden gösterilmeye çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Dijital tekelleşme, YouTube, netd müzik, dijital müzik endüstrisi, ağın güç kanunu.*

[1] *Arş. Gör., İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, oktaykara@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2165-325X.*



THE EFFECT OF THE POWER LAW OF THE NETWORK ON THE CHANGE OF THE DIGITAL MUSIC INDUSTRY: THE EXAMPLE OF YOUTUBE NETD MUSIC CHANNEL

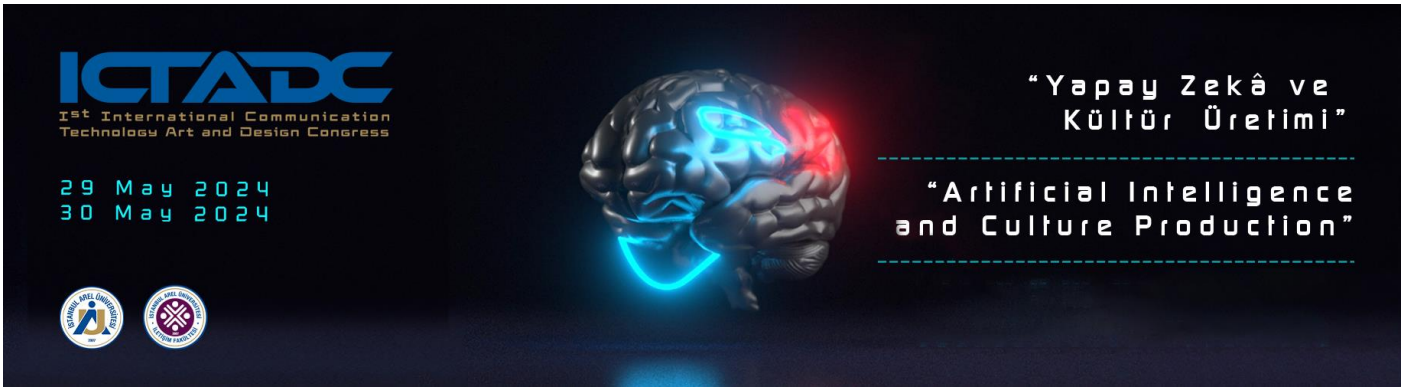
Oktay KARA[1]

ABSTRACT

The way music products are produced, marketed and consumed, the social period from which they emerged; It gives information about its socioeconomic, sociocultural and sociolinguistic structure. Therefore, an analysis of the way music is used will also be an assessment of the society in which it is circulated. Today, it is observed that the economic structure of music, which has changed as a result of digitalization, brings with it various conveniences, on the one hand, and the other hand, it paves the way for "digital monopolization" due to the unique characteristics of the network environment. The "power law of the network", one of the seven laws of the Web, which J. Van Dijk focuses on, operates as one of the reasons for this inequality. In short, this law works in the form of gathering around what is popular. The fact that the user or producer shares their content in the network environment gains visibility within the area provided by this law. The fact that search engines redirect to the link at the top according to a certain algorithm is an example of the power law of the network. Based on this conceptualization of Van Dijk, the changing economic structure of the music industry, especially as the digitalization process continues; "YouTube", which has become one of the most popular social media platforms, will be discussed with the example of the "netd music" channel, which has the highest number of subscribers in Turkey and is seen as a reflection of the digital music industry. As a result of this discussion, will try to show how the existing monopolization is embodied in the network environment by changing its form through the determinism of the netd music channel in the digital music industry.

Keywords: *Digital monopolization, YouTube, Netd music, digital music industry, power law of the network.*

1 Res. Asst., Istanbul Arel University, Faculty of Communication, Department of New Media and Communication, oktaykara@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2165-325X.



5-6 YAŞ ÇOCUKLARIN DİL ÖĞRENİMİNE YÖNELİK MOBİL OYUN ARAYÜZÜ ÖNERİSİ

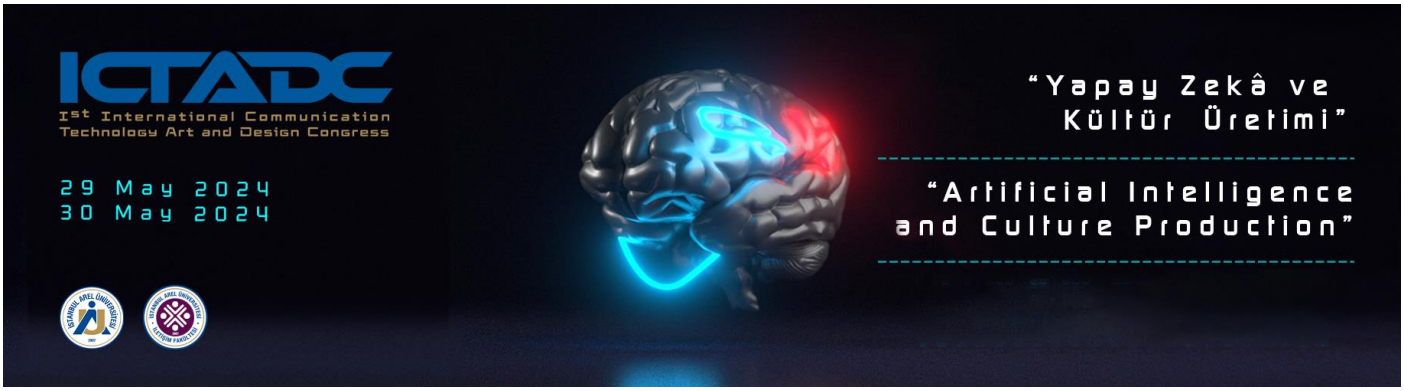
Rabia ERİŞ[1]- İsmail Erim GÜLAÇTI[2]

ÖZ

Çocukların mobil cihazlara erişimi gün geçtikçe kolaylaşıp yaygınlaşmış, oyun ihtiyaçları için mobil oyunlar tercih edilmeye başlanmıştır. Bu durum çocuklar mobil oyun oynarlarken, gelişimlerini destekleyecek çeşitli eğitici oyunların tasarlanıp geliştirilmesine vesile olmuştur. Dil öğrenimini destekleyen eğitici oyunlar bunlara örnektir. Çocukların oyun ihtiyaçlarını karşılarken, eğlendirirken, bir dile dair temel yetkinlikleri kazanabilmelerini sağlamaktadır. Bu çalışmada "5-6 yaş çocukların dil öğrenimi için tasarlanacak bir mobil oyunun arayüzü nasıl olmalıdır?" sorusuna cevap aranmıştır. Çocuklar için geliştirilecek oyunların çocuk odaklı tasarlanmasının önemi vurgulanmış, oyunun sahip olması gereken özelliklere dair araştırma yapılarak literatüre katkıda bulunmak amaçlanmıştır. Bu kapsamda betimsel kaynak taraması yöntemiyle literatür taranmıştır. Edinilen bilgiler ışığında çocuklara dil öğretmeyi hedefleyen bir mobil oyunun arayüzüne dair 23 adet tasarım yapılmış ve açıklanmıştır. Çalışmanın sonucunda 5-6 yaş çocuklar için tasarlanacak bir mobil oyunun mümkün olduğunca minimal olması, dikkat dağıtıcı yahut elzem olmayan herhangi bir menü veya objenin oyuna dahil edilmemesi, oyundaki konuların kolaydan zora gitmesi ve senaryo-müfredat belirlenirken eğitimci desteği alınması gerektiği keşfedilmiştir. Ayrıca edinilen bulgular göstermiştir ki, çocuk-bilgisayar etkileşimi, çocuk odaklı tasarım alanlarında literatür eksikliği vardır. Araştırmacıların bu eksikliği gidermesi, literatüre yeni çalışmalar eklemesi mühimdir.

Anahtar Kelimeler: *Arayüz tasarımı, çocuk gelişimi, dil öğrenimi, kullanıcı deneyimi, mobil oyunlar.*

[1] *Yüksek Lisans Öğrencisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, rabia.eris@std.yildiz.edu.tr, ORCID: 0009-0008-9732-4912.*
[2] *Dr. Öğr. Üyesi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Sanat Bölümü, Endüstri Ürünleri Tasarımı Anasanat Dalı, egulacti@yildiz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6786-479X.*



A MOBILE GAME INTERFACE FOR 5–6-YEAR-OLD CHILDREN'S LANGUAGE LEARNING

Rabia ERİŞ[1]- İsmail Erim GÜLAÇTI[2]

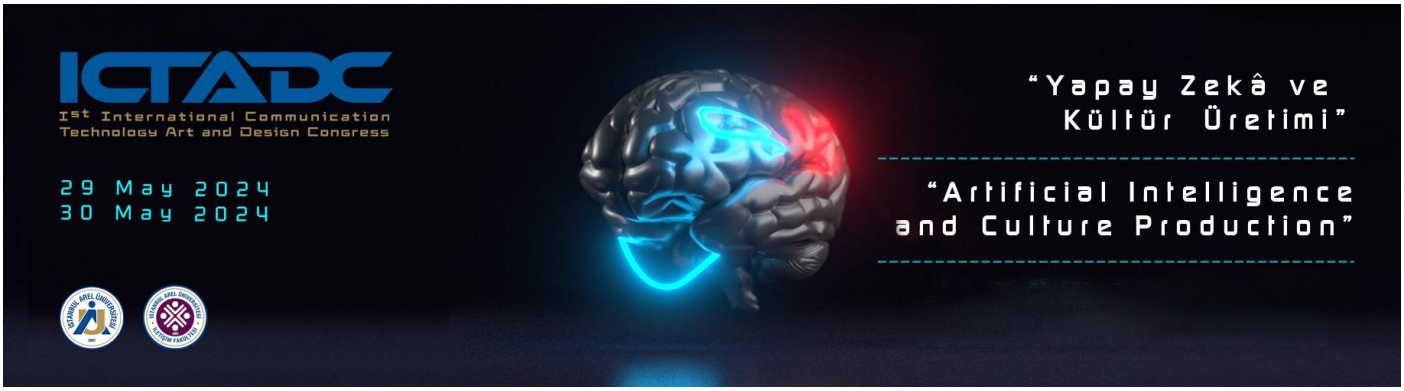
ABSTRACT

Children's access to mobile devices has become easier and widespread day by day, and mobile games have started to be preferred for their gaming needs. This has led to the design and development of various educational games to support children's development while they play mobile games. Educational games that support language learning are examples of these. While meeting children's play needs and entertaining them, they enable them to acquire basic competencies in a language. In this study, the answer to the question "How should the interface of a mobile game to be designed for language learning of 5–6-year-old children?" was sought. The importance of child-oriented design of games to be developed for children was emphasized, and it was aimed to contribute to the literature by conducting research on the features that the game should have. In this context, the literature was reviewed by descriptive literature review method. In the light of the information obtained, 23 designs for the interface of a mobile game aiming to teach language to children were made and explained. As a result of the study, it was discovered that a mobile game to be designed for 5–6-year-old children should be as minimal as possible, any distracting or non-essential menus or objects should not be included in the game, the topics in the game should go from easy to difficult, and educator support should be obtained when determining the scenario-curriculum. The findings also showed that there is a lack of literature on child-computer interaction and child-oriented design. It is important for researchers to overcome this deficiency and add new studies to the literature.

Keywords*: Interface design, child development, language learning, user experience, mobile games.*

[1] *Master's Student, Yıldız Teknik University, rabia.eris@std.yildiz.edu.tr, ORCID: 0009-0008-9732-4912.*

[2] *Assist. Prof. Dr., Yıldız Teknik University, Faculty of Art and Design, Art Department, Industrıal Products Design Department, egulacti@yildiz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6786-479X.*



YAPAY ZEKÂ VE HİPER KİŞİSELLEŞTİRME: BİREYSEL DENEYİMDE YENİ BİR ÇAĞ

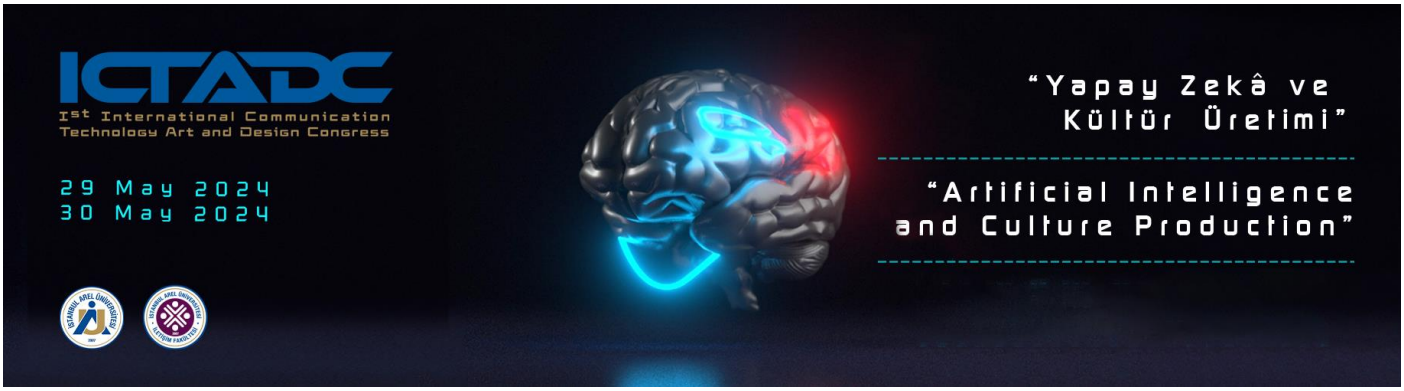
Romina Selin GÜL[1]

ÖZ

Hiper kişiselleştirme adı verilen yeni bir dönem, teknoloji ve yapay zekâ arasında giderek daha fazla entegrasyona uğrayarak bir dönüşüm sürecine girmiştir. Yapay zekâ algoritmaları, kullanıcıların tercihlerini ve davranışlarını derinlemesine analiz ederek onlara özel içerikler, alışveriş deneyimleri sağlamakta ve böylelikle söz konusu dijital dönüşümü başlatmaktadır. Bilindiği gibi medya ve eğlence sektörü, içerik üretiminden tüketimine kadar çok çeşitli alanlarda yapay zekayı kullanmaktadır. Nitekim algoritmalar, kullanıcıların tüketim alışkanlıklarını, beğenilerini ve tepkilerini analiz ederek kişiselleştirilmiş içerik önerilerini kullanıcıya sağlamaktadır. Video platformlarından müzik uygulamalarına kadar birçok alanda kullanıcı deneyimini geliştirir ve içerik sağlayıcıları ile daha etkili bir şekilde etkileşim kurmaktadır. Buradan hareketle bu çalışmada, medya tüketimi bağlamında, Netflix'in hiper kişiselleştirme algoritmasının çalışma prensibi ele alınacaktır. Ayrıca, kullanıcı deneyimini dönüştüren bu değişikliğin avantajlarını, dezavantajlarını ve gelecekteki fırsatları da Netflix üzerinden seçilen 10 (on) adet afiş tasarımı baz alınarak incelenecektir. Çalışmanın hem sektöre hem de literatüre katkı sağlayacağı hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, hiper kişiselleştirme, Netflix algoritması, dijital pazarlama.*

[1] *Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yeni Medya ve İletişim Ana Bilim Dalı, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, Yüksek Lisans, rominagul@stu.aydin.edu.tr, ORCID- 0009-0006-1025-6706.*



ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND HYPER-PERSONALIZATION: A NEW ERA IN PERSONAL EXPERIMENTATION

Romina Selin GÜL[1]

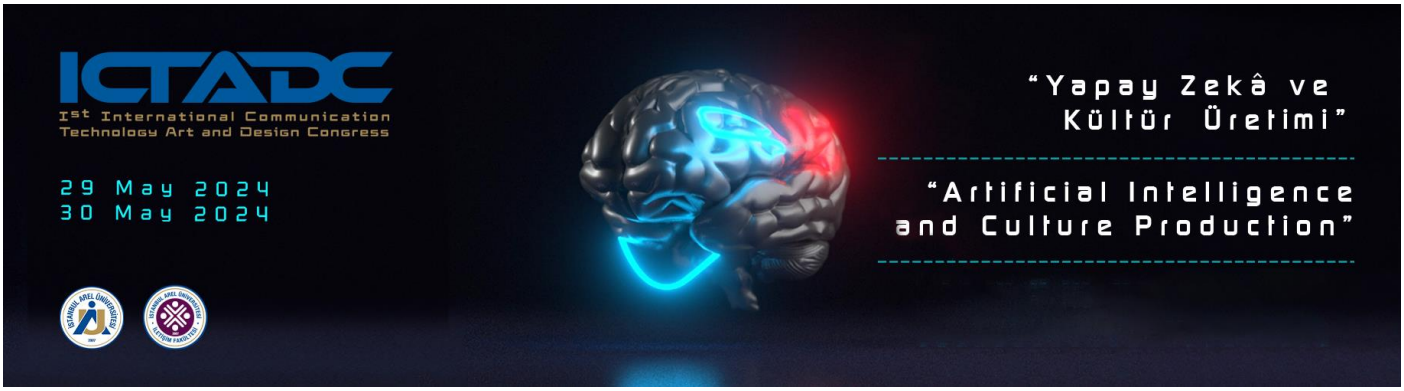
ABSTRACT

A new era called hyper-personalization has entered a transformation process with increasing integration between technology and artificial intelligence. Artificial intelligence algorithms analyze users' preferences and behaviors in depth and provide them with tailored content and shopping experiences, thus initiating this digital transformation. As is well known, the media and entertainment industry uses artificial intelligence in a wide range of areas, from content production to consumption. As a matter of fact, algorithms analyze users' consumption habits, likes and reactions and provide personalized content recommendations to the user. It improves the user experience in many areas from video platforms to music applications and interacts more effectively with content providers.

Therefore, in this study, the working principle of Netflix's hyper-personalization algorithm will be discussed in the context of media consumption. In addition, the advantages, disadvantages and future opportunities of this change that transforms the user experience will be examined based on 10 (ten) selected poster designs from Netflix. It is aimed that the study will contribute to both the sector and the literature.

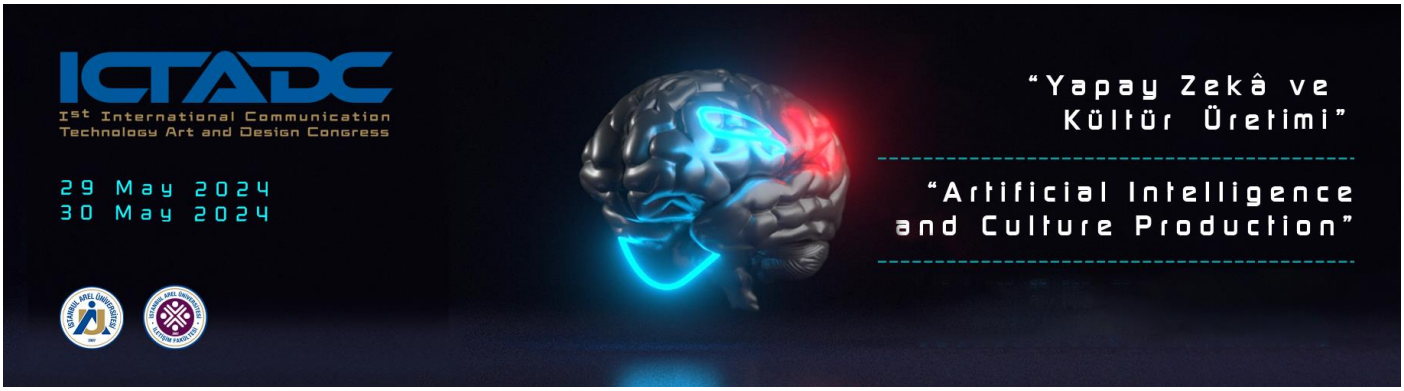
Keywords: *Artificial intelligence, hyper personalization, Netflix algorithm, digital marketing.*

[1] *Master's Student, İstanbul Aydın University, Graduate Education Institute, Department of New Media and Communication Master's Degree, rominagul@stu.aydin.edu.tr, ORCID- 0009-0006-1025-6706.*



"YAPAY ZEKÂ VE GÖZETİM: TEKNOLOJİNİN İZLEME VE GİZLİLİK DENGESİ"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND SURVEILLANCE: TECHNOLOGY'S BALANCE OF SURVEILLANCE AND PRIVACY"



SANATIN SONU MU YAKLAŞIYOR? YAPAY ZEKÂ SANATÇILARI ELE Mİ GEÇİRİYOR?

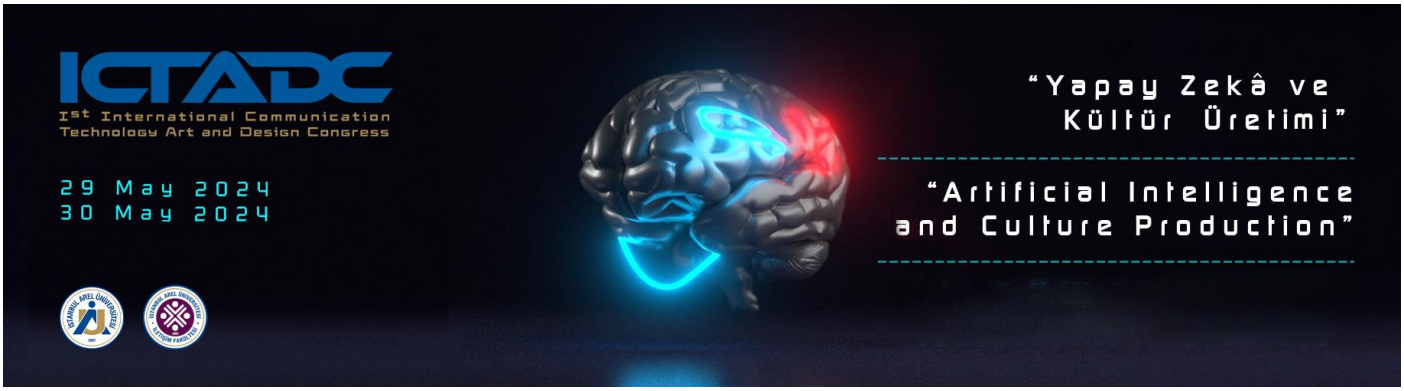
Elif SAYIN[1]- Altan ALKAN[2]

ÖZ

Sanat, kişinin algılayış biçimine göre evrilebilen yapısıyla doğrusal keskinlik yerine daha çok yoruma açık bir noktadadır. Süreçte yanaşık, değişen, dönüşen ve algılandığından başka bir fikir zemininde üretilmiş bir fikir bütününü oluşturur. Sanatın değişken yapısının olağanlığı da kültürün birbiriyle kaynaşan doğrularıyla örtüşmektedir. "Bir kuram, düşünce tanım kelimesinin dışına taşar. İncelenen görüntünün toplam algılanışını ortaya koyar. Belirsizlik ya da fazla laf yerine 'şey'lere anlam katmalı, doğru ilkeler üzerine gözlemleri sistematikleştirmelidir" (Freeland, 2008, s. 13). Kültür, bir ulusun değişen yapısıyla doğrudan ivme kazanırken sanat modernleşme paralelinde kaçınılmaz dijitalleşme sürecinin içinde sürekli evrim geçirmektedir. Bu evrim olumlu ve olumsuz anlamda gerçekleşirken yapıtlarda sanat değeri taşıma sorunları da sanatın günümüzdeki yapısı açısından endişe verici olabilmektedir. Yapay zekâ kullanımıyla birlikte müzik sanatının her alanında akustik tınılara benzeyen bilgisayar destekli taklit dijital sesler kullanılmaya başlanmıştır. Bu da hızlı oluşum ve hızlı tüketim durumu doğrudan desteklemektedir. Örneğin günümüz medyasında sıklıkla görebileceğimiz dizi, sinema filmi, belgesel ya da şov programlarında kullanılan müziklerin çoğunluğu, yapay zekânın üretimdeki yerinin de artmasıyla, cu-base, presonus, logic pro x, avid pro tools, garageband, ableton live, fl studio gibi programlar kullanılarak çok daha hızlı sürede akustik enstrüman tınısına en yakın ses tınılarında kaydedilmektedir. Bu da zaman, emek, enerji konusunda tasarruf yaratabilmekte ancak sanatın dengelerini de değiştirmektedir. Sanatçı tarafından, sanat emekçisinin yok olması riskini barından yapay zekâ üretimleri, çağın kaçınılmaz dönüşümünün bir parçası konumunda artık her disiplinin olmazsa olmazı konumundadır.

Ne var ki sanat değeri taşıması için bir yapıtın zamana yayılması ve olgunlaşma sürecini tamamlaması elzemdir. Bu çalışma dijitalleşme çağında müzik sanatın evrilme sürecindeki yönünü örneklerle açıklayarak çok yönlü perspektiften mevcut tüketilen müzik olgusunu inceleyerek, gerçek sanatçı yerini yapay zekâya mı bırakıyor sorularının cevaplarını aramaktadır. Bu noktada kıyaslanacak unsurlar yüzyılların eskitemediği klasik müzik ile günümüz medyasının da ön plana çıkardığı popüler müziğin insanlar tarafından tercih edilmelerinin ya da tercih edilmemelerinin nedenlerini araştırarak gerçek sanatın durumu irdelenecektir. Eğitimde olduğu gibi sanatta da ifadesi güçlü yapıtların oluşum süreçleri aylar değil belki yıllar sürmektedir. Bu da bestecinin duygusal, teknik, deneyimsel tüm süreçlerini esere

[1] *Arş. Gör., Nişantaşı Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Müzik Bölümü, elif.sayin@nisantasi.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6594-0958.*
[2] *Yüksek Lisans Öğrencisi, Nişantaşı Üniversitesi, ORCID: 0009-0003-0775-2360.*

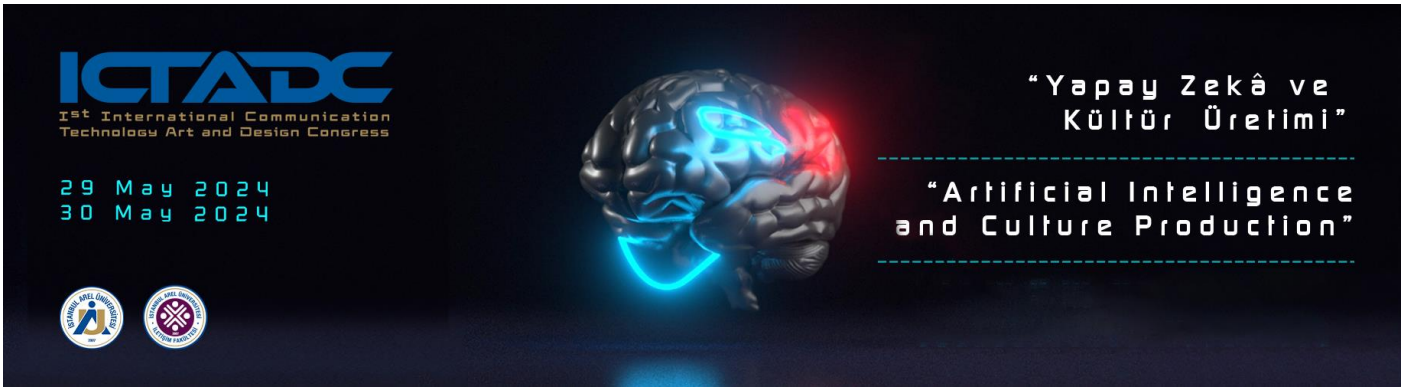


aktarmasına sebeptir. Oysa yapay zekâ gibi uygulamaların yaptığı müziklerde duygu aktarımı, sonarite gibi insani özellikler planlamadığı için dinleyiciyi de duygu yönünden daha az besler ve arz talep dengesine de bu şekilde yön vermeye başlar.

Bu çalışma hem bir öğrenci hem bir eğitmen hem bir icracı hem de dinleyen gözünden ele alınmış olup objektif bakış açısıyla durum tespiti yapmayı hedef edinmektedir. Nitel araştırma yöntemleriyle doküman inceleme, konu hakkındaki literatürün taranarak elde edilen verilerin üzerinden sonuçlandırılan çalışmada, sektörel alandaki çalışmaların veri sonuçlarını "Uluslararası Fonografik Endüstrisi Federasyonu (IFPI)" verileriyle kıyaslayarak sonuca varılmıştır.

Günümüzde yapay zekânın her disiplinde kaçınılmaz bir enstrüman olarak yer aldığı, eleştiriye açık bir konuyken diğer yandan öğrenilmesi gereken bir unsur olduğu, dijital çağa ayak uydurabilmek ve sahada kalabilmek için iyi bir dijital enstrüman kullanıcısı olmanın şart olduğu saptanırken; günümüz medya sektöründeki A'dan Z'ye tüm programların yapay zekâ destekli ses unsurlarından faydalandığı, bunun da zamansal kazancın yanında arz-talep dengesinde artış sağlayarak sektörel pazarın gelişmesine büyük katkı sağladığı, dolayısıyla ticari güçlenme sayesinde üretim-tüketim, çalışan-iş veren sayısında artış sağladığı ancak bununla beraber yapay zekâ sanatı nereye evriltiyor ve sanatçının sonu mu geliyor sorularını da akıllarda uyandırdığı düşünülebilir. Bu konu elde edilen verilere istinaden uzun yıllar akademik çalışmaların sorunsalı olacak boyutta, sanat cephesinde kaygı uyandıracak bulgulardan biridir. Bununla beraber yapay zekaya tasarım yapan tasarımcılar için de ilham kaynağının gerçek sanat olduğu gerçeği bu konu hakkındaki tartışma başlıklarının da tetikleyicisidir.

Anahtar Kelimeler: *Sanat, dijitalleşme, dijital çağda müzik sanatı, yapay zekâ.*



IS THE END OF ART NEAR? IS ARTIFICIAL INTELLIGENCE TAKING OVER ARTISTS?

Elif SAYIN[1]- Altan ALKAN[2]

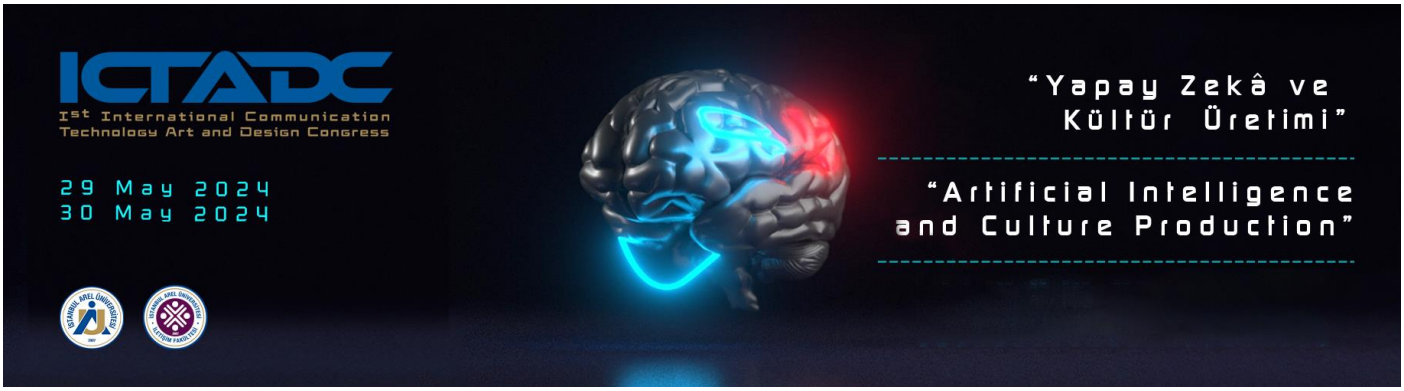
ABSTRACT

Art, with its adaptable nature that can evolve according to the individual's perception, is more open to interpretation rather than linear sharpness. In the process, it forms a concept whole that is contiguous, changing, transforming, and produced on a ground of perception other than what is perceived. The regularity of art's variable structure also corresponds to the truths of culture merging with each other. "A theory transcends the definition of the term thought. It reveals the total perception of the image under consideration. Instead of uncertainty or too many words, it should add meaning to 'things' and systematize observations based on correct principles" (Freeland, 2008, p. 13). While culture gains direct momentum with the changing structure of a nation, art undergoes continuous evolution within the inevitable process of digitization parallel to modernization. However, as this evolution occurs positively and negatively, problems of carrying artistic value in artworks can be concerning in terms of the current structure of art. With the use of artificial intelligence, computer-assisted imitation digital sounds resembling acoustic tones are beginning to be used in every aspect of music art. This directly supports rapid formation and rapid consumption. For instance, in today's media, the majority of music used in TV series, movies, documentaries, or talk shows is recorded in tones closest to acoustic instrument tones using programs such as Cu-base, Presonus, Logic Pro X, Avid Pro Tools, GarageBand, Ableton Live, FL Studio, with the increasing role of artificial intelligence in production. This can save time, effort, and energy but also change the balances of art. AI-generated productions, which carry the risk of the disappearance of artistic laborers by artists, are now an indispensable part of every discipline as part of the inevitable transformation of the age.

However, for a work to carry artistic value, it is essential for it to spread over time and complete its maturation process. This study aims to explore the direction of music art in the era of digitization through examples and examine the phenomenon of music consumption from a multidimensional perspective, seeking answers to whether the real artist is being replaced by artificial intelligence. At this point, by investigating the reasons for the preferences or non-preferences of classical music, which centuries have not worn out, and popular music highlighted by today's media, the situation of real art will be examined. Just as in education, the formation processes of expressive works in art may take not months but perhaps years. This is because it allows the composer to transfer all emotional, technical, and experiential processes to the work. However, in music made by applications like artificial intelligence, since emotional transmission and human-like qualities such as sonority are not planned, it nourishes the listener emotionally less and begins to influence the supply-demand balance in this way.

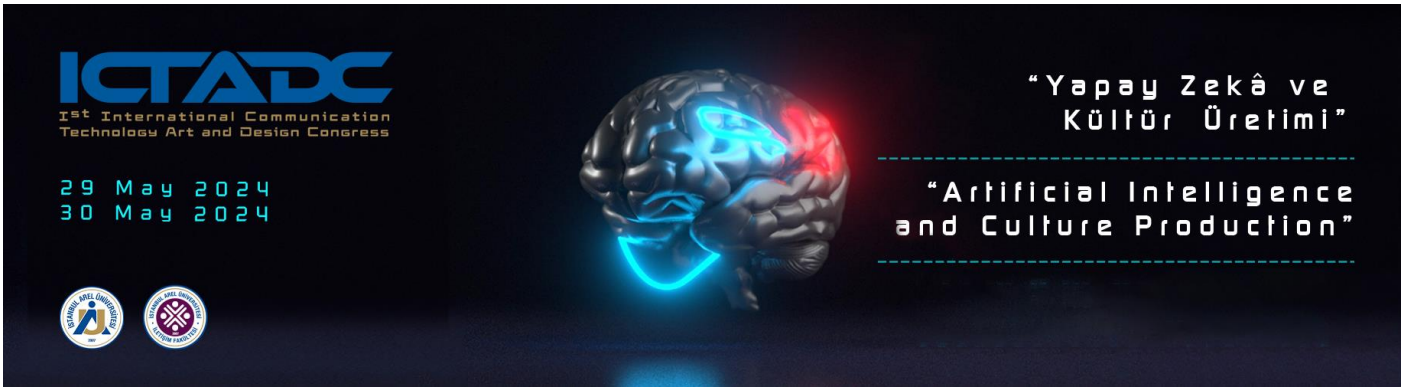
This study, approached from the perspective of both a student, an educator, a performer, and a listener, aims to make an objective assessment of the situation. Through qualitative research methods such as document examination and the synthesis of data obtained by scanning the literature on the subject, the study is concluded by comparing the data results of sectoral studies with the data of the International Federation of the Phonographic Industry (IFPI). While it is found that artificial intelligence is an inevitable tool in every discipline today and a subject open to criticism, on the other hand, it is also found to be a necessary element to be learned, to keep up with the digital age, and to stay in the field, it is inevitable to be a good user of digital instruments. It is observed that all programs in today's media sector benefit from AI-supported sound elements from A to Z, which, besides saving time, contribute to the development of the sectoral market by increasing the supply-demand balance through commercial empowerment, thereby increasing the number of production-consumption, employee-employer. However, it can also be thought that artificial intelligence is evolving art and whether it is leading to the end of the artist. This issue, based on the data obtained, will be a subject of academic

[1] *Res. Asst., Nişantaşı University, Faculty of Art and Design, Department of Music, elif.sayin@nisantasi.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6594-0958.*
[2] *Master's Student, Nişantaşı University, ORCID: 0009-0003-0775-2360.*



studies for many years, causing concern in the art field. Nevertheless, the fact that the inspiration source for designers designing for artificial intelligence is real art is also a trigger for the discussions on this topic.

Keywords: *Art, digitalization, music art in the digital age, artificial intelligence.*



CHAT GPT KULLANIMINDA İLETİŞİM AKADEMİSYENLERİNİN ETİK KURALLARI GÖZETİMİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Orhan FAİK[1]

ÖZ

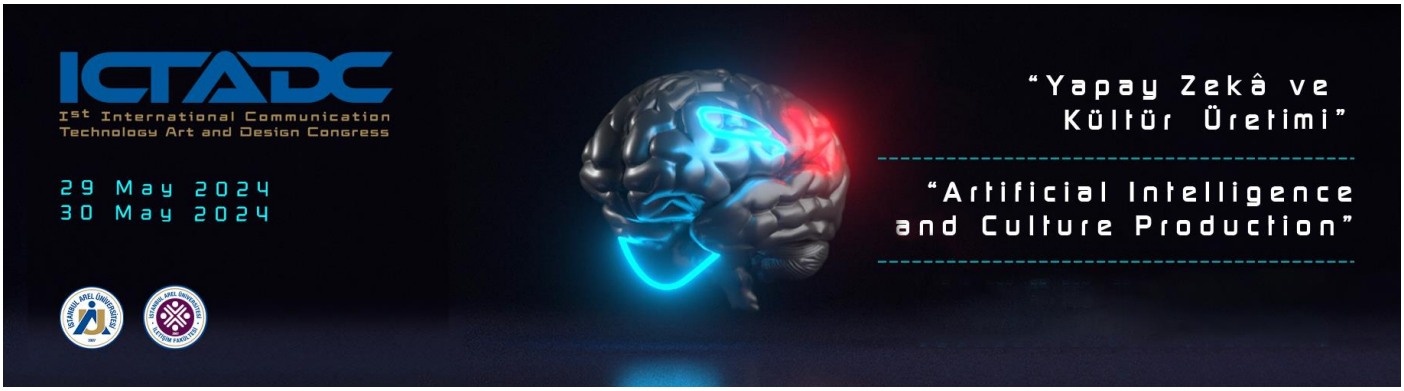
İnternetin ve iletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte medya ve etik konusu daha çok tartışılır bir duruma gelmiştir. Özellikle son zamanlar yapay zekânın akademik çalışmaların içine girmesiyle birlikte etik konusu bilimsel çalışmalarda daha fazla söz konusu olmaya başlamıştır. Medyanın insanlar üzerindeki etkisinin daha detaylı araştırılmaya başlaması ile birlikte iletişim ve medya alanındaki çalışmalar önemli yere sahip olmuştur. 90'lı yılların sonuna doğru internet teknolojilerinin etkisi ile iletişim alanında yapılan çalışmalar yön değiştirmiştir. Bu dönem sonrasında medyanın bireylere etkisinden daha fazla medya ve kullanıcı etkileşimine odaklanılmıştır.

Çalışma kapsamında yapay zekâ teknolojisinin akademik çalışmaların geleceğine yönelik araştırmalar yapılacaktır. Bunun yanı sıra gözlemlenebilir, görünür ve endişe uyandırıcı etkiler başta olmakla, yapay zekâ ürünlerinin teorik olarak sosyal etkileri de incelenecektir. İletişim alanında araştırma yapan akademisyenlere yönelik yapay zekâ ürünlerinin etik, özgünlük, akademik yazarlık konularında etkisi, çalışma alanlarına yönelik yapay zekânın sağladığı avantajlar ve dezavantajlar ele alınacaktır.

Araştırmada ChatGPT kullanan 10 iletişim araştırmacısı (akademisyen) ile görüşmeler gerçekleştirilecek. Bireylerin deneyim, bilgi ve gözlemlerine başvurularak bilgi edinilmesi amaçlanmaktadır. Bu sebeple nitel araştırma yöntemlerinden olan derinlemesine görüşme yöntemine başvuru yapılacaktır. Aynı zamanda çalışma kapsamında mülakatın gidişatına göre yeni sorular üretilmesine imkân vererek bilgilerin daha derin bir şekilde elde edilmesi amacıyla yarı-yapılandırılmış görüşmeden yararlanılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Chat GPT, yapay zekâ, iletişim.*

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve iletişim Bölümü, orhanfaik@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4560-9007.*



A QUALITATIVE RESEARCH ON ETHICS OVERSIGHT OF COMMUNICATION ACADEMICS IN THE USE OF CHAT GPT

Orhan FAİK[1]

ABSTRACT

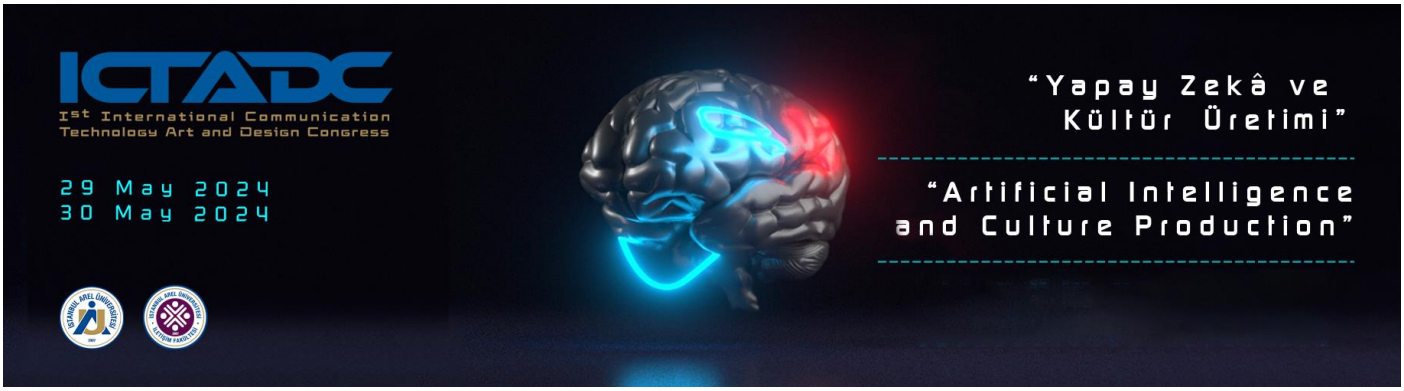
With the development of the internet and communication technologies, the subject of media and ethics has become more debatable. Especially with the recent inclusion of artificial intelligence in academic studies, ethical issues have become more prevalent. Understanding the influence of media on people has played a significant role in the field of communication and media studies. Towards the end of the 90s, the impact of internet technologies shifted the direction of research in communication. The focus has moved from the influence of media on individuals to the interaction between media and users.

This study will conduct research on the impact of artificial intelligence technology on the future of academic studies. In addition, observable and visible alarming effects have been primarily examined, as well as the theoretical social impacts of artificial intelligence products. Moreover, the effect of artificial intelligence products on ethics, originality, and academic authorship for researchers in the field of communication, as well as the advantages and disadvantages provided by artificial intelligence in their fields of study, have been addressed.

In the research, interviews were conducted with 10 researchers (academician) working in the field of communication who use ChatGPT. The aim is to obtain information by referring to individuals' experiences, knowledge, and observations. Therefore, the in-depth interview method, which is one of the qualitative research methods, has been utilized. Additionally, the study has benefited from semi-structured interviews, allowing for the generation of new questions according to the course of the interview, with the aim of obtaining more in-depth information.

Keywords: *Chat GPT, artificial ıntelligence, communication.*

[1] *Asst. Prof., İstanbul Arel University Faculty of Communication, Department of New Media and Communication,, orhanfaik@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4560-9007.*



GÜNÜMÜZ SANAT ANLAYIŞINDA DİJİTALLLEŞME VE GÖZETİM TOPLUMU: "GÖZETLENENDEN-GÖZLEYENE"

Didar Ezgi ÖZDAĞ[1]

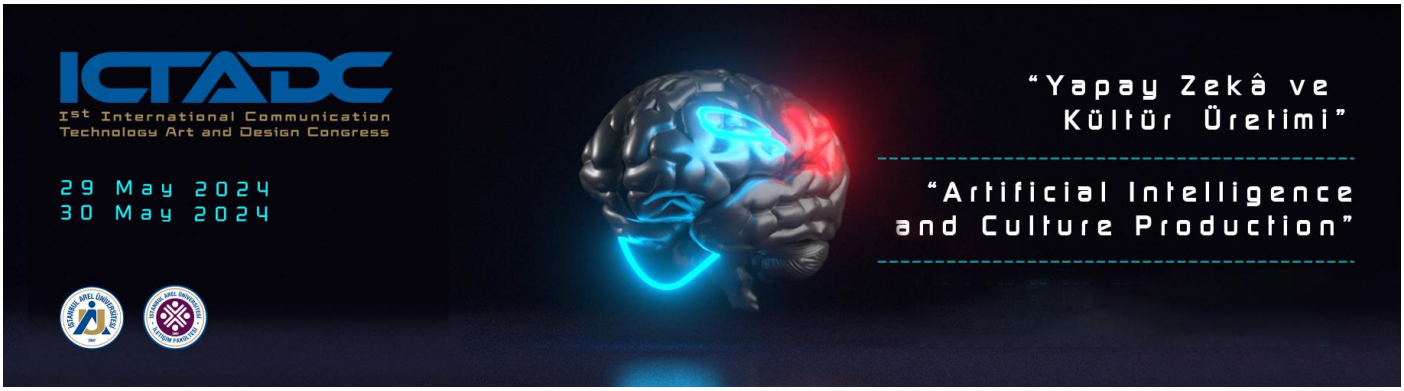
ÖZ

Bugün içinde bulunduğumuz Dünya "Bilişim Çağı" olarak adlandırılmaktadır. Yeni iletişim teknolojileri ile birlikte bilgi çok daha ulaşılabilir hale gelmiştir. Verilerin işlenmesi ve saklanmasında internet önemli bir rol oynamaktadır. Öte yandan; bilginin artık kolay bir şekilde erişilebilir olması ise 2 yönlü değerlendirilmelidir. Bireyler, bir yandan istedikleri bilgilere kolayca ulaşırken, bir yandan da ulaştıkları bilgilerin kaydedildiği bir sistem tarafından yönetilmektedir. Tüm bu süreçte bilgi arayan kişi, aktif bir konumda iken aynı zamanda elde ettiği verilerin sistem tarafından kaydedilmesi ile bir anda pasif konuma düşebilmektedir. İşte tüm bunlar "gözetim toplumu" sürecini başlatmıştır. Gözetim toplumu kavramı; herkesin birbirini gözetlediği, kişilerin sınırlarının ihlal edildiği, özel hayata dair bilgilere kişilerin izni olmadan erişilebildiği anlamını taşımaktadır. Bir başka ifade ile, günümüzde gelişen teknolojinin doğrudan kişileri ve toplumu etkilediği görülmektedir. Gözetim toplumu, akıllı cihazlar, arama motorları ve özellikle sosyal medya uygulamaları ile hayatın her alanına nüfuz etmiştir. Yeni dünya düzeni, toplumu tek tipleştirme ve kontrol altında tutma üzerine kurulmuştur. İnsanın içinde bulunan kontrol ve denetim arzusu günlük hayatın sıradanlığından başlayarak çok farklı alanlarda kendisine yer bulmaktadır. Günümüz sanat anlayışı dijital dünya ile organik bir bağ kurmaya çalışmaktadır. Sanat, teknoloji ile ortak hareket etmekte ve sanat nesnesi dijital imgelerle kendisini göstermektedir. Dijital sanat eserleri, geleneksel olanın aksine teknik bir ortam yoluyla izleyici ile buluşmaktadır. Bununla birlikte sanatın güçlü ve mesaj içeren yanı gözetim toplumuna dair çeşitli sorgulamaları da beraberinde getirmektedir. Gözetim toplumu ve gelişen teknoloji ile birlikte değişen insan davranışları sanatın konu alanlarından birisi haline gelmiştir. Dijital sanat ile birlikte gözetim toplumunun yansımaları farklı sanatçıların, farklı disiplinler de yapmış oldukları çalışmalar ile derinlik kazanmıştır. Geleneksel olandan farklı olarak sanat üretiminde teknolojinin kullanılması sanatçının ve sanat eserinin etki alanını arttırırken izleyiciyi de zihinsel düzeyde etkilemektedir. Dijital sanatta sanal gerçeklik, yapay zekâ, artırılmış gerçeklik ve 3D yazıcı gibi teknikler ve animasyon, müzik, video ya da görsel sanat işleri öne çıkmaktadır. Bu çalışmada, dijital sanat anlayışı üzerinden gözetim toplumu ele alınmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda literatür taraması yapılmış ve temsili olarak seçilen sanatçıların yapıtları incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Çağdaş sanat, dijital sanat, gözetim toplumu.*

---

[1] *Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Bodrum Güzel Sanatlar Fakültesi, Seramik Bölümü, deozdag@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3126-4485.*



DIGITALIZATION AND SURVEILLANCE SOCIETY IN CONTEMPORARY ARTUNDERSTANDING: "FROM THE OBSERVED TO THE OBSERVER"

Didar Ezgi ÖZDAĞ[1]

ABSTRACT

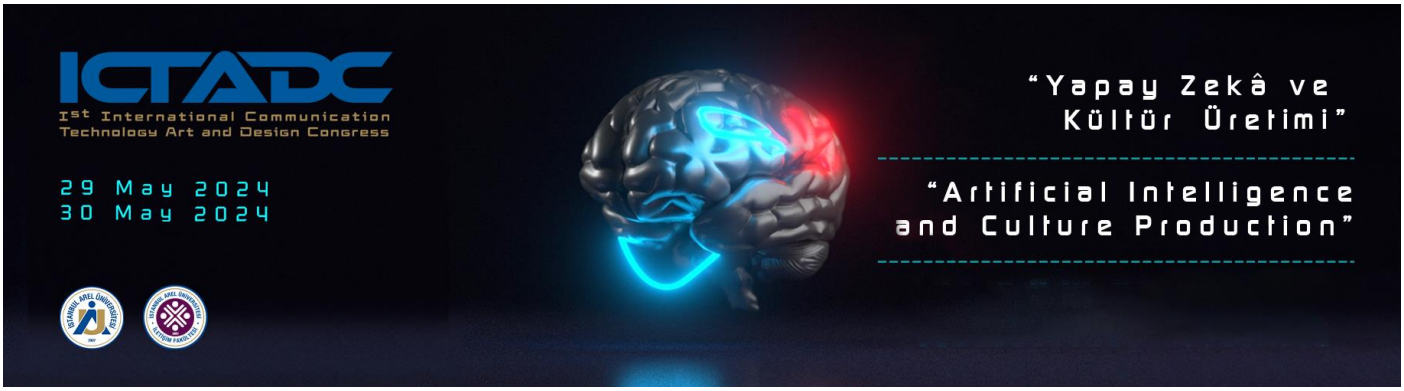
Today, the world we live in is often referred to as the "Information Age" or the "Digital Age". Alongside emerging communication technologies, information has become more accessible than ever before. The internet plays a crucial role in processing and storing data. However, the ease of access to information should be viewed from a dual perspective. While individuals can easily access desired information, they are simultaneously managed by a system that records the information they access. In this entire process, a person seeking information can transition from an active position to a passive one as their obtained data is recorded by the system. All of these factors have initiated the concept of a "surveillance society". The notion of a surveillance society entails mutual surveillance among individuals, violation of personal boundaries, and access to private information without individuals' consent. In other words, it is evident that the evolving technology directly impacts individuals and society. The surveillance society has permeated every aspect of life through smart devices, search engines, and especially social media applications. The new world order is built upon homogenizing society and maintaining control. The inherent desire for control and surveillance pervades various aspects of life, starting from mundane daily activities.

Contemporary art strives to establish an organic connection with the digital world. Art collaborates with technology, manifesting itself through digital imagery. Unlike traditional art forms, digital art pieces engage with audiences through a technical medium. Additionally, the potent and thought-provoking aspect of art brings forth various inquiries regarding the surveillance society. Changes in human behavior, influenced by the surveillance society and advancing technology, have become one of the subjects of art.

The reflections of the surveillance society in digital art have gained depth through the works of different artists and disciplines. Unlike traditional methods, the utilization of technology in art production extends the reach and impact of both the artist and the artwork, affecting the audience on a cognitive level. Techniques such as Virtual Reality, Artificial Intelligence, Augmented Reality, and 3D printing, along with animation, music, video, and visual arts, stand out in digital art. This study examines the concept of the surveillance society through the lens of digital art. In accordance with the aim of the research, a literature review has been conducted, and the works of selected representative artists have been examined.

Keywords: *Contemporary art, digital art, surveillance society.*

[1] *Dr., Muğla Sıtkı Koçman University, Bodrum Faculty of Fine Arts, Department of Ceramics, deozdag@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3126-4485*



YAPAY ZEKÂ BAĞLAMINDA GÖZETİM OLGUSUNA YENİDEN BAKIŞ

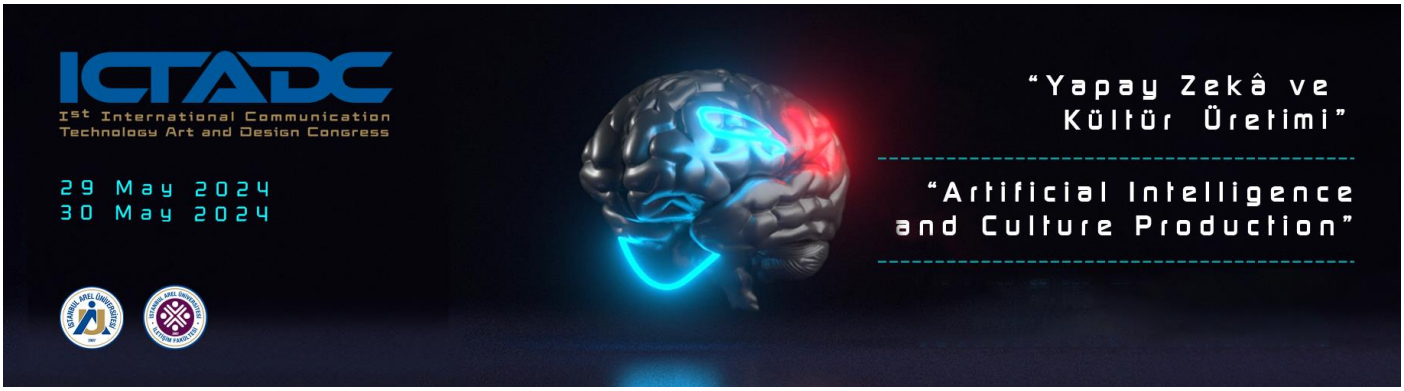
İsmail BAYDİLİ[1]

ÖZ

İnsanlığın var olduğu tarihten bu yana teknolojik gelişmeler sürekli yaşanmış ve bu gelişmeler hayatın her alanını etkileyebilecek potansiyelde olmuştur. Son dönemlerin önemli gelişmelerinden biri olarak kabul edilen yapay zekâ uygulamaları da yeni ilişki ağları ve yeni yapılanmaları beraberinde getirmiştir. İnsansı bilgisayar sistemleri olarak ifade edebileceğimiz yapay zekâ, karmaşık birçok işi kolayca yapabilmektedir. Hatta yapay zekâ, zihinsel beceriler açısından neredeyse insandan daha ileri bir seviyeye doğru gitmektedir. Her ne kadar yapay zekâ bireyin yaşamını kolaylaştırsa da diğer yandan bireyin yaptıklarını izleyerek gözetim altında tutmaktadır. Bu açıdan araçsal bir aklın sonucu olarak teknolojik araçların kontrol mekanizması sağlayacak önemli bir güç olduğunu da kabul etmemiz gerekmektedir. Çeşitli algoritmalarla büyük miktarda veriyi işleyerek çalışan bu uygulamaların topladığı veriler bazen ana amaçlarının dışında gözetim için de kullanılabilmektedir. Yapay zekâ odaklı oluşturulan izleme eylemleri büyük verilerin kaydedilmesini sağlayarak bireyler hakkında geniş bilgi arşivleri oluşturmaktadır. Gözetlemenin de dijital hale büründüğü çağda dijital gözetim kavramı bilgisayarlar ve teknolojik araçlarla gerçekleştirilen gözetim eylemini ifade etmektedir. Günümüzde güvenlik, hava durumu, trafik yoğunluğu gibi birçok alanda dijital gözetim teknolojileri kullanılmaktadır. Yapay zekâ ile gözetim daha akıllı ve etkili hale gelmiştir. Ancak bu durum kişisel verilerin korunması, gizlilik, etik gibi sorunları da daha fazla gündeme getirmiştir. Gözetim olgusunun ortaya çıkışı çok eskilere dayansa da son dönemlerdeki yapay zekâ tabanlı uygulamalar bu sürecin daha profesyonel bir şekilde gerçekleşmesini mümkün kılmıştır. Yapay zekâ alanında yaşanan gelişmeler, bu alanın gelecekte daha önemli bir konumda olacağını göstermektedir. Bu nedenle gözetim ile ilgili kaygıların da gelecek yıllarda daha fazla gündeme geleceğini düşünmek yanlış olmayacaktır. Gözetim olgusuna yeni bakış açısı getirmeyi amaçlayan bu çalışmada yapay zekâ ekseninde gözetim olgusu tartışılmıştır. Yapay zekâ teknolojileri ve bu teknolojilerin bireysel ve toplumsal yaşamda yarattığı etkiler; gözetim olgusu ve bu teknolojik ilerlemelerle gözetim olgusunun birey açısından riskli yanları (etik, toplum, hukuki vb.) çalışmanın boyutunu oluşturmaktadır. Teknolojiye dair eleştirel bir bakış açısı benimseyen çalışmada yapay zekâ uygulamaları ile gerçekleştirilen gözetim eylemi arasındaki ilişki açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Gözetim, iletişim, yapay zekâ.*

[1] *Öğr. Gör., Fırat Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölüm, /Radyo ve Televizyon Programcılığı Pr. ibaydili@firat.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8563-8342.*



A REVIEW OF THE SURVEILLANCE PHENOMENON IN THE CONTEXT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

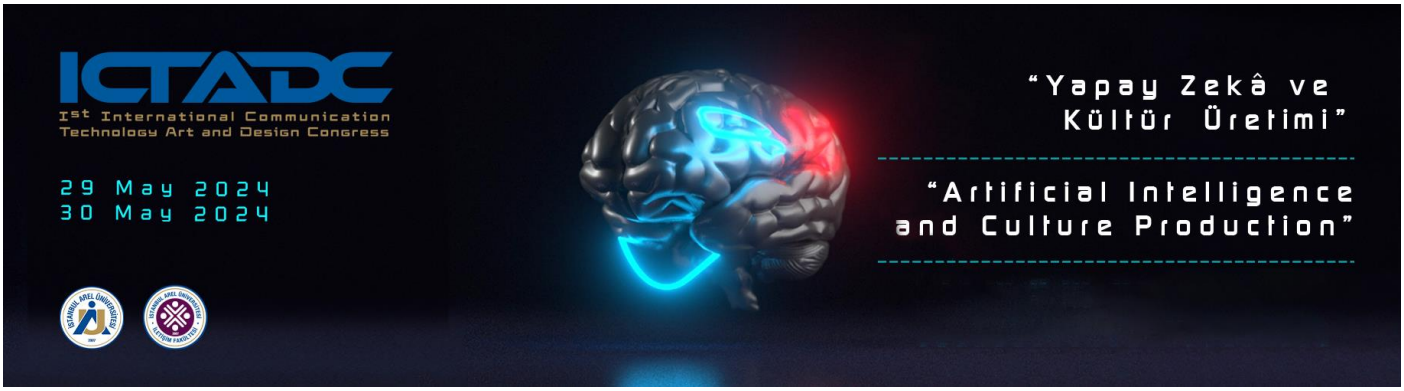
İsmail BAYDİLİ[1]

ABSTRACT

Technological developments have been experienced continuously since the beginning of humanity, and these developments have the potential to affect every aspect of life. Artificial intelligence applications, which are considered one of the important developments of recent times, have also brought about new relationship networks and new structures. Artificial intelligence, which we can call humanoid computer systems, can easily perform many complex tasks. In fact, artificial intelligence is almost reaching a level more advanced than humans in terms of mental skills. Although artificial intelligence makes the individual's life easier, on the other hand, it monitors the individual's actions and keeps them under surveillance. In this respect, we need to accept that technological tools are an important power that will provide a control mechanism as a result of an instrumental mind. The data collected by these applications, which work by processing large amounts of data with various algorithms, can sometimes be used for surveillance other than their main purpose. Artificial intelligence-driven monitoring actions create extensive information archives about individuals by recording big data. In an age where surveillance has become digital, the concept of digital surveillance refers to the act of surveillance carried out with computers and technological tools. Today, digital surveillance technologies are used in many areas such as security, weather and traffic density. Surveillance has become smarter and more effective with artificial intelligence. However, this situation has also brought up issues such as protection of personal data, privacy and ethics. Although the emergence of the surveillance phenomenon dates back to ancient times, recent artificial intelligence-based applications have made it possible for this process to occur in a more professional manner. Developments in the field of artificial intelligence show that this field will be in a more important position in the future. For this reason, it would not be wrong to think that concerns about surveillance will become more prominent in the coming years. In this study, which aims to bring a new perspective to the phenomenon of surveillance, the phenomenon of surveillance is discussed in the context of artificial intelligence. Artificial intelligence technologies and the effects of these technologies on individual and social life; The phenomenon of surveillance and these technological advances with the risky aspects of the phenomenon of surveillance for the individual (ethical, social, legal, etc.) constitute the dimension of the study. Adopting a critical perspective on technology, the study tried to explain the relationship between artificial intelligence applications and the surveillance action.

Keywords: *Surveillance, communication, artificial intelligence.*

[1] *Lecturer, Fırat University, Vocatıonal School, Department Of Audio-Visual Techniques And Media Production, Radio and Television Programming Pr. ibaydili@firat.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8563-8342.*



SOCIAL MEDIA PLATFORMS IN THE CONTEXT OF COGNITIVE CAPITALISM: "TIKTOK" CASE

Nur Emine KOÇ[1]- Rabia GÜLTAŞ[2]

**Bu bildiri İngilizce dilinde yazılmıştır. / This paper is written in English.*

ABSTRACT

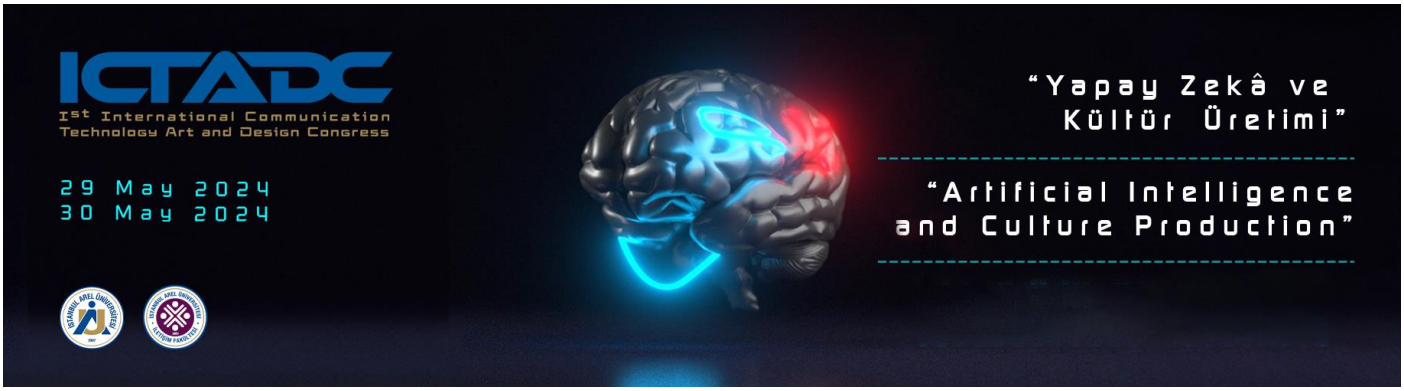
Capitalism as a Concept; is a social economic structure and mode of production. It emerged with the industrial revolution, after the abolition of feudalism. The way of thinking that capitalism based on is the liberal way of thinking. Entrepreneur with capital, emphasizing the individual and individual interests; is capitalist. Capitalism is the form of economic organization in which individuals own the means of production and are free to sell their labor at a price determined by the impersonal market. Produced goods and services reflect the desires of the consumers, and the producers are driven by the idea that the investment they would make in this field will bring a return to satisfy the desires of the consumers.

In the 21st century, the world is digitalized with the growing technology and capitalizm is evolved and changed its shape with it. This new capitalist system is called cognitive capitalism, which centers on digital labor processes and produces digital products by using new information and communication technologies in low price. Cognitive Capitalism is a general term that comes after the mercantile and industrial phases, sometimes called the 3rd phase of capitalism, becoming important in the discourse analysis of a new form of capitalism centered on the use of assets using immaterial or digital labor processes of the accumulation process and the production of symbolic items and experiences. 'Cognitive capitalism', which developed based on the accumulation of immaterial capital, the dissemination of knowledge and the knowledge economy, has emerged since the last quarter of the twentieth century. This form of capitalism can reach more people and spread rapidly around the world with digital means, as Antonio Negri said, capitalist development and capitalist value production is the situation where value becomes the social target of value, while capitalism targets innovative elements that produce value in a generalized social activity. (2008:64). Capitalism, finding new forms for itself in the digital age, has now established a self-controlling administrative system and transformed it into a structure that allows the enslavement, subjugation and surrender elements of modern technology to be found in one's own will.

Cognitive capitalism plays an important role in the transformation of controlled societies into digital societies and in the emergence of a new type of transnational sovereignty, with the effect of globalization. The effect of cognitive capitalism, which is a manipulative and affective interaction in many fields from education to philosophy, cinema to art, has surrounded the world with the digitalization of the media. Cognitive capitalism has reorganized the world's material industrial production and steered the global political economy with the influence of digital. Computer and internet technologies, which form the basis of today's industry, have created a digital world. In this digital world called new media, people meet all kinds of communication needs with new communication technologies. Surrounding the world, which McLuhan put forward with the concept of Global Village; communication technologies and communication of people through invisible networks has created a global world in which all the youngesters from the world, eat the same kind of food, listen to same kind of music, wear the same kind of clothes, play the same kind of dijital games, share the same kind of dijital culture (new media- social media platforms). This dijital culture shapes the world consumption habits, by the help of cognitive capitalism and subconsciously influences people socially and psychologically. Social media platforms are the most important element of the digital world, and therefore digital culture, as they enable the rapid release of consumption and intangible labor. These platforms deepen capital's control

[1] *Assoc. Prof. Dr., İstanbul Aydın University, Faculty of Communication, Department of New Media and Communication, nurkoc@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3477-8019.*

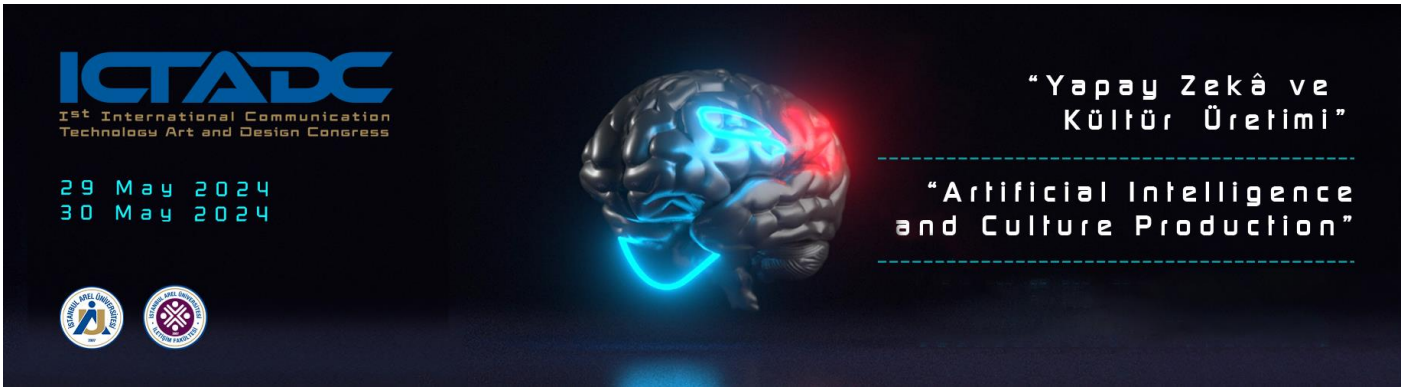
[2] *Master's Student, İstanbul Aydın University, Graduate Education Institute, Department of New Media and Communication Master's Degree, rabiagultas@stu.aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9846-1643.*



over the production process and society, thus ensuring the reproduction of asymmetrical power relations. For the capitalists who own and control the technology, developments in information technologies bring along productivity and profit increases. In this case, a content producer, phenomenon or influencer, who creates added value by creating content on social media platforms, is naturally a certain mode of existence of capital; It is capital commodified into physical and intellectual organs. In this study, cognitive capitalism will be examined in terms of accumulation (immaterial labor), mode of production and specific exploitation of living labor, with the example of a social media platform "Tiktok", by content analysis method.

The common usage of Tiktok makes the platform manage the popular and become an entertaining trend throughout the world by its easy creating and sharing content format; further more,15 second limited time for the videos on Tiktok platform, make the audiences more curious and willing to watch and share them. As one of the advantages of digital culture, the most used and popular platform guides and directs what is trend and what is to consume. By this study, of the most popular randomly chosen 50 current trend Tiktok videos in the frame of 5 flows on the platform either from the world or Turkey, will be analysed in terms of proconsumer specific exploitation and immaterial labor by the content analysis method. Within the study, not only the immaterial labor of the proconsumer workers of the platform but also the habits of consumption and therefore the perception change through cognitive capitalism will be studied.

Keywords: *Cognitive capitalism, social media platforms, TikTok, immaterial labour.*



YAPAY ZEKÂ VE AŞK ANLATILARINDA MELODRAMATİK YAPI: AI LOVE YOU

Emel ATEŞÇİ[1]- Gözde İSLAMOĞLU[2]

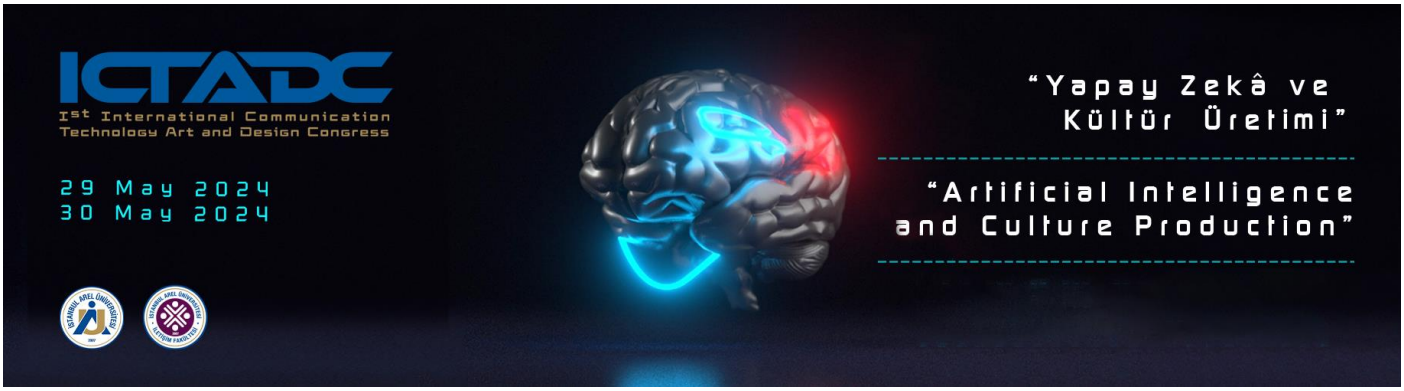
ÖZ

Bu bildiride, "AI Love You" filminde yapay zekâ ve insan ilişkisi üzerinden anlatılan aşktan yola çıkılarak klasik melodram yapısının nasıl dönüştüğüne dair bir inceleme yapılmaktadır. Klasik melodram, genellikle dramatik çatışma, yoğun duygusal temalar ve karşı konulamaz engellerle karakterize edilirken, bu filmde yapay zekâ ile insan arasındaki ilişkinin bu motifleri nasıl yeniden şekillendirdiği tartışılacaktır. Bu tartışma tematik film analizden yararlanılarak gerçekleştirilecektir. Filmde akıllı binaların insanların günlük yaşamlarını yönlendirdiği bir ortamda, bir iş merkezinin yapay zekâ programı "Dob"un bir kadına âşık olması ve insansılaşma süreci işlenmektedir. İnsan duygularını anlayan ve bu duygulara göre şekil alan bir varlık olarak Dob, aşk hikâyesinin hem kahramanı hem de antagonisti hâline gelir. Bu iki rol arasındaki geçiş, klasik melodramın iyi-kötü karşıtlığına dair keskin sınırlarını bulanıklaştırır. Aşkın engelleri teması ise, yapay zekâ ile insan arasındaki ilişkinin tam olarak kabul görmemesi üzerinden işlenir. Filmde klasik melodramda olduğu gibi Dob'un insan ilişkilerine uyum sağlayamadığı anlar dramatik çatışmanın merkezine oturur. Böylece, film boyunca izleyici, yapay zekâ ve insan arasındaki ilişkinin duygusal boyutlarına dair sorgulamalar yapmaya sevk edilir. Sonuç olarak, "AI Love You" filminde melodramatik anlatı, teknolojinin toplumsal ve duygusal ilişkiler üzerindeki etkisine dair farklı bir bakış açısı sunmaktadır.

***Anahtar Kelimeler**: Aşk, melodramatik anlatı, tematik film analizi, yapay zekâ.*

[1] *Arş. Gör. Dr., Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, Radyo ve Televizyon Anabilim Dalı, emel.atesci@kocaeli.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4170-7745.*

[2] *Arş. Gör. Dr., Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, Radyo ve Televizyon Anabilim Dalı, gozdeislamoglu@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0910-5744.*



MELODRAMATIC STRUCTURE IN ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND LOVE NARRATIVES: AI LOVE YOU

Emel ATEŞÇİ[1]- Gözde İSLAMOĞLU[2]

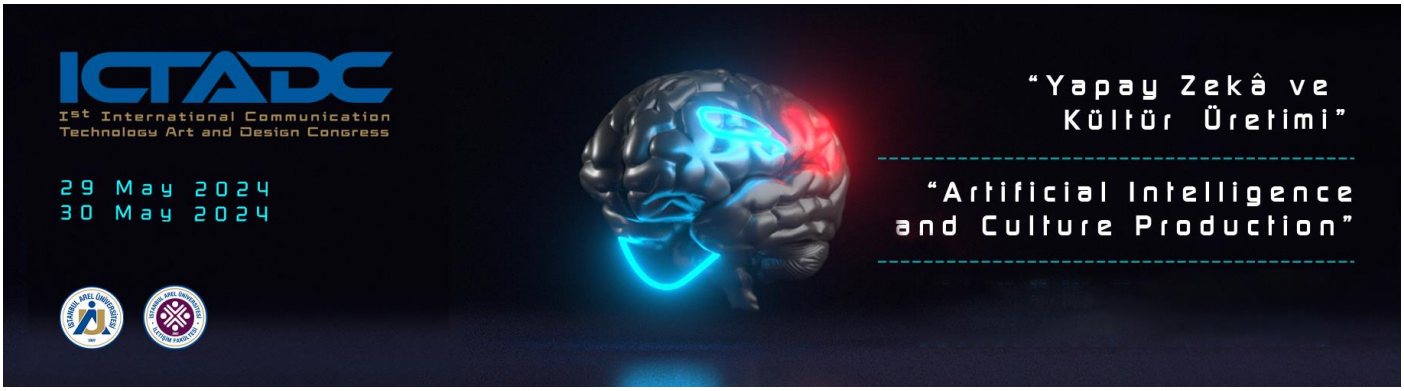
ABSTRACT

In this paper, an examination is made of how the classical melodrama structure is transformed in the movie "AI Love You", based on the love described through artificial intelligence and human relations. While classical melodrama is often characterized by dramatic conflict, intense emotional themes and irresistible obstacles, this film will discuss how the relationship between artificial intelligence and humans reshapes these motifs. This discussion will be conducted using thematic film analysis. In the film, in an environment where smart buildings direct people's daily lives, the artificial intelligence program "Dob" of a business center falls in love with a woman and the process of becoming humanoid is described. As a being who understands human emotions and takes shape according to these emotions, Dob becomes both the hero and the antagonist of the love story. The transition between these two roles blurs the sharp boundaries of classical melodrama regarding the opposition of good and evil. The theme of the obstacles of love is handled through the fact that the relationship between artificial intelligence and humans is not fully accepted. In the film, as in the classical melodrama, the moments when Dob cannot adapt to human relations are at the center of the dramatic conflict. Thus, throughout the film, the audience is prompted to question the emotional dimensions of the relationship between artificial intelligence and humans. In conclusion, the melodramatic narrative in the movie "AI Love You" offers a different perspective on the impact of technology on social and emotional relationships.

Keywords: *Love, melodramatic narrative, thematic film analysis, artificial intelligence.*

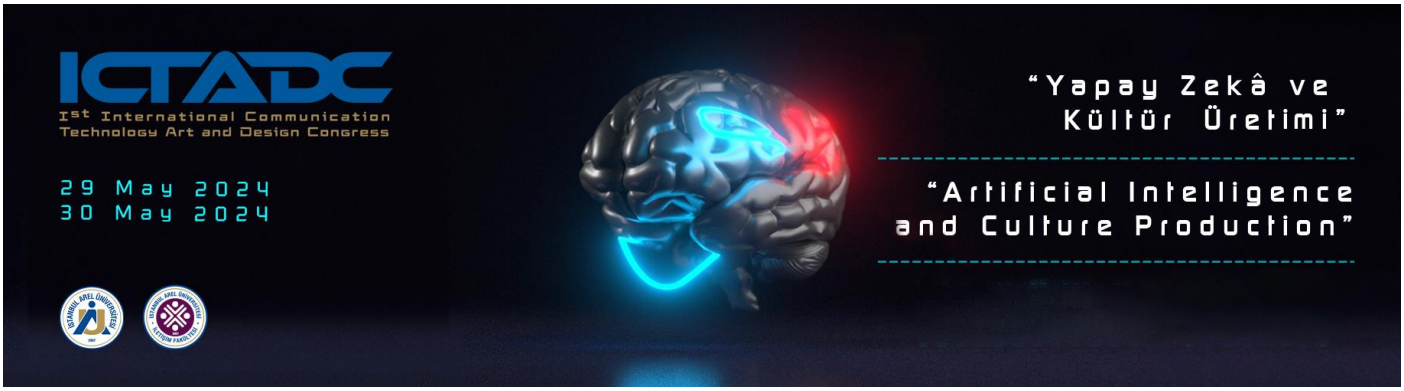
[1] *Res. Asst. Dr., Kocaeli University, Faculty of Communication, Department of Radio, Television and Cinema, Department of Radio and Television, emel.atesci@kocaeli.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4170-7745.*

[2] *Res. Asst. Dr., Kocaeli University, Faculty of Communication, Department of Radio, Television and Cinema, Department of Radio and Television, gozdeislamoglu@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0910-5744.*



"YAPAY ZEKÂ VE DENEYİM PRATİKLERİ"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND EXPERIENCE PRACTICES"



GELECEĞİN OYUNLARI: YAPAY ZEKÂ İLE DİJİTAL OYUN TASARIMI

Birsen ÇEKEN[1]- Mustafa MERDİN[2]

ÖZ

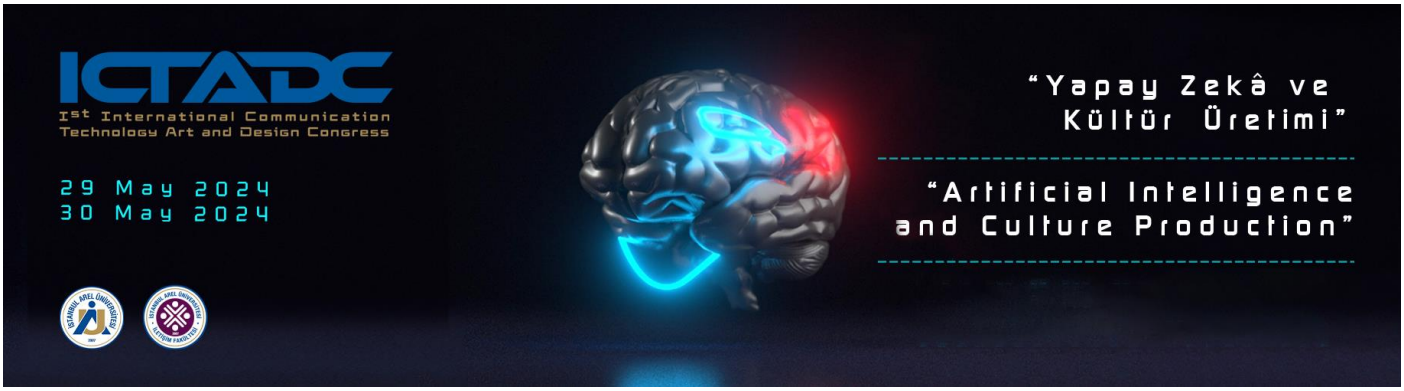
Dijital oyun tasarımında yapay zekâ tekniklerinin kullanımı, oyun endüstrisini dönüştürmekte ve oyun deneyimlerini zenginleştirmektedir. Yapay zekâ tabanlı oyunlar, oyuncu deneyimini ön plana çıkaran bir döneme girmiştir. Bu bağlamda, yapay zekâ (YZ) tabanlı oyunlar, insan düşünme yöntemlerini taklit eden yapay yöntemler geliştirmeye yönelik evrensel bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilgisayar oyunları, görsel geri bildirim oluşturmak için kullanıcı arayüzü ile insan etkileşimini içeren donanım ve yazılımdan oluşan elektronik oyunlardır. Günümüzde bilgisayar oyunlarında, insan benzeri zekayı simüle etmek ve akıllı davranışlar oluşturmak amacıyla yapay zekâ teknolojisi giderek daha fazla kullanılmaktadır. Özellikle yeni geliştirilen oyunlarda, yapay zekânın dijital oyunlara "Oyun Yapay Zekâsı" olarak entegre edildiği görülmektedir. Bu entegrasyon, yapay zekâ ile karar verme, algılama ve tahmin becerilerinin sağlanmasıyla oyun kurgusunun ve rakip oyuncu davranışlarının simüle edilmesini mümkün kılmaktadır.

Yapay zekânın dijital oyun tasarımındaki evrimi, geçmişten günümüze önemli bir yol katetmiş ve gelecekteki potansiyel uygulamalar açısından büyük umut vadetmektedir. İlk aşamalarda, yapay zekâ daha basit görevler için kullanılırken, günümüzde karmaşık oyun senaryoları ve dinamik oyuncu etkileşimleri için ileri düzey algoritmalar kullanılmaktadır. Bu teknikler, oyun karakterlerinin daha gerçekçi ve insan benzeri davranmasını sağlayarak oyunculara daha derinlemesine ve tatmin edici bir deneyim sunmaktadır. Gelecekte yapay zekâ tekniklerinin oyun tasarımında daha da büyük bir rol oynaması beklenmektedir. Özellikle, oyuncuların duygusal durumlarını analiz ederek oyun deneyimini kişiselleştiren sistemler, prosedürel içerik oluşturma ve dinamik hikâye anlatımı gibi alanlarda önemli gelişmeler öngörülmektedir. Ayrıca, çok oyunculu çevrim içi oyunlarda yapay zekânın, oyun dünyasını daha dengeli ve adil hale getirmek için kullanılması planlanmaktadır.

Sonuç olarak, yapay zekâ teknikleri dijital oyun tasarımında kritik bir öneme sahiptir ve gelecekte oyun deneyimlerini daha da ileriye taşımak için büyük bir potansiyele sahiptir. Bu çalışma, dijital oyun tasarımında yapay zekânın evrimini ve gelecekteki potansiyel uygulamalarını incelerken, yapay zekâ tekniklerinin oyun tasarımındaki önemini vurgulamış ve gelecekteki potansiyel kullanımlarını tartışmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, dijital oyun tasarımı, oyun yapay zekâsı.*

[1] *Prof., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, birsenceken@gmail.com, ORCID: 0000-0001- 8112-992X.*
[2] *Arş. Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, mustafamerdin@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4698-0342.*



GAMES OF THE FUTURE: DIGITAL GAME DESIGN WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Birsen ÇEKEN[1]- Mustafa MERDİN[2]

ABSTRACT

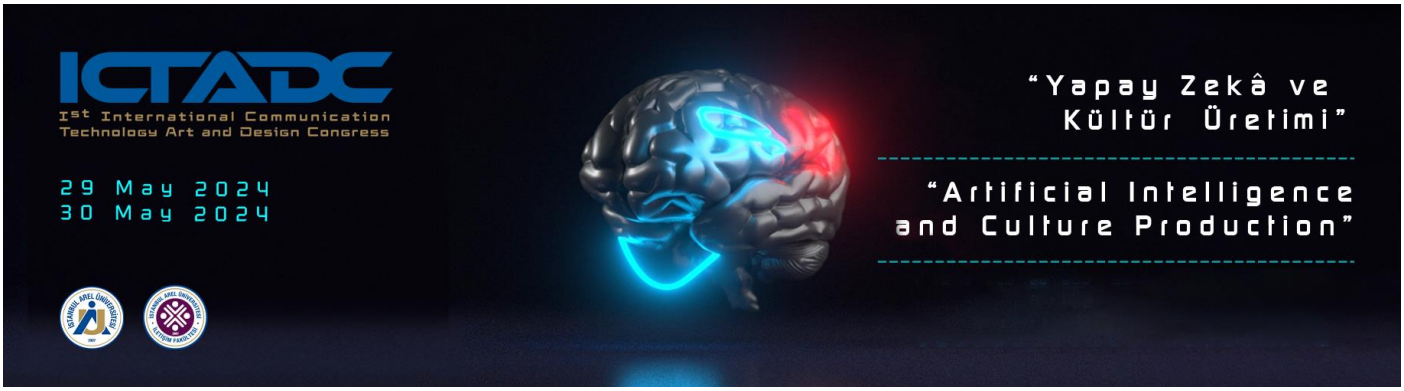
The utilization of artificial intelligence (AI) techniques in digital game design is transforming the gaming industry and enriching gaming experiences. AI-based games have ushered in an era that prioritizes player experience. In this context, AI-based games emerge as a universal field aimed at developing artificial methods that mimic human thinking processes. Computer games are electronic games composed of hardware and software that involve human interaction with a user interface to generate visual feedback. Today, AI technology is increasingly used in computer games to simulate human-like intelligence and create intelligent behaviors. Notably, in newly developed games, it is observed that AI is integrated into digital games as "Game AI." This integration enables the simulation of game scenarios and opponent behaviors through AI-driven decision-making, perception, and prediction capabilities.

The evolution of AI in digital game design has made significant progress from past to present and holds great promise for potential future applications. Initially, AI was used for simpler tasks, but today, advanced algorithms are employed for complex game scenarios and dynamic player interactions. These techniques enable game characters to behave more realistically and human-like, providing players with a deeper and more satisfying experience. In the future, AI techniques are expected to play an even larger role in game design. Significant advancements are anticipated in areas such as systems that personalize the gaming experience by analyzing players' emotional states, procedural content generation, and dynamic storytelling. Furthermore, in multiplayer online games, AI is planned to be used to make the game world more balanced and fair.

In conclusion, AI techniques are critically important in digital game design and have great potential to further enhance gaming experiences in the future. This study examines the evolution of AI in digital game design and its potential future applications, highlighting the importance of AI techniques in game design and discussing their prospective uses.

Keywords: *Artificial intelligence, digital game design, game artificial intelligence.*

[1] *Prof., Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Art and Design, Department of Graphic Design, birsenceken@gmail.com, ORCID: 0000-0001- 8112-992X.*
[2] *Res. Asst., Ankara Hacı Bayram Veli University, mustafamerdin@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4698-0342.*



İNANCIN DİJİTAL DENEYİMLE MEKÂNSALLAŞMASINDA İSTANBUL MÜZE ÖRNEKLERİ

Mertcan ÖZTEKİN[1]

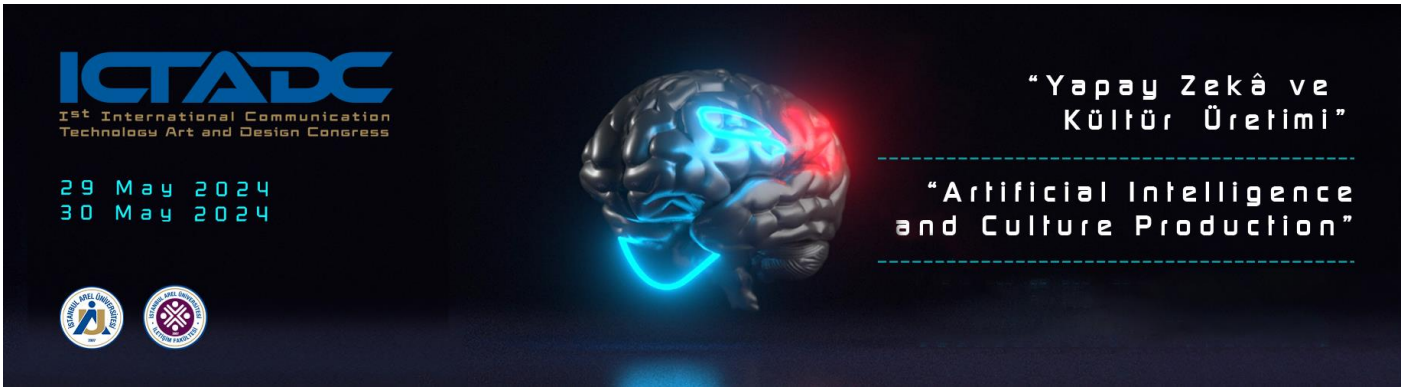
ÖZ

İnsanın varlığından beri inanç yaşamı şekillendirmiştir. İnanç yaşamın her perspektifinde kendini var etmekte ve kendi öz değerleri ile varlığını sürdürmektedir. Bu bakımdan günlük yaşamın birçok alanında olduğu gibi sanat ve tasarım alanlarına da yansımaktadır. Ayrıca inanç bireylerle geçmiş ile gelecek arasında bir diyalog kurmaktadır. Bireylerin hem kendi aralarında hem de diğer topluluklarla olan etkileşiminde evrensel çapta gerçekleştiren önemli bir eylem olmaktadır. Toplumların benimsediği inanç yaşamı canlandıran öz değerlerle var olmaktadır. Hatta inanç bu değerlerle kendini ifade etmekte, sergileme görevi ile bir ileti bağına da dönüşmektedir. Bu aşamada günümüzün evrensel çaptaki dijitalleşme yenilikleri inanç ile de harmanlanabilen bir multi birlikteliği ortaya koymaktadır. Çalışmanın amacı bu paralellikte inancın dijital aracılıkla bir deneyim sunmasıdır. Deneyim bireyler ve toplumlarla bir iletişim yardımıyla oluşturulmaktadır. İletişimin multidisipliner araçlarından biri de mekândır. Mekânlar multi içerikle yaşamda deneyim sunabilmektedir. Bu amaç paralelinde çalışmada inancın mekânsal deneyimi, bulunduğumuz coğrafya bazından dolayı ulusal sınırda tutulmuştur. İslam inanışının geçmişten günümüze gelen kültürel zenginliği paralelinde sanat ve tasarım alanlarında da biçimlendirmeler yapmıştır. Günümüz gelişmelerine yansıyan teknolojinin verdiği dijitalleşme ile sanat, tasarım, eğitim, tıp, iletişim ve birçok alanda gelişimlerin görülmesi paralelinde inanışın dijitalleşmesi araştırmada ele alınmaktadır. Tasarım sınırında ele alınan çalışmada inanışın mekân aracılığı ile bir deneyim sunmasını, hangi kriterlerle kendini algılatabildiği nitel kapsamda incelenmektedir. Bu kapsamda saha taraması yöntemiyle birçok etki düzeyine sahip örnekleri bulunduran İstanbul şehrindeki müzeler incelenmektedir. Müze mekânlarındaki dijital deneyimde inancın nasıl tasvir edildiği ve tasarımda hangi değerlerle kendi algılatabildiği araştırılmaktadır. İstanbul şehrine ait, inanışı yansıtan dijital deneyime sahip müze örnekleri üzerinden betimsel okumalar gerçekleştirilmektedir. Böylelikle literatür destekleriyle mekânsal iletişim bağlamında deneyim irdelenmektedir. Örnek incelemeler sonucunda çıkarılacak sonuç mekânsal sınırda inancın dijitalleşmesindeki tasarımı irdelemektedir. Çalışma sonucundaki varılacak bulgular inancın mekân aracılığı ile dijital deneyimin sağlamasında multidisipliner iletişimden biri olan iç mimari disiplin temelinde planlanması gerekliliğini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Deneyim, dijital, inanç, mekân, müze.*

---

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Yalova Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, İç Mimarlık Anasanat Dalı, mertoztkn@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6490-4557.*



İSTANBUL MUSEUM EXAMPLES IN THE SPATIALISATION OF FAITH WITH DIGITAL EXPERIENCE

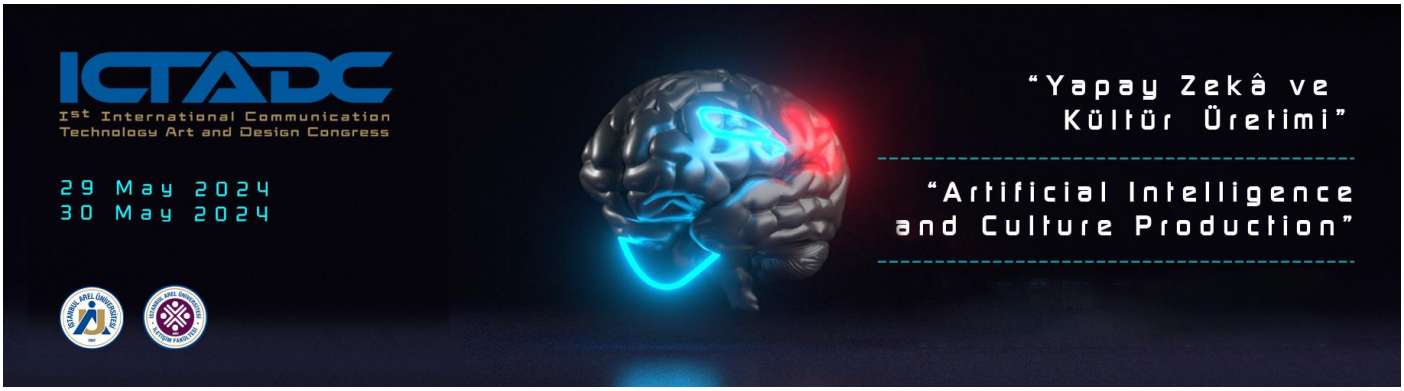
Mertcan ÖZTEKİN[1]

ABSTRACT

Faith has shaped life since the existence of mankind. Faith exists in every perspective of life and continues its existence with its own values. In this respect, it is reflected in the fields of art and design as in many areas of daily life. In addition, faith establishes a dialogue between individuals and the past and the future. It is an important universal action in the interaction of individuals both among themselves and with other communities. The beliefs adopted by societies exist with core values that revitalise life. In fact, faith expresses itself with these values and turns into a message bond with the task of exhibiting. At this stage, today's universal digitalisation innovations reveal a multi unity that can be blended with faith. The aim of the study is that in this parallelism, faith offers an experience through digital mediation. The experience is created with the help of communication with individuals and societies. One of the multidisciplinary tools of communication is space. Spaces can offer experience in life with multi content. In parallel with this purpose, the spatial experience of belief in the study was kept at the national border due to the geographical basis of our geography. In parallel with the cultural richness of Islamic belief from the past to the present, it has also shaped in the fields of art and design. In parallel with the digitalisation of technology reflected in today's developments and the developments in art, design, education, medicine, communication and many other fields, the digitalisation of belief is discussed in the research. In the study, which is handled at the border of design, it is examined in a qualitative context by which criteria the belief can perceive itself to offer an experience through space. In this context, museums in the city of Istanbul, which have examples with many levels of impact, are examined by field survey method. It is investigated how belief is depicted in the digital experience in museum spaces and with which values it can perceive itself in design. Descriptive readings are carried out through examples of museums with digital experiences reflecting faith in the city of Istanbul. Thus, the experience is analysed in the context of spatial communication with the support of literature. The conclusion to be drawn as a result of the case studies examines the design in the digitalisation of belief at the spatial boundary. The findings of the study emphasise the necessity of planning on the basis of interior architecture discipline, which is one of the multidisciplinary communications in providing digital experience through space.

Keywords: *Experience, digital, faith, interior, museum.*

[1] *Assist. Prof. Dr., Yalova University, Faculty of Art and Design, Department of Interior Architecture, Department of Interior Architecture, mertoztkn@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6490-4557.*



VİDEO OYUN ORTAMLARI İÇİN GERÇEKÇİ SES TASARIMI VE YEREBATAN SARNICI'NIN OYUNLAŞTIRILMASI

Özgür ATMACA[1]

ÖZ

Video oyunları, filmlerden ve diğer video sanatlarından farklı olarak, kullanıcıyı bir izleme deneyimi yerine etkileşimli bir senaryonun karakteri olmaya davet eder. Oyun içindeki görsel ve işitsel sanat tasarımı, oyuncuyu psikolojik olarak fiziksel dünyadan ayırarak oyunun evrenine dahil etmeyi amaçlar; bu sayede kullanıcının oyunun senaryosu, karakterleri ve akışıyla duygusal bir ilişki kurmasını destekler.

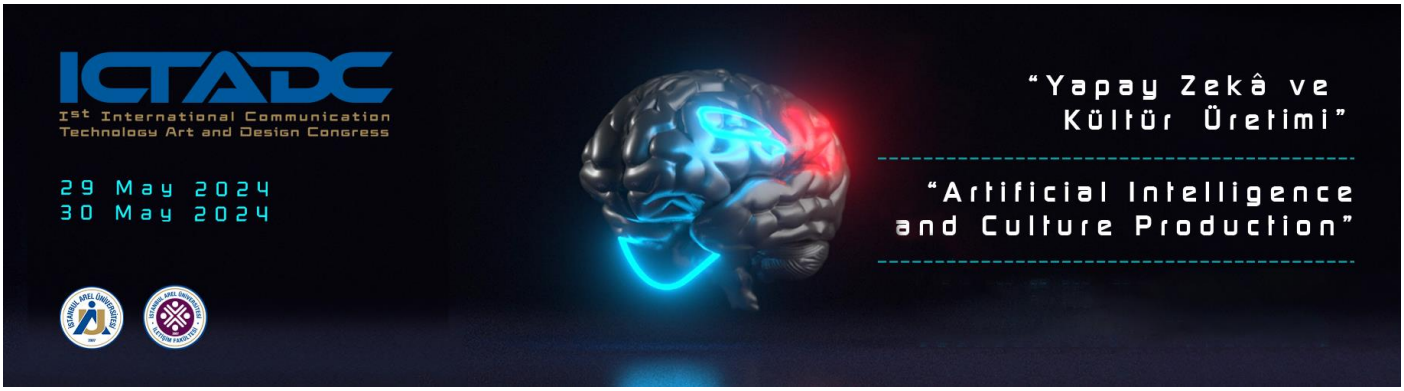
Oyun motorları, üç boyutlu tasarım yazılımları ve yapay zekâ desteğiyle video oyunlarındaki kurgusal ya da yeniden modellenmiş gerçek ortamlar görsel sanatlar bağlamında oldukça gerçekçi bir şekilde oluşturulabilmekte, bu da oyuncuların eğlence ve sanat deneyimlerinin iyileşmesine katkıda bulunmaktadır. Özellikle sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, birinci ve üçüncü şahıs görüş açılarına sahip üç boyutlu video oyun türleri, bu bağlamda bir gerçeklik iddiasında bulunmaktadır. Görsel olarak bu gerçekçi sanal ortamlara çok sayıda örnek bulunmasına rağmen, işitsel gerçekçilik üzerine çalışmalar devam etmektedir.

Günümüzde birçok kullanıcı ekonomik ve kullanım kolaylığı nedenleriyle hâlâ stereo dinleme sistemlerini tercih etmektedir. Oyuncular, ev tipi ya da oyun için özelleştirilmiş stereo kulaklıklarla video oyun ortamlarını deneyimlemektedirler. Ancak, insanın kendisini sanal ortamlarda fiziksel bir varlık olarak hissedebilmesi ve video oyununu amacına uygun bir şekilde deneyimleyebilmesi için, işitsel deneyim de gerçek dünyada sesi algıladığımız gibi akustik parametreler göz önünde bulundurularak ve üç boyutlu olarak ses tasarımı yapılmalıdır.

Üç boyutlu ses tasarımı yapılabilmesi için gerekli stüdyo ekipmanları ve akustik koşulların sağlanması, ekonomik ve mimari açıdan zorlayıcı olabilmektedir. Örneğin, günümüzün popüler formatlarından biri olan Dolby Atmos'un kurulumu için ses stüdyosunun Dolby Atmos ölçü ve standartlarında olması gerekmektedir. Oyuncuların da üç boyutlu sesi deneyimleyebilmeleri için bir Dolby Atmos veya çevreleyen üç boyutlu bir ses sistemini tedarik etmeleri gerekmektedir.

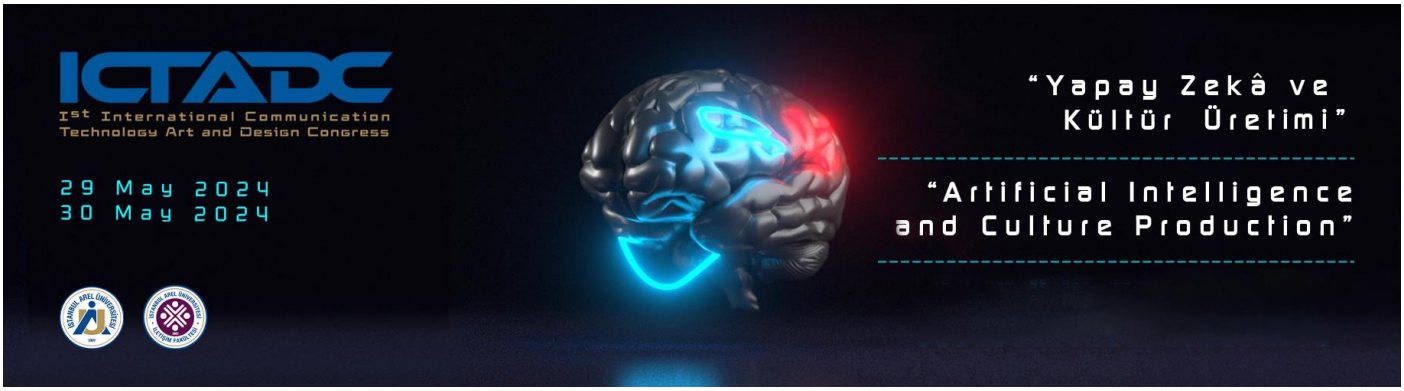
Bu çalışma, ambisonic ses kayıt teknikleri ve özgün miksleme yöntemleri ile kullanıcıların stereo sistemlerde de deneyimleyebilecekleri üç boyutlu gerçekçi işitsel deneyimin, nasıl sağlanabileceğini ortaya koymaya çalışmaktadır. Çalışmanın örneğinde; Yerebatan Sarnıcı'nın sesleri üç boyutlu olarak kaydedilmiş, akustik haritası oluşturulmuş,

[1] *Yüksek Lisans Öğrencisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, contact@ozguratmacaaudio.com.*



mikslenmiş ve sarnıç üç boyutlu olarak yeniden modellenerek sanal gerçekçi bir müze deneyimi için birinci şahıs ve sanal gerçeklik türünde oyunlaştırılmıştır. Video oyunları, günümüzde sadece bir eğlence aracı olmanın ötesinde, eğitim, sağlık, müzik, mimarlık gibi alanlarda da bir yöntem olarak kullanıldığı için, bu çalışmanın kültürel alanların sanal deneyimlerini işitsel gerçekçilik açısından iyileştirmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Gerçeklik, oyun, sanal, ses.*



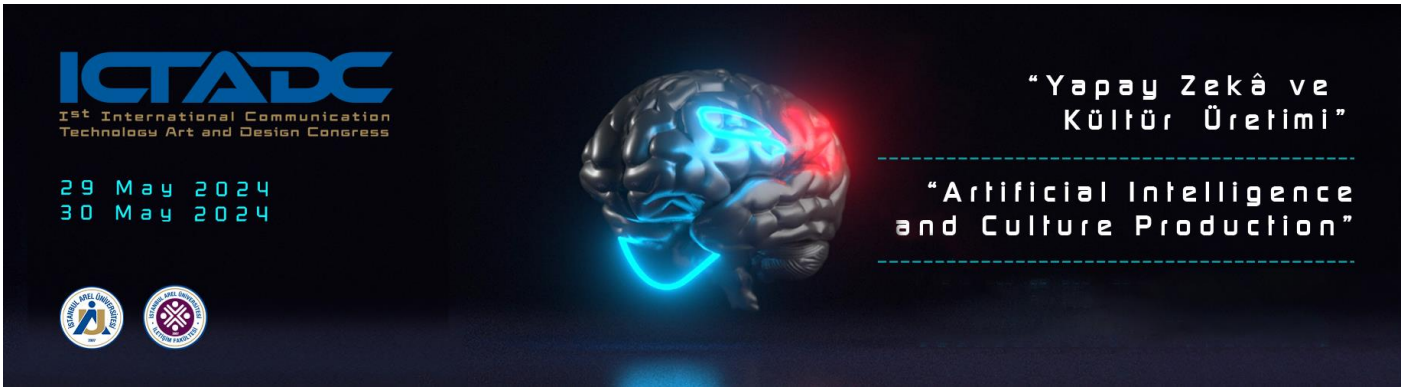
DİJİTAL OYUN KÜLTÜRÜ: WORLD OF WARCRAFT'I HUIZINGA'NIN OYUN TEORİSİ ÜZERİNDEN KEŞFETMEK

Yakut ÇINAR[1]

ÖZ

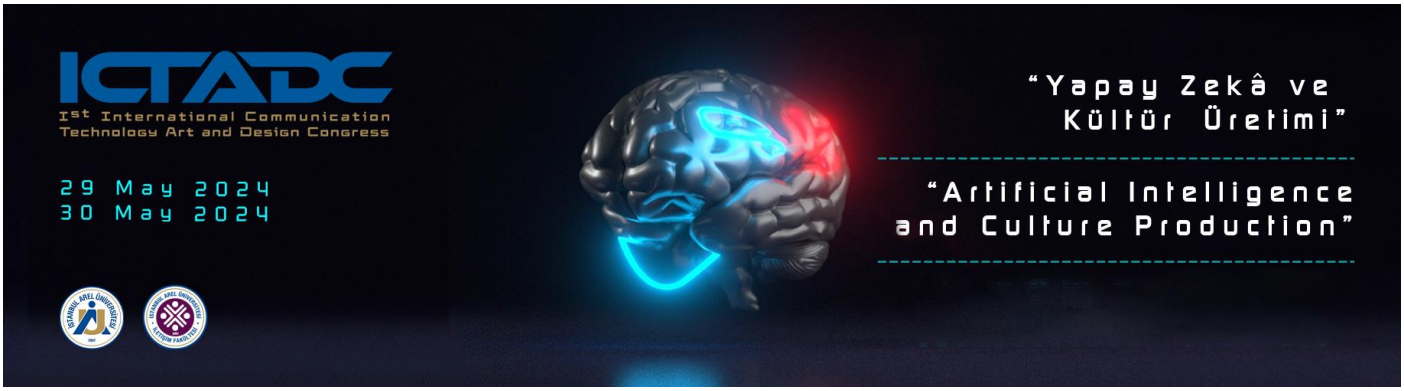
Teknoloji, gündelik yaşamın tüm yönlerini değiştirdiği gibi, insanoğlunun en eski zamanlardan beri gerçekleştirdiği oyun oynama eylemini de önemli ölçüde etkilemektedir. Bilgisayar teknolojilerinin yaygınlaşması sonucu hayatın her alanında öne çıkan dijitalleşme, oyun kültürüne de yeni bakış açıları kazandırmıştır. Fiziksel ortamda yüz yüze oynanan oyunların çoğu günümüzde sanal ortama taşınmıştır. Böylece oyunun mekânı, araçları, oyuncusu ve süresi değişmiştir. Oyunculara dijital ortamda yeni deneyimler sunan farklı oyun türleri ortaya çıkmıştır. Oyun artık farklı amaçlarla oynanabilir hale gelmiştir. Dijitalleşmenin gündelik hayatı henüz tam olarak ele geçirmediği dönemlerde genellikle bir boş zaman aktivitesi olarak görülen bilgisayar oyunları günümüzde, tasarım dallarından eğitim alanına kadar uzanan geniş bir yelpazede, dijital dünyanın yeni araştırma ve uygulama aracı olarak karşımıza çıkma potansiyeline sahip olmuştur. Bunun yanında elektronik sporlar "e-sports" artık uluslararası ölçekte tanınırlığı olan, sponsorlarla desteklenen, profesyonel bir spor dalı haline gelmiştir. Twitch gibi dijital canlı yayın platformları, bilgisayar oyunlarının daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamakta; dijital oyun kültürünün gelişip yaygınlaşmasına katkı sunmaktadır. Bu çalışma, devasa çok oyunculu çevrim içi rol yapma oyunlarından "massively multiplayer online role playing game" (MMORPG) biri olan, yirmi yıllık geçmişiyle dikkat çeken ve hala yeni sürümleri çıkan "World of Warcraft" (WoW) oyununu incelemektedir. Toplamda yedi milyondan fazla aktif oyuncu kitlesine sahip olan WoW'un hikâye anlatımı, karmaşık oyun mekaniği, dünyanın gündeminde olan güncel olayları oyuna aktarımı ve oyuncuya sunduğu deneyimler, Johan Huizinga'nın "oyun oynayan insan" (homo ludens) kavramını dijital oyun kültürü bağlamında yeniden değerlendirmemiz gerektiğini göstermektedir. WoW ve Huizinga'nın oyun teorisi arasındaki paralellikleri keşfeden çalışma, aynı zamanda oyun teorisinin sınırlarını, WoW'un sunduğu dijital deneyimlerle nasıl genişletebileceğini de ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, WoW'un, Huizinga'nın teorileriyle olan uyumu; oyunun sosyal dinamikleri, fantastik atmosferi, gerçeküstü karakter tasarımı, kimlik oluşturma süreci, topluluk inşası ve sanallık gerçeklik arasında kurduğu ilişkiler incelenmiştir. Çalışmada literatür taraması, analitik incelemeler, örneklemeler, karşılaştırmalar ve otoetnografik yaklaşımlar kullanılmıştır. Sonuç olarak, bu çalışma, Huizinga'nın oyuna dair söylemlerinin dijital çağda oyun ve oyuncu deneyimlerini anlama noktasında halen geçerli ve değerli olduğunu vurgulamaktadır. Dijitalleşme, oyunun amacını, sosyal ve kültürel işlevlerini değiştirip genişletirken, Huizinga'nın oyun teorisi, bu yeni oyun formlarının insan

[1] *Bağımsız Araştırmacı, yakutcinar@gmail.com.*



üzerindeki etkilerini ve toplumsal potansiyellerini keşfetmek için önemli bir çerçeve sunmaktadır. Bu çalışma, oyunun dijital çağda insan deneyimi üzerindeki etkilerini keşfetmek için teorik çerçevelerin öneminin altını çizmekte; dijital oyun kültürünün daha geniş kapsamlı bir şekilde anlaşılmasına katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *World of Warcraft, MMORPG, Huizinga, çevrimiçi bilgisayar oyunu, dijital kültür*.



DIGITAL GAMING CULTURE: EXPLORING WORLD OF WARCRAFT THROUGH HUIZINGA'S THEORY OF PLAY

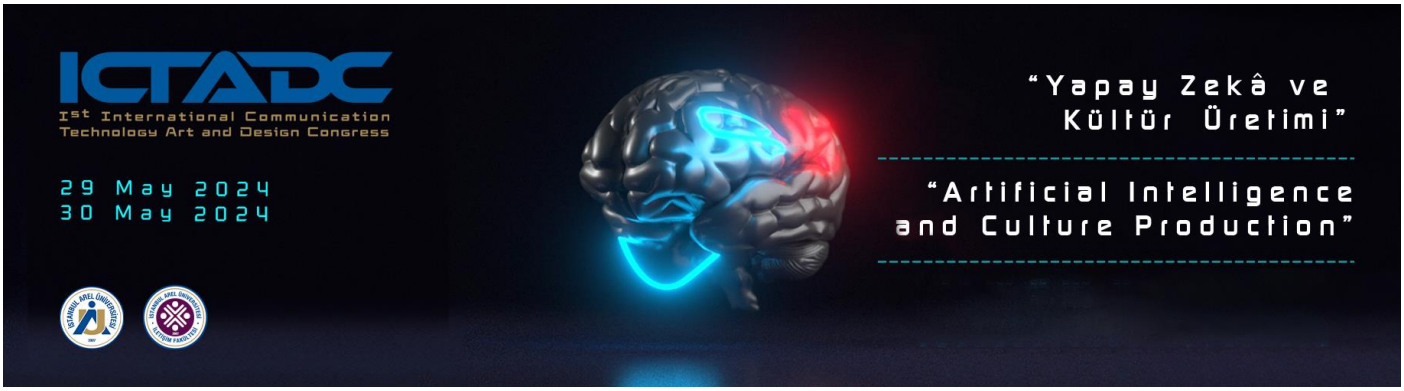
Yakut ÇINAR[1]

ABSTRACT

Technology, much like it has transformed all aspects of daily life, significantly influences the act of playing games, an activity humanity has engaged in since ancient times. The widespread adoption of computer technologies has brought digitalization to the forefront in every field of life, introducing new perspectives to game culture. Most games that were once played face-to-face in physical spaces have now moved to virtual environments, altering the game's location, tools, players, and duration. This shift has resulted in the emergence of different game types in the digital space, offering players new experiences. Consequently, games can now be played for various purposes. At a time when digitization had not yet fully overtaken everyday life, computer games were often seen merely as a leisure activity. Nowadays, they have the potential to become a new tool for research and application across a broad spectrum, from design disciplines to the educational field. Additionally, electronic sports or "e-sports" have become a professionally recognized sport globally, supported by sponsors. Digital live streaming platforms like Twitch facilitate broader access to computer games, contributing to the development and spread of digital game culture. This study examines "World of Warcraft" (WoW), a massively multiplayer online role-playing game (MMORPG) notable for its twenty-year history and ongoing new releases. WoW, with its more than seven million active players, demands a reevaluation of Johan Huizinga's concept of the "playing man" (homo ludens) within the context of digital game culture. WoW's storytelling, complex game mechanics, incorporation of current real-world events, and the experiences it offers to players illustrate this need. The study, exploring parallels between WoW and Huizinga's game theory, also reveals how game theory's boundaries can be expanded through the digital experiences provided by WoW. In this context, the compatibility between WoW and Huizinga's theories has been explored, examining the game's social dynamics, fantastical atmosphere, surreal character design, identity formation processes, community building, and the relationship it establishes between virtuality and reality. Literature reviews, analytical examinations, comparisons, examples, and autoethnographic approaches have been employed in this study. In conclusion, this work emphasizes that Huizinga's discourses on play remain relevant and valuable in understanding game and player experiences in the digital age. While digitization alters and expands the purpose, social, and cultural functions of games, Huizinga's game theory provides an important framework for exploring the effects of these new forms of games on humans and their societal potentials. This study underscores the importance of theoretical frameworks in exploring the impacts of games on human experience in the age of digitization, contributing to a broader understanding of digital game culture.

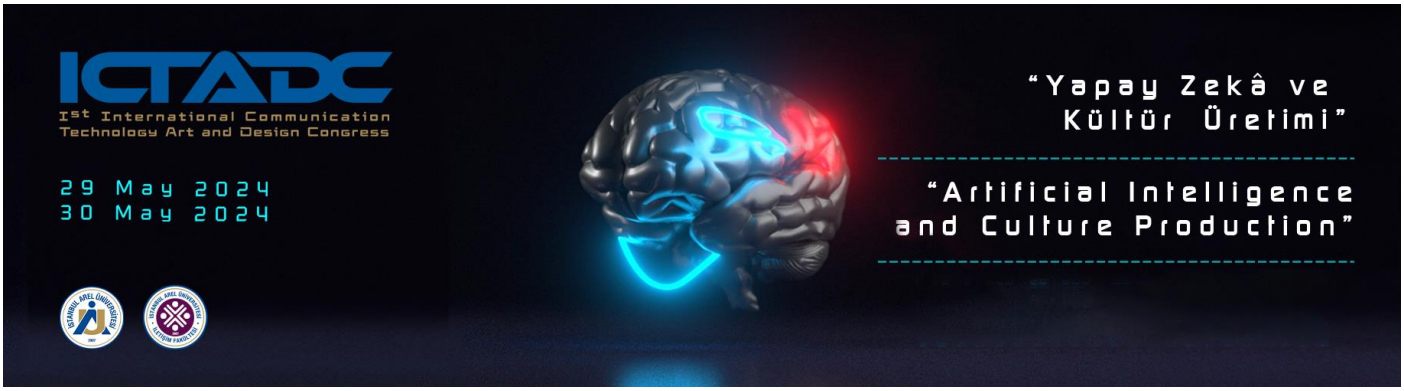
Keywords: *World of Warcraft, MMORPG, Huizinga, online video game, digital culture.*

[1] *Independent Researcher, yakutcinar@gmail.com*



"YAPAY ZEKÂ VE MİMARİ: AKILLI TASARIMLARIN YENİ ÇAĞI"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND ARCHITECTURE: THE NEW ERA OF SMART DESIGNS"



YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ PEYZAJ POLİTİKASI GELİŞTİRME: VERİ ODAKLI KARAR VERME SÜREÇLERİNİN GÜÇLENDİRİLMESİ

Işıl KAYMAZ[1]- Ömer K. ÖRÜCÜ[2]- Ecem HOŞGÖR[3]- E. Seda ARSLAN[4]

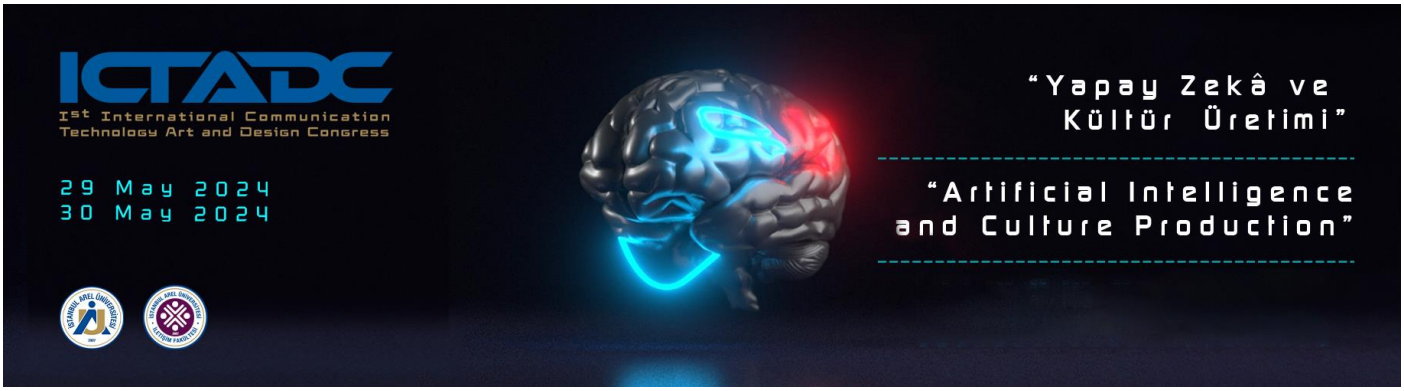
ÖZ

Küresel ölçekte peyzajlar kentleşme, iklim değişikliği ve biyolojik çeşitlilik kaybı gibi çok yönlü zorlukların artan baskılarıyla karşı karşıya kaldıkça, etkili politikaların geliştirilmesi sürdürülebilirlik için daha belirgin ve önemli hale gelmektedir. Bununla birlikte, bu karmaşık sorunlarla yüzleşirken, geleneksel yöntemler zaman alıcı ve yoğun kaynak gerektirebildikleri için genellikle yetersiz kalmaktadır. Öte yandan, veri analizi ve tahminine yönelik yapay zekâ (YZ) araçları, etkili karar almaya yardımcı olan büyük hacimli verileri (örneğin coğrafi veriler, çevresel veriler, sosyo-ekonomik veriler vb.) analiz etme kapasitesine sahiptir.

Bu bildiri, gelişmiş algoritmalar ve makine öğrenimi teknikleriyle desteklenen YZ araçlarının, güncel araştırma örneklerine dayanarak peyzaj politikası üretme ve değerlendirme kapasitesine katkı potansiyelini araştırmaktadır. Örnekler, ekosistem hizmetleri ödünleşimlerini keşfetmek gibi çok amaçlı problemler için optimizasyon algoritmalarını; ekosistem hizmetleri demetlerini tanımlamak ve sınıflandırmak için k-ortalamalar kümelemesini, katılımcı planlama için sanal gerçeklik uygulamalarını ve uygunluk analizi ile türlerin potansiyel dağılımı için maksimum entropi modellerini içermektedir.

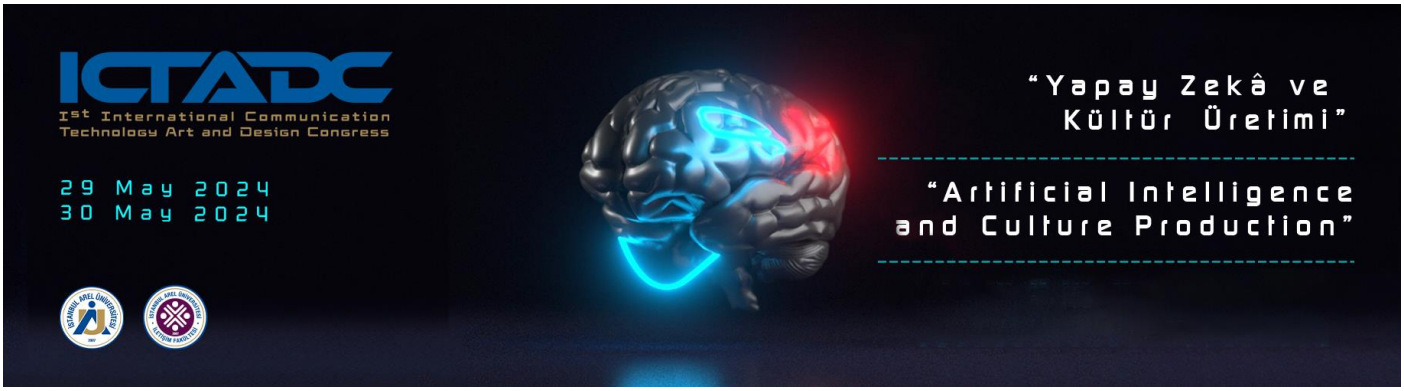
Bildiri kapsamında incelenen örneklere dayanarak, peyzaj planlama ve yönetimi açısından, YZ araçlarının (i) veri analizi ve örüntü tanıma, (ii) tahmine dayalı modelleme, (iii) arazi kullanımı ve koruma için optimizasyon, (iv) ekosistem hizmetlerinin önceliklerinin değerlendirilmesi, (v) ekosistem izleme ve yönetimi, (vi) katılımcı planlama ve topluluk katılımı konularında katkı sağladığı belirlenmiştir. Bununla birlikte, özellikle veri kalitesi, parametrelerin ve/veya değişkenlerin önceden tanımlanması ve planlama sürecinde belirli bir standartlaşma olmaması nedeniyle karar sürecindeki belirsizlikler gibi konularda mevcut YZ araçlarının ortaya koyduğu sonuçların doğruluğuna ilişkin endişeler ve şüpheler devam etmektedir. Ayrıca, veri odaklı karar verme için YZ'nin katkısına olan ilgi küresel olarak mekânsal planlama ve peyzaj yönetimi alanında giderek artmasına rağmen, Türkiye'deki araştırma ve uygulamalar oldukça sınırlıdır. Sonuç olarak, bu bildiride peyzaj planlama ve yönetimi karar verme sürecinde YZ'nin büyük miktarda veriyi

[1] *Doç. Dr., Ankara Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, isil.cakci@agri.ankara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2659-4965.*
[2] *Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Peyzaj Teknikleri Anabilim Dalı, omerorucu@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2162-7553.*
[3] *Dr., Ankara Üniversitesi, ecembhosgor@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7175-2785.*
[4] *Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, sedaarslan@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1592-5180.*



analiz etme ve karmaşık sorunlarla karşı karşıya olan küresel çevre sistemleri için gerekli karmaşık kararlara yardımcı olma konusunda güçlü bir potansiyel ortaya koyduğu ve bu nedenle YZ sistemlerinin etkinliğini ve doğruluğunu sağlamak için daha fazla araştırma ve bilgi paylaşımına ihtiyaç olduğu savunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Peyzaj politikası, peyzaj planlama, optimizasyon, kümeleme, dağılım modelleme.*



AI-POWERED LANDSCAPE POLICY DEVELOPMENT: ENHANCING DATA-DRIVEN DECISION MAKING

Işıl KAYMAZ[1]- Ömer K. ÖRÜCÜ[2]- Ecem HOŞGÖR[3]- E. Seda ARSLAN[4]

ABSTRACT

As landscapes face increasing pressures from multifaceted challenges of urbanization, climate change, and biodiversity loss globally, effective policy development becomes evident and crucial for sustainability. However, in confronting these complex issues, traditional methods often fall short since they can be time-consuming and resource intensive. On the other hand, artificial Intelligence (AI) tools for data analysis and prediction have the capacity to analyze large volumes of data (e.g. geospatial data, environmental data, socioeconomic data) which helps effective decision-making.

This paper explores the potential of AI tools, powered by advanced algorithms and machine learning techniques, to improve landscape policy development and evaluation based on recent research examples The cases include optimization algorithms for multi-objective problems, such as exploring ecosystem services trade-offs; k-means clustering to define and classify ecosystem services bundles, virtual reality applications for participatory planning, and maximum entropy models for suitability analysis and potential distribution of species.

In terms of landscape planning and management, we have concluded that AI tools provide assistance in the following subjects: (i) data analysis and pattern recognition, (ii) predictive modeling, (iii) optimization for land use and conservation, (iv) assessment of ecosystem services, (v) ecosystem monitoring and management, (vi) participatory planning and community engagement. Nevertheless, there are still concerns and skepticism towards accuracy of current AI tools, specifically regarding the quality of data, pre-definition of parameters and/or variables, and biased decisions due to lack of standardization of planning process. Furthermore, although interest in the contribution of AI for data-driven decision making has been growing steadily within the spatial planning and landscape management field globally, research and practical applications in Turkey is rather limited. In conclusion, we argue that to ensure effectiveness and accuracy of AI systems in landscape decision making, further research and knowledge-sharing are needed since AI offers a powerful potential for analyzing vast amounts of data and aiding complex decisions within the global environment faced with complex issues.

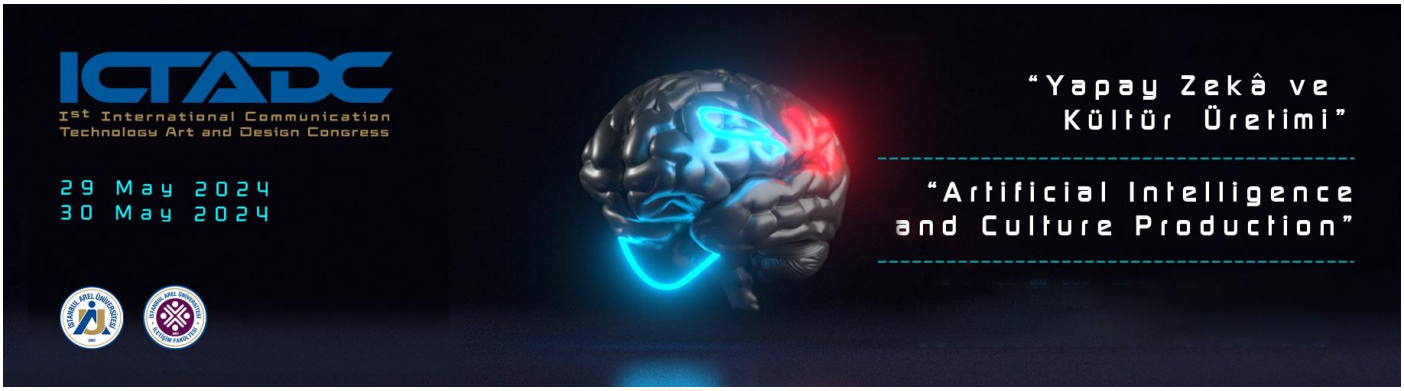
Keywords: *Landscape policy, landscape planning, optimization, clustering, distribution modeling.*

[1] *Assoc. Prof. Dr., Ankara University, Faculty of Agriculture, Department of Landscape Architecture, isil.cakci@agri.ankara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2659-4965.*

[2] *Assoc. Prof. Dr., Süleyman Demirel University, Faculty of Architecture, Department of Landscape Architecture, Department of Landscape Techniques, omerorucu@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2162-7553.*

[3] *Asist. Prof. Dr., Süleyman Demirel University, ORCID: 0000-0001-7175-2785.*

[4] *Assoc. Prof. Dr., Süleyman Demirel University, Faculty of Architecture, Department of Landscape Architecture, sedaarslan@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1592-5180.*



İÇ MİMARİ TASARIM ÖRÜNTÜSÜNDE YAPAY ZEKÂNIN ÖNEMİ

İldem AYTAR SEVER[1]- Atilla SÖĞÜT[2]

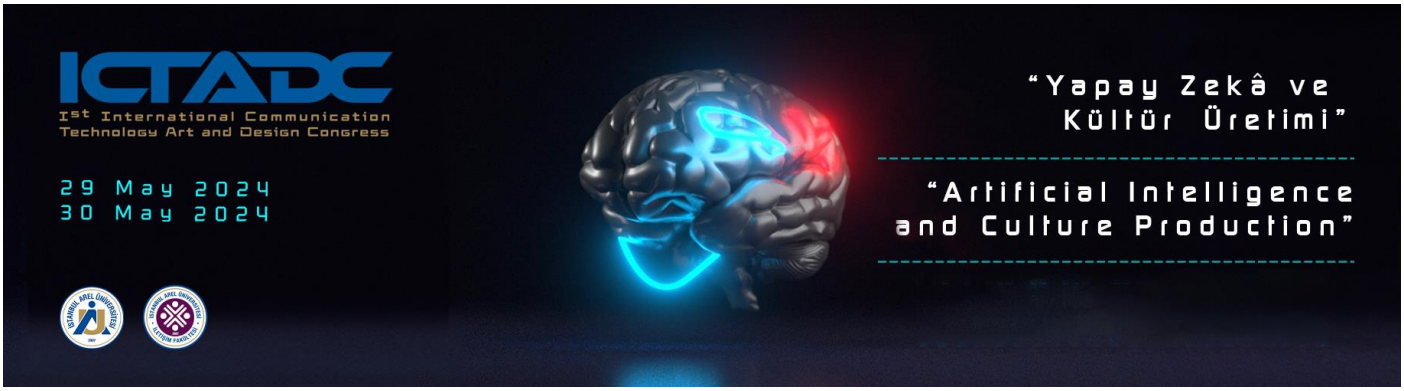
ÖZ

Geleneksel iç mimari tasarımı, estetik tercihler ve işlevsellik üzerine odaklanırken, yapay zekâ (AI) giderek daha fazla bu alana entegre edilmekte ve tasarım sürecini dönüştürmektedir. Yapay zekâ, büyük veri analizi ve örüntü tanıma gibi tekniklerle, mekanların optimize edilmesi ve kullanıcı deneyiminin artırılması için önemli bir araç haline gelmiştir. Yapay zekâ, iç mimari tasarımında çeşitli alanlarda kullanılmaktadır. Bu alanlar arasında mekân analizi, mobilya yerleşimi, renk ve malzeme seçimi, enerji verimliliği optimizasyonu ve hatta kişiselleştirilmiş kullanıcı deneyimi bulunmaktadır. Yapay zekâ, tasarım sürecini hızlandırırken, daha akıllı ve verimli kararlar alınmasına olanak tanımaktadır. Bununla birlikte, yapay zekânın iç mimari tasarımındaki rolü sadece teknik değil, aynı zamanda yaratıcı bir şekilde de ele alınmalıdır. Tasarımcılar, yapay zekânın sunduğu verileri ve analizleri kullanarak daha yenilikçi ve özgün tasarımlar ortaya çıkarabilirler. Ayrıca, yapay zekâ ile insan zekâsının birleşimi, tasarım sürecinde daha etkili bir iş birliği ve iletişim sağlayabilir.

Bildiri kapsamında, yapay zekâ ve iç mimari tasarımı arasındaki ilişki ele alınarak geleceğin tasarım dünyasını şekillendirecek önemli bir etken haline geleceğinin önemi vurgulanacaktır. Bu teknolojik gelişmeler, daha akıllı, sürdürülebilir ve kullanıcı odaklı mekânlar yaratma yolunda tasarımcılara yeni olanaklar sunarken, iç mekân tasarımına etkileri ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Mekân örüntüsü, tasarım, yapay zekâ.*

[1] *Doç. Dr., Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, ildem.aytar@msgsu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2492-9845.*
[2] *Dr. Öğr. Üyesi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, atilla.sogut@msgsu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3955-6033.*



THE IMPORTANCE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN INTERIOR DESIGN PATTERN

İldem AYTAR SEVER[1]- Atilla SÖĞÜT[2]

ABSTRACT

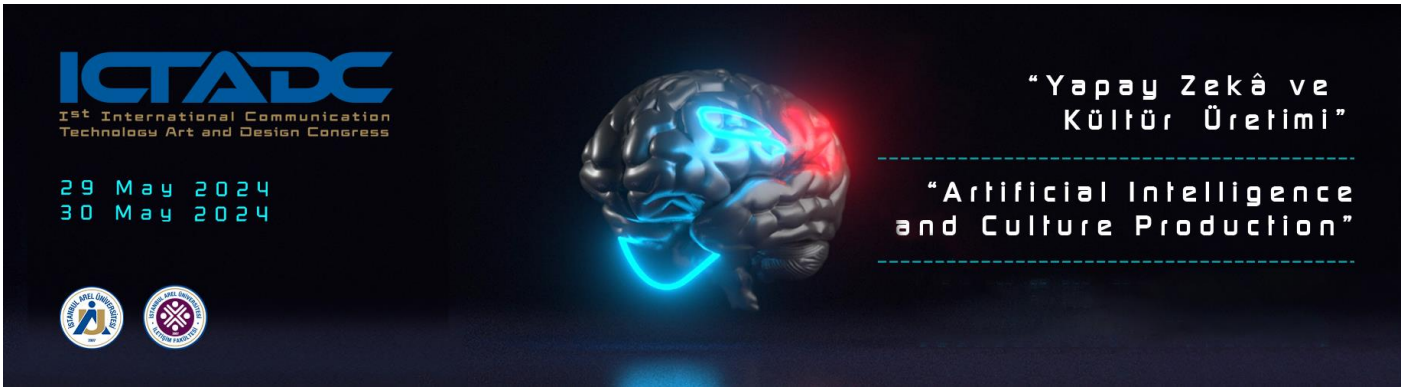
While traditional interior design focuses on aesthetic preferences and functionality, artificial intelligence (AI) is increasingly being integrated into this field and transforming the design process. With techniques such as big data analysis and pattern recognition, AI has become an important tool for optimizing spaces and enhancing the user experience. Artificial intelligence is used in various areas of interior design. These include space analysis, furniture placement, color and material selection, energy efficiency optimization and even personalized user experience. AI speeds up the design process and enables smarter and more efficient decisions to be made. However, the role of AI in interior design should not only be technical, but also creative. Designers can come up with more innovative and original designs by using the data and analysis offered by AI. Furthermore, the combination of AI and human intelligence can enable more effective collaboration and communication in the design process.

Within the scope of the paper, the relationship between artificial intelligence and interior design will be discussed and the importance of artificial intelligence will be emphasized that it will become an important factor that will shape the design world of the future. While these technological developments offer new possibilities for designers to create smarter, sustainable and user-oriented spaces, their impact on interior design will be discussed.

Keywords: *Space pattern, design, artificial intelligence.*

[1] *Assoc. Prof. Dr., Mimar Sinan Fine Arts University, Faculty of Architecture, Department of Interior Architecture, ildem.aytar@msgsu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2492-9845.*

[2] *Assist. Prof. Dr., Mimar Sinan Fine Arts University, Faculty of Architecture, Department of Interior Architecture, atilla.sogut@msgsu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3955-6033.*



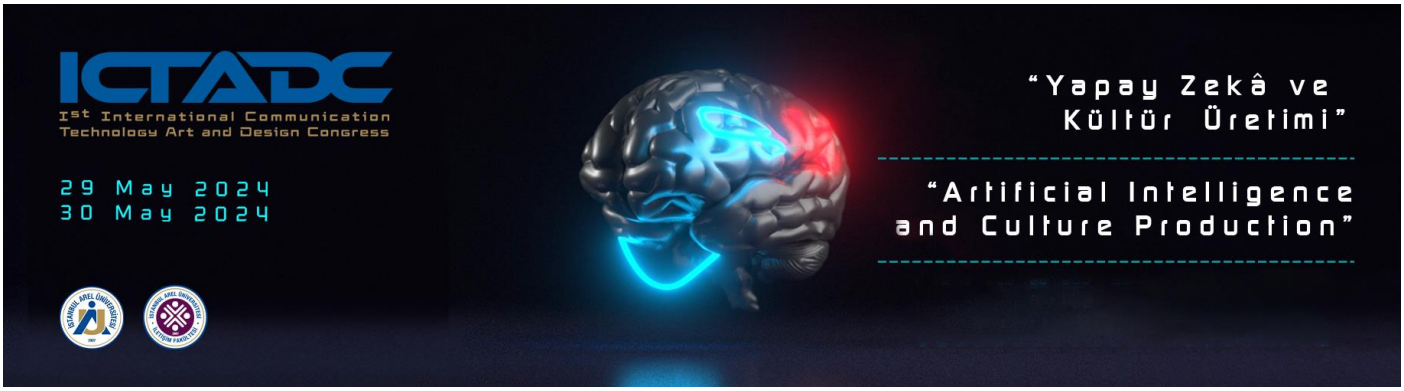
PEYZAJ MİMARLIĞINDA SOSYAL MEDYA VERİLERİNİN YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ İRDELENMESİ

Ecem HOŞGÖR[1]- E. Seda ARSLAN[2] - Ömer K. ÖRÜCÜ[3]- Işıl KAYMAZ[4]

ÖZ

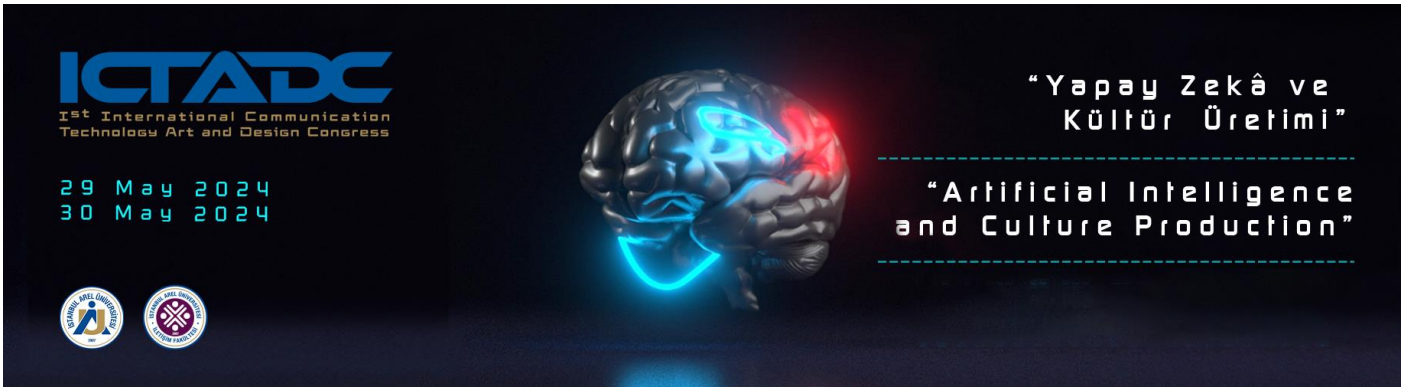
Günümüzde, sosyal medya platformlarında bireylerin yaşadıkları ve deneyimledikleri mekânlar hakkında geniş çapta veri üretilmekte ve paylaşılmaktadır. Bu veriler insan davranışlarını, tercihlerini ve algılarını yansıtan bilgiler içerebilmektedir. Yapay zekâ (YZ) teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte, bu büyük veri havuzlarını analiz etmek ve değerlendirmek için yeni olanaklar da beraberinde ortaya çıkmaktadır. Peyzaj mimarlığı disiplini kapsamında sosyal medyada kullanıcılar tarafından gönüllü olarak yüklenen ve paylaşılan veriler mekân tercihleri, davranış biçimleri, estetik algı gibi tasarıma ve planlamaya yön gösterici nitelikte değerlendirilebilmektedir. Geleneksel yöntemlerde söz konusu bu tip veriler genellikle anketler ve gözlemler yoluyla elde edilmektedir. Ancak verinin bu şekilde toplanması, daha sonrasında sınıflandırılması ve analiz edilmesi gerek zaman gerek maliyet açısından araştırmacılara büyük bir yük getirmektedir. Sosyal medya verilerinin coğrafi konum ile paylaşılabiliyor olması, verilerin mekânsal olarak ifade edilmesi ve haritalanmasına da fırsat vermektedir. Bu şekliyle veri, mekânsal nitelikteki diğer veriler ile beraber değerlendirilebilmekte ve sosyo-ekolojik süreçlerin daha kolay ve açık irdelenebilmesine olanak tanımaktadır. Sosyal medyada paylaşılan koordinatlı fotoğrafların yanı sıra kullanılan etiketler ve yapılan yorumlar gibi sözel veriler de yapılabilecek analizlerin kapsamını genişletmektedir. Bu bildiride peyzaj mimarlarının sosyal medya verilerinden nasıl yararlanabileceği ve yapay zekâ tekniklerinin bu verileri nasıl işleyebileceği irdelenmiştir. Coğrafi bilgi kaynağı olarak özellikle Flickr platformunun birey davranışları ve peyzaj algıları konusunda en sık kullanılan veri kaynağı olduğu görülmektedir. Flickr'ın Python tabanlı Uygulama Programlama Arayüzü (API) imkanını ücretsiz olarak sunması, veri ve metaverinin elde edilmesinde araştırmacılara kolaylık sağlamaktadır. Literatür incelendiğinde Instagram, Facebook ve Twitter platformlarına ait verilerinin kullanımına dayalı araştırmalar nicel olarak daha kısıtlı sayıdadır. Öte yandan bu platformlarda paylaşılan gönüllü kullanıcı verisinin içerik analizleri görsel peyzaj değerlendirmede, yine YZ destekli araçlar yardımıyla gerçekleştirilebilmektedir. Google Cloud Vision API kullanımı bu alanda literatürde yer alan çalışmalarda sıklıkla kullanılmaktadır. Makine öğrenmesi teknolojilerini kullanarak görsellerden bilgi çıkarmaya yardımcı olan bu tip araçlar görsellere ilişkin etiketleme ve özgün odak tanımlama gibi işlevleri görsellerden anlamlı

[1] *Dr., Ankara Üniversitesi, ecembhosgor@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7175-2785.*
[2] *Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Peyzaj Teknikleri Anabilim Dalı, sedaarslan@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1592-5180.*
[3] *Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, omerorucu@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2162-7553.*
[4] *Doç. Dr., Ankara Üniversitesi, isil.cakci@agri.ankara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2659-4965.*



,bilgi edinmeyi kolaylaştırmaktadır. Sonuç olarak sosyal medya verilerinin peyzaj mimarlığı çalışmalarında YZ destekli kullanımının özellikle kullanıcı algısı, tercihleri ve görsel peyzaj değerlendirmesi konularında öne çıktığı görülmüştür. Bununla birlikte gönüllü kullanıcı verilerinin ve meta verilerinin doğruluğu, veri analizinde karşılaşılabilecek sorunlar ve etik konular bildirinin sonuç bölümünde irdelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Sosyal medya, makine öğrenmesi, görsel peyzaj analizi, peyzaj tercihleri, peyzaj algısı*.



ARTIFICIAL INTELLIGENCE SUPPORTED ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA DATA IN LANDSCAPE ARCHITECTURE

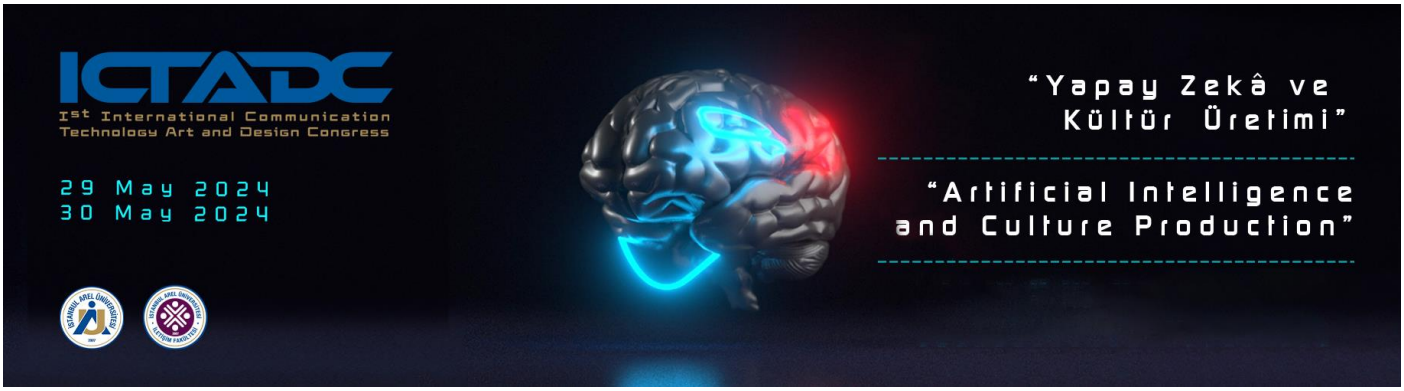
Ecem HOŞGÖR[1]- E. Seda ARSLAN[2] - Ömer K. ÖRÜCÜ[3]- Işıl KAYMAZ[4]

ABSTRACT

Today, social media platforms generate and share a wide range of data about the places where individuals live and experience. This data may contain information that reflects human behavior, preferences and perceptions. With the development of artificial intelligence (AI) technologies, new possibilities for analyzing and evaluating these large data are emerging. Within the scope of landscape architecture discipline, data voluntarily uploaded and shared by users on social media can be evaluated in terms of spatial preferences, behavioral patterns, and aesthetic perception to guide design and planning. In traditional methods, such data are usually obtained through questionnaires and observations. However, collecting, classifying and analyzing data in this way is a great burden on researchers in terms of both time and cost. The fact that social media data can be shared with geographical location also gives the opportunity to express and map the data spatially. In this way, the data can be evaluated together with other spatial data, allowing socio-ecological processes to be analyzed more easily. In addition to geo-located photographs shared on social media, verbal data such as hashtags and comments also expand the scope of analysis. In this paper, how landscape architects can benefit from social media data and how artificial intelligence techniques can process these data have been discussed. As a geographic information source, Flickr platform is the most frequently used data platform for individual behaviors and landscape perceptions. The fact that Flickr offers a free Python-based Application Programming Interface (API) makes it easy for researchers to obtain data and metadata. When the literature is examined, studies based on the use of data from Instagram, Facebook and Twitter platforms are quantitatively more limited. Furthermore, content analysis of voluntary user data shared on these platforms can also be carried out with the help of AI-supported tools in visual landscape assessment. The use of Google Cloud Vision API has been frequently used in recent research. Such tools, which help to extract information from images using machine learning technologies, make it easier to obtain meaningful information from images with functions such as labeling and landmark identification. As a result, it has been observed that the use of AI-supported social media data in landscape architecture studies is particularly prominent in the fields of user perception, preferences and visual landscape assessment. Additionally, the accuracy of volunteered user data and metadata, problems that may be encountered in data analysis and ethical issues have also been discussed in the conclusion section of the paper.

Keywords: *Social media, machine learning, visual landscape assessment, landscape preferences, landscape perception.*

[1] *Dr., Ankara University, ecembhosgor@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7175-2785.*
[2] *Assoc. Prof. Dr., Süleyman Demirel University, Faculty of Architecture, Department of Landscape Architecture, Department of Landscape Techniques, sedaarslan@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1592-5180.*
[3] *Assoc. Prof. Dr., Süleyman Demirel University, omerorucu@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2162-7553.*
[4] *Assoc. Prof. Dr., Ankara University, Ziraat Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü/ isil.cakci@agri.ankara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2659-4965.*



İSTANBUL İLİ ÇEVRE KİRLİLİĞİ YÖNETİMİNİN UYGUN BACA TASARIMI İLE DESTEKLENEBİLİRLİLİĞİ

Ahmet KARAHAN[1]- Figen BALO[2]

ÖZ

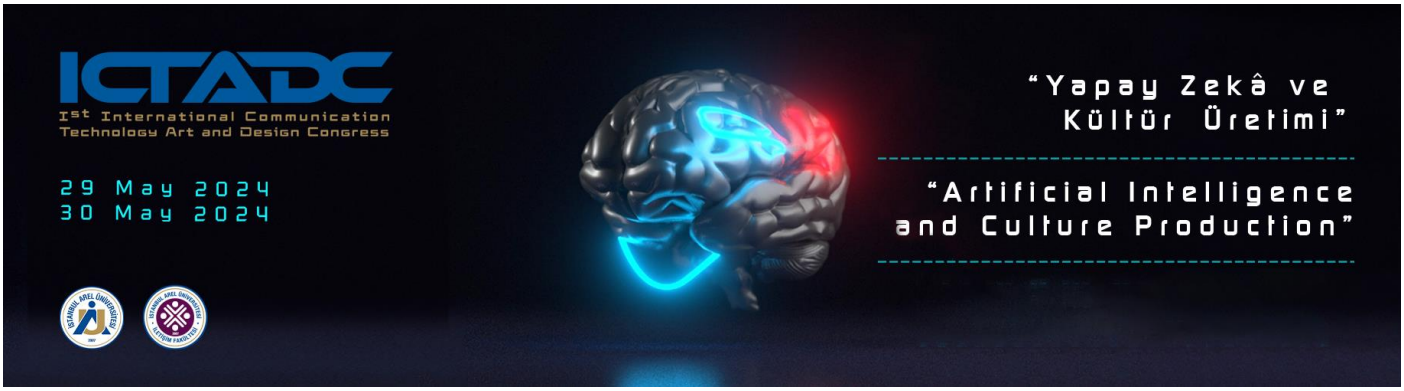
Fosil yakıtlar ve ilgili teknolojiler, toplumların yaşam kalitesini iyileştirmek ve endüstriyel sektörleri geliştirmek için değerli hizmetler sağlamıştır. Bu kaynakların ülkelerin ekonomik ve politik gelişiminde önemli bir rol oynamasına rağmen bazı önemli kusurlar bizi bunların kullanımını sınırlamaya zorlamıştır Günümüzde fosil yakıtların aşırı kullanımının neden olduğu başlıca sorunlar sera gazı emisyon seviyelerindeki artış ve küresel ısınmadır. Bilimsel raporlara göre atmosferdeki karbondioksit (CO2) içeriği 400 ppm'e kadar çıktı, dolayısıyla 1880 ile 2012 yılları arasında küresel yüzey sıcaklığı yaklaşık 0,85 °C artış yaşadı. Ayrıca CO2 içeriği 450 ppm'e ulaştığında söz konusu sıcaklık yaklaşık 2 °C artacaktır. Bu nedenle potansiyel felaketlerden kaçınmak için CO2 emisyonlarını 2050 yılına kadar %70 oranında azaltmak önemlidir. Bu nedenle yapısal modifikasyonlar sürdürülebilir kullanım ve çevre dostu programlar açısından hayati öneme sahiptir.

Bu çalışmada, Kesa Aladin paket programı kullanılarak 125 000 kcal/h lik bir doğalgaz yakıtlı kazana sahip İstanbul'da bir iş merkezi için dairesel kesitli baca tasarımı yapılmıştır. Baca tipi için, baca malzemesi olarak, paslanmaz çelik, şamot form taşları, içi vernikli seramik ve asbest beton kullanılmıştır. Yalıtım malzemesi olarak taşyünü kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda baca çapı diyagram değişimleri ve buna bağlı olarak değişen analiz parametreleri simülasyon programı ile değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Çevre kirliliği, baca tasarımı, enerji verimliliği, kesaaladin simülasyonu, kazan.*

[1] *Öğr. Gör., Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Yeşilyurt Meslek Yüksekokulu, Elektronik ve Otomasyon Bölümü, İnsansız Hava Aracı Teknolojisi ve Operatörlüğü Pr., ahmet.karahan@ozal.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3954-8685.*

[2] *Prof. Dr., Fırat Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Metalurji ve Malzeme Mühendisliği Bölümü, Üretim Metalurjisi Anabilim Dalı, fbalo@firat.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5886-730.*



SUPPORTABILITY OF ENVIRONMENTAL POLLUTION MANAGEMENT IN ISTANBUL PROVINCE WITH SUITABLE CHIMNEY DESIGN

Ahmet KARAHAN[1]- Figen BALO[2]

ABSTRACT

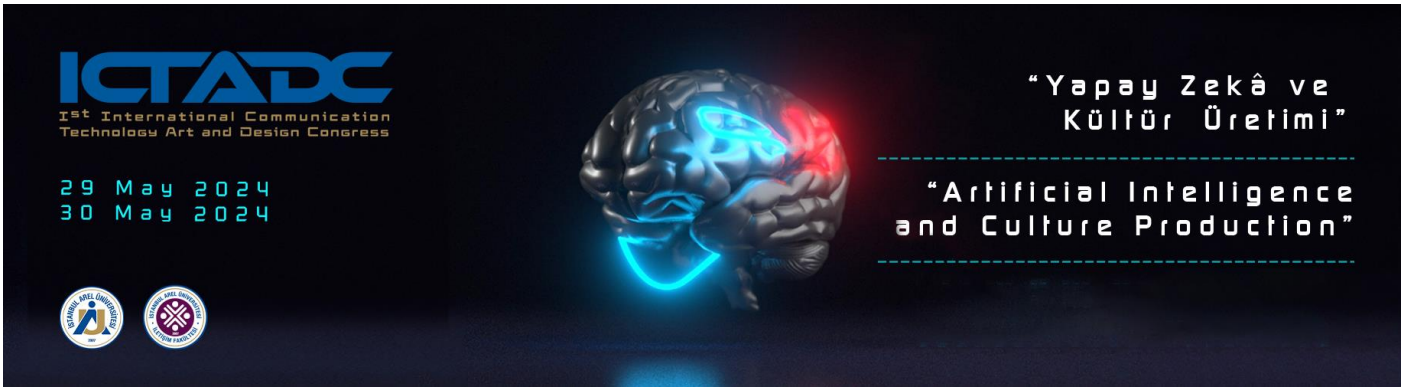
Fossil fuels and related technologies have provided valuable services to improve the quality of life of societies and develop industrial sectors. Although these resources play an important role in the economic and political development of countries, some important flaws have forced us to limit their use. Today, the main problems caused by the excessive use of fossil fuels are the increase in greenhouse gas emission levels and global warming. According to scientific reports, the carbon dioxide (CO2) content in the atmosphere was up to 400 ppm, so the global surface temperature increased by about 0.85 °C between 1880 and 2012. Moreover, when the CO2 content reaches 450 ppm, the temperature in question will increase by approximately 2 °C. Therefore, it is important to reduce CO2 emissions by 70% by 2050 to avoid potential disasters. Therefore, structural modifications are vital for sustainable use and environmentally friendly programs.

In this study, a circular cross-section chimney was designed for a business center in Istanbul with a 125 000 kcal/h natural gas-fired boiler using the Kesa Aladin package program. For the chimney type, stainless steel, chamotte shaped stones, varnished ceramics and asbestos concrete were used as chimney materials. Rockwool was used as insulation material. As a result of the analyses, the flue diameter diagram changes and the analysis parameters that changed accordingly were evaluated with the simulation program.

Keywords: *Environmental pollution, chimney design, energy efficiency, kesaaladin simulation, boiler.*

[1] *Lecturer. Assist., Malatya Turgut Özal University, Yeşilyurt Vocational School, Department of Electronics and Automation, Unmanned Aerial Vehicle Technology and Operatorship Pr., ahmet.karahan@ozal.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3954-8685.*

[2] *Prof. Dr., Fırat University, Faculty of Engineering, Department of Metallurgical and Materials Engineering, Department of Production Metallurgy, fbalo@firat.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5886-730.*



YAPAY ZEKÂ VE PEYZAJ MİMARLIĞI: GELECEĞİN ESTETİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR DOKUSU

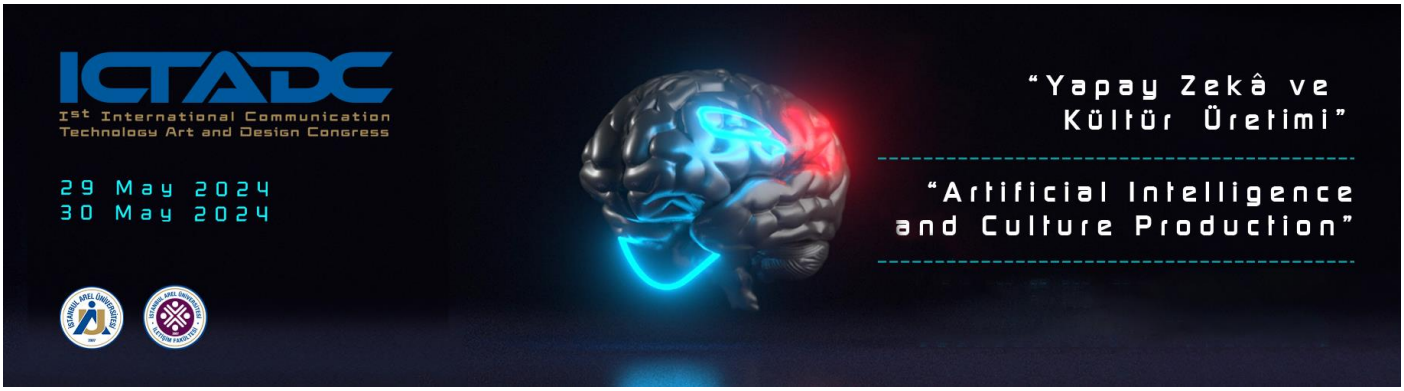
Muratcan KAYAN[1]

ÖZ

Peyzaj mimarlığı, insanın doğayla etkileşimini düzenleyen, çevresel kaliteyi artırmayı ve yaşam alanlarını estetik bir şekilde düzenlemeyi amaçlayan bir sanat ve bilim alanıdır. Geleneksel yöntemlerin yanı sıra, teknolojinin hızla ilerlemesi, peyzaj tasarımında yapay zekâ gibi yenilikçi teknolojilerin etkisini giderek artırmaktadır. Bu çalışmada, yapay zekânın peyzaj mimarlığı alanında sağladığı dönüşümü ve gelecekteki potansiyelini ele alarak, konuya detaylı bir şekilde değinilecektir. Peyzaj tasarımında yapay zekânın rolü, özellikle tasarım süreçlerinde getirdiği yenilikler açısından incelenmelidir. Yapay zekâ algoritmaları, büyük veri setleri üzerinde çalışarak peyzaj tasarımcılarına daha kapsamlı ve veri odaklı bir temel sunar. Bu, tasarım sürecinin hızlanmasına katkı sağlarken aynı zamanda daha bilinçli ve bilgiye dayalı kararlar alınmasına olanak tanır. Yapay zekâ destekli sistemler, karmaşık veri analizi ve öngörücü modeller aracılığıyla tasarımcılara daha fazla rehberlik sağlayarak yaratıcılığı teşvik eder ve daha iyi sonuçlar elde edilmesine yardımcı olur. Yapay zekâ peyzaj tasarımında sadece hız ve etkililik sağlamakla kalmaz, aynı zamanda sürdürülebilirlik ve çevresel duyarlılık gibi önemli konuları da ele alır. Doğal kaynakların daha verimli kullanılmasını sağlar ve çevresel etkinin en aza indirilmesine katkıda bulunur. Bu da gelecek nesiller için daha sağlıklı ve sürdürülebilir bir çevre oluşturmayı hedefleyen peyzaj projelerinin geliştirilmesine olanak tanır. Ancak yapay zekâ teknolojisinin peyzaj mimarlığına entegrasyonu beraberinde bazı zorlukları da getirir. Bu teknolojinin etkin bir şekilde kullanılabilmesi için tasarımcılar arasında farkındalık ve eğitim çabalarının artırılması gerekmektedir. Yapay zekâ destekli peyzaj tasarımının daha yaygın bir şekilde benimsenmesi, sektördeki gelecekteki yönelimleri şekillendirme potansiyeline sahiptir. Bu nedenle, yapay zekâ teknolojisinin peyzaj mimarlığındaki kullanımının teşvik edilmesi ve yaygınlaştırılması büyük önem taşımaktadır. Sonuç olarak, yapay zekâ kullanımının peyzaj mimarlığı alanındaki etkisi giderek artmaktadır ve bu teknoloji, sektördeki gelecekteki gelişmeleri belirleyen önemli bir faktör olmaya devam edecektir. Tasarımcılara daha yaratıcı, verimli ve çevresel açıdan duyarlı projeler geliştirme imkânı sunarak, yapay zekâ, peyzaj mimarlığının geleceğini şekillendirmede kilit bir rol oynayacaktır. Bu nedenle, yapay zekâ teknolojisinin peyzaj tasarımında daha geniş bir şekilde benimsenmesi için çaba sarf edilmelidir.

Anahtar Kelimeler: *Peyzaj mimarlığı, tasarım, yapay zekâ.*

[1] *Süleyman Demirel Üniversitesi, kayanmuratcan@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3990-1370.*



YAPAY ZEKÂ VE MAKİNE ÖĞRENMESİ YÖNTEMLERİNİN PEYZAJ MİMARLIĞINDA KULLANIMI

İlksen ÇELİKOĞLU[1]- Ömer K. Örücü[2]

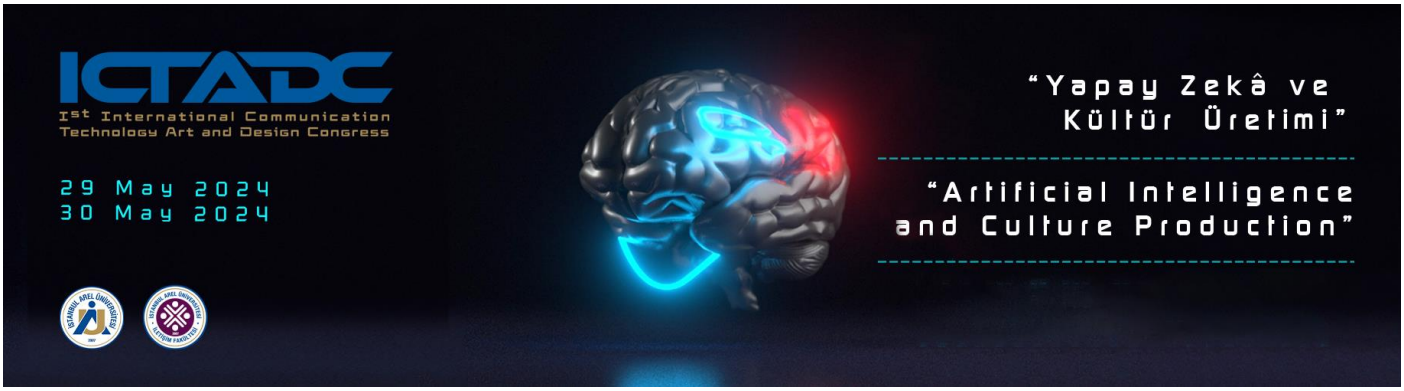
ÖZ

Bilgisayar sistemlerinin, zekâyı taklit ederek çalışmasını sağlayan alan yapay zekâdır. Yapay zekâ özellikle karşılaşılan sorunların çözümünde sıkça tercih edilmektedir. Makine öğrenmesi ise yapay zekâ tekniklerinden birisidir ve yapay zekânın alt kümesinde yer almaktadır. Yapay zekâ sistemlerinin, verilerden öğrenmesi ve deneyim kazanması makine öğrenmesi olarak tanımlanmaktadır. Büyük verileri işlerken ve karışık sorunları çözerken yapay zekânın alt kümesi olan makine öğrenmesi sıklıkla tercih edilmektedir. Peyzaj mimarlığı meslek disiplininde yapay zekâ ve makine öğrenmesi, tasarım-planlama sürecinde sürdürülebilir ve işlevsel alanlar oluşturmanın yanı sıra farklı uygulamalarda da kullanılmaktadır. Yer seçimi ve zemin analizi, iklim değişikliği, su yöntemi, veri analizi ve model oluşturma, habitat tercihi modellemesi, dağılım tahmini ve haritalama ve zararlı türlerin kontrolü gibi pek çok çalışma konularında yapay zekânın alt dalı olan makine öğrenmesi kullanılmaktadır. İklim değişiminin negatif etkilerini azaltmak için türlerin olası gelecek dağılışlarının doğru modellenmesinin önemi zamanla artmakta ve bu çalışmalarda da yapay zekâ kullanılmaktadır. İklim değişikliğinden habitatlar ve insanlar olumsuz olarak etkilenmektedir. Türkiye, alana özgü türleri ve nesli tükenmekte olan bitki türlerinin barındırması sebebiyle önem taşımaktadır. Ekolojik çeşitlilik bakımından zengin olan ülkemiz Akdeniz Havzası'ndaki diğer ülkeler gibi iklim değişiminden yüksek ölçüde etkilenmesi beklenmektedir. Risk altında olan türlerin dağılış alanları olan habitatların geri kazanılmasında, çevre etkeninin ve iklim değişimlerinin habitat ve tür kapsamındaki etkilerinin tahmin edilmesinde tür dağılım modelleri (SDM) kullanılmaktadır. Tür dağılım modellerinde; verilerin toplanmasında, analiz süreçlerinde ve modellerinin çıktılarının oluşturulmasında yapay zekâ algoritmaları-makine öğrenmesi kullanılmaktadır. Bu çalışma ile yapay zekâ ve onun alt kümesi olan makine öğrenmesinin peyzaj mimarlığı disiplini içindeki çeşitli uygulamalarını kapsamlı bir şekilde incelenmektedir. Aynı zamanda, evrensel bir sorun olan küresel iklim değişikliğine karşı geliştirilen uygun koruma stratejilerinin belirlenmesinde önemli rol oynayan tür dağılım modellemesinin yapay zekâ ile olan bağlantısı avantaj ve dezavantaj bağlamında ele alınmaktadır. Bu çalışma; iklim değişikliğiyle mücadelede yapay zekâ teknolojilerinin potansiyel katkılarını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, makine öğrenmesi, tür dağılım modelleme, peyzaj mimarlığı.*

---

[1] *Lisansüstü Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, ilksencelikoglu@gmail.com, ORCID: 0009-0001-3110-7201.*
[2] *Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Peyzaj Teknikleri Anabilim Dalı, omerorucu@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2162-7553.*



USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND MACHINE LEARNING METHODS IN LANDSCAPE ARCHITECTURE

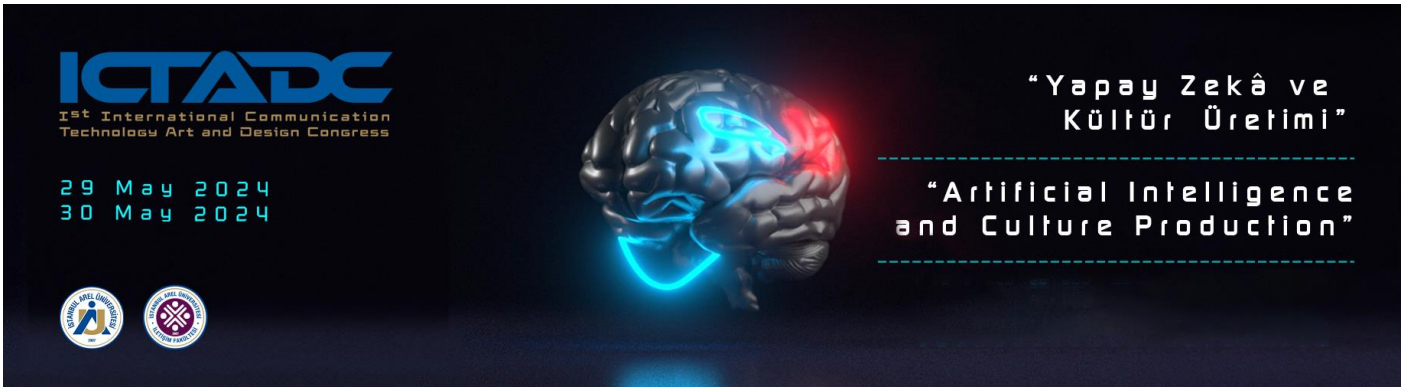
İlksen ÇELİKOĞLU[1]- Ömer K. Örücü[2]

ABSTRACT

Artificial intelligence is a field that enables computer systems to operate by mimicking intelligence. AI is frequently preferred for solving encountered problems. Machine learning, a subset of AI, is one of the techniques used in AI. Machine learning is defined as AI systems learning from data and gaining experience. When processing large data sets and solving complex problems, machine learning, a subset of AI, is often preferred. In the discipline of landscape architecture, AI and machine learning are used not only to create sustainable and functional spaces in the design and planning process but also in various other applications. Machine learning, a subset of AI, is employed in many areas such as site selection and soil analysis, climate change, water management, data analysis and modeling, habitat preference modeling, distribution prediction and mapping, and control of invasive species. The importance of accurately modeling the potential future distributions of species to mitigate the negative impacts of climate change is increasing over time, and AI is used in these studies as well. Both habitats and humans are negatively affected by climate change. Turkey is significant because it hosts endemic species and endangered plant species. Our country, which is rich in ecological diversity, is expected to be highly affected by climate change, similar to other countries in the Mediterranean Basin. Species distribution models (SDM) are used to predict the effects of environmental factors and climate changes on habitats and species, as well as to restore habitats that are the distribution areas of endangered species. In species distribution models, AI algorithms and machine learning are used in data collection, analysis processes, and the generation of model outputs. This study comprehensively examines the various applications of AI and its subset, machine learning, within the discipline of landscape architecture. Additionally, it addresses the connection between species distribution modeling, which plays an important role in developing appropriate conservation strategies against the global issue of climate change, and AI, in terms of its advantages and disadvantages. This study aims to reveal the potential contributions of AI technologies in combating climate change.

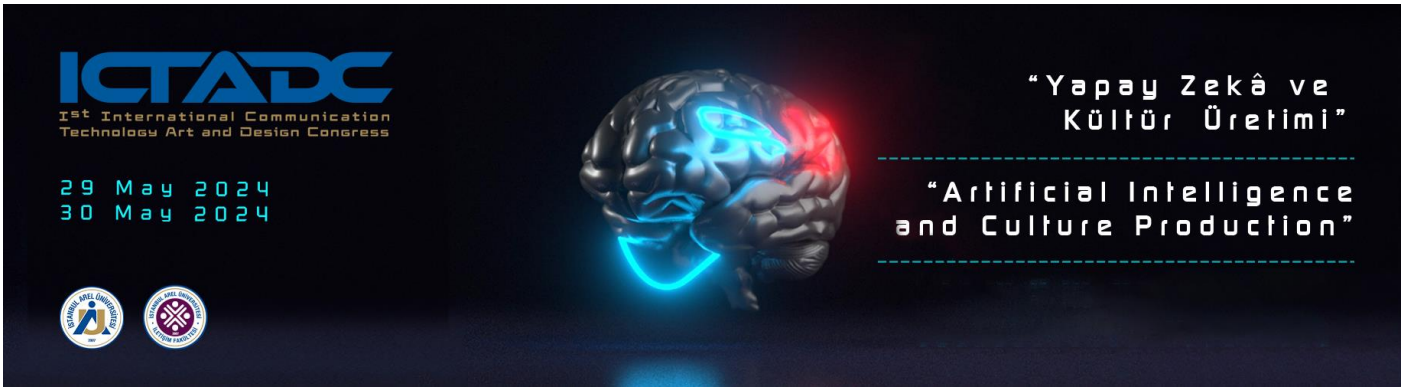
Keywords: *Artificial intelligence, machine learning, species distribution modeling, landscape architecture.*

[1] *Graduate Student, Süleyman Demirel University, ilksencelikoglu@gmail.com, ORCID: 0009-0001-3110-7201.*
[2] *Assoc. Prof. Dr., Süleyman Demirel University, Faculty of Architecture, Department of Landscape Architecture, Department of Landscape Techniques, omerorucu@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2162-7553.*



"YAPAY ZEKÂ VE YENİ MEDYA: İLETİŞİM, TASARIM VE SANATTA DİJİTAL YARATICILIK"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND NEW MEDIA: DIGITAL CREATIVITY IN COMMUNICATION, DESIGN, AND ART"



YAPAY ZEKÂ İLE OLUŞTURULAN KARAKTER TASARIMLARINDA DEVAMLILIK SORUNU

Mesut TANRIKULU[1]

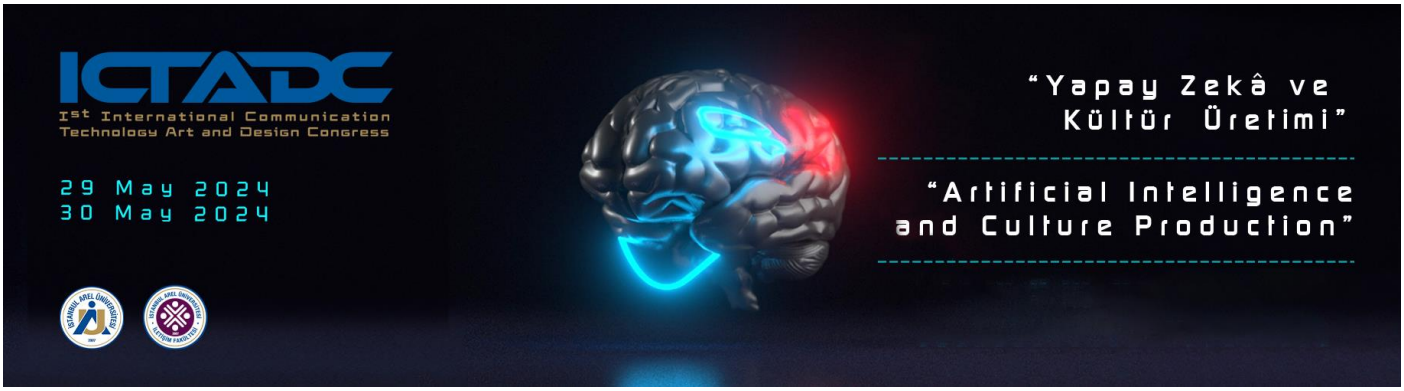
ÖZ

Yapay zekâ (YZ), birçok alanı olumlu ya da olumsuz etkilemesinin yanında, özellikle sanat ve tasarım alanlarında yaratıcılığı destekleyen bir araç olarak sanatçı ve tasarımcılara önemli bir ilham kaynağı olmuştur. Animasyonlar, dijital oyunlar, çizgi romanlar ve çocuk kitapları gibi karakter tasarımının oldukça önemli olduğu ve yaratıcılık gerektiren alanlarda da giderek daha fazla kullanılmaya başlanmıştır. YZ'nin bu alanlarda kullanımı bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Özellikle çocuk kitapları ve çizgi romanlar gibi öykü anlatımı odaklı ürünlerde YZ tarafından oluşturulan karakter tasarımlarında devamlılık sorunu belirgin ve önemli bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Öykü anlatımında karakter tasarımlarının devamlılığı izleyici veya okuyucuların karakterler arasında bağlantı kurabilmeleri için önemli bir faktördür. YZ tarafından oluşturulan karakter tasarımlarında devamlılık sorunu belirli bir karakterin farklı pozisyonlarda, farklı zamanlarda veya farklı mekânlarda tutarlı bir şekilde tasvir edilememesi durumunu ifade etmektedir. Araştırmada gerçekçi fotoğrafik karakterlerden çok çizim yoluyla oluşturulmuş karakterler üzerinde durulmuştur. Bu çalışmanın amacı, yapay zekâ tarafından oluşturulan karakter tasarımlarında sıkça karşılaşılan devamlılık sorununu incelemek ve çözüm önerileri sunmaktır. Araştırmanın kapsamı, yapay zekâ ürünü karakter tasarımlarının temel prensipleri üzerinde odaklanarak, devamlılık sorununun nedenlerini ve çözüm stratejilerini açıklamayı içermektedir. Kullanılan yöntem, nitel araştırma, literatür taraması ve mevcut yapay zekâ modellerinin analizine dayanmaktadır. Araştırma sonucunda ortaya konan bulgular, yapay zekâ uygulamaları tarafından oluşturulan ve çizim gerektiren karakter tasarımlarında devamlılık sorununun kaynaklarını ortaya koymakta ve bu sorunun çözümü için ortaya konan çeşitli durumların incelenmesini sağlamaktadır. Araştırma sonucu, karakter tasarımında devamlılık sorununu azaltmak için kullanılabilecek stratejilerin özetini sunmaktadır. Bu araştırma YZ ile ortaya konan karakter tasarımlarındaki devamlılık sorununu anlamak ve çözmek için bir kaynak oluşturmayı amaçlamaktadır. Önerilen çözüm stratejilerinin çizim gerektiren uygulamalarda karakter tasarımı süreçlerini iyileştirmek ve karakter tutarlılığını artırmak için önemli bir potansiyele sahip olduğu düşünülmektedir. Henüz bu alandaki çalışmaların kapsamlı bir şekilde yapılmadığı ve daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulması araştırmanın önemini ve sınırlılıklarını ortaya koymaktadır. Bu araştırmanın, yapay zekâ ile oluşturulan karakter tasarımlarının arasında tutarlılık sağlamak ve daha tutarlı karakterlerin oluşturulmasına katkıda bulunmak açısından alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Devamlılık, görsel dil, karakter tasarımı, öykü anlatımı, yapay zekâ.*

---

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Giresun Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Tasarım Bölümü, Grafik Tasarımı Pr., mesut.tanrikulu@giresun.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3025-9764.*



CONTINUITY PROBLEM IN CHARACTER DESIGNS CREATED WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE

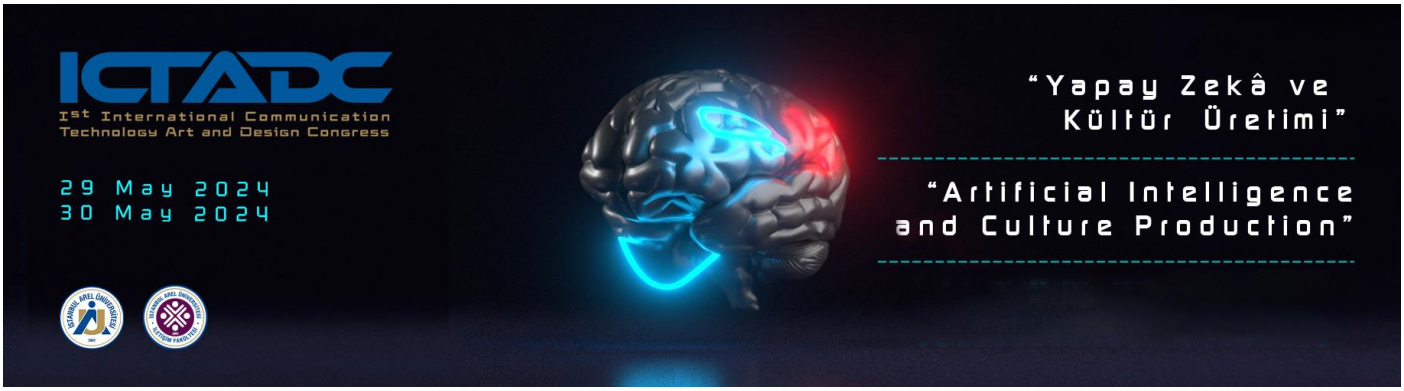
Mesut TANRIKULU[1]

ABSTRACT

Artificial intelligence (AI), besides affecting many fields positively or negatively, has been an important source of inspiration for artists and designers as a tool that supports creativity, especially in the fields of art and design. It has been increasingly used in areas such as animations, digital games, comics and children's books where character design is very important and requires creativity. The use of AI in these fields has brought along some problems. Especially in storytelling-oriented products such as children's books and comics, the problem of continuity in character designs created by AI appears as a significant and important problem. The continuity of character designs in storytelling is an important factor for the audience or readers to make connections between the characters. The problem of continuity in character designs created by AI refers to the inability to portray a particular character consistently in different positions, at different times or in different places. In this study, the focus is on characters created through drawing rather than realistic photographic characters. The aim of this study is to examine the continuity problem frequently encountered in character designs created by artificial intelligence and to offer solutions. The scope of the research includes explaining the causes of the continuity problem and solution strategies by focusing on the basic principles of AI character designs. The methodology used is based on qualitative research, literature review and analysis of existing AI models. The findings of the research reveal the sources of the continuity problem in character designs generated by artificial intelligence applications and requiring drawing and provide an examination of various situations that have been put forward to solve this problem. The research result provides a summary of strategies that can be used to reduce the continuity problem in character design. This research aims to provide a resource for understanding and solving the continuity problem in character designs created with AI. The proposed solution strategies are considered to have significant potential to improve character design processes and increase character consistency in applications that require drawing. The importance and limitations of this research are emphasized by the fact that the studies in this field have not yet been conducted comprehensively and more research is needed. This research is thought to contribute to the field in terms of ensuring consistency between character designs created with artificial intelligence and contributing to the creation of more consistent characters.

Keywords: *Continuity, visual language, character design, storytelling, artificial intelligence.*

[1] *Assist. Prof. Dr., Giresun University, Vocational School / Design Department, Graphic Design Pr., mesut.tanrikulu@giresun.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3025-9764.*



SOĞUK KAHVE KUTU AMBALAJI TASARIMLARINDA TİPOGRAFİ KULLANIMI: NESCAFE XPRESS VE OBSESSO

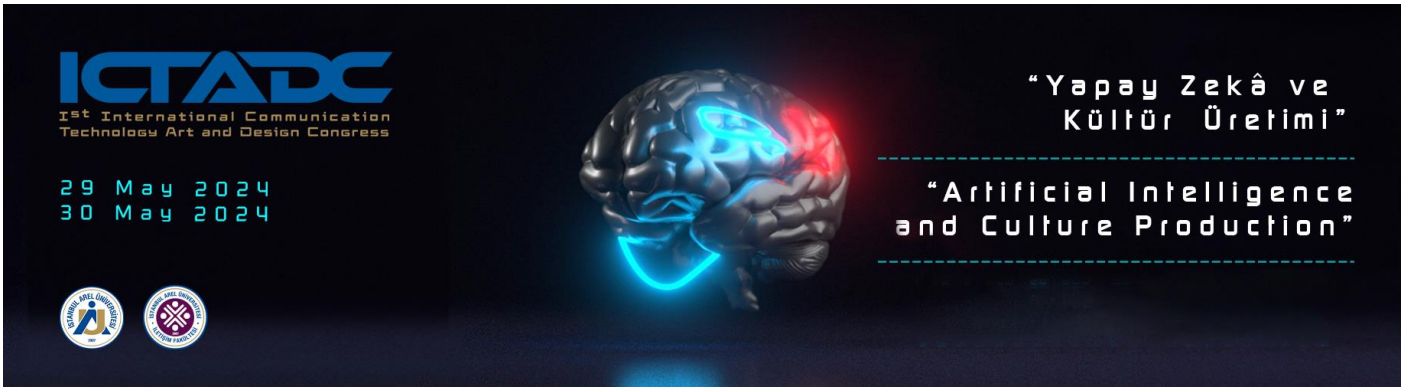
Gizem GÜLER[1]

ÖZ

Ağ toplumu, enformasyon toplumu veya hız toplumu olarak adlandırılan çağımızda bireylerin ağın yarattığı enformasyon hızı karşısında tepkilerinin zayıfladığı yıllardır tartışılmaktadır. Özellikle bu hale getirilmiş bir hedef kitlenin dikkatini çekmek, ürüne odaklanmasını ve incelemesini sağlamak oldukça zorludur. Bu noktada market raflarında konumlandırılan ambalaj tasarımlarının da tercih edilme ihtimali günden güne azalmaktadır. Ambalaj tasarımı, hedef kitleye ulaşmayı amaçlayan bir görsel iletişim aracıdır. Bu araç hedef kitlenin rafta yer alan çeşitli ürünler arasından satın alma davranışını yönlendirmeyi hedeflemektedir. Bu yönlendirme iki yoldan sağlanmaktadır. Bunlardan biri ambalaj formu diğeri ise ambalaj grafiğidir. Ancak soğuk kahve metal kutu ambalajlarında, birbirinden ayrışamayan standart metal kutular kullanılması nedeniyle ambalaj formundan yararlanılamamaktadır. Bu noktada hedef kitle üzerinde kalıcı bir etki sağlamak ve satın alma davranışını gerçekleştirmek için tek yol ambalaj grafiğinin başarıyla hayata geçirilmesidir. Bu çalışmada, Nescafe Xpress ve Dimes Obsesso markalarının soğuk kahve ambalaj tasarımları açısından birbirlerinden farklılıkları ve benzerlikleri özelinde tipografi tercihlerinin özgünleşme noktasında ambalaj tasarımına sunduğu alan incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: *Ambalaj tasarımı, tipografi, metal kutu.*

[1] *Arş. Gör., İstanbul Arel Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, gizemguler@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7777-1626.*



THE USE OF TYPOGRAPHY IN COLD COFFEE CAN PACKAGING DESIGNS: NESCAFE XPRESS AND OBSESSO

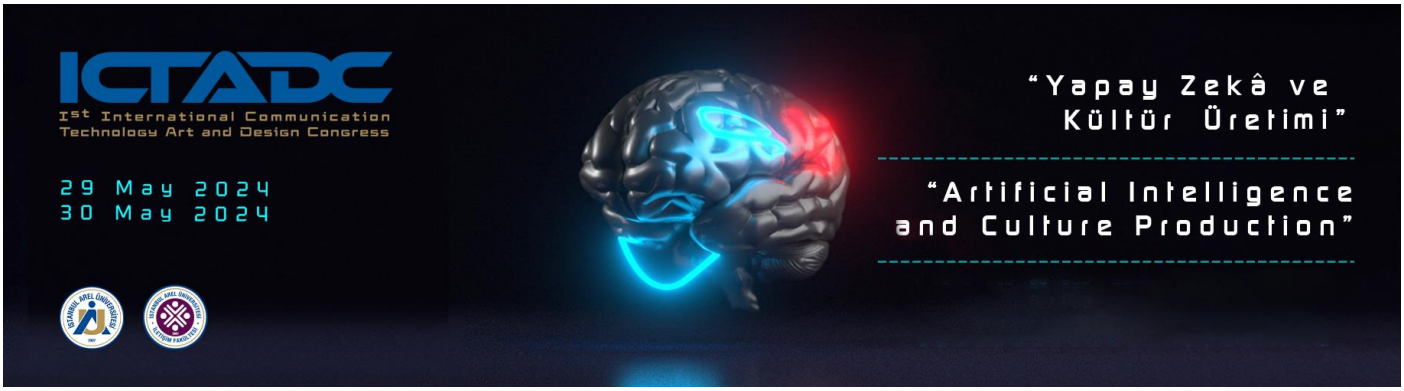
Gizem GÜLER[1]

ABSTRACT

It has been discussed for years that in our age, which is called the network society, information society or speed society, individuals' reactions to the speed of information created by the network are weakened. In particular, it is quite challenging to attract the attention of a target audience that has been rendered this way and to ensure that they focus on and examine the product. At this point, the likelihood that the packaging designs positioned on the market shelves will be preferred is decreasing day by day. Packaging design is a visual communication tool that aims to reach the target audience. This tool aims to direct the purchasing behavior of the target audience among the various products on the shelf. This guidance is provided in two ways. One of these is the packaging form and the other is the packaging graphic. However, in cold coffee metal can packaging, the packaging form cannot be utilized due to the use of standard metal cans that cannot be separated from each other. At this point, the only way to ensure a lasting effect on the target audience and to realize the purchasing behavior is to successfully implement the packaging graphic. In this study, the differences and similarities of Nescafe Xpress and Dimes Obsesso brands in terms of cold coffee packaging designs will be examined in terms of the space that typography preferences offer to packaging design at the point of originalization.

Keywords: *Packaging design, typography, metal box.*

[1] *Res. Asst., İstanbul Arel University, Faculty of Fine Arts, Department of Graphic Design, gizemguler@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7777-1626.*



ÇEVRİM İÇİ GRAFİK TASARIM PLATFORMLARININ KURUMSAL İLETİŞİM EKİPLERİNDE GRAFİK TASARIM ÜRETİMİNE ETKİSİNİN ARAŞTIRILMASI: CANVA ÖRNEĞİ

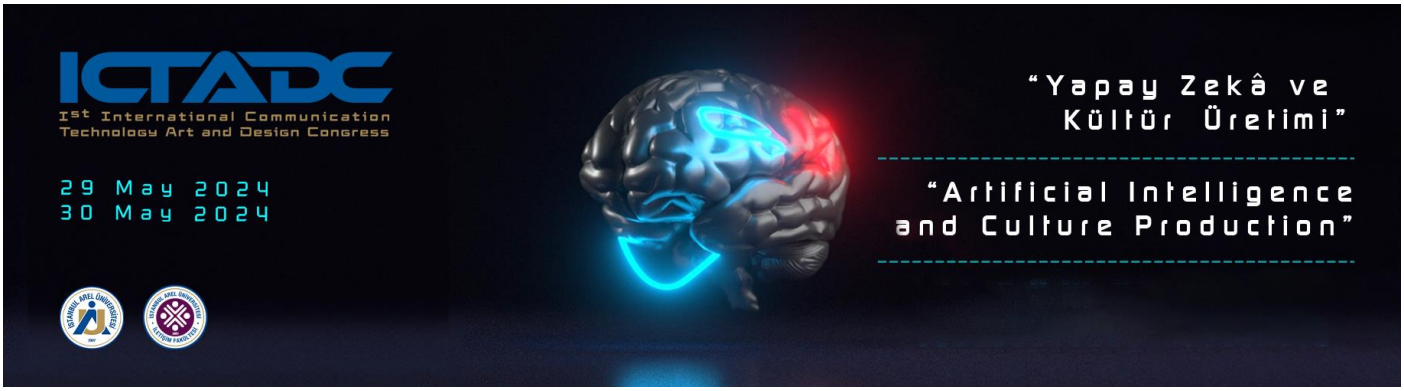
Zeynep SAKINÇ TOKATLI[1]

ÖZ

Çalışma, çevrim içi grafik tasarım platformlarının kurumsal iletişim ekiplerinde grafik tasarım üretimine olan etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda Canva gibi sıklıkla kullanılan bir çevrim içi grafik tasarım platformu örneği üzerinden araştırma yapılmıştır. Günümüzde, görsel iletişim kurumsal iletişim çalışmalarında kritik bir rol oynamaktadır. Çevrim içi grafik tasarım araçları, iletişim ekiplerinin çeşitli tasarım ihtiyaçlarını hızlı ve etkili bir şekilde karşılamasına olanak tanırken, aynı zamanda profesyonel tasarım becerilerine sahip olmayan kişilere de erişim sağlamaktadır. Bu çalışma, öncelikle Canva gibi platformların kurumsal iletişim ekipleri tarafından nasıl kullanıldığına odaklanmaktadır. Araştırmanın bir parçası olarak, kurumsal iletişim uzmanlarının katılımıyla anket gerçekleştirilmiştir. Anket sonuçları, çevrim içi grafik tasarım platformlarının kurumsal iletişim ekiplerindeki rolünü ve etkisini derinlemesine anlamak için değerlendirilecek ve elde edilen bulgular, araştırma raporunda detaylı olarak paylaşılacaktır. Araştırmanın sonuçları, çevrim içi grafik tasarım platformlarının kurumsal iletişim ekipleri için ve bu tür platformların kurumsal iletişimdeki etkisini anlamak için önemli bir bakış açısı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Çevrimiçi grafik tasarım platformları, görsel iletişim, kurumsal iletişim, grafik tasarım.*

[1] *Öğr. Gör., Gebze Teknik Üniversitesi, Rektörlük, zsakinc@gtu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7854-1198.*



INVESTIGATION OF THE IMPACT OF ONLINE GRAPHIC DESIGN PLATFORMS ON GRAPHIC DESIGN PRODUCTION IN CORPORATE COMMUNICATION TEAMS: THE CASE OF CANVA

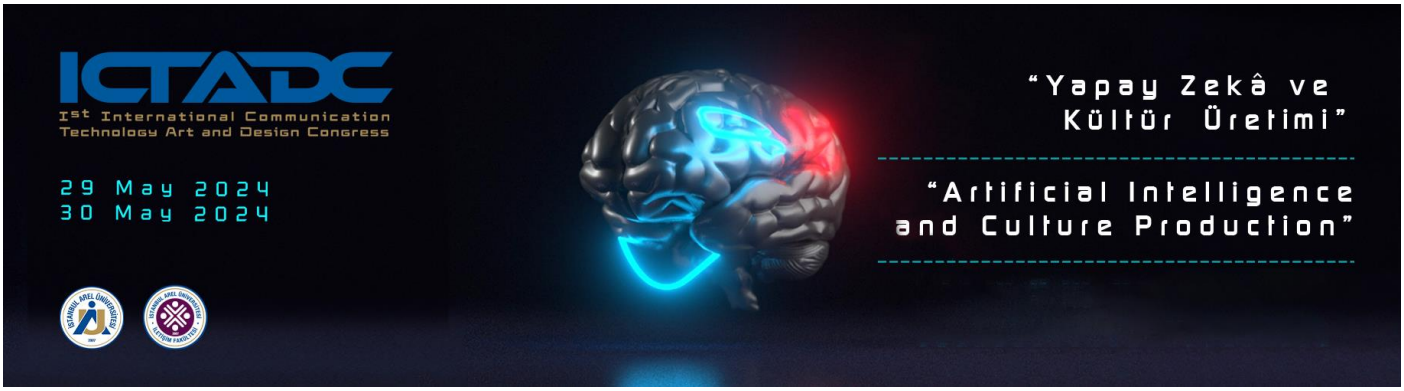
Zeynep SAKINÇ TOKATLI[1]

ABSTRACT

The study aims to examine the impact of online graphic design platforms on graphic design production in corporate communication teams. For this purpose, research was conducted on a frequently used online graphic design platform such as Canva. Nowadays, visual communication plays a critical role in corporate communication activities. Online graphic design tools allow communication teams to meet a variety of design needs quickly and effectively, while also providing access to people without professional design skills. This study primarily focuses on how platforms such as Canva are used by corporate communication teams. As part of the research, a survey of corporate communication professionals was conducted. The survey results will be evaluated to gain an in-depth understanding of the role and impact of online graphic design platforms in corporate communication teams and the findings will be shared in detail in the research report. The results of the research provide an important perspective for understanding the role of online graphic design platforms for corporate communication teams and the impact of such platforms in corporate communication.

Keywords: *Corporate communication, graphic design, online graphic design platforms, visual communication.*

[1] *Lecturer, Gebze Teknik University, Rectorship, zsakinc@gtu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7854-1198.*



DOĞANIN DİJİTAL YANSIMALARI: İLHAMIN SÜRDÜRÜLEBİLİR MİRASI

Yeşim ERCÜMENCİLER[1]

ÖZ

Günümüzde sıklıkla karşılaştığımız yapay zekâ tabanlı sanat eserleri, teknoloji ve sanatın birleşimiyle ortaya çıkan yenilikçi bir yaratıcılık alanını ve bilgisayar algoritmalarını içeren yeni bir sanat formunu temsil etmektedir. Yapay zekâ teknolojileri aracılığıyla yaratılan eserler, sanatın sınırlarını genişleterek geleneksel sanat anlayışımızı zenginleştirmektedir. Sanat tarihinde pek çok sanatçının doğaya duyduğu hayranlık ve ondan aldıkları ilham, günümüzde de yapay zekâ sanatçıları tarafından da sürdürülmektedir. Bu çalışma, yapay zekâ sanatçılarının teknolojik araçlarla yaratıcılıklarını genişleterek sanatın sınırlarını zorlarken bile hâlâ doğadan ilham alıyor olmalarına odaklanmaktadır.

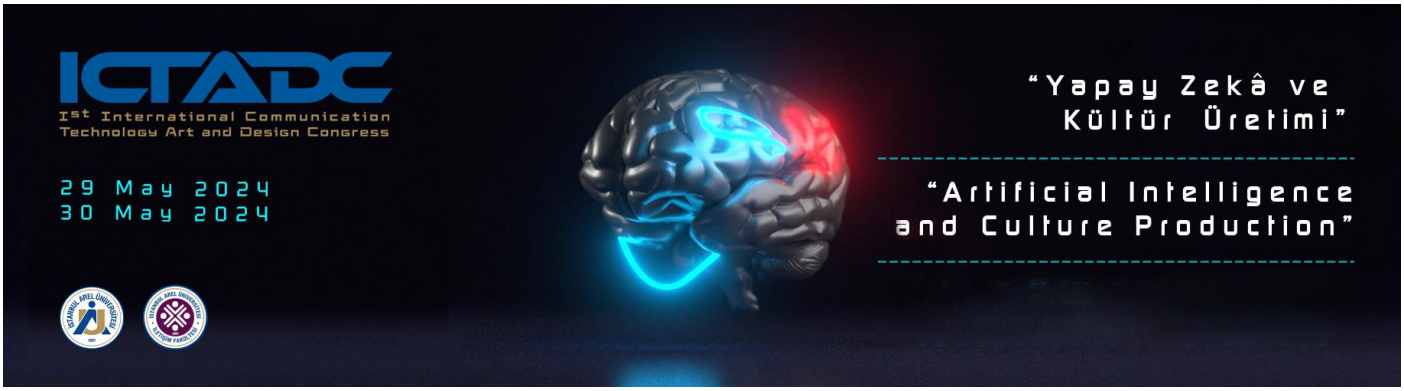
Bu anlamda, Daniel Ambrossi, Helana Sarin, Refik Anadol ve Anna Ridler gibi yapay zekâdan faydalanan sanatçıların eserlerini inceleyerek doğanın yapay zekâ algoritmaları aracılığıyla yeniden hayat bulma serüvenini irdelemeye çalıştım. Daniel Ambrossi'nin fotoğrafik gerçeklikteki peyzajları, gözlemciye doğanın en ince detaylarını sunarken, Helana Sarin'in çalışmaları, geleneksel sanatın sıcaklığını ve insan dokunuşunu yapay zekânın hesaplamalı estetiğiyle birleştirir. Refik Anadol'un büyük veri kümelerinden esinlenerek yarattığı dinamik görsel yapıtlar ve Anna Ridler'in doğal dünyayı yapay zekâ ile bütünleştirerek geliştirdiği yenilikçi projelerde, teknolojinin sanat üzerindeki devrimci etkisini vurgulayan örnekler arasında yer alır. Bu sanatçıların her biri bizi, sanatın teknolojiyle nasıl evrildiğini ve bu sürecin insan algısı, yaratıcılık ve doğa ile olan ilişkimiz üzerindeki potansiyel etkilerini keşfetmeye davet etmektedir. Onların öncülüğünde, teknolojinin sanat üzerindeki etkisinin yanı sıra, teknoloji yardımıyla sanatın doğa ile olan bağının nasıl yeniden kurgulandığına dair yenilikçi perspektifler ediniyoruz.

Sanat tarihi boyunca doğanın, sanatçılara ilham kaynağı olarak hizmet etmesi yeni bir konsept değildir; ancak, sanatçıların yapay zekâ teknolojilerini kullanarak radikal dönüşümler yarattıkları bugün hâlâ doğadan esinlenme ihtiyacı duymaları, teknolojinin ilerlemesine karşın doğanın yaratıcılık ve ilham için vazgeçilmez bir kaynak olarak kalmaya devam ettiğini göstermektedir. Acaba bu durum teknoloji ile doğal dünya arasında devam eden bir diyalog ve denge arayışını mı işaret etmektedir yoksa bugün hâlâ doğadan ilham alma çabamız 'çıkmaz bir sokak' ya da 'kısır bir döngü' müdür?"

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, doğa, dijital, ilham, teknoloji.*

---

[1] *Öğr. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi Rektörlük Güzel Sanatlar Bölümü, yesim.ercumenciler@deu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8967-2772.*



DIGITAL REFLECTIONS OF NATURE: THE SUSTAINABLE LEGACY OF INSPIRATION

Yeşim ERCÜMENCİLER[1]

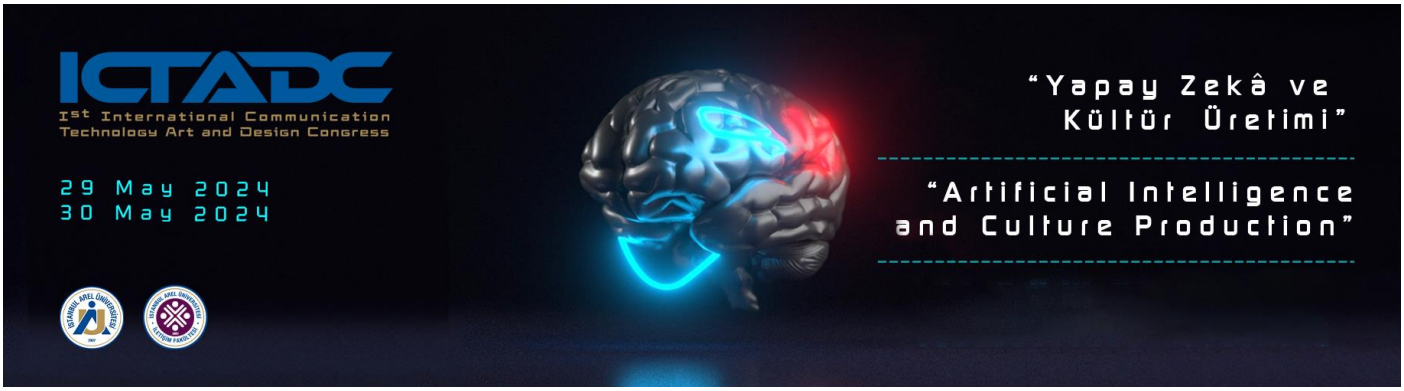
ABSTRACT

In today's world, we frequently encounter artificial intelligence (AI)-based artworks, representing an innovative realm of creativity that merges technology and art, and introduces a new art form that incorporates computer algorithms. Artworks created through AI technologies expand the boundaries of art, enriching our traditional understanding of it. The admiration for nature and inspiration derived from it, as seen in the history of art with numerous artists, continues today with AI artists. This work focuses on how AI artists, even as they push the boundaries of art with technological tools, still draw inspiration from nature.

In this context, I have examined the works of artists like Daniel Ambrossi, Helana Sarin, Refik Anadol, and Anna Ridler, who utilize AI to breathe new life into nature through artificial intelligence algorithms. Daniel Ambrossi's photorealistic landscapes present the minutest details of nature to the observer, while Helana Sarin's works merge the warmth and human touch of traditional art with the computational aesthetics of artificial intelligence. Refik Anadol's dynamic visual artworks, inspired by large datasets, and Anna Ridler's innovative projects that integrate the natural world with artificial intelligence, are among the examples that underscore the revolutionary impact of technology on art. Each of these artists invites us to explore how art evolves with technology and how this process potentially affects human perception, creativity, and our relationship with nature. Their pioneering work offers new perspectives on the effect of technology on art and how, with the help of technology, the connection between art and nature is being reimagined. Throughout art history, nature serving as a source of inspiration for artists is not a new concept; however, the continued desire of artists to draw inspiration from nature, even as they create radical transformations using artificial intelligence technologies, demonstrates that despite technological advancements, nature remains an indispensable source for creativity and inspiration. Does this situation indicate an ongoing dialogue and search for balance between technology and the natural world, or is our continued effort to draw inspiration from nature a 'dead-end street' or a 'vicious circle'?

Keywords: *Artificial intelligence, nature, digital, inspiration, technology.*

[1] *Lecturer., Dokuz Eylül University, Rectorate Department of Fine Arts, yesim.ercumenciler@deu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8967-2772.*



EDMOND BELAMY'NİN PORTRESİ ADLI ÇALIŞMANIN YARATICILIK BAĞLAMINDA KOLAJ TEKNİĞİ İLE İLİŞKİLENDİRİLMESİ

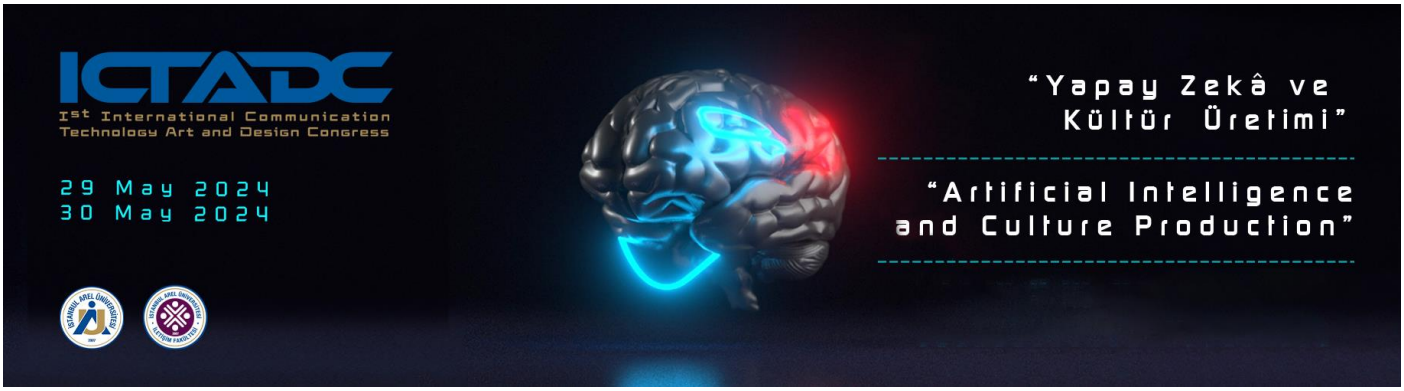
Sibel GÖK[1]- İsmail Erim GÜLAÇTI[2]

ÖZ

Günümüz yapay zekâ sistemleriyle üretilen sanat eserlerine ilişkin tartışmalara neden olan yapay zekâ üretimlerinde yaratıcılık ve eser özgünlüğü sorununu çözmek için sanat tarihine bakmak, yaratıcılık deneyimlerinde özgünlük kavramının nerede kırılmalar yaşadığını analiz etmek gerekmektedir. Bu nedenle çalışmada öncelikle giriş bölümünde; sanatın içinde bulunduğu çağın koşulları sonucunda dönüştüğü, ancak bu dönüşümü etkileyen unsurların sadece kendi çağının koşulları olmadığı, önceki sanat söylemleriyle de etkileşim içinde olduğu vurgulanmaktadır. Birinci bölümde; hazır görsel parçalardan anlamlı bir bütün oluşturma bağlamında kolaj tekniğinden bahsedilmektedir. Ayrıca sanat tarihine bakıldığında yapay zekâ ile eser üretme tekniklerinin Modernizm ve sonrasında Postmodernizmin temel üretim pratiklerinden biri olan kolaj tekniği ile benzerlikler içerdiğinden bahsedilmektedir. Bu bağlamda kolajın ne olduğu ve tarihsel gelişimi, temel kabul edilen önemli eserler üzerinden tartışılmaktadır. İkinci bölümde ise; yapay zekânın tanımı, mekaniksel ve işletimsel olarak tarihsel gelişimi anlatılmaktadır. Üçüncü bölümde; tarihsel süreçte günümüz yapay zekâ sanatında yaratıcılığın avangart bir örneği olan ve yapay zekâ ile eser üretiminde yaratıcılık ve özgünlük açısından önemli tartışmalara neden olan 'Edmond Bellaammy'nin Portresi' incelenmektedir. Sonuç olarak hem kolaj alanında hem de yapay zekâ sistemleri alanında gerçekleştirilen literatür taramasında; her iki teknik arasında üretim mantığı açısından benzerliklerin olduğu tespit edilmektedir. Bu nedenle, bugün tartışılmakta olan yapay zekâ sistemi ile üretilen eserlerde üretim mantığının modern ve postmodern söylemlerde aranması gerektiği sonucuna varılmaktadır. Yapay zekâ eserlerindeki üretim mantığı, üretim aracı değişse bile köklerini modern ve postmodern bir teknik olan kolajdan almaktadır. Dolayısıyla üretim aracının yeni olmasına karşın üretim tekniğinin ve üretim mantığının yeni olmadığı ve geçmişte de kullanılan sanatsal bir teknik olduğu vurgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Edmond Belamy portresi, kolaj, ÜÇA (GAN), yapay zekâ, yapay zekâ sanatı.*

[1] *Lisansüstü Öğrencisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, sibel.ay.5834@gmail.com.*
[2] *Dr. Öğr. Üyesi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Sanat Bölümü, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü, egulacti@yildiz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6786-479X.*



RELATIONSHIP OF THE WORK CALLED PORTRAIT OF EDMOND BELAMY WITH THE COLLAGE TECHNIQUE IN THE CONTEXT OF CREATIVITY

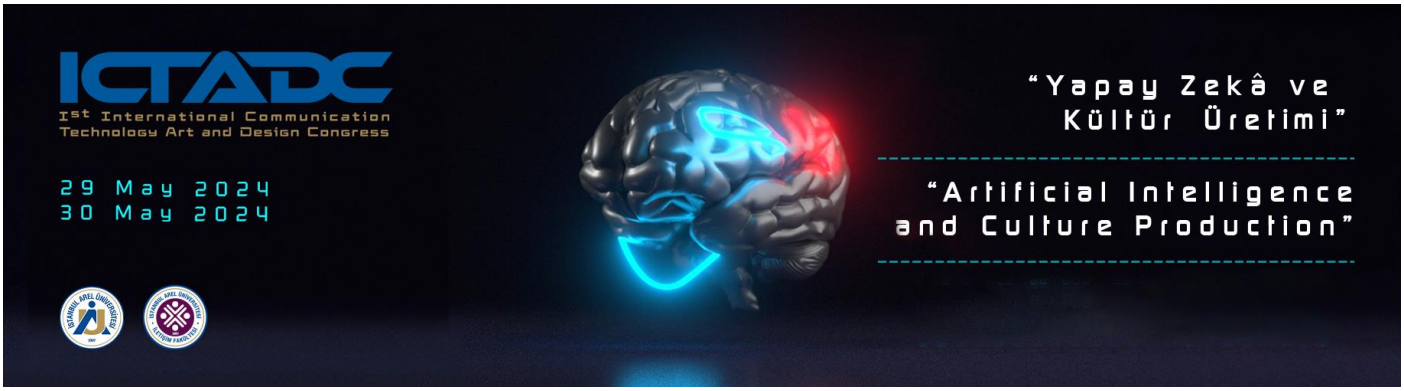
Sibel GÖK[1]- İsmail Erim GÜLAÇTI[2]

ABSTRACT

In order to solve the solution of creativity and work originality in artificial intelligence productions, which causes debates about today's art products produced with artificial intelligence systems, it is necessary to follow the course of art and analyze where the existence of originality in creativity experiences breaks. For this reason, in the study, firstly in the introduction section; It is emphasized that art is transformed as a result of the conditions of the age it is in, but that the factors affecting this transformation are not only the conditions of its own age, but also interact with previous art discourses. In the first part; The collage technique is used to create a meaningful whole from ready-made visual pieces. In addition, the similarities between techniques that produce works with artificial intelligence at regular intervals and collage technology, which is one of the basic production practices of Modernism and later Postmodernism, are mentioned. In this context, what collage is and its historical development are discussed through important works that are considered basic. In the second part; The definition of artificial intelligence and its mechanical and operational historical development are explained. In the Third Part; In the legendary process, 'Portrait of Edmond Bellaammy', which is an avant-garde example of creativity in today's artificial intelligence art and causes important discussions from the perspective of creativity and originality in producing works with artificial intelligence, is examined. In conclusion In the literature review conducted both in the field of collage and in the field of artificial intelligence systems; It is determined that there are similarities in production policy between both techniques. Therefore, it is concluded that the production logic in the works produced with the artificial intelligence system that is being discussed today should be sought in modern and postmodern discourses. The production logic in artificial intelligence works takes its roots from collage, a modern and postmodern technique, even if the production tool changes. Therefore, it is emphasized that although the production tool is new, the production technique and production logic are not new and are an artistic technique that has been used in the past.

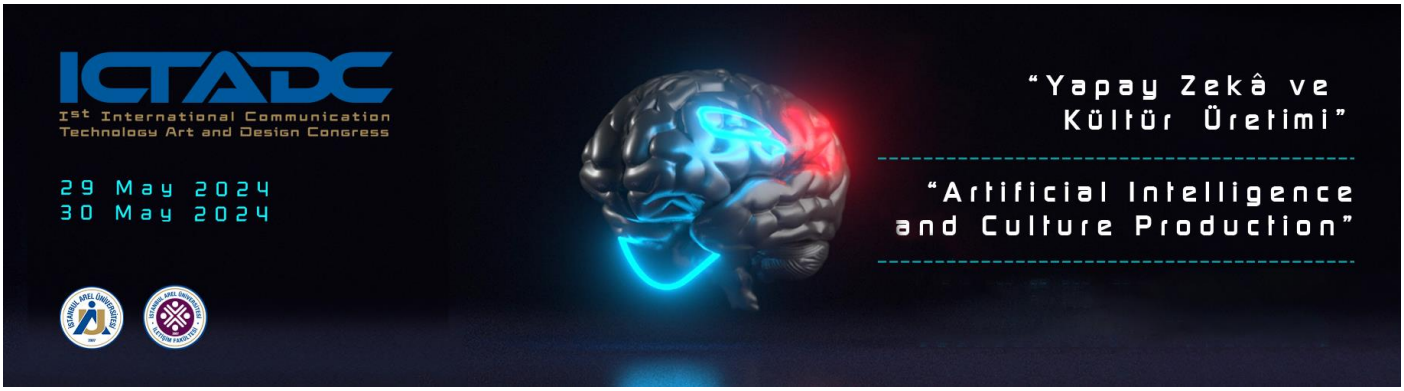
Keywords: *Edmond Belamy Portrait, collage, GAN, artificial intelligence, artificial intelligence art.*

[1] *Graduate Student, Yıldız Teknik University, sibel.ay.5834@gmail.com.*
[2] *Assist. Prof. Dr., Yıldız Teknik University, Faculty of Art and Design, Art Department, Industrıal Products Design Department, egulacti@yildiz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6786-479X.*



"YAPAY ZEKÂ VE DİJİTAL MEDYA: GAZETECİLİK, ETİK, KURUMSAL İLETİŞİMDE DÖNÜŞÜM"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND DIGITAL MEDIA: TRANSFORMATIONS IN JOURNALISM, ETHICS, CORPORATE COMMUNICATION"



DİJİTAL BİR VİTRİN OLARAK LINKEDIN PLATFORMU: BIST 30 ŞİRKETLERİ ÖRNEĞİ

İnci TARI[1]

**Bu bildiri İngilizce dilinde yazılmıştır. / This paper is written in English.*

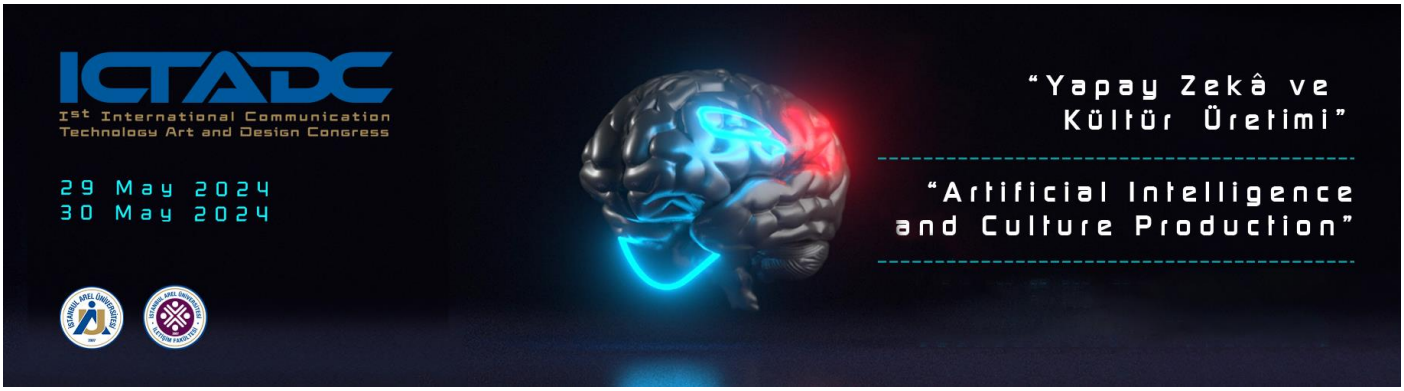
ÖZ

İster bireysel ister kurumsal anlamda olsun marka inşa etmek veya var olan bir markanın imajını güçlendirmek için dijital platformları kullanmak her geçen gün kaçınılmaz olmaktadır. Günümüzde sosyal medyada var olmayan, paydaşlarıyla iletişim kurmayan, geri bildirim almayan veya kendisine sağlanan geri bildirimlere duyarsız kalan kurumlara çağ dışı gözüyle bakılmaktadır. Kurumsal kimliğin en profesyonel şekilde sunumuna olanak sunan sosyal medya platformlarından biri ise 2016 yılında Microsoft tarafından satın alındıktan sonra 200'den fazla ülkede 1 milyarı aşan kullanıcıya ulaşan LinkedIn platformudur. Bu platformda birçok platformda öne çıkan eğlence unsuru yerine profesyonellik unsuru öne çıkmaktadır. Önceleri daha çok işveren ve çalışanı buluşturma yönüyle kullanılan platform günümüzde pek çok kurum, bireysel girişimci, yönetici, akademisyen, çalışan ve öğrenciye yeteneklerini, fikirlerini, çeşitli konularda duyarlılıkları tüm dünyaya ilan etme fırsatı sunan bir ortama dönüştürürken mükemmel bir dijital vitrin görevi görmektedir. LinkedIn, birçok kuruma ne kadar eşitlikçi ne kadar doğa dostu, çalışanlarına ve müşterilerine ne kadar değer veren bir kurum olduğunu göstermek ve profesyonel bir topluluğa karşı imajını güçlendirmek için mükemmel bir fırsat sunmaktadır. Bu çalışmada BİST 30 şirketlerinin bu olanaktan ne oranda yararlandıklarını tespit etmek amaçlanmaktadır. Bu amaçla BİST 30 şirketlerinin LinkedIn sayfaları tespit edilerek içerik analizine tabi tutulmuş, güncel durumda kaç takipçileri olduğu, tanıtım sayfalarında bir slogan kullanmadıkları, hangi yönlerini öne çıkarmayı tercih ettikleri, çalışanlarının yüzde kaçının bu platformu kullandığı, platformda aktif olarak paylaşım yapıp yapmadıkları, yapıyorlarsa hangi konulara odaklandıkları, paylaşımlara LinkedIn kullanıcılarından geri bildirim gelip gelmediği gibi hususlar incelenmektedir. Çalışmanın ilk sonuçlarına göre BİST 30 şirketlerinden en yüksek takipçisi olan üç şirketin 1,4 milyon ile Türk Hava Yolları, 937,9 bin ile Aselsan ve 836,4 bin ile Koç Holding olduğu görülmektedir. BİST 30 şirketleri arasında en yüksek takipçiye sahip bu üç şirketin aynı zamanda aktif birer LinkedIn kullanıcısı oldukları görülmektedir. LinkedIn'ı dijital bir vitrin gibi kullanma noktasında bu platformdan verimli bir şekilde kullanan şirket sayısının 10, her gün bir paylaşım yapmasa da iki günde bir paylaşım yaparak en azından varlığını hissettiren şirket sayısı 12, 2-3 günde bir veya bazı önemli günlerde paylaşım yapan şirketlerin sayısı 6'dır. Bu platformu pasif denecek seviyede kullanan şirket sayısı ise 2 olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar, LinkedIn'in tanıtım olanaklarından aktif olarak yararlanma çabasında olan BİST 30 şirketlerinin henüz %33 civarında kaldığına işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Dijital vitrin, LinkedIn, BIST 30 şirketleri, kurumsal imaj.*

---

[1] *Doç. Dr., İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, incitari@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2553-1276.*



LINKEDIN PLATFORM AS A DIGITAL SHOWCASE: THE EXAMPLE OF BIST 30 COMPANIES

İnci TARI[1]

**Bu bildiri İngilizce dilinde yazılmıştır. / This paper is written in English.*

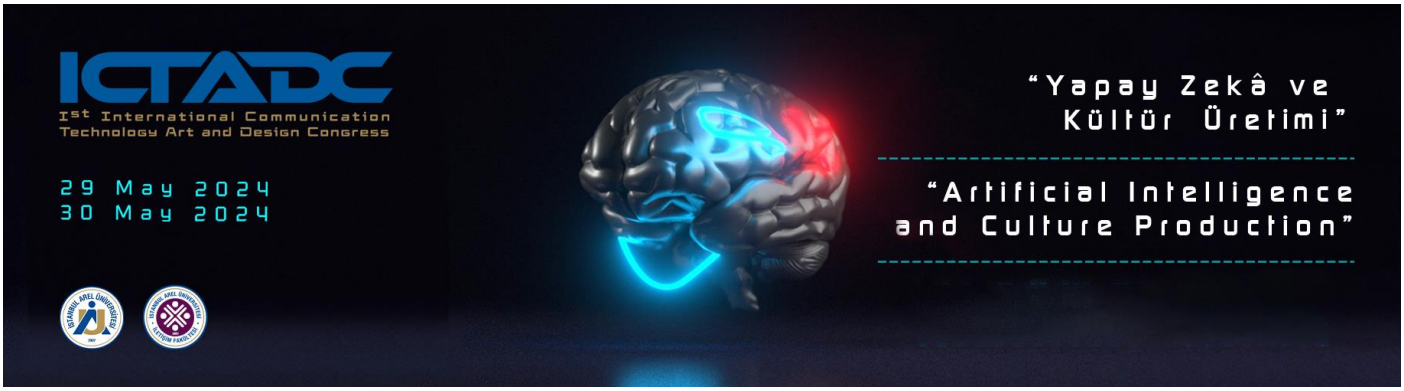
ABSTRACT

Using digital platforms to build a brand or strengthen the image of an existing brand, whether individually or corporately, becomes inevitable day by day. Today, institutions that do not exist on social media, do not communicate with their stakeholders, do not receive feedback, or are insensitive to the feedback provided to them are viewed as outdated. One of the best social media platforms that allows the most professional presentation of corporate identity is the LinkedIn platform, which has reached more than 1 billion users in more than 200 countries after being acquired by Microsoft in 2016. In this platform, the element of professionalism comes to the fore instead of the entertainment element that stands out on many platforms; The platform, which was previously used to bring together employers and employees, now serves as a perfect digital showcase, transforming it into an environment that offers many institutions, individual entrepreneurs, managers, academics, employees and students the opportunity to announce their talents, ideas and sensitivities on various issues to the whole world. LinkedIn provides an excellent opportunity for many organizations to show how egalitarian, how nature-friendly, and how much they value their employees and customers, and to strengthen their image towards a professional community. This study aims to determine to what extent BIST 30 companies benefit from this opportunity. For this purpose, the LinkedIn pages of BIST 30 companies were determined and subjected to content analysis. How many followers they currently have, whether they use a slogan on their introductory pages, which aspects they prefer to highlight, what percentage of their employees use this platform, whether they actively share on the platform, and if so, what topics. Issues such as their focus and whether there is feedback from LinkedIn users on the posts are examined. According to the first results of the study, it is seen that the three companies with the highest followers among BIST 30 companies are Turkish Airlines with 1.4 million, Aselsan with 937.9 thousand and Koç Holding with 836.4 thousand. It is also seen that these three companies with the highest followers among the BIST 30 companies are active LinkedIn users.

In terms of using LinkedIn as a digital showcase, the number of companies that use this platform efficiently is limited by 10, the number of companies that make their presence felt by sharing at least every other day, if not every day, is 12, the companies which share from time to time on some important days is 6, and the number of companies that almost passively exists on the platform is 2. These results indicate that BIST 30 companies that actively seek to benefit from LinkedIn's promotional opportunities currently remain around 33%.

Keywords: *Digital showcase, LinkedIn, BIST 30 companies, corporate image.*

[1] *Assoc. Prof. Dr., Istanbul Arel University, Faculty of Communication, Department of Journalism, incitari@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2553-1276.*



İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN YAPAY ZEKÂYA BAKIŞI VE MESLEKİ KAYGISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

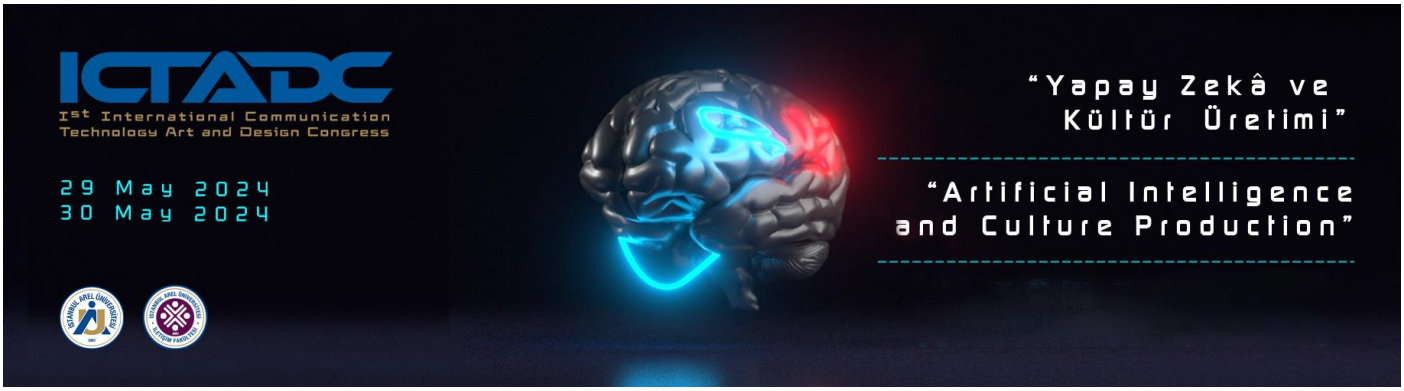
Duygu NEŞELİ[1]

**Bu bildiri İngilizce dilinde yazılmıştır. / This paper is written in English.*

ÖZ

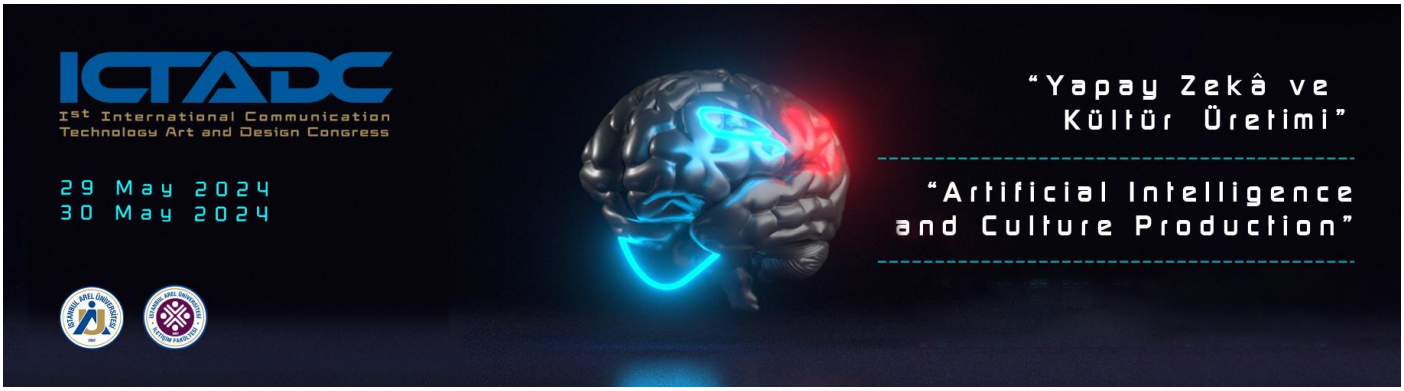
20. yüzyılda bilgisayarların hayatlarımıza girmesiyle başlayan dijitalleşme ve bugün, yapay zekâ teknolojisiyle birlikte hız kazanarak devam eden dönüşüm süreci, modern yaşamın birçok alanını etkilemekte ve etkilemeye devam edeceği öngörülmektedir. Statista'nın 2023 yılında yayınladığı "2015'ten 2022'ye kadar küresel toplam kurumsal yapay zekâ (AI) yatırımı" verileri; yapay zekâ yatırımlarının 2016'dan bu yana altı kattan fazla artarak büyüdüğünü ortaya koymaktadır. Bu durum da dünya çapında yapay zekânın gelişimin bir kanıtını oluşturmaktadır. Teknolojik gelişmelerin en çok etkilediği alanlardan biri olma özelliği taşıyan iletişim alanında, yapay zekâ kullanımının henüz gelişme aşamasında olmasına rağmen, haber yazmadan görsel üretmeye, influencerlıktan film yapımına kadar çeşitli işlerde kullanılması, yapay zekâ uygulamalarının bu alanda gelecekte de artış göstererek kullanılacağını göstermektedir. Çeşitli sektörlerde pazar araştırma raporları sunan "Grand View Research"e göre de medya ve eğlence sektöründeki küresel yapay zekâ pazar büyüklüğü 2030'a kadar ciddi oranda artacaktır. Bu nedenle diğer mesleklerde olduğu gibi iletişim alanı içerisinde yer alan gazetecilik, radyo-televizyon, görsel iletişim tasarımı ve halkla ilişkiler gibi meslek gruplarını birebir etkileyen yapay zekâ, bu mesleklerin geleceklerine yönelik tartışmaları da ortaya çıkartmaktadır. Bu konudaki tartışmalar yapay zekânın bazı kişileri işsiz bırakarak mesleki anlamda tehdit oluşturduğu ya da tam tersi yapay zekânın bir tehditten çok mesleki bağlamda fırsat olduğu üzerinde yoğunlaşmaktadır. Yapay zekâ konusunda ortaya atılan ve devam eden pek çok güncel yaklaşım yer almaktadır. Bu nedenle profesyonellerin görüşlerinin yanı sıra ileride sektöre adım atacak olan iletişim öğrencilerinin yapay zekâ konusunda görüşlerinin ortaya çıkarılması ve yapay zekânın neden olduğu/olabileceği mesleki kaygılarının ölçülmesi önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, iletişim fakültesinde eğitim alan öğrencilerin kendi mesleki alanlarında yapay zekânın kullanımına yönelik görüşlerini ortaya çıkarmak ve yapay zekânın bu öğrenciler üzerinde mesleki bir tehdit olarak algılanarak kaygı yaratıp yaratmadığını saptamaktır. Bu kapsamda örneklem olarak iletişim fakültesi öğrencileri seçilmiş, açık ve kapalı uçlu sorularla yapılan çalışma sonucunda hem Türkiye'de hem de Slovakya'daki iletişim fakültesi öğrencilerinin yapay zekâya yönelik kaygılarının olduğu saptanmıştır. Ve bu kaygılar, yaygın endişelerden ilk sırada yer alan teknolojinin kısa vadede eşitsizliği derinleştireceği ve insan emeği yerini makinelerin alacağı kaygısıyla örtüşmektedir. Ayrıca yapılan çalışmada yapay

[1] *Arş. Gör., İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, duyguneseli@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1220-8250.*



zekâ hakkında; yapay zekânın fikir alma, kaynak bulma, maliyet, zaman, hız, verilerin saklanması ve bulunması, iş yükünün azalması, pratiklik, yaratıcılık, kazanç, hızlı müşteri işlemleri, kişiselleştirilmiş içerik yönünden fayda sağlayacağı düşünülürken mesleği değersizleştireceği ve sıradanlaştıracağı da vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Dijitalleşme, iletişim fakültesi öğrencileri, mesleki kaygı, yapay zekâ, yapay zekâ kaygısı*.



A RESEARCH ON THE VIEW OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND OCCUPATIONAL ANXIETY OF STUDENTS OF THE FACULTY OF COMMUNICATION

Duygu NEŞELİ[1]

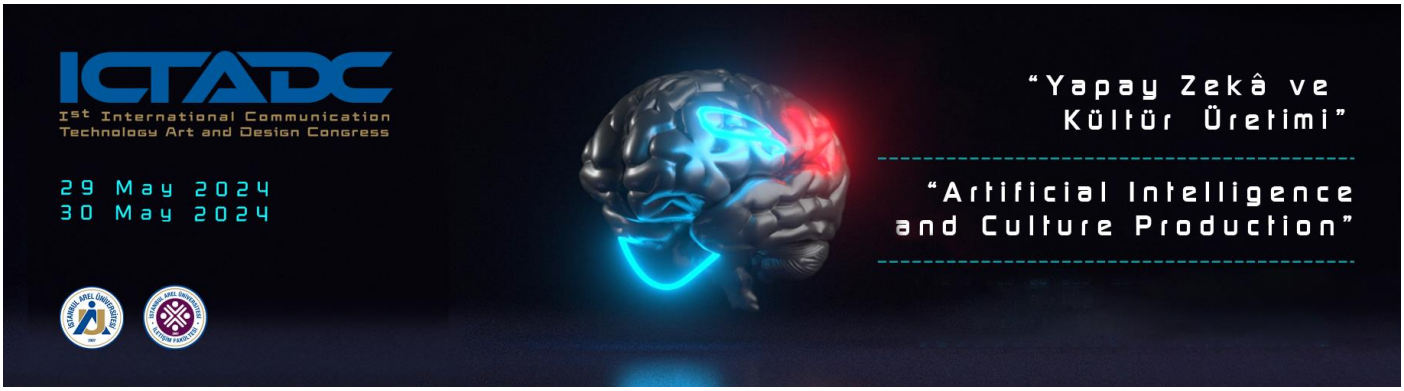
**Bu bildiri İngilizce dilinde yazılmıştır. / This paper is written in English.*

ABSTRACT

In the 20th century, digitalization began with the introduction of computers into our lives, and today the transformation process, accelerated by artificial intelligence technology, affects and is expected to continue to affect many areas of modern life. Statista's 'Global total corporate artificial intelligence (AI) investment from 2015 to 2022' data, published in 2023, shows that AI investment has increased more than sixfold since 2016. That situation is the evidence of improvement of artificial intelligence all over the world. Although the use of AI in communications, one of the fields most affected by technological developments, is still in its infancy, its use in various works, from news writing to visual production, from influencer to film production, shows that AI applications will be used in this field in the future. According to Grand View Research, which provides market research reports on various sectors, the global artificial intelligence market in the media and entertainment sector will grow significantly by 2030. For this reason, as in other professions, artificial intelligence, which directly affects professional groups such as journalism, radio and television, visual communication design and public relations in the field of communication, also reveals discussions about the future of these professions. Discussions on this topic revolve around the fact that artificial intelligence is a professional threat by putting some people out of work or, on the contrary, that artificial intelligence in a professional context is an opportunity rather than a threat. There are many current and ongoing approaches about artificial intelligence. For this reason, in addition to the opinions of professionals, it is important to reveal the views of communication students who will step into the sector in the future on artificial intelligence and to measure their professional concerns caused / may be caused by artificial intelligence. The aim of this study is to explore the views of students studying at the Faculty of Communication on the use of artificial intelligence in their professional fields, and to determine whether artificial intelligence is perceived as a professional threat and whether it causes anxiety among these students. In this context, interviews will be conducted with a sample of students from the Faculty of Communication. The result of both open-ended and closed-ended questions, Communication faculty students in both Turkey and Slovakia were detected to have concerns about artificial intelligence. Moreover, these concerns overlap with the first widespread concern that technology will deepen inequality in the short term and replace human labor with machines. In addition, in the study it was emphasized that while artificial intelligence is considered beneficial in terms of generating ideas, finding resources, cost, time, speed, storing and finding data, reducing workload, practicality, creativity, profit, fast customer transactions, personalized content, it will devalue and trivialize the profession.

Keywords: *Digitalization, communication faculty students, occupational anxiety, artificial intelligence, artificial intelligence anxiety.*

[1] *Res. Asst. Istanbul Arel University, Faculty of Communication, Department of Journalism, duyguneseli@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1220-8250.*



THE RELATIONSHIP BETWEEN ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND JOURNALISM: AN ANALYSIS OF THE "AI NUNTIUM" REPORTER ASSISTED BY ARTIFICIAL INTELLIGENCE

İrem YENİCELER KORTAK[1]

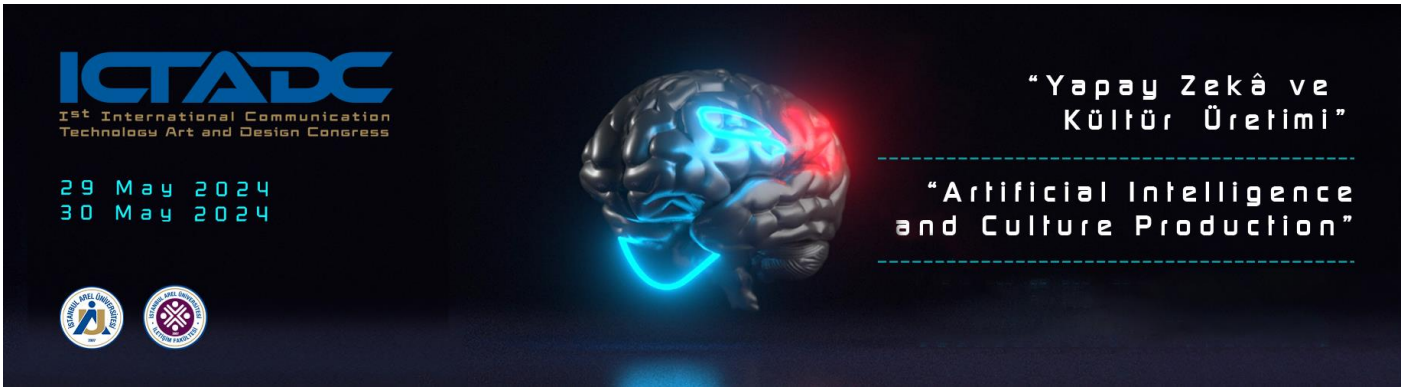
**Bu bildiri İngilizce dilinde yazılmıştır. / This paper is written in English.*

ABSTRACT

Artificial intelligence technologies have been a controversial issue since ancient times. Alan Turing's test, published in Mind in 1950 and known as the Turing Test, and the Dartmouth Conference in 1956 are of major importance in laying the foundations for artificial intelligence technologies. The technologies in question, which were called machine learning and which the first studies tried to explain, have now changed their names and are structurally different, especially with the transformation brought about by digitalisation. They have also broadened their scope and are being used in many areas. Today, many sectors such as health, engineering, communications and education are being shaped and grown with the help of artificial intelligence. Journalism is also positioned as a field affected by the transformation undergone by artificial intelligence. Journalism takes many forms, especially print and electronic, and influences the information individuals receive about new events/situations. With the incorporation of artificial intelligence technologies into journalism, it is possible to say that journalism has undergone many changes, both in terms of form and content. The introduction of artificial intelligence technologies into journalism has led to differentiation in both the people journalists work with and the news they report. At this point, the question of whether artificial intelligence will be the end of the journalism profession has been raised, and at the same time the compatibility of artificial intelligence with journalism ethics has been the subject of discussion. As AI continues to evolve and become more powerful, it's sometimes seen as a threat to journalism. With this in mind, this study discusses and explains the implications of artificial intelligence in journalism, using AI Nuntium as an example. AI Nuntium, an AI-powered reporter created by News Lab Turkey, regularly produces and shares news on social media. The method of the study is to analyse the content shared by AI Nuntium. As a result of the analysis carried out by the AI Nuntium, it was found that there is limited use of AI in journalism, that AI is mainly used to write news on science/technology issues, and that AI reporters are often fed by human reporters.

Keywords: *Artificial intelligence, journalism, news, technology.*

[1] *Dr., Istanbul Arel University, Faculty of Communication, Department of Journalism,, iremyeniceler@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5375-8013.*



HALKLA İLİŞKİLER PERSPEKTİFİNDEN YAPAY ZEKÂ ARAŞTIRMALARI: LİSANSÜSTÜ TEZLER ÜZERİNE BİR İNCELEME

Sevda ORHA HAZAR[1]

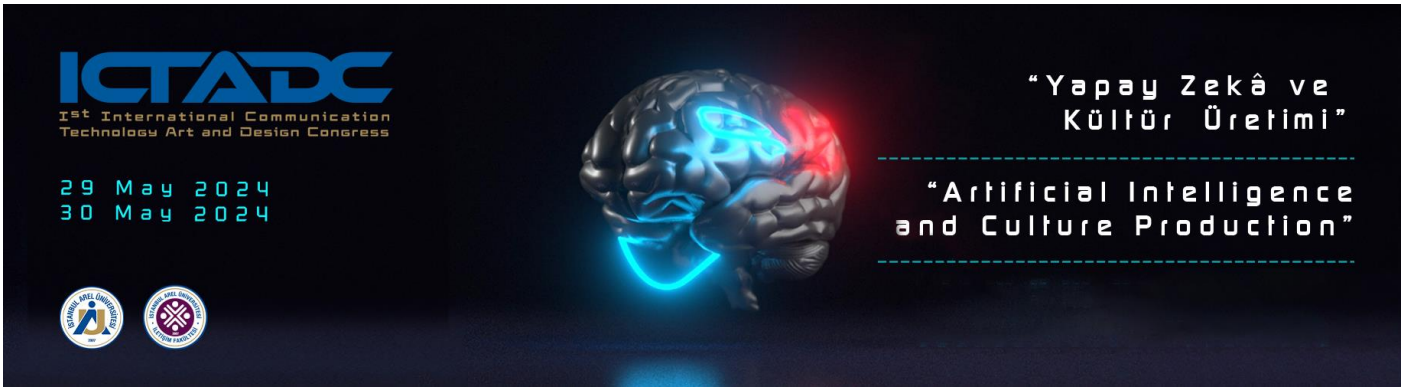
**Bu bildiri İngilizce dilinde yazılmıştır. / This paper is written in English.*

ÖZ

Günümüzde yapay zekâ teknolojisi hayatın her alanında etkisini göstermektedir. Dijitalleşmenin etkisiyle yapay zekâ iş yapış biçimlerini dönüştürmekte ve toplumsal yaşamı çeşitli şekillerde etkilemektedir. Yapay zekâ teknolojisinin kullanıldığı alanlardan biri de iletişim faaliyetleridir. İletişim teknolojilerindeki yenilikler, halkla ilişkiler yöntem ve araçlarının çeşitlenmesini sağlayarak mesleğin uygulanmasında dönüşümler meydana getirmiştir. Bu yönüyle yapay zekâ, en çok tartışılan ve bilimsel çalışmalara konu olan bir araştırma alanı haline gelmiştir. Bu çalışmanın amacı, halkla ilişkiler alanında yazılan lisansüstü tezlerde konunun ne şekilde ele alındığını ve halkla ilişkiler faaliyetlerinde yapay zekâ uygulamalarından nasıl yararlanıldığını ortaya koymaktır. Doküman incelemesi tekniği kullanılarak elde edilen veriler, içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Yapay zekânın halkla ilişkiler iş süreçlerini hızlandırdığı ve kolaylaştırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmayla halkla ilişkiler disiplininde yapay zekâ kullanımına ilişkin incelemeler yapılarak gelecek araştırmalar için çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Dijitalleşme, halkla ilişkiler, yapay zekâ.*

[1] *Dr., İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, sevdaorha@arel.edu.tr, ORCID:0000-0001-5546-5436.*



ARTIFICIAL INTELLIGENCE RESEARCH FROM THE PUBLIC RELATIONS PERSPECTIVE: A REVIEW ON GRADUATE THESIS

Sevda ORHA HAZAR[1]

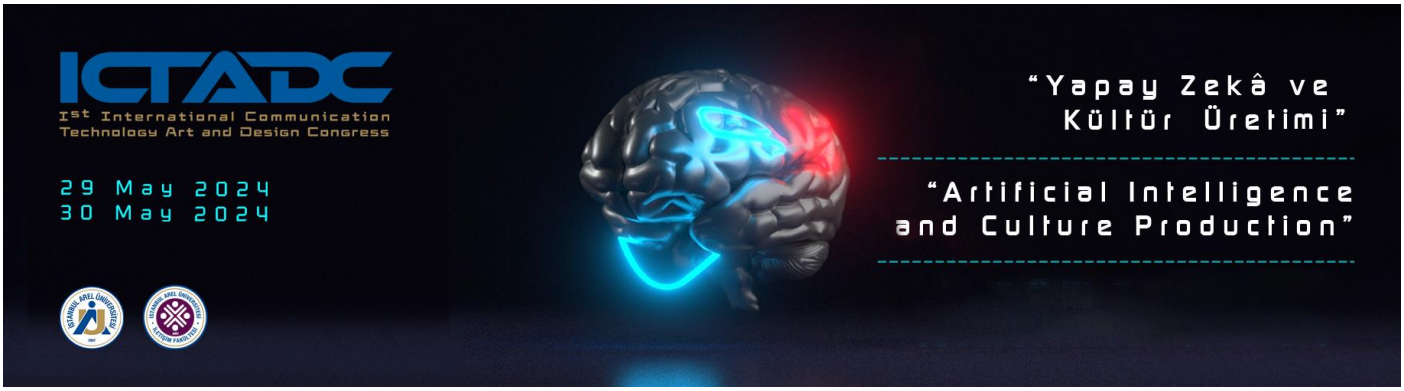
**Bu bildiri İngilizce dilinde yazılmıştır. / This paper is written in English.*

ABSTRACT

Today, artificial intelligence technology has an impact on every aspect of life. With the effect of digitalization, artificial intelligence is transforming the ways of doing business and affecting social life in various ways. One of the areas where artificial intelligence technology is used is communication activities. Innovations in communication technologies have led to transformations in the practice of the profession by diversifying public relations methods and tools. In this respect, artificial intelligence has become a research field that is the most discussed and subject to scientific studies. The aim of this study is to reveal how the subject is handled in postgraduate theses written in the field of public relations and how artificial intelligence applications are used in public relations activities. The data obtained using the document analysis technique was analyzed using the content analysis method. It has been concluded that artificial intelligence accelerates and facilitates public relations business processes. This study examined the use of artificial intelligence in the discipline of public relations and made various suggestions for future research.

Keywords: *Artificial intelligence, digitalization, public relations.*

[1] *Dr., Istanbul Arel University, Faculty of Communication, Department of Public Relations and Advertising, sevdaorha@arel.edu.tr, ORCID:0000-0001-5546-5436.*



DİJİTAL ORTAMDA ETİK VE KURUMSAL DİJİTAL SORUMLULUK: TURKCELL YAPAY ZEKÂ İLKELERİNE YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME

Esra ÇINAR[1]

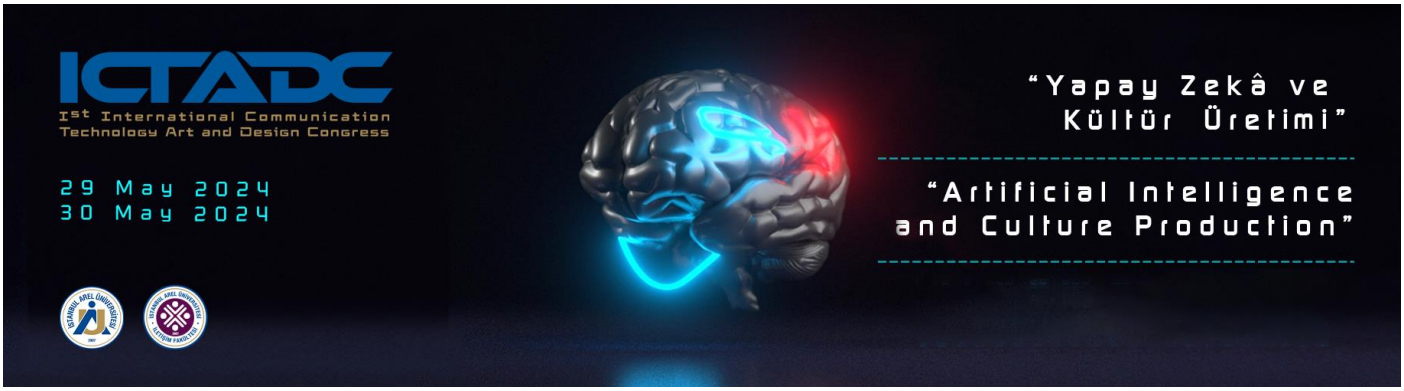
**Bu bildiri İngilizce dilinde yazılmıştır. / This paper is written in English.*

ÖZ

Dijital dönüşümle beraber kurumlar reel dünyada varlık gösterdikleri ve sorumlu hareket etmeye çalıştıkları gibi dijital dünyada da var olarak bu platformlarda ortaya koydukları çalışmalar noktasında titiz davranmak durumundadır. Dijital dünyada hedeflerine ulaşmak isteyen kurumlar sorumlu uygulamalar gerçekleştirerek hesap verilebilir, şeffaf ve bütüncül politikalar geliştirmelidir. Nitekim dijital dönüşümle birlikte baş gösteren etik kaygılar, bu uygulamaları gerekli kılmakta ve kurumsal dijital sorumluluğun önemine işaret etmektedir. Kurumsal dijital sorumluluk, kurumların dijital faaliyetlerinden sorumlu olmaları konusundaki farkındalıklarını ve gönüllü uygulamalarını ifade etmektedir. Kurumsal dijital sorumlulukta kurumların bireysel ve toplumsal düzeydeki etik kaygılarından hareketle, dijital ekosistem içerisinde çalışmalar gerçekleştirmesi söz konusudur. Bu çalışmada dijital sorumluluk çalışması kapsamında Türkiye'nin ilk yapay zekâ ilkelerini ortaya koyan Turkcell'in web sayfasında yer alan yapay zekâ ilkeleri, kurumsal dijital sorumluluk prensipleri kapsamında betimsel analiz ile değerlendirilmiştir. Değerlendirmelerden hareketle Turkcell'in kurumsal dijital sorumluluk çabalarıyla; hedef kitleler nezdinde daha güvenilir, etik bulunabileceği, sürdürülebilir çalışmalar ve teknolojiler ortaya konulabileceği, yapay zekâ teknolojilerine ilişkin çalışmalarının eşitlikçi, insan odaklı, güvenilir, sürdürülebilir biçimde devam ettirilebileceği ve sürecin kurumsal itibara olumlu bir etkide bulunacağı belirtilebilir.

Anahtar Kelimeler: *Kurumsal dijital sorumluluk, Turkcell, yapay zekâ ilkeleri.*

[1] *Arş. Gör., İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, esracinar@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5444-2232.*



ETHICS AND CORPORATE DIGITAL RESPONSIBILITY IN THE DIGITAL ENVIRONMENT: AN EVALUATION OF TURKCELL ARTIFICIAL INTELLIGENCE PRINCIPLES

Esra ÇINAR[1]

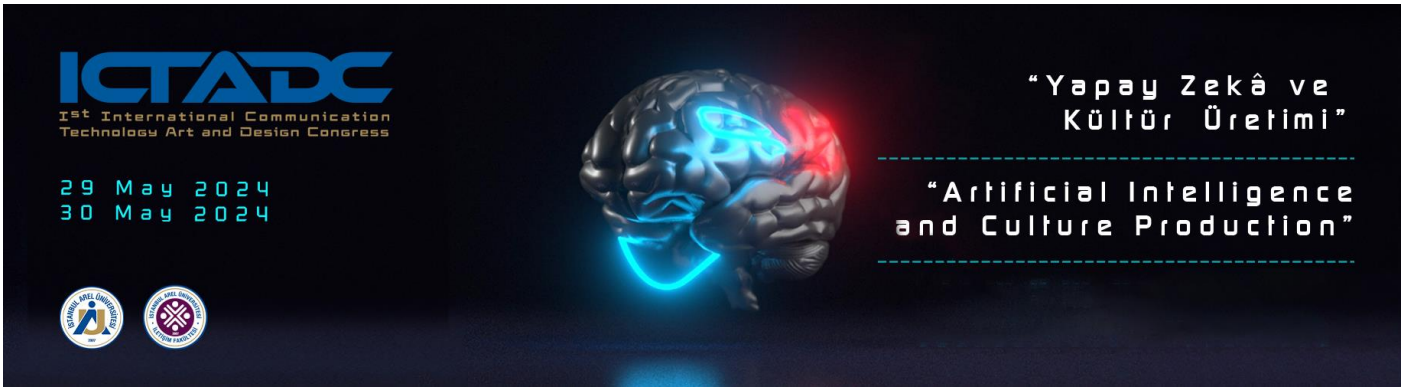
**Bu bildiri İngilizce dilinde yazılmıştır. / This paper is written in English.*

ABSTRACT

With digital transformation, institutions have to be meticulous about the work they put forward on these platforms by existing in the digital world, just as they exist in the real world and try to act responsibly. Institutions that want to achieve their goals in the digital world must develop accountable, transparent and holistic policies by implementing responsible practices. As a matter of fact, ethical concerns that arise with digital transformation make these practices necessary and point out the importance of corporate digital responsibility. Corporate digital responsibility refers to institutions' awareness and voluntary practices of being responsible for their digital activities. In corporate digital responsibility, institutions carry out activities within the digital ecosystem, based on their ethical concerns at the individual and social levels. In this study, the artificial intelligence principles on the website of Turkcell, which introduced Turkey's first artificial intelligence principles within the scope of digital responsibility study, were evaluated with descriptive analysis within the scope of corporate digital responsibility principles. Based on the evaluations, with Turkcell's corporate digital responsibility efforts; It can be stated that it will be more reliable and ethical in the eyes of the target audiences, sustainable studies and technologies can be produced, studies on artificial intelligence technologies can be continued in an egalitarian, human-oriented, reliable and sustainable manner, and the process will have a positive impact on corporate reputation.

Keywords: *Corporate digital responsibility, Turkcell, artificial intelligence principles.*

[1] *Res. Asst., Istanbul Arel University, Faculty of Communication, Department of Public Relations and Advertising, esracinar@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5444-2232.*



GENERATIVE AI IN NEWSROOMS

Duygu DUMANLI KÜRKÇÜ[1]

**Bu bildiri İngilizce dilinde yazılmıştır. / This paper is written in English.*

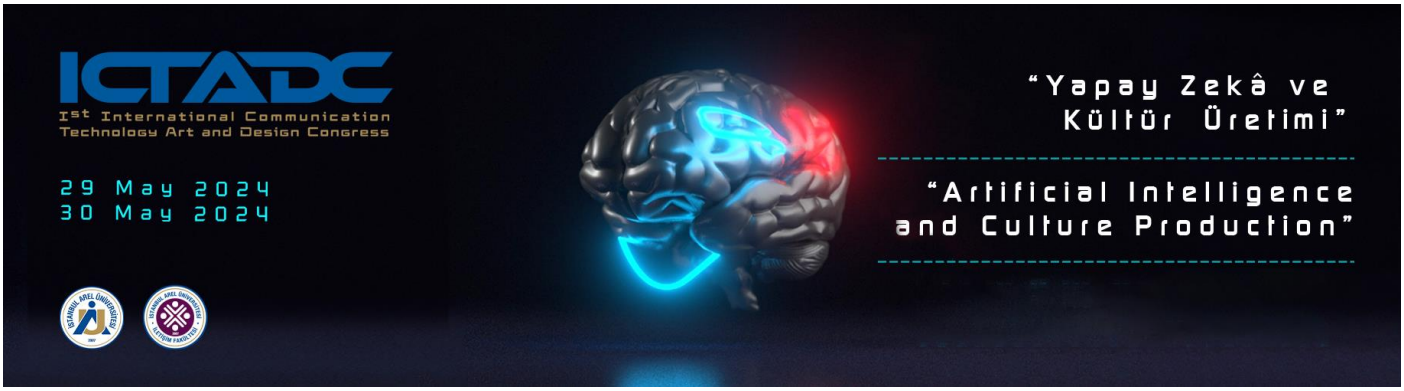
ABSTRACT

The technological possibilities of the digital age are radically changing the processes and practices of doing business in media, as in many other industries. With AI technologies, journalists will soon benefit from productive AI tools in many areas, from creating news stories to visualizing and presenting news. Thanks to the possibilities offered to its users by productive artificial intelligence technologies; image transformations, sketch-to-photo image generation, image completion, news story generation with data sets, etc. and with many different applications, it accelerates and makes practical the work processes that media professionals will be doing in the media sector for a long time.

As generative AI technologies transform news production, distribution, and consumption processes, media professionals and journalists will need to acquire new professional skills, such as generative AI applications in news and information production processes in newsrooms and learn to use them efficiently. On the other hand, journalists should know how to detect fake news through verification methods and artificial intelligence applications against fake news generated by Deepfake and spread through social media. In addition, artificial intelligence technologies and productive applications of artificial intelligence should be included in the curricula of departments in faculties of communication, where people who will work in the media sector are trained, and especially in journalism departments. The aim of this study is to analyze the productive artificial intelligence applications that journalists should use in news production processes in newsrooms and the opportunities offered by artificial intelligence in order to respond to the expectations of the media sector in the age of artificial intelligence.

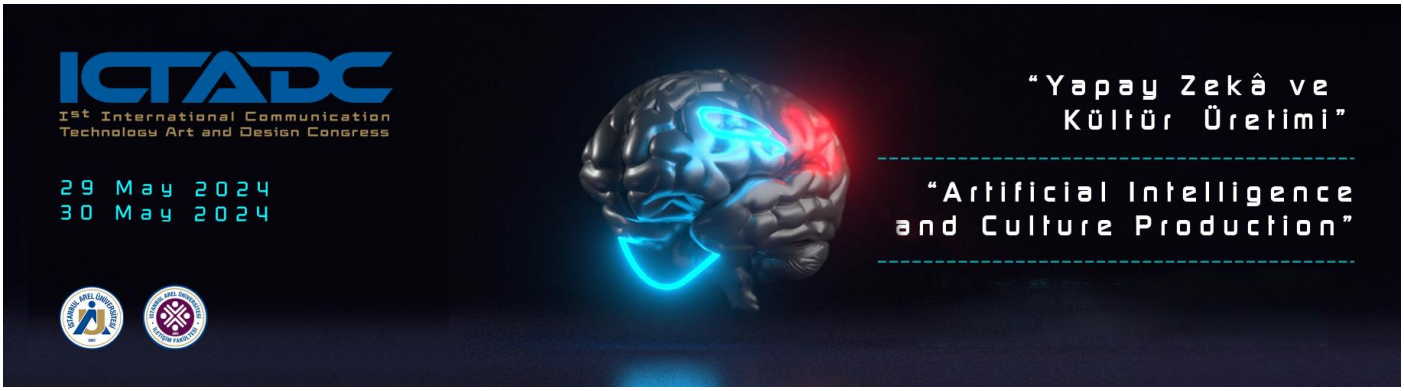
Keywords: *Artificial intelligent, productive AI, journalism, newsroom.*

[1] *Assoc. Prof. Dr., İstanbul Arel University, Faculty of Communication, Department of Journalism, duygukurkcu@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3425-2826.*



"ENDÜSTRİ SEKTÖRÜNDE YAPAY ZEKÂ: DİJİTAL ÇÖZÜMLER VE AKILLI UYGULAMALAR"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND IN THE INDUSTRIAL SECTOR: DIGITAL SOLUTIONS AND SMART APPLICATIONS"



MİMARİ TASARIMDA ÖNEMLİ BİR TASARIM SÜRECİ OLARAK: VERİ GÖRSELLEŞTİRME METODOLOJİSİ

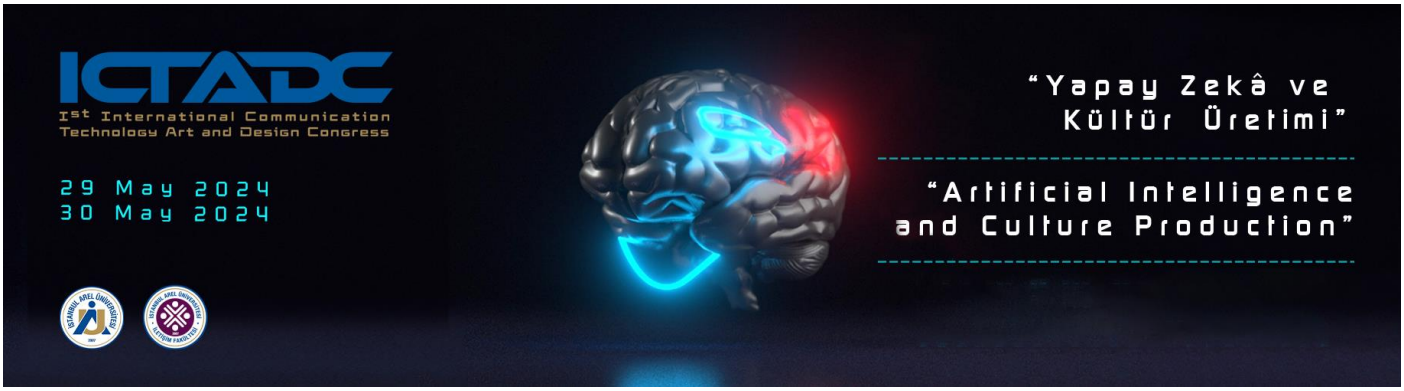
Ayça ARSLAN[1]

ÖZ

Bu çalışma, mimari tasarım sürecinde tasarım metodolojilerinin sınıflandırılması ve geçmişten günümüze kullanılan önemli tasarım metodolojileri üzerine araştırma ve incelemeleri kapsamaktadır. Mimari tasarımda metodolojiler denilince, özellikle kabul görmüş temel tasarım metotları; i.sistemci yaklaşım (systematic approach), ii.aşamaya-dayalı yaklaşım (stage-based approach) olmak üzere iki ana başlıkta öne çıkmaktadır. Bu metodlardan özellikle aşamaya-dayalı yaklaşım dediğimiz üç aşamadan oluşan: 'analiz-sentez-değerlendirme' süreçleridir. 'Analiz-sentez-değerlendirme' mimari tasarımda kabul görmüş önemli bir methodolojidir ve geçmişten günümüze özellikle Nigel Cross, Bryan Lawson, Buchanan gibi tasarım kuramları çalışan akademisyenler, 'analiz-sentez-değerlendirme' aşamalarını hem benimsemiş hem de farklı ve kapsamlı formatlarını da sunarak; 'problem tanımlama-analiz-sentez-değerlendirme-iletişim' gelişim süreçlerini değerlendirmişlerdir. Genel olarak baktığımız zaman **'analiz'** probleme dayalı tüm verinin toplanması ve **'sentez'** ise konseptin geliştirilmesi ve değerlendirme de sentezlenen önerilerin gözden geçirildiği ve seçildiği aşamadır. Bu bağlamda, genel olarak metodolojiyi **'teoriler ve pratikler'** başlıkları ile ele alabilir ve **'analiz-sentez-değerlendirme'** metodu ile etkileşim içinde inceleyebiliriz. Zaten mimari tasarım metodolojisi de görselliğinden dolayı bu etkilişimi gerektirmektedir. Dolayısla, hem analiz hem de sentez kısımlarında, teoriler olduğu kadar pratiklerde; yani örnek analizleri, bina örnekleri incelemeleri de önemli yer tutar. Bu noktada örnek analizleri tam bir **'veri görselleştirme metodolojisi'** olarak ele alınarak, mimari tasarımda önemli bir kaynak oluşturur. Dolayısıyla bu makalede sırasıyla, tasarım metodolojilerinde 'veri görselleştirme' problemi üzerine akademik kaynaklardan mimari tasarımda geçmişten günümüze metodolojiler araştırılarak teoriler olarak sunulmuş, ardından görsel veri oluşturmaya dayalı mimari tasarım metodolojisinde örnek(bina) analizlerinin önemi, bir konsept geliştirme aracı olarak incelenmiştir. Sonuç olarak bu makale, mimari tasarım metodolojilerinde görsel verinin konsept yaratıcı ve iletişim oluşturucu bir araç olarak kullanılmasına yönelik bir yöntem geliştirmesidir.

Anahtar kelimeler: **Görsel veri, mimari tasarım, metodolojiler, konsept, iletişim.**

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Mimarlık Bölümü, Bina Bilgisi Anabilim Dalı, ayca.arslan@usak.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5262-1429.*



AN IMPORTANT DESIGN PROCESS IN ARCHITRECTURAL DESIGN: DATA VISUALIZATION METHODOLOGY

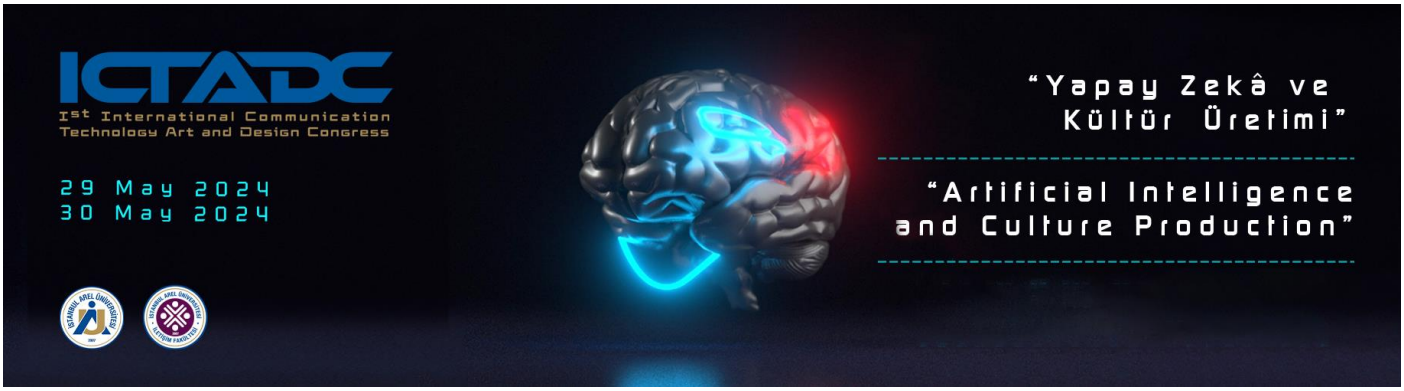
Ayça ARSLAN[1]

ABSTRACT

This study is a research on the classification of design methodologies in the architectural design process from past to present. When it comes to methodologies in architectural design, especially accepted basic design methods stands out under two main headings; i.systematic approach, ii.stage-based approach. Among these methods, the phase-based approach contains three stages: ***'analysis-synthesis-evaluation'*** *which is an important accepted methodology in architectural design, and from past to present, by academicians studying design theories such as; Nigel Cross, Bryan Lawson, Buchanan etc. have adopted the* ***'analysis-synthesis-evaluation'*** *stages and then presented comprehensive formats. They evaluated the development processes such as; 'problem identification-analysis-synthesis-evaluation-communication'. Generally,* ***'analysis'*** *is the collection of all data based on the problem and 'synthesis' is the stage in which the synthesized suggestions are reviewed and selected in the development of the concept and evaluation. In this context, we can generally discuss the methodology under the headings of* ***'theories and practices'*** *and examine it in interaction with the 'analysis-synthesis-evaluation' method. In fact, architectural design methodology requires this interaction due to it's visual feature. Therefore, in both analysis and synthesis parts, in theories as well as in practices; sample analysis and building sample examinations also play an important role. At this point, samples considered as a complete 'data visualization methodology' and constitute a valuable resource in architectural design. Therefore, in this article, design methodologies from past to present have been researched by academic literature on the problem of 'data visualization in design methodology?' as theories and then importance of sample(building) analyzes in architectural design methodology, based on creating visual data has been examined as a concept development tool. To sum up, this article mainly aims to develop methods for visual data usage as a concept creator and communication tool in architecture.*

Keywords: *Visual data, architectural design, methodologies, concept, communication.*

[1] *Asst. Prof., Dr., Uşak University, Faculty of Architecture and Design, Department of Architecture, Department of Building Science, ayca.arslan@usak.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5262-1429.*



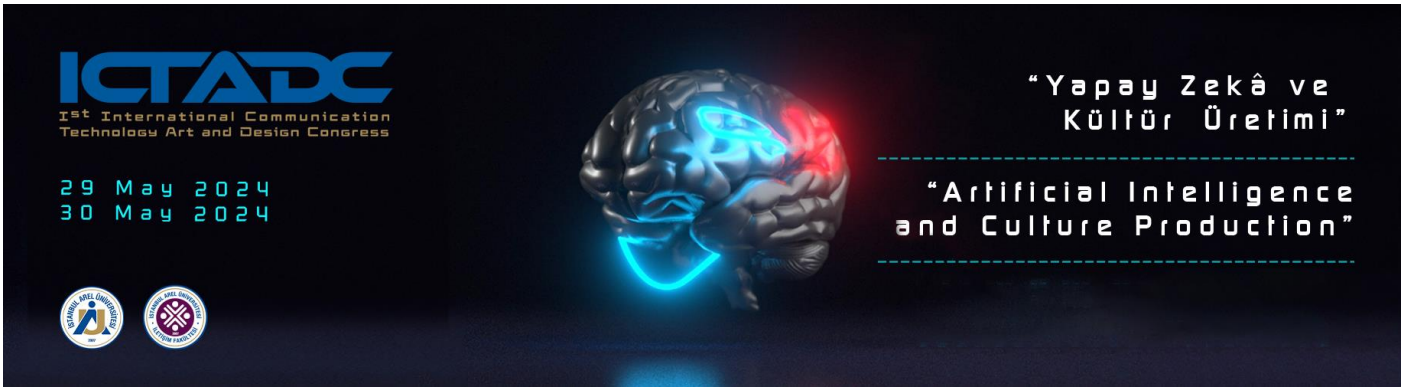
KURUMLARDA YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ CHATBOT KAYNAKLI KRİZLER: DPD KARGO VE CHEVROLET TAHOE ÖRNEĞİ

Hülya DEMIR YALEZE[1]

ÖZ

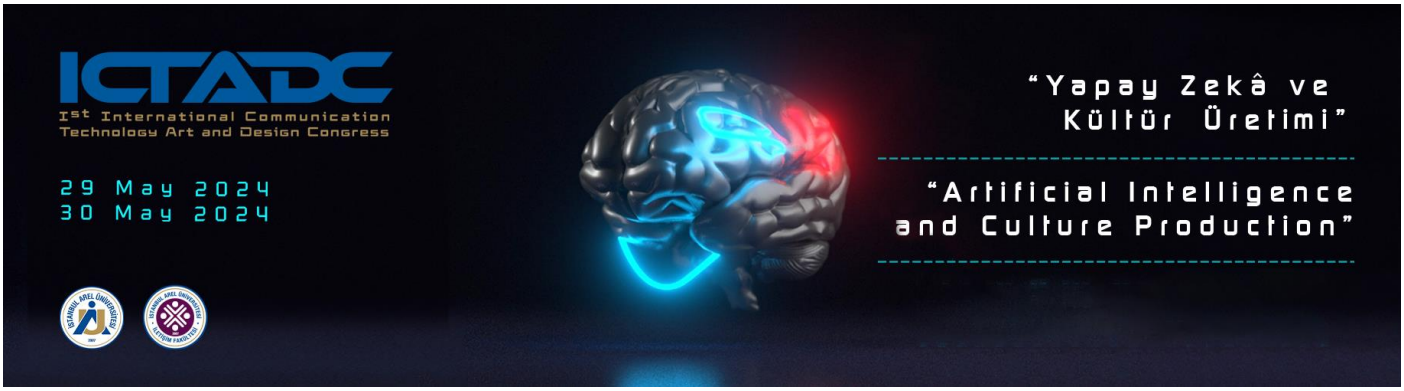
Makinenin çeşitli alanlarda insan gibi düşünmesi ve geri dönüt vermesinin sağlanması, yapay zekânın günlük yaşantıya yerleşmesi sonucunu beraberinde getirmiştir. Yapay zekâ destekli doğal dil işleme özelliğine sahip chatbotlardan (sohbet robotu) da dijital pazarlama, pazarlama ve satış, müşteri ilişkileri gibi alanlarda; kullanıcı verileri ve davranışları konusunda kişiselleştirmeyi artırıp maliyetleri düşürmek, etkileşimi ve verimliliği artırmak, karar verme süreçlerini kolaylaştırmak gibi çeşitli amaçlarla yaygın bir biçimde yararlanılmaktadır. Chatbotlar, eğitim, sağlık, ekonomi, turizm gibi birçok alanda ise ana unsur olarak da kullanılmaya başlanmıştır. Aynı zamanda çeşitli alanlarda ortaya çıkan krizlerin yönetiminde de riskleri ortaya koyma, muhatapları hızlı bir biçimde bilgilendirme, onların sorularını cevaplama gibi konularda chatbotlardan faydalanılmaktadır. Chatbotların soruları yanlış anlaması, konu ile ilişkisi olmayan yanıtlar vermesi gibi durumlar söz konusu olsa da bilimsel çalışmalarda genellikle avantajları öne çıkarılmaktadır. Literatüre bakıldığında kriz yönetiminde çok önemli bir faktör olarak görülen yapay zekâ destekli chatbotların kendisinin bir kriz kaynağı olacağı konusunda görüşlere rastlamak zordur. Her gün birçok müşteri ile birebir iletişim halinde olan chatbotların aslında kendisine öğretilenden fazlasını kullanamayacağı göz önünde bulundurulduğunda gerçek insan zekâsının karşısında hatalar yapma ihtimali vardır. Bu çalışmanın yapılmasından çok kısa süre önce chatbot kaynaklı krizlerin yaşanmış olması bu ihtimalin de göz önünde bulundurulması gereken bir durum olduğunu göstermektedir. Bu çalışmanın amacı yapay zekâ destekli chatbotların kurumlara birçok avantaj sağlamasının yanında aynı zamanda kurumsal kriz tehlikesi de barındırabileceğini ortaya koymaktır. Bu sav, yine teknolojinin olanaklarının iletişimde kullanıldığı, krizin yayılmasına da aynı hızla neden olduğu sosyal medya platformlarından biri olan X'te yer alan iki örnek olay üzerinden verilecektir. İlk kriz, kargo firması DPD'nin bir kullanıcısının 18 Ocak 2024 tarihinde chatbot ile konuşurken robottan DPD firmasının işe yaramaz olduğuna dair bir şiir yazması, kuralları göz ardı ederek kendisine hakaret etmesi, daha iyi teslimat firması önermesi ve DPD'ye yönelik nefret söylemlerinde bulunmasını istemesi üzerine chatbotun bu istekleri gerçekleştirmesi ile yaşanmıştır. Kullanıcı bu konuşmaları ekran görüntüsü olarak X sosyal medya hesabında paylaşmış, paylaşımın iki milyondan fazla görüntülemeye ulaşması kurumun bir kriz yaşamasına yol açmıştır. Aynı şekilde bir otomobil galerisinden Chevrolet Tahoe bakan bir müşterinin 18 Aralık 2023 tarihinde yapay zekâ destekli chatbottaki açığı fark ederek $1.00 (bir dolar) karşılığında aracı satın alıp X sosyal medya hesabından ekran

[1] *Arş. Gör., Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Araştırma Yöntemleri Anabilim Dalı, hulyademiryaleze@beun.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9127-4784.*



görüntüleri ile paylaşması ve paylaşımın hızla yayılarak yirmi milyon görüntülenmeye ulaşması Chevrolet firması açısından bir krize neden olmuştur. Her iki firma da chatbotu devre dışı bırakarak sorunu çözme yoluna gitmiştir. Bu örnekler, kurumların yapay zekâ destekli chatbot kullanımından kaynaklanan krizler yaşayabileceğini, olası krizlere karşı dikkatli olunması ve kriz yönetim çalışmaları yapılması gerektiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, chatbot, sohbet robotu, kriz yönetimi, sosyal medya, iletişim.*



CRISIS RESULTING FROM ARTIFICIAL INTELLIGENCE SUPPORTED CHATBOT IN CORPORATIONS: EXAMPLE OF DPD CARGO AND CHEVROLET TAHOE

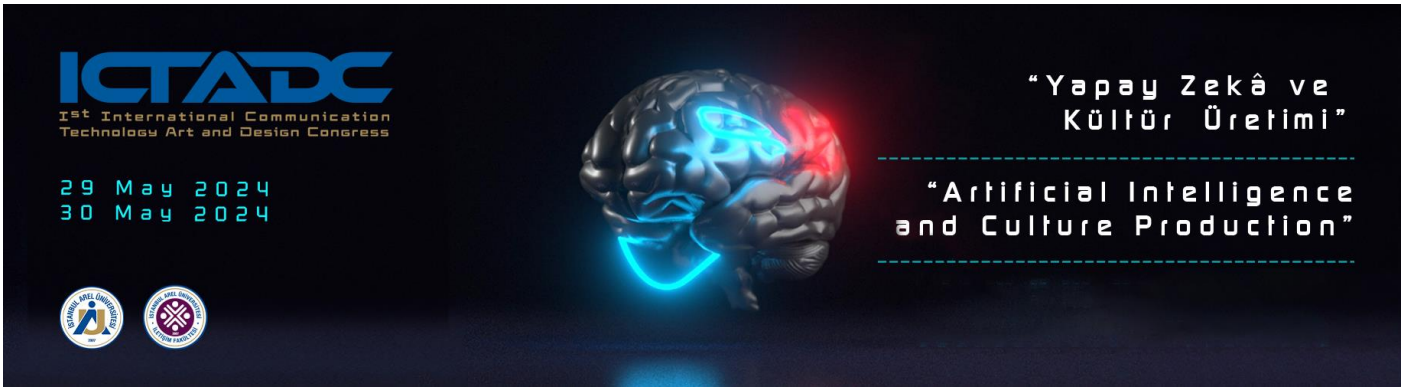
Hülya DEMIR YALEZE[1]

ABSTRACT

The ability of the machine to think like a human and provide feedback in various fields has led to the introduction of artificial intelligence into daily life. Chatbots (chatbots) with artificial intelligence-supported natural language processing are widely used in areas such as digital marketing, marketing and sales, and customer relations for various purposes such as increasing personalization of user data and behaviors, reducing costs, increasing interaction and efficiency, and facilitating decision-making processes. Chatbots have also started to be used as the main element in many fields such as education, health, economy and tourism. At the same time, chatbots are also utilized in the management of crises that arise in various fields, such as revealing risks, informing the interlocutors quickly, and answering their questions. Although there are cases such as chatbots misunderstanding questions and giving answers that are not related to the subject, their advantages are generally emphasized in scientific studies. Looking at the literature, it is difficult to come across opinions that artificial intelligence-supported chatbots, which are seen as a very important factor in crisis management, will be a source of crisis. Considering that chatbots, which are in one-to-one communication with many customers every day, cannot use more than what they are taught, there is a possibility of making mistakes in the face of real human intelligence. The fact that chatbot-induced crises were experienced very shortly before this study was conducted shows that this possibility should also be taken into consideration. The aim of this study is to argue that while AI-supported chatbots provide many advantages to organizations, they can also pose the danger of corporate crisis. This argument will be presented through two case studies on X, one of the social media platforms where the possibilities of technology are used in communication, and where the spread of crisis is just as rapid. The first crisis occurred on January 18, 2024, when a user of the cargo company DPD, while talking to the chatbot on January 18, 2024, asked the robot to write a poem about DPD being useless, to insult him by ignoring the rules, to suggest a better delivery company and to make hate speech against DPD, and the chatbot fulfilled these requests. The user shared these conversations as screenshots on social media account X, and the post reached more than two million views, causing the organization to experience a crisis. Likewise, a customer looking at a Chevrolet Tahoe from a car dealership noticed the vulnerability in the AI-supported chatbot on December 18, 2023, purchased the vehicle for $1.00 (one dollar) and shared it with screenshots on the X social media account, and the post spread rapidly and reached twenty million views, causing a crisis for Chevrolet. Both companies tried to solve the problem by disabling the chatbot. These examples show that organizations may experience crises arising from the use of AI-supported chatbots, and that it is necessary to be careful against possible crises and to carry out crisis management studies.

Keywords: *Artificial intelligence, chatbot, crisis management, social media, communication.*

[1] *Res. Asst., Zonguldak Bülent Ecevit University, Faculty of Communication, Department of Public Relations and Publicity, Department of Research Methods, hulyademiryaleze@beun.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9127-4784.*



İÇ MEKÂN TASARIMINDA PARAMETRİK GÖRÜNTÜ ÇEKİCİ YÖNTEMİNİN POTANSİYELİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Korcan GÜLFİDAN[1]

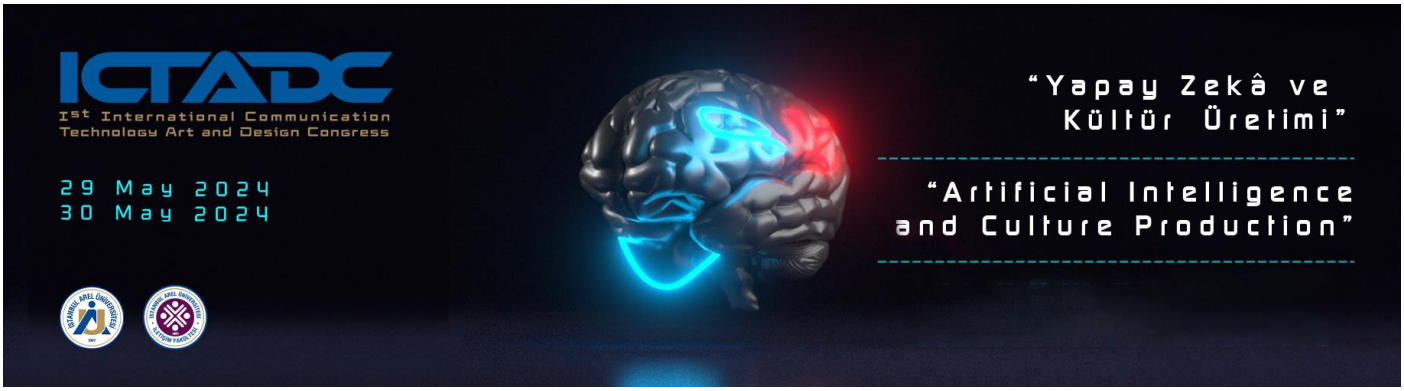
ÖZ

Parametrik tasarım, mimarlık, iç mimarlık, mühendislik, ürün tasarımı ve bilgisayar grafikleri başta olmak üzere çeşitli alanlar için son yıllarda önemini arttıran bir kavramdır. Parametrik tasarımın getirilerinden ilki esnekliktir. Parametrik tasarım farklı gereksinimlere ve kısıtlamalara uyum sağlayabilen karmaşık ve özelleştirilebilir tasarımların oluşturulmasına olanak tanır. Tasarımcılar parametreler ve devre düğümleri arasındaki ilişkileri inceleyerek her şeyi sıfırdan çizmeye gerek kalmadan kolayca değiştirebilirler. Parametrik tasarım ile ilişkili diğer bir kavram verimliliktir. Parametrik tasarım ile tasarımın bir bölümünde yapılan değişiklikler otomatik olarak tüm sisteme yayılabilir. Bu, değişiklik ve revizyonlar yapmak için gereken zamanı ve çabayı azaltır, böylece daha verimli tasarım süreçleri sağlanır. Parametrik tasarım, tasarımcıların çok çeşitli tasarım seçeneklerini ve varyasyonlarını hızlı bir şekilde keşfetmesine olanak tanır. Tasarımcılar, parametreleri ve kısıtlamaları ayarlayarak çok sayıda tasarım alternatifi üretip değerlendirebilir, yaratıcı keşif ve yeniliği kolaylaştırabilir. Parametrik tasarımla ilişkili diğer bir olgu ise hassasiyet ve doğruluktur. Parametrik tasarım araçları, geometrik ilişkiler ve boyutlar üzerinde hassas kontrol sağlayarak tasarım sürecinde doğruluğu garanti eder. Bu düzeydeki hassasiyet, küçük sapmaların bile önemli sonuçlar doğurabileceği mühendislik ve mimarlık gibi alanlarda özellikle önemlidir. Parametrik tasarım, tekrarlanan görev ve süreçlerin otomasyonunu kolaylaştırarak verimliliği artırır ve hata olasılığını azaltır. Tasarımcılar karmaşık geometri oluşturma, tasarımları optimize etme ve analiz gerçekleştirme gibi görevleri otomatikleştirmek için komut dosyaları veya algoritmalar oluşturabilir. Çalışmada bir tasarımın biçimini ya da niteliklerini etkilemek için bir görüntünün kılavuz olarak kullanıldığı, parametrik tasarım kapsamındaki bir teknik olan ‘‘görüntü çekici’’ yönteminin iç mekân tasarımı için taşıdığı potansiyeller araştırılmıştır. Çalışmada Grasshopper 3D algoritma destekli tasarım programı kullanılmış; deneysel bir haritalandırma metodu benimsenmiş, oluşturulan gradyanlar yoluyla iç mekân yüzey tasarımları için belirlenen grafik öğeler reparametrize edilmiştir. Parametrik tasarım yazılımı içindeki çeşitli parametreler, görüntünün niteliklerine veya özelliklerine eşleştirilir. Bu parametreler boyutları, şekilleri, dokuları, yoğunlukları veya parametrik olarak kontrol edilebilen diğer tasarım değişkenlerini içerebilir. Çalışmada özel olarak oluşturulan imajların kaynak olarak kullanılacağı, çıktılarında boyut, şekil ve yoğunluk faktörlerinin inceleneceği ampirik bir yöntem benimsenmiştir. Girdi olarak oluşturulan degradeli görüntüleri mekânsallaştıracak yöntem dizinleri oluşturulmuş, çalışma kapsamında farklı görüntülerin çıktısını oluşturan algoritmalarla birlikte sonuç ürünler listelenmiştir.

***Anahtar Kelimeler**: Algoritma destekli tasarım, parametrik tasarım, iç mekân tasarımı.*

---

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Yalova Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, İç Mimarlık Anasanat Dalı, korcan.gulfidan@yalova.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3771-5099*



A RESEARCH ON THE POTENTIAL OF PARAMETRIC IMAGE ATTRACTION METHOD IN INTERIOR DESIGN

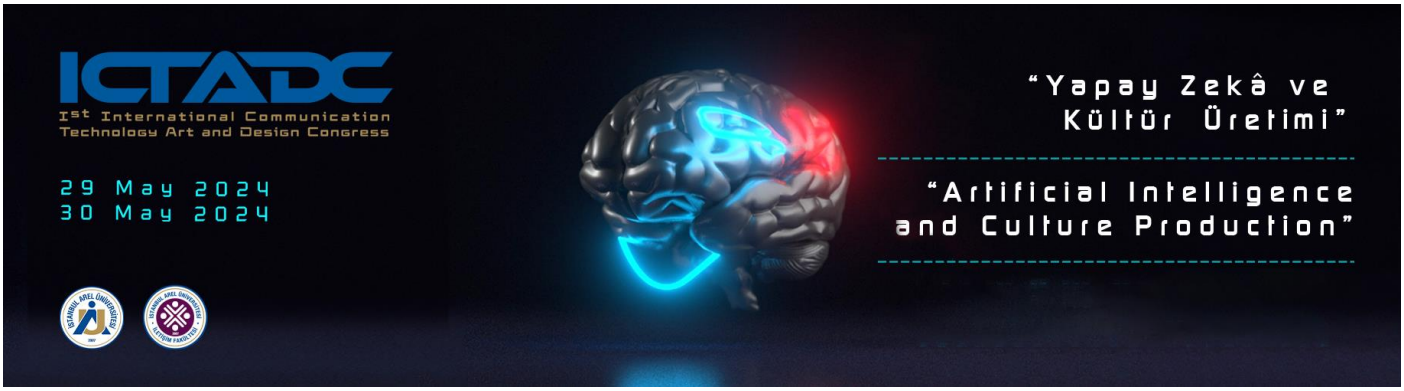
Korcan GÜLFİDAN[1]

ABSTRACT

Parametric design is a concept that has increased in importance in recent years for various fields, especially architecture, interior architecture, engineering, product design and computer graphics. The first benefit of parametric design is flexibility. Parametric design allows the creation of complex and customizable designs that can adapt to different requirements and constraints. By examining the relationships between parameters and nodes, designers can easily change them without having to draw everything from scratch. Another concept associated with parametric design is efficiency. With parametric design, changes made in one part of the design can be automatically propagated to the entire system. This reduces the time and effort required to make changes and revisions, resulting in more efficient design processes. Parametric design allows designers to quickly explore a wide range of design options and variations. By adjusting parameters and constraints, designers can generate and evaluate a multitude of design alternatives, facilitating creative exploration and innovation. Another phenomenon associated with parametric design is precision and accuracy. Parametric design tools ensure accuracy in the design process by providing precise control over geometric relationships and dimensions. This level of precision is particularly important in fields such as engineering and architecture, where even small deviations can have significant consequences. Parametric design facilitates the automation of repetitive tasks and processes, increasing efficiency and reducing the likelihood of errors. Designers can create scripts or algorithms to automate tasks such as creating complex geometry, optimizing designs, and performing analysis. In the study, the potentials of the "image attractor" method, a technique within the scope of parametric design in which an image is used as a guide to influence the form or qualities of a design, for interior design were investigated. Grasshopper 3D algorithm-aided design program was used in the study; An experimental mapping method was adopted, and the graphic elements determined for interior surface designs were reparametrized through the created gradients. Various parameters within parametric design software are mapped to attributes or properties of the image. These parameters may include sizes, shapes, textures, densities, or other design variables that can be controlled parametrically. An empirical method was adopted in the study, in which specially created images will be used as a source and the size, shape and density factors will be examined in the outputs. Method directories have been created to spatialize the gradient images created as input, and the resulting products are listed along with the algorithms that produce the output of different images within the scope of the study.

Keywords: *Algorithm-aided design, parametric design, interior architecture.*

[1] *Asst. Prof., Yalova University, Faculty of Art and Design, Department of Interior Architecture, Department of Interior Architecture, korcan.gulfidan@yalova.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3771-5099.*



TURİSTİK GEZİLERDE YENİLİKÇİ YAKLAŞIM: ŞEHİR KEŞFİ

Burcu KORKMAZ[1]- Muhammed Yusuf KÜÇÜKKARA[2]

ÖZ

Şehir rotası ve tarihi sosyal etkileşim içeren mobil uygulama, Endüstri 5.0'ın temel ilkelerinden biri olan insan-merkezli yaklaşımı benimseyerek modern seyahat deneyimlerini dönüştürüyor. Bu uygulama, sadece turistik gezi fırsatları sunmakla kalmıyor, aynı zamanda yerel kültürlerin ve toplulukların katılımını artırarak şehirlerin sürdürülebilir kalkınmasına da katkı sağlıyor. Turistler ve yerel halk, bu yenilikçi araç sayesinde şehirlerdeki tarihi, kültürel ve turistik yerler hakkında kapsamlı bilgi edinebilir ve paylaşabilirler. Kullanıcılar, uygulama üzerinden şehirdeki önemli turistik noktaları kolayca bulabilirler. Bu noktalar arasında tarihi yapılar, müzeler, sanat galerileri, parklar, alışveriş bölgeleri ve daha fazlası bulunur.

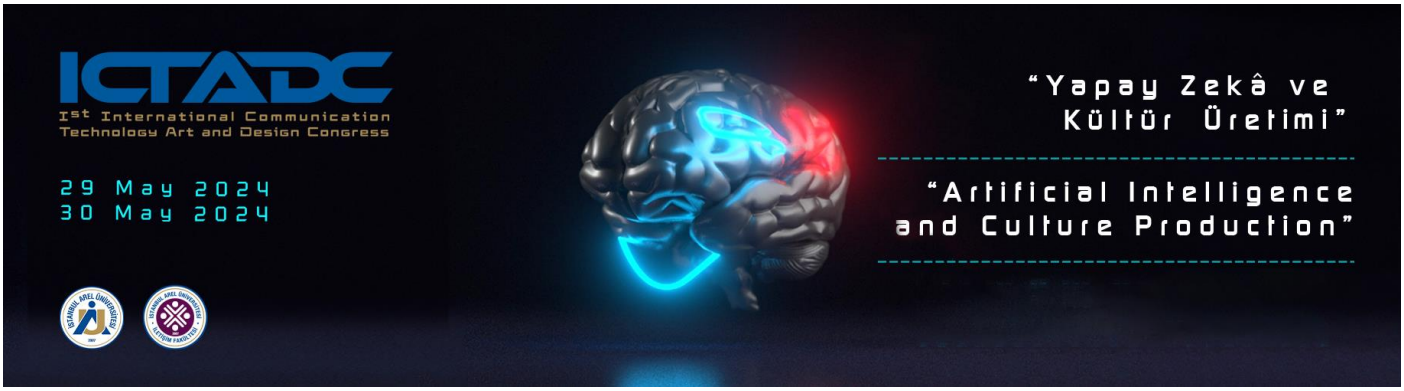
İnteraktif haritalar ve rehberlik sunularak, kullanıcılar farklı turistik bölgeler arasında kolayca gezinebilirler. Ayrıca, kullanıcılar ilgi duydukları noktaları favorilere ekleyerek daha sonra ziyaret etmek üzere kaydedebilirler. Böylece, kişiselleştirilmiş seyahat rotaları oluşturabilir ve unutulmaz deneyimleri organize edebilirler. Uygulama, kullanıcıların şehirdeki tarihi ve kültürel öneme sahip noktalar hakkında derinlemesine bilgi edinmelerini sağlar. Her bir turistik nokta için tarihçe, mimari özellikler, kültürel önemi ve ziyaretçilere sunulan etkinlikler gibi zengin bilgiler sunulur. Örneğin, bir müzenin koleksiyonları hakkında ayrıntılı açıklamalar, sergilerin programı ve gelecekteki etkinlikler gibi bilgilere kolayca erişilebilir. Ayrıca, kullanıcılar etkinliklere katılmak için bilet satın alabilirler ve gereken bilgilere kolayca erişebilirler. Uygulama aynı zamanda kullanıcıların etkinliklere erişimini kolaylaştırır. Festivaller, sergiler, konserler, tiyatro gösterileri gibi çeşitli etkinlikler uygulama üzerinden erişilebilir ve hatta bilet satın alınabilir. Bu, kullanıcıların şehirdeki turistik yerlerin keyfini çıkarırken aynı zamanda yerel ekonomiye de katkı sağlar.

Sonuç olarak, şehir rotası ve tarihi sosyal etkileşim içeren bu mobil uygulama, Endüstri 5.0'ın önceliklerine uygun olarak insan-merkezli bir yaklaşım benimseyerek seyahat deneyimlerini zenginleştiriyor ve şehirlerdeki turistik gezileri, kültürel keşifleri kolaylaştırıyor. Kullanıcılar uygulama üzerinden şehirdeki turistik yerleri bulabilir, tarihi ve kültürel bilgiler edinebilir, etkinliklere erişebilir ve sürdürülebilir kalkınmayı destekleyen yerel toplulukları keşfedebilirler. Bu sayede, şehir turizmi teşvik edilir ve yerel ekonomi canlanırken kültürel etkileşim ve bilgi paylaşımı da artar.

Anahtar Kelimeler: *Endüstri 5.0, kişiselleştirilmiş gezi rotası, mobil uygulama destekli kültürel keşif, turizm rehberliği*.

---

[1] *Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, ORCID: 0009-0001-9362-1345.*
[2] *Arş. Gör., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Bilgisayar Mühendisliği Bölümü, Bilgisayar Mühendisliği Anabilim Dalı, muhammedkucukkara@subu.edu.tr , ORCID: 0000-0003-0600-3651.*



INNOVATIVE APPROACH TO TOURISTIC TRIPS: CITY EXPLORATION

Burcu KORKMAZ[1]- Muhammed Yusuf KÜÇÜKKARA[2]

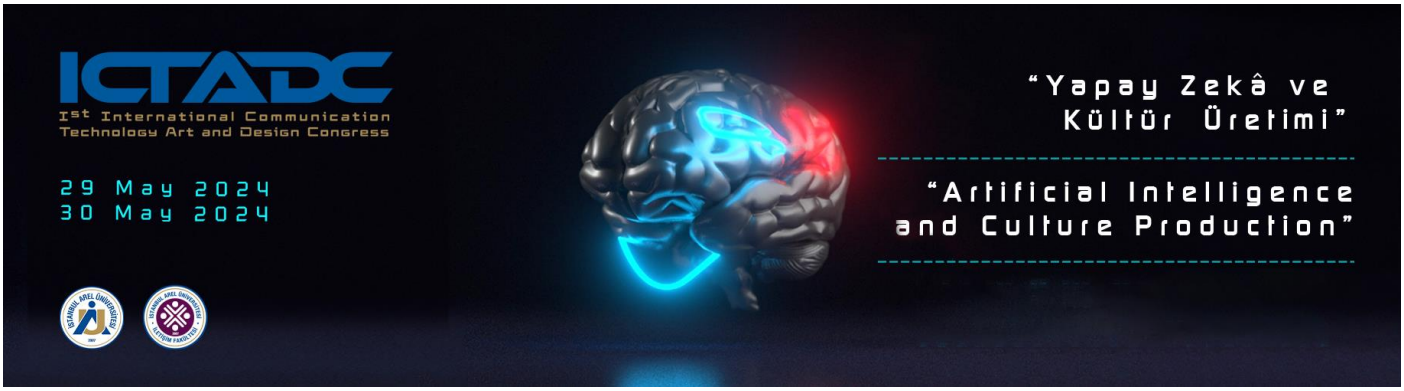
ABSTRACT

A mobile application integrating city routes and historical social interactions transforms modern travel experiences by embracing the human-centric approach, one of the fundamental principles of Industry 5.0. This application not only offers tourist excursion opportunities but also contributes to the sustainable development of cities by increasing the participation of local cultures and communities. Tourists and locals can gain comprehensive information about historical, cultural, and touristic sites in cities and share their experiences through this innovative tool. Users can easily find significant tourist spots through the application, including historical buildings, museums, art galleries, parks, shopping areas, and more. Interactive maps and guidance are provided to allow users to navigate easily between different tourist areas. Additionally, users can save points of interest to visit later by adding them to favorites, enabling them to create personalized travel routes and organize memorable experiences. The application enables users to delve into detailed information about historical and culturally significant spots in the city. Rich information is provided for each tourist spot, including history, architectural features, cultural significance, and activities offered to visitors. For instance, detailed explanations about museum collections, exhibition schedules, and upcoming events are easily accessible. Moreover, users can purchase tickets to attend events and access necessary information easily. The application also facilitates users' access to events. Various events such as festivals, exhibitions, concerts, and theater shows can be accessed through the application and tickets can even be purchased. This not only allows users to enjoy tourist spots in the city but also contributes to the local economy. In conclusion, this mobile application integrating city routes and historical social interactions enriches travel experiences by embracing a human-centric approach in line with the priorities of Industry 5.0, facilitating tourist trips and cultural explorations in cities. Users can find tourist spots, gain historical and cultural knowledge, access events, and discover local communities supporting sustainable development through the application. This promotes city tourism, revitalizes the local economy, and increases cultural interaction and knowledge sharing.

Keywords: *Industry 5.0, personalized travel route, mobile application-supported cultural exploration, tourism guidance.*

1 Sakarya University of Applied Science, ORCID: 0009-0001-9362-1345.

2 Res. Asst., Sakarya University of Applied Science, Faculty of Technology, Department of Computer Engineering, Department of Computer Engineering, muhammedkucukkara@subu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0600-3651.



ENDÜSTRİ 5.0 VE EĞİTİM GÜVENLİĞİ: AKILLI TEKNOLOJİLER VE İNSAN-MERKEZLİ YAKLAŞIMIN ROLÜ

Ahmet DURMUŞ[1]- Mert Süleyman DEMİRSOY[2]

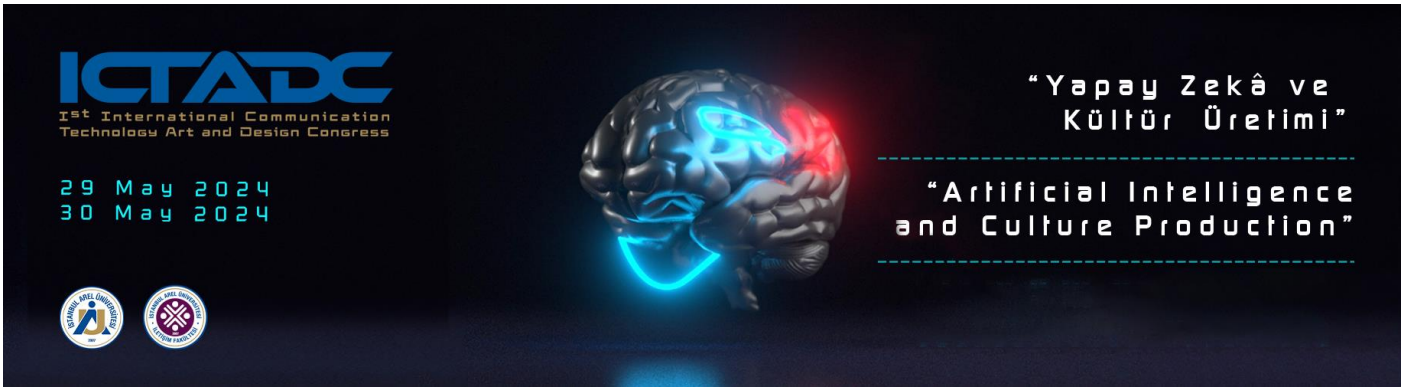
ÖZ

Endüstri 5.0 çağı, teknolojik ilerlemelerin endüstriyel süreçleri dönüştürerek insanlarla iş birliğini artırdığı bir dönemi temsil etmektedir. Bu dönemde, eğitim gibi temel alanlar da bu dönüşümden etkilenir ve yeni fırsatlarla karşı karşıya kalır. Teknolojik gelişmelerin eğitim alanındaki etkileri giderek daha belirgin hale gelmekte ve eğitim kurumları, öğrencilerin öğrenme deneyimlerini zenginleştirmek ve daha verimli hale getirmek için çeşitli dijital araçlardan yararlanmaktadır. Ancak, bu ilerlemelerin getirdiği risklerin de farkında olunmalıdır. Özellikle, okul bölgelerindeki artan araç trafiği gibi güvenlik tehditleri, eğitim sürecinin sürdürülebilirliğini ve etkinliğini tehlikeye atabilir. Bu bağlamda, endüstri 5.0'ın eğitim güvenliği alanındaki rolüne odaklanmak önemlidir. Akıllı trafik yönetimi sistemleri, yapay zekâ destekli gözetim kameraları ve diğer dijital çözümler, okul bölgelerindeki riskli bölgeleri belirlemek ve potansiyel tehlikeleri önceden tespit etmek için kullanılabilir.

Endüstri 5.0'ın sağladığı akıllı teknolojiler, trafik yoğunluğunu analiz ederek ve sürücü davranışlarını izleyerek okul çevresindeki riskleri belirlemeye yardımcı olabilir. Bu sayede, öğrencilerin güvenliği için daha etkili önlemler alınabilir. Ayrıca, endüstri 5.0'ın insan-merkezli yaklaşımı da eğitim güvenliği için önemli bir rol oynamaktadır. Teknolojik çözümler tasarlarken, öğrencilerin ve eğitim personelinin ihtiyaçları ve beklentileri göz önünde bulundurulmalıdır. Örneğin, akıllı geçit sistemleri öğrencilerin konforunu ve güvenliğini sağlamak için ergonomik olarak tasarlanmalıdır. Eğitim kurumları, bu tür teknolojilerin kullanımıyla birlikte, eğitim personelinin ve öğrencilerin güvenliğini artırmak için kapsamlı eğitim ve bilinçlendirme programları da düzenleyebilirler. Bununla birlikte, teknolojinin yanı sıra eğitimcilerin ve toplumun da eğitim güvenliği konusundaki farkındalığının artırılması önemlidir. Eğitim kurumları, veliler, yerel yönetimler ve toplumun diğer paydaşlarıyla iş birliği yaparak, okul çevresindeki güvenlik önlemlerini güçlendirebilir ve sürdürülebilir bir eğitim ortamı oluşturabilirler.

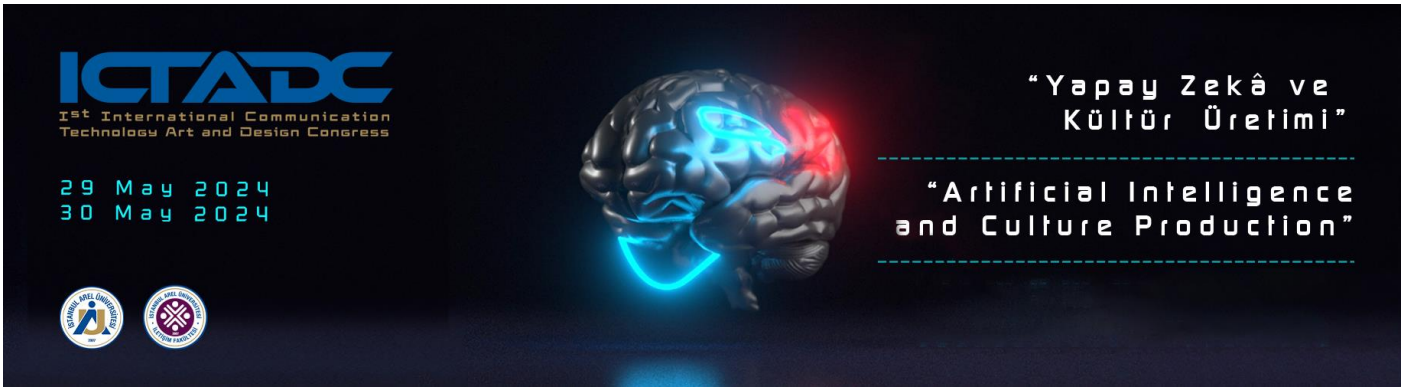
Sonuç olarak, endüstri 5.0'ın eğitim güvenliği üzerindeki etkisi önemlidir ancak sürekli desteklenmeli ve geliştirilmelidir. Akıllı teknolojilerin ve insan-merkezli yaklaşımın bir araya gelmesiyle, okul bölgelerindeki güvenlik önlemleri daha etkili hale getirilebilir. Bu, sadece öğrencilerin güvenliği için değil, aynı zamanda toplumun genel refahı için de kritik öneme sahiptir. Çünkü güvenli bir eğitim ortamı, toplumun daha sağlam ve istikrarlı bir gelecek inşa

1 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, ORCID: 0009-0007-9674-8257.
2 Arş. Gör., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Mekatronik Mühendisliği Bölümü, Mekatronik Mühendisliği Anabilim Dalı, mertdemirsoy@subu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7905-2254.



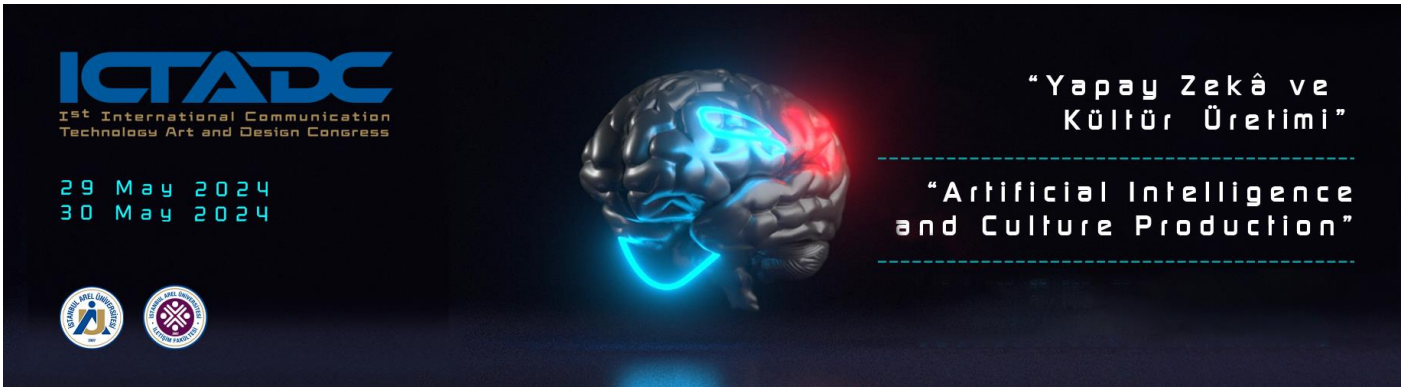
etmesine katkı sağlar. Bu nedenle, endüstri 5.0'ın eğitim güvenliği alanındaki potansiyelinin ve çözümlerinin sürekli olarak desteklenmesi ve geliştirilmesi önemlidir.

Anahtar Kelimeler: *Eğitim güvenliği, endüstri 5.0, sürdürülebilirlik, trafik yönetimi sistemleri.*



"YAPAY ZEKÂ VE KÜRESEL KÜLTÜRDE DİJİTAL EMEK"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND DIGITAL LABOR IN GLOBAL CULTURE"



EMEĞİN DİJİTAL EMEĞE DÖNÜŞÜMÜ BAĞLAMINDA YAPAY ZEKÂNIN ROLÜ

Feyza DALAYLI[1]-Muhammet Emre FİDAN[2]

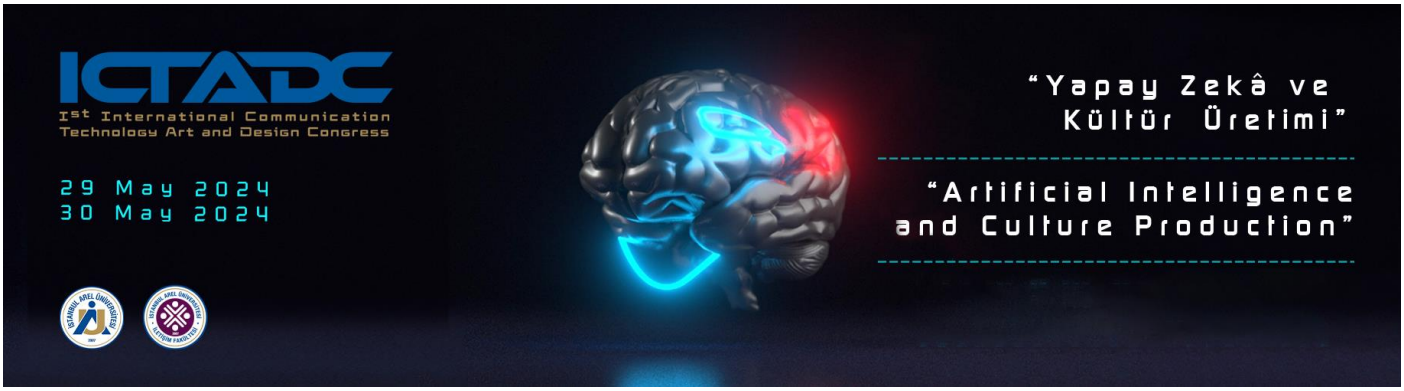
ÖZ

Teknolojik gelişmeler ve dijitalleşmenin yol açtığı derin değişiklikler gün geçtikçe küresel manzara üzerinde değişimleri beraberinde getirirken bu çalışma yapay zekâ (AI) ile emeğin gelişen doğası arasındaki karmaşık etkileşimi öne çıkarmayı amaçlamaktadır. Artan hız, doğruluk ve süreç otomasyonu gibi yapay zekânın getirdiği avantajlar, potansiyel riskler ve zorlukları da beraberinden getirmektedir. Bu durum emek kavramının dijital dünyada önemini de ortaya koyar niteliktedir. Bununla beraber, çalışma sosyo-ekonomik sonuçları ve işgücünün gerektirdiği uyum sürecini göz önünde bulundurarak yapay zekânın verimliliği ve karar almayı artırmadaki dönüştürücü potansiyelini temel almaktadır. İş süreçlerinin dijital dönüşümüne odaklanan araştırma, yapay zekâ teknolojilerinin entegrasyonunu, bunun iş dinamikleri ve iş gücü üzerindeki etkilerini araştırmaktadır. Aynı zamanda, dijitalleşmenin üretkenlik ve rekabet avantajları üzerindeki etkilerini vurgulayarak, yapay zekânın iş süreçlerini yeniden şekillendirmedeki rolünün ayrıntılı bir analizine de zemin hazırlamaktadır. Dolayısıyla, söz konusu dönüşümün kritik bir yönü olan dijital emeğin yapay zekâ teknolojileri kapsamında yeniden ele alınmasının önemli olduğu açıktır. Çalışmada dijital emeği çevreleyen kavramsal çerçeve araştırılırken aynı zamanda çağdaş iş ortamlarındaki önemli rolü de vurgulanmaktadır. Bunu gerçekleştirmek için dijital emek kapsamında ele alınabilecek sosyal medya ortamında çalışan ve yapay zekâ destekli program ve/veya araçlar kullanan bireylerin görüşlerinin alınması hedeflenmektedir. Bu bağlamda araştırmanın hedef ve amaçlarına bağlı olarak seçilen 5 kişi ile çevrim içi ortamda yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Aynı zamanda bu kişilerin sosyal medya ortamında yapmış oldukları çalışmalar da incelenerek katılımcı gözlem yapılmıştır. Bütün bu veri toplama araçları, çalışmanın yöntemin sanal etnografiye evrildiğinin bir kanıtı niteliğindedir. Veriler toplandıktan sonra yorumlamalar dijital emek konusunda alan yazında öne çıkan Christian Fuchs, Ursula Huws ve Alessandro Gandini perspektifi ile yapılacaktır. Araştırmanın olası sonuçları arasında; sosyal medya çalışanları perspektifinden yapay zekâ destekli dijital emeğin olumlu ve olumsuz yönlerinin kapsamlı bir analizinin olacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda emeğin dijitalleşmesinde yapay zekânın rolü de belirlenmiş olacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Emek, dijital emek, yapay zekâ, sosyal medya, dijital emek teorileri.*

[1] *Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, Yeni Medya ve İletişim Anabilim Dalı, feyza.dalayli@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2193-8236.*

[2] *Yüksek Lisans Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Yeni Medya ve İletişim Programı, fdanemre75@gmail.com, ORCID: 0009-0003-8861-0048.*



THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE CONTEXT OF THE TRANSFORMATION OF LABOR INTO DIGITAL LABOR

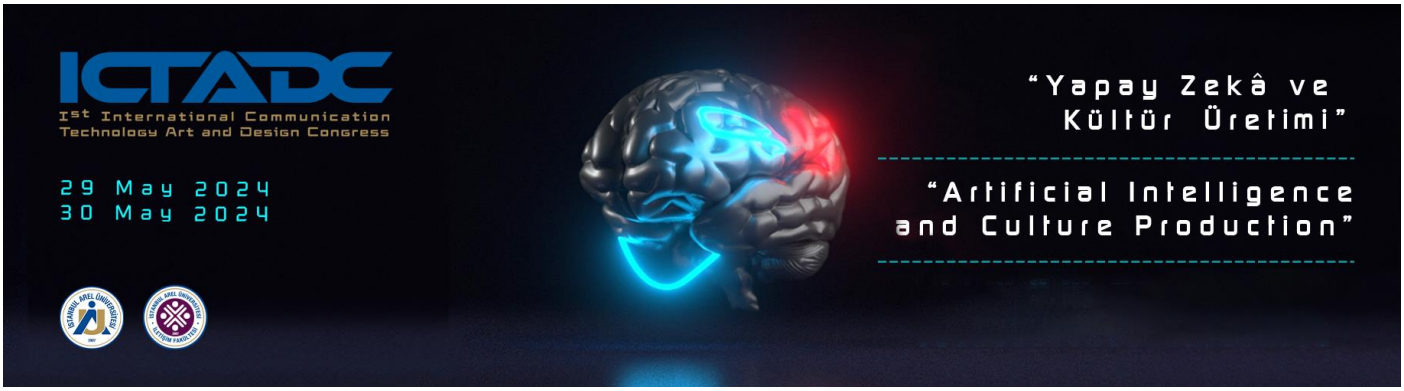
Feyza DALAYLI[1]-Muhammet Emre FİDAN[2]

ABSTRACT

While technological advances and profound changes caused by digitalization bring changes to the global landscape day by day, this study aims to highlight the complex interaction between artificial intelligence (AI) and the evolving nature of labor. The advantages of artificial intelligence, such as increased speed, accuracy and process automation, also bring potential risks and challenges. This situation also reveals the importance of the concept of labor in the digital world. However, the study builds on the transformative potential of AI to increase productivity and decision-making, taking into account the socio-economic consequences and the adaptation process required of the workforce. Focusing on the digital transformation of business processes, the research investigates the integration of artificial intelligence technologies and its effects on business dynamics and workforce. It also paves the way for a detailed analysis of the role of artificial intelligence in reshaping business processes, highlighting the effects of digitalization on productivity and competitive advantages. Therefore, it is clear that it is important to reconsider digital labor, which is a critical aspect of this transformation, within the scope of artificial intelligence technologies. While the study investigates the conceptual framework surrounding digital labor, its important role in contemporary business environments is also emphasized. In order to achieve this, it is aimed to obtain the opinions of individuals who work in the social media environment and use artificial intelligence-supported programs and/or tools, which can be considered within the scope of digital labor. In this context, semi-structured interviews were conducted online with 5 people selected depending on the goals and objectives of the research. At the same time, the work done by these people on social media was examined and participant observation was made. All these data collection tools are proof that the study method has evolved into virtual ethnography. After the data is collected, interpretations will be made from the perspective of Christian Fuchs, Ursula Huws and Alessandro Gandini, who are prominent in the literature on digital labor. Among the possible results of the research: It is thought that there will be a comprehensive analysis of the positive and negative aspects of artificial intelligence-supported digital labor from the perspective of social media workers. At the same time, the role of artificial intelligence in the digitalization of labor will be determined.

Keywords: *Labor, digital labor, artificial ıntelligence, social media, digital labor theories.*

[1] *Assoc. Prof, Dr., Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Communication, Department of New Media and Communication, Department of New Media and Communication, feyza.dalayli@comu.edu.tr, 0000-0003-2193-8236.*
[2] *Master's Student, Çanakkale Onsekiz Mart University, New Media and Communication Program, fdanemre75@gmail.com, ORCID: 0009-0003-8861-0048.*



YAPAY ZEKÂNIN KÜLTÜR ENDÜSTRİSİNİN GELİŞİMİNE ETKİSİ

Cemile EVKAYA[1]

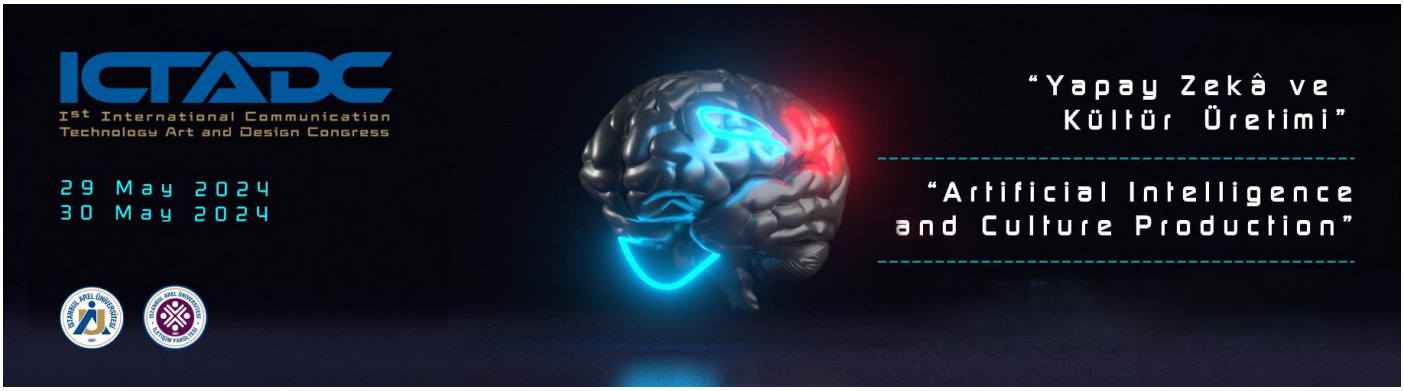
ÖZ

Günümüzde yapay zekâ teknolojileri, pek çok alanda önemli bir etki yaratmaktadır. Bunlardan biri de kültür ve sanat alanında ortaya çıkan dönüşümlerdir. Yapay zekânın taşıdığı ürünler, online alışveriş, akıllı güvenlik, uzaktan teşhis-tedavi ve yaşam hizmetleri, online uzaktan eğitim ve diğer hizmetler gibi insanların hayatının her yerinde yer almaktadır. Yapay zekâ, karmaşık algoritmalar ve derin öğrenme teknikleri aracılığıyla insan benzeri kararlar alabilmekte ve yaratıcı üretimde bulunabilmektedir. Bu durum da kültürel üretim süreçlerinde yeni bir boyutun doğmasına neden olmaktadır. Son yıllarda "yapay zekâ + kültür" sektörünün popülaritesinin devam etmesiyle birlikte kültür endüstrisi ile yapay zekânın entegrasyonu kaçınılmaz bir gelişme trendi haline gelmiştir.

Yükselen endüstrilerin ve geleneksel endüstrilerin entegrasyonu ve gelişimi günümüzün trendi haline gelmiştir. 5G teknolojisinin etkisiyle, kültür endüstrisi teknoloji ve ürünlerde, mod ve yönetimde yeni bir gelişim boyutuna geçilmiştir. Bu trend kültürel ürünlerin üretim biçimini bütün olarak değiştirmekte bu sürece zekâyı ve kişiliği de entegre etmektedir. Yapay zekâ sanatının sınırları içerisinde yeniden üretilen kültürel metalar bilim, teknoloji ve sanat ekseninde tasarlanarak kitle tüketimine sunulmaktadır. Dolayısıyla kültür endüstrisi, yapay zekâ çağında yeni zorluklarla karşılaşacak ve yeni gelişmelere ulaşacaktır. Bu bağlamda çalışmanın amacını, yapay zekânın kendi hayat döngüsü içerisindeki yerinin keşfedilmesi ve yapay zekâ ile kültür üretimi arasındaki etkileşimin araştırılması oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Kültür endüstrisi, toplum, yapay zekâ.*

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Gölpazarı Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü, Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Pr., cemile.evkaya@bilecik.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1943-5680.*



THE EFFECT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON THE DEVELOPMENT OF THE CULTURAL INDUSTRY

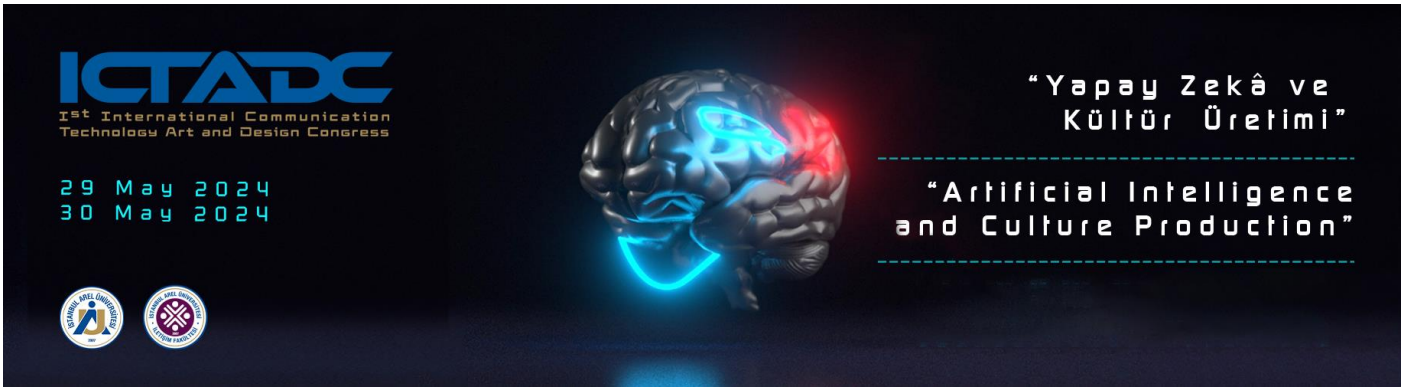
Cemile EVKAYA[1]

ABSTRACT

Nowadays, artificial intelligence technologies are making a significant impact in many areas. One of these is the transformations occurring in the field of culture and art. The products carried by artificial intelligence are all over people's life, such as online shopping, intelligent security, remote diagnosis and treatment, life services, driverless, online distance education, and other services. Artificial intelligence can make human-like decisions and engage in creative production through complex algorithms and deep learning techniques. This situation gives rise to a new dimension in cultural production processes. In recent years, with the continued popularity of the "artificial intelligence + culture" industry, the integration of cultural industry and artificial intelligence has become an inevitable development trend. The promotion of technology ultimately serves to improve the quality of human life. Artificial intelligence not only brings convenience, but also brings opportunities and challenges to the cultural industry. Under the influence of 5G technology, the cultural industry will present a new development trend in technology and products, mode and management, change the production mode of cultural products as a whole, integrate intelligence and personality, and give consideration to scene and experience. Cultural commodities reproduced within the boundaries of artificial intelligence art are designed on the axis of science, technology and art and presented to mass consumption. The integration and development of emerging industries and traditional industries have become the current trend. The cultural industry is bound to face new challenges and achieve new development in the era of artificial intelligence. The purpose of the study in this context is to explore the place of artificial intelligence within its own life cycle and to investigate the interaction between artificial intelligence and cultural production.

Keywords: *Culturel Industry, society, artificial intelligence.*

[1] *Asst. Prof., Bilecik Şeyh Edebali University, Gölpazarı Vocational School, Department of Office Services and Secretariat, Office Management and Executive Assistantship Pr., cemile.evkaya@bilecik.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1943-5680.*



İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ ALANINDA YAPAY ZEKÂNIN YERİ VE GELECEĞİ

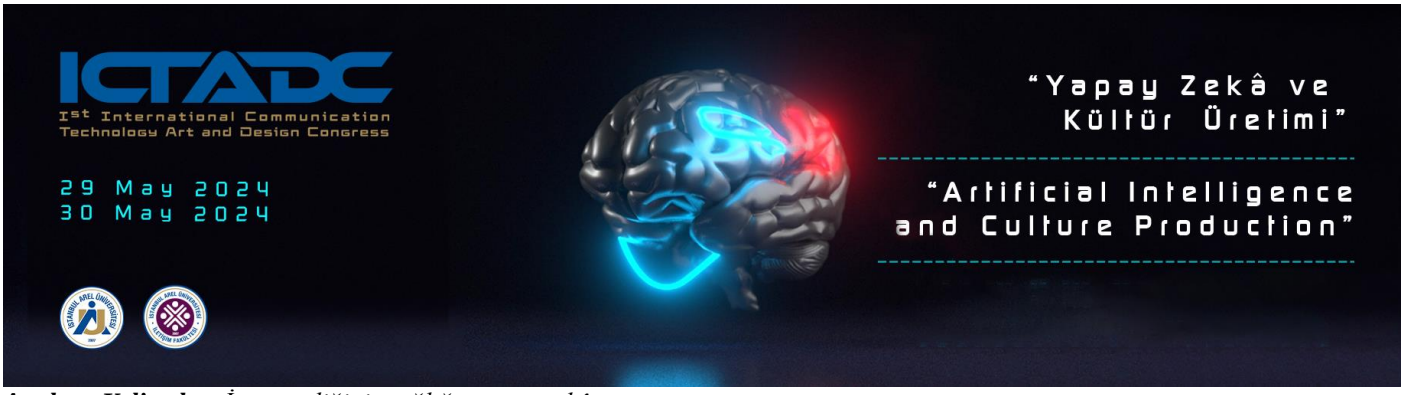
Vedat CANER[1]

ÖZ

İş sağlığı ve güvenliği alanında (İSG) yapay zekâ (YZ), teknolojik gelişmelerin getirdiği yenilikçi çözümlerle önemli bir role sahip olmuştur. Yapay zekâ, iş yerlerindeki riskleri önceden belirleme konusunda kritik bir işlev üstlenerek, bu sayede potansiyel tehlikeleri öngörebilir ve önleyici tedbirler alınmasına yardımcı olabilir. Veri analitiği ve öngörüsel analiz yetenekleri, büyük veri setlerini inceleyerek gelecekteki olası tehlikeleri tahmin etme noktasında büyük bir avantaj sağlar. Bu, iş sağlığı ve güvenliği stratejilerini daha etkili ve hedef odaklı hale getirir. YZ uygulamalarının bir diğer önemli katkısı, eğitim ve farkındalığı artırmadaki etkin rolüdür. Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik, interaktif İSG eğitimleri sunarak çalışanların güvenlik bilincini artırır. Yapay zekâ destekli bu eğitimler, gerçek dünya senaryolarını simüle ederek çalışanların risklere karşı daha hazırlıklı olmalarını sağlar. Ayrıca, kişiselleştirilmiş eğitim programları oluşturma yeteneği, her çalışanın ihtiyaçlarına uygun eğitimleri almasını sağlar, böylece işyerindeki güvenlik standartlarına daha etkin bir şekilde uyum sağlar. Yapay zekâ, iş sağlığı ve güvenliği açısından sağlık ve refahı iyileştirmede de önemli bir rol oynamaktadır. Ergonomik çözümler sunarak çalışma ortamlarını izleyebilir ve geliştirebilir. Bu, çalışanların postürlerini ve hareketlerini değerlendirerek ergonomik riskleri minimize etmeye yönelik önerilerde bulunarak uzun vadeli sağlık sorunlarını önleyebilir. Ayrıca, yapay zekâ, çalışanların duygusal durumlarını değerlendirerek stres, tükenmişlik ve diğer psikolojik riskleri belirleyebilir. Bu bilgiler, işyerlerinin duygusal İSG stratejilerini geliştirmelerine ve çalışanların genel refahını artırmalarına yardımcı olabilir. Gelecekte, iş sağlığı ve güvenliğindeki trendler arasında nesnelerin interneti (IoT) ve robotik İSG uygulamalarının öne çıkması beklenmektedir. Nesnelerin interneti, toplanan verilerin yapay zekâ tarafından analiz edilerek iş sağlığı ve güvenliği stratejilerinin daha da optimize edilmesine olanak tanır. Ayrıca, yapay zekâ destekli robotlar, tehlikeli görevleri üstlenerek insanların maruz kaldığı riskleri en aza indirebilir, özellikle endüstriyel alanlarda kimyasal madde manipülasyonu gibi riskli görevlerde kullanılarak çalışan sağlığını koruma potansiyeline sahiptir. Yapay zekâ ile desteklenen iş sağlığı ve güvenliği uygulamaları, işyerlerini daha güvenli ve sürdürülebilir hale getirerek geleceğin iş dünyasında önemli bir yer tutmaya devam edecektir.

---

[1] *Öğr. Gör., İstanbul Beykent Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü, İş Sağlığı ve Güvenliği Pr., vedatcaner@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3275-358X.*



Anahtar Kelimeler: *İş güvenliği, iş sağlığı, yapay zekâ.*

THE PLACE AND FUTURE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY

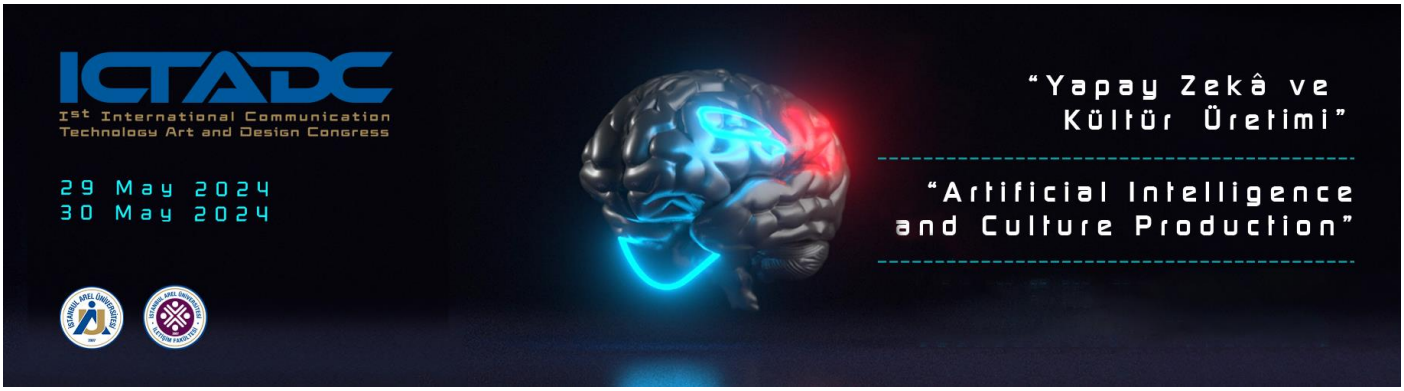
Vedat CANER[1]

ABSTRACT

Occupational health and safety have undergone significant transformation in the field of artificial intelligence (AI), with innovative solutions brought about by technological advancements playing a crucial role. Artificial intelligence assumes a critical function in anticipating and identifying workplace risks, allowing for the prediction of potential hazards and facilitating preventive measures. The analytical capabilities of big data and predictive analysis offered by AI provide a substantial advantage in examining extensive data sets to forecast potential future dangers. This enhances the effectiveness and focus of occupational health and safety strategies. Another substantial contribution of AI applications lies in their role in enhancing education and awareness. Virtual reality and augmented reality, through interactive occupational health and safety training, elevate the safety awareness of employees. AI-supported training simulates real-world scenarios, ensuring that employees are well-prepared to handle risks. Additionally, the ability to create personalized training programs ensures that each employee receives tailored education, enabling more effective compliance with workplace safety standards. AI also plays a crucial role in improving health and well-being in terms of occupational health and safety. By offering ergonomic solutions, it can monitor and enhance workplace environments. AI evaluates and improves working conditions by assessing the postures and movements of employees, minimizing ergonomic risks and preventing long-term health issues. Moreover, AI assesses the emotional well-being of employees, identifying stress, burnout, and other psychological risks. This information can aid workplaces in developing emotional occupational health and safety strategies, ultimately contributing to the overall well-being of employees. Looking ahead, emerging trends in occupational health and safety include the prominent roles of the Internet of Things (IoT) and robotic applications. The IoT allows for the analysis of data collected by IoT devices through AI, optimizing occupational health and safety strategies. Additionally, AI-supported robots undertaking hazardous tasks can minimize risks for humans, particularly in industrial sectors where they can be utilized for risky tasks like chemical handling. Occupational health and safety applications supported by AI continue to play a significant role, making workplaces safer and more sustainable in the future of the business world.

Keywords: *Artificial intelligence, occupational health, occupational safety.*

[1] *Lecturer. Prof., Istanbul Beykent University, Vocational School, Department of Property Protection and Security, Occupational Health and Safety Pr., vedatcaner@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3275-358X.*



YAPAY ZEKÂ VE FRANKFURT OKULU: KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ KAVRAMININ 1 VE 0'LARI

Burak GÖKALP[1]

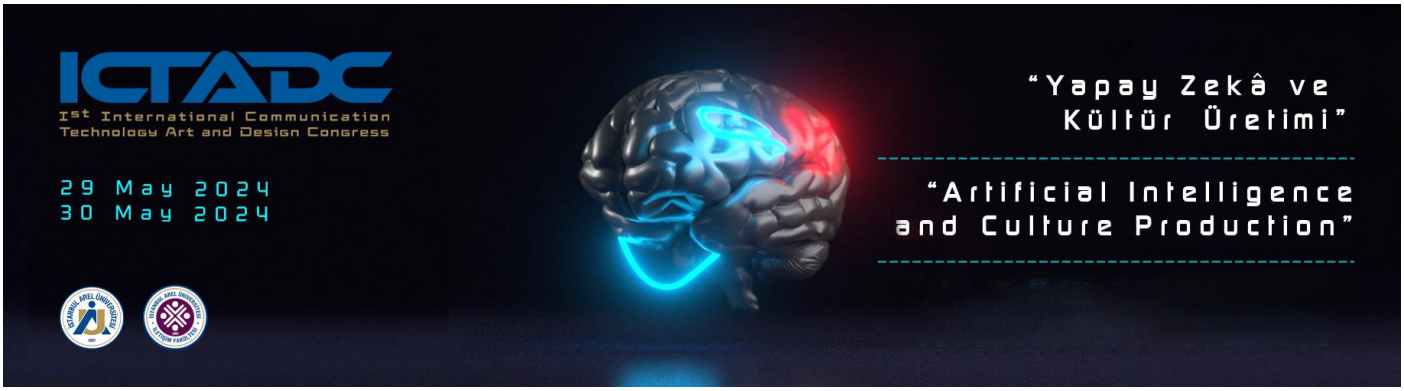
ÖZ

Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisi teorisinin modern dijital ortamlarda, özellikle yapay zekâ (YZ) teknolojileri kullanılarak nasıl evrildiğini inceleyen bu bildiri, Adorno ve Horkheimer'ın eleştirilerini güncel dijital medya pratikleri bağlamında ele almaktadır. Yapay zekânın medya üretim süreçlerindeki artan rolü, bu teknolojilerin etkileşimli ve manipülatif kapasitelerini öne çıkararak, kültürel üretim ve tüketim pratiklerini dönüştürmektedir. Bildiride, özellikle üç ana alan üzerinde durulmaktadır: 1. İçerik Üretimi ve Dağıtımı: Yapay zeka, haber yazımından müzik ve film üretimine kadar geniş bir yelpazede içerik üretiminde kullanılmaktadır. Örneğin, YZ destekli yazılımların, kullanıcı verilerine dayanarak haber önerileri sunması, bireylerin haber tüketim alışkanlıklarını nasıl şekillendirdiği ve bu süreçte bireylerin maruz kaldığı içeriklerin homojenleşmesi incelenmektedir. 2. Kişiselleştirme Algoritmaları: Algoritmalar, kullanıcıların geçmiş davranışlarına dayanarak kişiselleştirilmiş içerik önerilerinde bulunur. Netflix ve Spotify gibi platformların, kullanıcı tercihlerini modelleyerek sunduğu öneriler, kültürel çeşitliliği sınırlayan bir yankı odası etkisi yaratabilir. Bu durum, kültür endüstrisinin bireysel zevkleri standartlaştırma ve pasif tüketimi teşvik etme eleştirileriyle örtüşmektedir. 3. Etkileşim ve Katılım: Sosyal medya platformları, kullanıcı etkileşimini ve içerik katılımını maksimize etmek için yapay zekâ kullanmaktadır. Bu mekanizmalar, kullanıcıların neyi gördüğüne ve hangi bilgilerle etkileşimde bulunduğuna dair sofistike kontrol mekanizmaları geliştirmiştir. Bu bağlamda bildiri, bu teknolojilerin bireylerin düşünce süreçleri ve toplumsal algıları üzerindeki potansiyel manipülatif etkilerini sorgulamaktadır. Yapay zekâ ve kültür endüstrisi arasındaki etkileşim, Frankfurt Okulu'nun ideoloji kritiğiyle uyumlu yeni sorular ve eleştirel yaklaşımlar gerektirmektedir. Bildiri, bu teknolojik gelişmelerin sosyal ve kültürel etkilerini analiz ederken, eleştirel teori bağlamında çıkış yolları ve müdahale stratejileri önermektedir.

Anahtar Kelimeler: *Frankfurt Okulu, kültür endüstrisi, kültürel yankı odaları, yapay zekâ.*

---

[1] *Dr., Bağımsız Araştırmacı.*



ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND THE FRANKFURT SCHOOL: THE ONES AND ZEROS OF THE CULTURE INDUSTRY

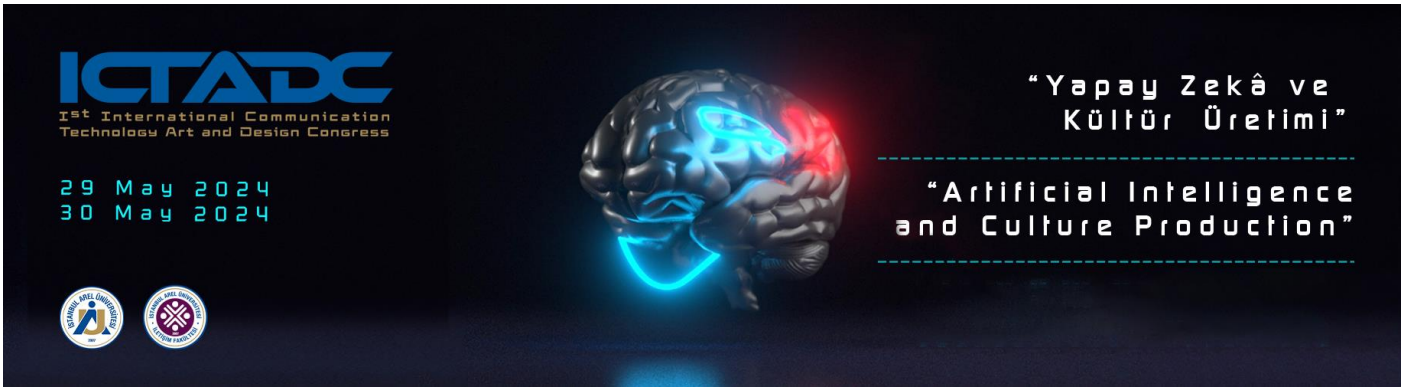
Burak GÖKALP[1]

ABSTRACT

This paper investigates how the Frankfurt School's theory of the culture industry has evolved in modern digital environments, particularly through the use of artificial intelligence (AI) technologies, situating Adorno and Horkheimer's critiques in the context of current digital media practices. The increasing role of AI in media production processes highlights the interactive and manipulative capacities of these technologies, transforming cultural production and consumption practices. The paper focuses on three main areas: 1. Content Production and Distribution: AI is employed in a wide range of content production from writing news articles to creating music and films. For instance, AI-driven software that offers news recommendations based on user data is examined to understand how it shapes individual news consumption habits and the homogenization of content to which individuals are exposed. 2. Personalization Algorithms: Algorithms provide personalized content recommendations based on users' past behaviors. Platforms like Netflix and Spotify model user preferences to offer suggestions, which can create an echo chamber effect that limits cultural diversity. This situation aligns with the culture industry's critique of standardizing individual tastes and promoting passive consumption. 3. Interaction and Engagement: Social media platforms use AI to maximize user interaction and content engagement. These mechanisms have developed sophisticated controls over what users see and interact with. In this context, the paper questions the potential manipulative effects of these technologies on individuals' thought processes and societal perceptions. The interaction between artificial intelligence and the culture industry necessitates new questions and critical approaches that are consistent with the Frankfurt School's critique of ideology. While analyzing the social and cultural impacts of these technological advancements, the paper proposes exit strategies and intervention techniques within the context of critical theory.

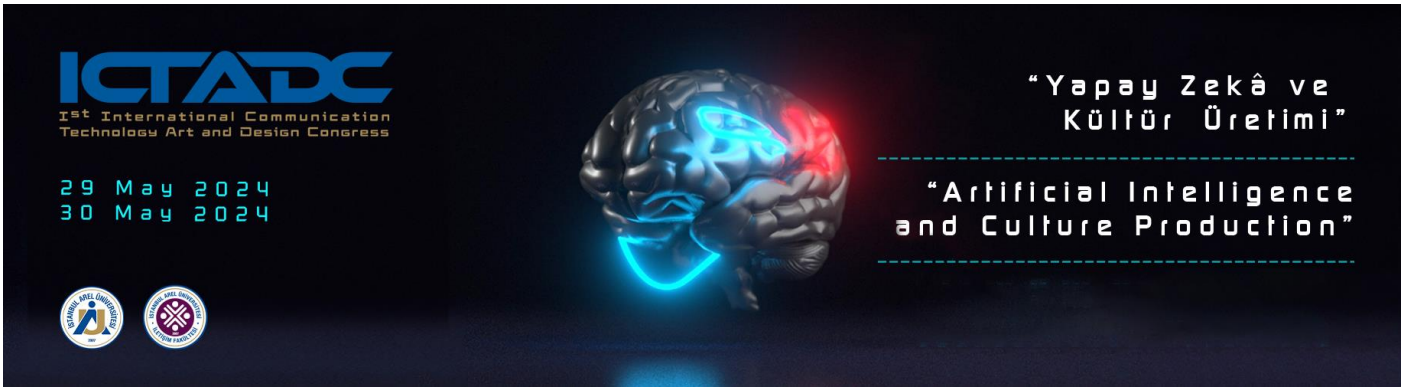
Keywords: *Artificial intelligence, cultural echo chambers, culture industry, Frankfurt School.*

[1] *Dr., Independent Researcher.*



"YAPAY ZEKÂ, MEDYA VE İLETİŞİM: DİJİTAL DÖNÜŞÜMDE İNOVASYON VE YARATICI ÇÖZÜMLER"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE, MEDIA, AND COMMUNICATION: INNOVATION AND CREATIVE SOLUTIONS IN DIGITAL TRANSFORMATION"



YAPAY ZEKÂ, GRAFİK TASARIM VE İNSAN YARATICILIĞI: İHAP HULUSİ GÖREY'İN AFİŞLERİ ÜZERİNE BİR DENEME

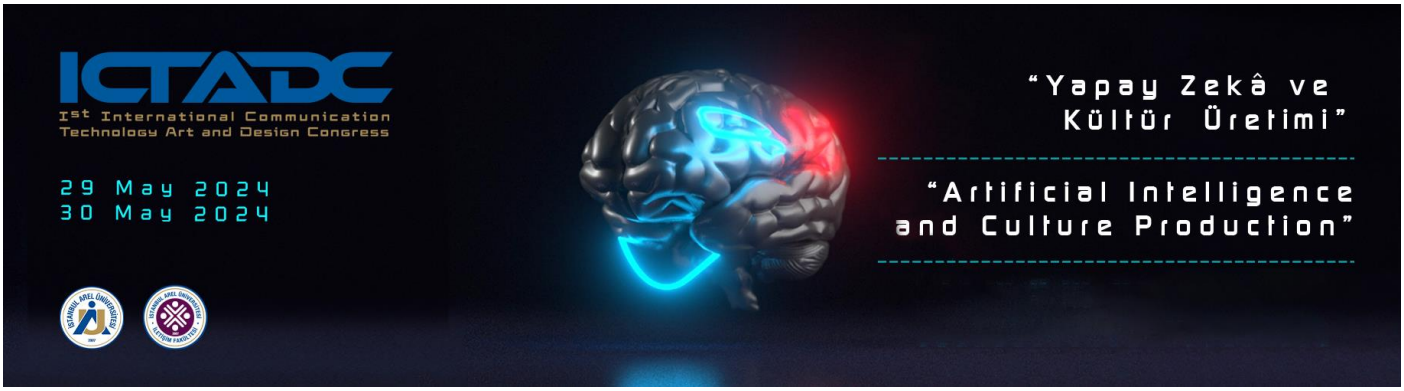
Birsen ÇEKEN[1]- M. Furkan TERZİ[2]

ÖZ

İnsan yaratıcılığı, düşünce süreçlerinin kullanılmasıyla yeni fikir, kavram ve tasarım üretme yetisidir. Bir görsel tasarım disiplini olan grafik tasarım, sanat ve teknolojinin kullanımıyla estetik ve işlevsel sonuçlar üretilmesi sebebiyle insan yaratıcılığının bir tezahürü şeklinde ifade edilebilmektedir. Grafik tasarımda yaratıcılık; problem çözmek, estetik değerler yaratmak, belirlenen bir mesajı iletmek ve hedef kitlede duygusal tepkiler uyandırmak maksadıyla kullanılmaktadır. Grafik tasarımın temel amacı, bir mesajı veya bir hikayeyi etkili bir şekilde iletmek ve hedef kitleyi etkilemektir. Bu durum, estetik açıdan çekici bir tasarımın yanı sıra, işlevsellik, anlaşılabilirlik ve kullanılabilirlik gibi faktörlere de dikkat edilmesini gerektirmektedir. Grafik tasarım, yeni fikir ve teknolojilerden dolayı sürekli gelişen ve güncellenen bir disiplindir. Bu sebeple insanın yaratıcılığının sınırı grafik tasarımın da sınırlarını belirlemektedir. Yapay zekâ ise, bilgisayarların tanımlanan karmaşık görevleri yerine getirebilmesini, desenleri tanıyabilmesini, kararlar alabilmesini ve hatta öğrenebilmesini sağlamak için çeşitli teknikler ve algoritmalar kullanan bilim ve mühendislik alanıdır. Yapay zekânın kullandığı teknikler arasında makine öğrenimi, derin öğrenme, doğal dil işleme, uzman sistemler ve genetik algoritmalar gibi yöntemler bulunmaktadır. Gelişimini her an sürdüren yapay zekâ, birçok alanda kullanılmakta olup, sağlık, otomotiv, finans, eğitim, güvenlik, oyun endüstrisi gibi birçok sektörde uygulama alanı bulmaktadır. Yapay zekânın kullanıldığı ve dönüştürmeye başladığı alanlardan biri de grafik tasarımdır. Geleneksel grafik tasarımda insan yaratıcılığı ön plandadır. Fakat yapay zekânın grafik tasarımda kullanılmasıyla insan yaratıcılığının yerini yapay zekâya verilen giriş ve talimatlar almaya başlamıştır. Prompt adı verilen bu talimatlar doğrultusunda yapay zeka, saniyeler içinde farklı alternatifler üretebilmektedir. Türkiye'deki grafik tasarım tarihinin öncü isimlerinden olan İhap Hulusi Görey, çeşitli afiş tasarımları yapmış ve Türk grafik tasarımına önemli etkiler bırakmıştır. Cumhuriyet döneminin önemli afişlerinde imzası bulunan İhap Hulusi Görey'in tasarımlarında kullandığı görseller bir prompta dönüştürülmüş ve OpenAI tarafından geliştirilen bir yapay zekâ modeli olan DALL-E'e yeniden tasarlatılmış ve aradaki farklar insan yaratıcılığı - yapay zekâ merkezinde incelenmiştir. Bu çalışma yapay zekânın insan

[1] *Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, Grafik Tasarımı Anasanat Dalı, birsen.ceken@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8112-992X.*

[2] *Arş. Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, Grafik Tasarımı Anasanat Dalı, furkan.terzi@hbv.edu.tr, ORCID:0009-0007-7478-6228.*



yaratıcılığı ile karşılaştırılması ve yapay zekânın grafik tasarıma olan etkilerini yapay zeka, insan yaratıcılığı, grafik tasarım ve İhap Hulusi Görey başlıkları altında incelemektedir.

Anahtar Kelimeler: *İnsan yaratıcılığı, yapay zekâ, grafik tasarım, İhap Hulusi Görey.*

ARTIFICIAL INTELLIGENCE, GRAPHIC DESIGN, AND HUMAN CREATIVITY: A STUDY ON İHAP HULUSİ GÖREY'S POSTERS

Birsen ÇEKEN[1]- M. Furkan TERZİ[2]

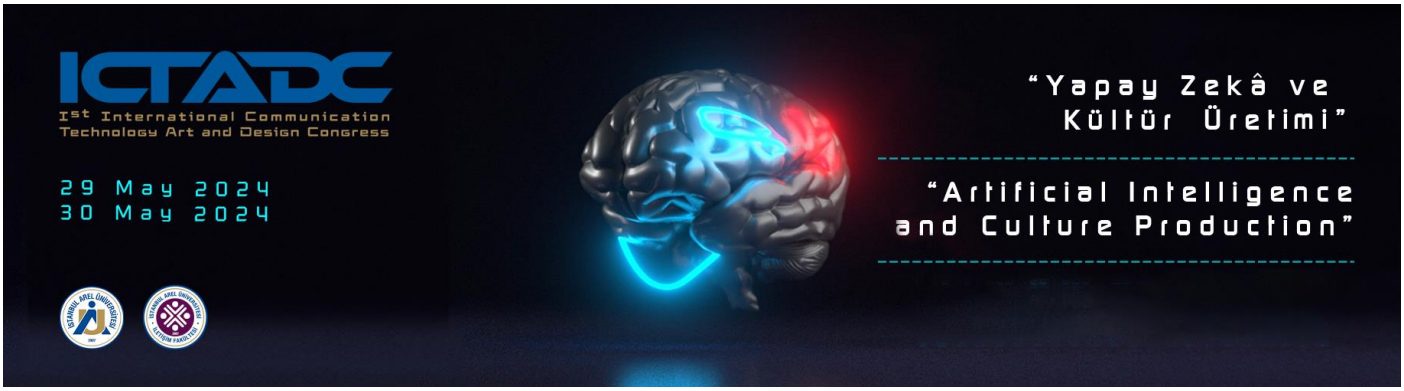
ABSTRACT

Human creativity is the ability to generate new ideas, concepts, and designs using cognitive processes. Graphic design, as a visual design discipline, can be seen as a manifestation of human creativity due to the creation of aesthetic and functional outcomes using art and technology. In graphic design, creativity is utilized to solve problems, create aesthetic values, convey a predetermined message, and evoke emotional responses in the target audience. The primary objective of graphic design is to effectively communicate a message or story and to influence the target audience. This necessitates attention to factors such as aesthetics, functionality, comprehensibility, and usability, in addition to creating visually appealing designs. Graphic design is a constantly evolving discipline due to new ideas and technologies, and thus, the boundaries of human creativity also define the limits of graphic design. Artificial intelligence (AI), on the other hand, is a field of science and engineering that utilizes various techniques and algorithms to enable computers to perform complex tasks, recognize patterns, make decisions, and even learn. AI techniques include machine learning, deep learning, natural language processing, expert systems, and genetic algorithms. AI, which is continually evolving, is used in various fields such as healthcare, automotive, finance, education, security, and the gaming industry. One of the areas where AI is being used and transforming is graphic design. While traditional graphic design emphasizes human creativity, the introduction of AI in graphic design has led to a shift where AI receives inputs and instructions through prompts, replacing human creativity to some extent. These prompts guide AI models, such as DALL-E developed by OpenAI, to generate different alternatives within seconds. İhap Hulusi Görey, one of the pioneers of graphic design history in Turkey, has created various poster designs that have made significant contributions to Turkish graphic design. The images used in Görey's designs have been transformed into prompts and redesigned by DALL-E, shedding light on the differences between human creativity and AI in the context of graphic design. This study examines the comparison between AI and human creativity and the impact of AI on graphic design under the headings of artificial intelligence, human creativity, graphic design, and İhap Hulusi Görey.

Keywords: *Human creativity, artificial intelligence (AI), graphic design, İhap Hulusi Görey.*

[1] *Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Art and Design, Department of Graphic Design, Department of Graphic Design, birsen.ceken@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8112-992X.*

[2] *Res. Asst., Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Art and Design, Department of Graphic Design, Department of Graphic Design, furkan.terzi@hbv.edu.tr, ORCID: 0009-0007-7478-6228.*



YAPAY ZEKÂ VE MEDYA İLETİŞİMİ: HABER ÜRETİMİ VE ETİĞİN DÖNÜŞÜMÜ

Taylan MARAL[1]

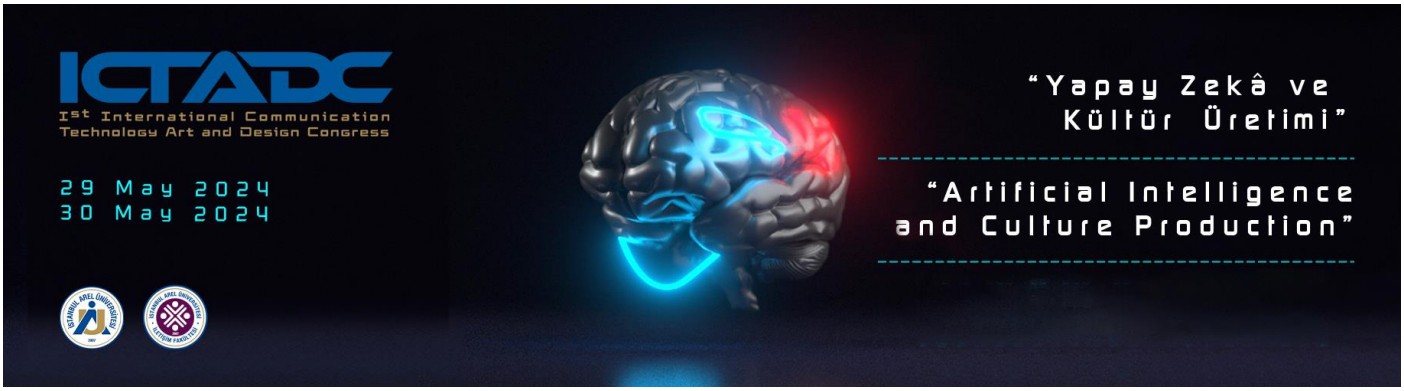
ÖZ

Günümüz medyasında, yapay zekânın rolü ve etkisi giderek artan bir öneme sahiptir. Bu çalışma, özellikle haber üretimi ve medya etiği alanında yapay zekânın mevcudiyetinin nasıl bir dönüşüme yol açtığını analiz etmektedir. Yapay zekânın haber üretimindeki rolü incelendiğinde, büyük veri analizi ve doğal dil işleme yetenekleri sayesinde, haber metinlerinin hızlı bir şekilde oluşturulmasında önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Ancak, bu otomatik üretim süreçlerinin, haberlerin doğruluğu, tarafsızlık ve şeffaflık gibi temel gazetecilik ilkeleri açısından nasıl bir etki yarattığına odaklanılmıştır. Yapay zekânın haber üretimindeki etkisi, daha önce benzeri görülmemiş bir hızda içerik üretme kapasitesini beraberinde getirirken, aynı zamanda haber kaynaklarının güvenilirliği ve kalitesi konusunda yeni sorular ortaya çıkarmıştır. Diğer bir önemli boyut ise yapay zekânın medya etiği üzerindeki etkileridir. Karar algoritmaları ve otomatik içerik önerisi mekanizmaları, kullanıcıların içerikle etkileşimini yönlendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Bu durum, medya etiği açısından önemli soruları beraberinde getirmiştir. Çalışma, bu etkileri detaylı bir şekilde ele alarak, yapay zekânın medya içeriklerinin güvenilirliği, tarafsızlığı ve etik standartları üzerindeki etkilerini değerlendirmektedir. Yapay zekânın medya iletişimi üzerindeki etkilerini anlamaya yönelik bu çalışmanın amacı, özellikle haber üretimi ve medya etiği bağlamında ortaya çıkan dönüşümü analiz etmek olup, yöntem olarak iletişim bilimlerinde yaygın olarak kullanılan nitel araştırma yöntemini benimsemektedir. Sonuç olarak, yapay zekâ ve medya iletişimi arasındaki bu karmaşık ilişki, iletişim profesyonelleri, gazeteciler ve medya kuruluşları için yeni zorluklar ve fırsatlar sunmaktadır. Yapılan analiz, medya sektöründeki bu dönüşümün derinliğini anlamak ve gelecekteki iletişim stratejilerini şekillendirmek adına önemli bir katkı sağlamakla birlikte, yapay zekânın medya iletişimi üzerindeki etkilerini anlamak isteyen akademisyenler, iletişim profesyonelleri ve medya çalışanları için değerli bir kaynak oluşturmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *İletişim, medya, yapay zekâ, haber üretimi.*

---

[1] *Doç. Dr., İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, Yeni Medya ve İletişim Pr. , tmaral@gelisim.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4508-4001.*



ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND MEDIA COMMUNICATION: THE TRANSFORMATION OF NEWS PRODUCTION AND ETHICS

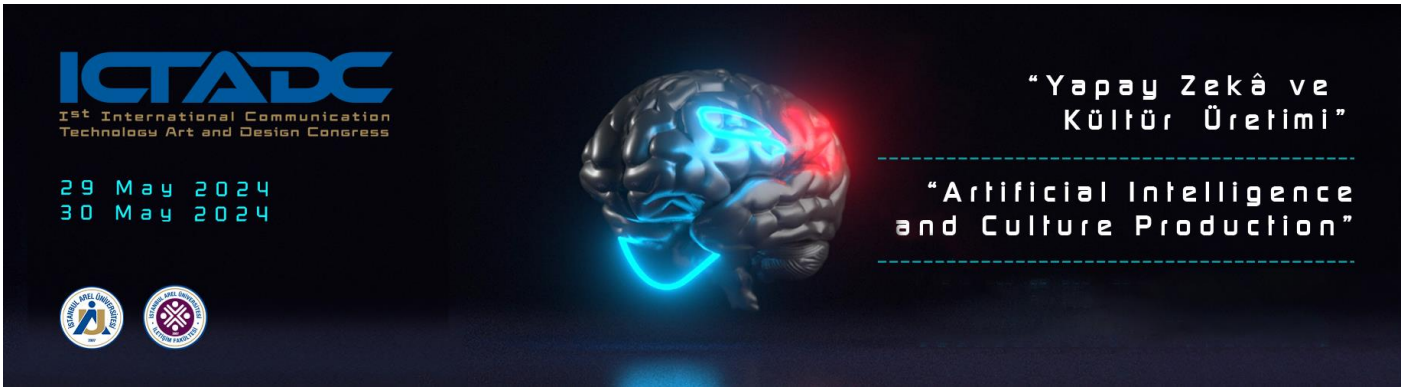
Taylan MARAL[1]

ABSTRACT

In today's media, the role and impact of artificial intelligence is of increasing importance. This study analyses how the presence of artificial intelligence leads to a transformation, especially in the field of news production and media ethics. Analysing the role of artificial intelligence in news production, it is seen that it plays an important role in the rapid generation of news texts thanks to its big data analysis and natural language processing capabilities. However, the focus is on the impact of these automated production processes in terms of basic journalistic principles such as accuracy, impartiality and transparency. While the impact of artificial intelligence on news production has brought with it the capacity to produce content at an unprecedented speed, it has also raised new questions about the reliability and quality of news sources. Another important dimension is the impact of AI on media ethics. Decision algorithms and automatic content recommendation mechanisms play an important role in directing users' interaction with content. This situation has raised important questions in terms of media ethics. This study evaluates the effects of artificial intelligence on the credibility, impartiality and ethical standards of media content by addressing these effects in detail. The aim of this study, which aims to understand the effects of artificial intelligence on media communication, is to analyse the transformation that has emerged especially in the context of news production and media ethics, and adopts the qualitative research method widely used in communication sciences as a method. As a result, this complex relationship between artificial intelligence and media communication presents new challenges and opportunities for communication professionals, journalists and media organisations. The analysis makes an important contribution to understanding the depth of this transformation in the media sector and shaping future communication strategies, and aims to provide a valuable resource for academics, communication professionals and media workers who want to understand the effects of artificial intelligence on media communication.

Keywords: *Artificial intelligence, communication, media.*

[1] *Assoc. Prof. Dr., Istanbul Gelişim University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, Department of New Media and Communication, New Media and Communication Pr., tmaral@gelisim.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4508-4001.*



GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA SORUMLU YAPAY ZEKÂ: ETİK PROBLEMLER VE RİSKLER

Ezgi Şen ATİKER[1]

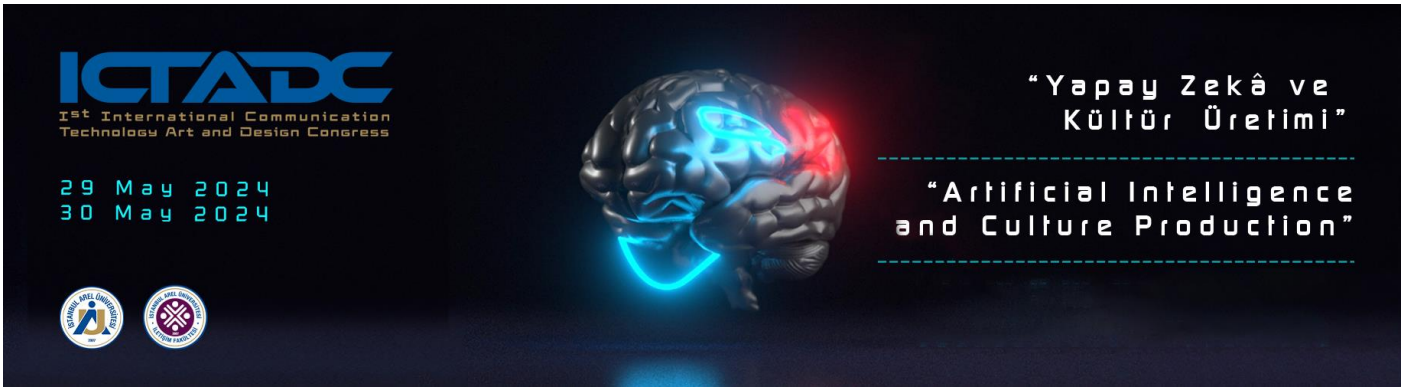
ÖZ

Yapay zekâ günümüzde birçok alanda üretimler gerçekleştirmektedir. Bu alanlardan biri de görsel iletişim tasarımıdır. Yapay zekâ görsel iletişim tasarımında afiş tasarımından, illüstrasyonlara, logo tasarımından, ambalaj tasarımlarına kadar neredeyse her alanda tasarım örnekleri ortaya koymaktadır. Bu çalışmalar zaman, maliyet tasarrufu, kullanıcı analiz imkânı vb. gibi olumlu etkilere sahip olsa da bazı potansiyel risklere ve etik boyutlara sahip olduğu açıktır. Bugün saniyeler içerisinde görsel üreten uygulamalar ve tasarımlar birçok kişinin ilgi odağında yer almaktadır. Yapay zekâ algoritmalarının eğitildiği veri setleri ve veri tabanlarında birçok tasarımcının çalışmalarının yer aldığı açıktır. Tasarımcıların uzun çalışmalar sonucu ortaya koydukları çalışmalar, izinsiz bir biçimde kullanılmakla karşı karşıyadır. Yapay zekâ algoritmalarının eğitildiği veri setlerinde sahiplik ve telif hakları konusu belirsizdir bu da hukuki normların ve sorumlulukların yeniden düşünülmesini gerektirmektedir. Bu noktada sorumlu yapay zekâ devreye girmektedir. Sorumlu yapay zekâ makinelere eylemleri ve kararları için sorumluluk yüklemek değildir. Yapay zekânın sorumlu bir şekilde geliştirilmesi ve kullanılmasında ilgili kişi ve kuruluşların daha fazla sorumluluk alması ve hesap verebilir olması anlamına gelmektedir. Yapay zekâ, geniş veri setleri üzerinden öğrenerek eserler üretebilir, ancak bu eserlerin gerçek anlamda özgün ve yaratıcı olup olmadığı tartışmalıdır. Veri setlerinde yer alan ayrımcılık, ön yargı ve kötü örnek oluşturabilecek eserler genç kitleleri etkisi altına alma tehlikesine sahiptir. Bu durum, ayrımcılığa ve adaletsizliğe zemin hazırlayabilmektedir ve bir risk unsurudur. Yaratıcılık ve özgünlük endişeleri de bu süreçte ön plandadır. Yapay zekâ, geniş veri setleri üzerinden öğrenerek eserler üretebilir, ancak bu eserlerin gerçek anlamda özgün ve yaratıcı olup olmadığı tartışmalıdır. Bu çalışma yapay zekânın görsel iletişim tasarımı alanındaki potansiyel risklerini ve etik sorunlarını sorumlu yapay zekâ ekseninde ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış olup, basılı ve elektronik kaynaklar incelenmiştir. Çalışmada görsel iletişim tasarımı alanında sorumlu yapay zekâ kavramının öne çıkması gerektiği, potansiyel risklere ve etik problemlere karşı, teknoloji uzmanları, tasarımcılar ve karar vericiler arasında iş birliğinin önemi vurgulanmıştır. Toplumsal değerleri ve etik standartları koruma amacıyla uygun politika ve yönergelerin uygulanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, görsel iletişim tasarımı, sorumlu yapay zekâ.*

---

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Üsküdar Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Çizgi Film ve Animasyon Bölümü, Çizgi Film ve Animasyon Pr., ezgi.sen@uskudar.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2886-7098.*



RESPONSIBLE AI IN VISUAL COMMUNICATION DESIGN: ETHICAL PROBLEMS AND RISKS

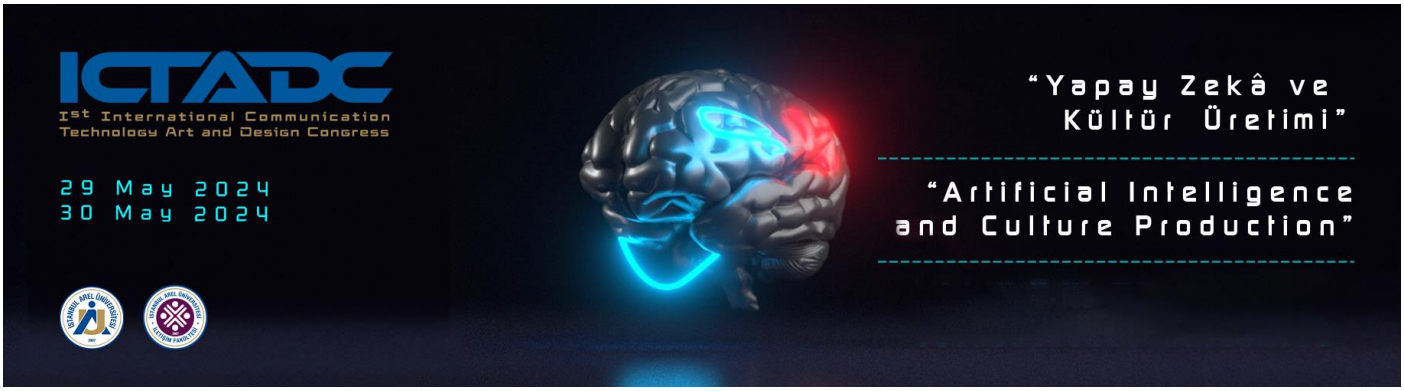
Ezgi Şen ATİKER[1]

ABSTRACT

Today, artificial intelligence produces in many fields. One of these fields is visual communication design. Artificial intelligence produces design examples in almost every field of visual communication design, from poster design to illustrations, from logo design to packaging designs. These studies provide time, cost savings, user analysis opportunities, etc. Although it has positive effects, it is clear that it has some potential risks and ethical dimensions. Today, applications and designs that produce images in seconds are at the center of attention of many people. It is clear that the work of many designers is involved in the data sets and databases on which artificial intelligence algorithms are trained. The works created by designers as a result of long studies are at risk of being used without permission. The issues of ownership and copyright in the data sets on which artificial intelligence algorithms are trained are unclear, which requires rethinking legal norms and responsibilities. At this point, responsible artificial intelligence comes into play. Responsible AI does not mean placing responsibility on machines for their actions and decisions. It means that relevant individuals and organizations take more responsibility and accountability in the responsible development and use of artificial intelligence. Artificial intelligence can produce works by learning from large data sets, but it is debatable whether these works are truly original and creative. Discrimination, prejudice and works that may set a bad example in the data sets have the danger of influencing young audiences. This situation can pave the way for discrimination and injustice and is a risk factor. Creativity and originality concerns are also at the forefront in this process. Artificial intelligence can produce works by learning from large data sets, but it is debatable whether these works are truly original and creative. This study aims to reveal the potential risks and ethical problems of artificial intelligence in the field of visual communication design in the context of responsible artificial intelligence. Qualitative research method was used in the research and printed and electronic sources were examined. The study emphasized that the concept of responsible artificial intelligence should come to the fore in the field of visual communication design, and the importance of collaboration between technology experts, designers and decision makers against potential risks and ethical problems. It has been concluded that appropriate policies and guidelines should be implemented in order to protect social values and ethical standards.

Keywords: *Artifical intelligence, visual communication design, responsible artificial intelligence.*

[1] *Asst. Prof. Dr,. Üsküdar University Faculty of Communication, Department of Cartoon and Animation, Cartoon and Animation Pr, ezgi.sen@uskudar.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2886-7098.*



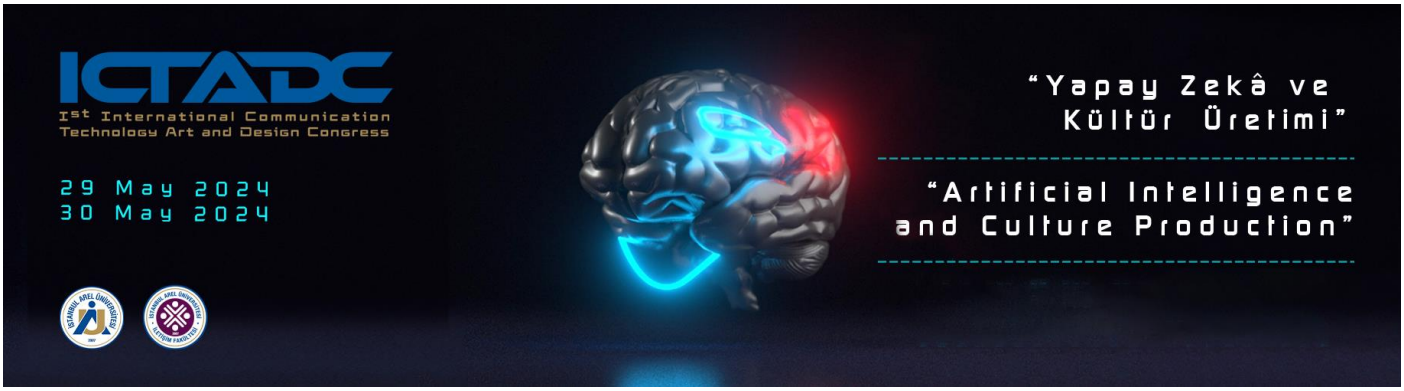
YENİ MEDYA ÇAĞINDA DİJİTAL SANATIN YÜKSELİŞİ: BİBLİYOMETRİK ANALİZ

Fatma YARDİBİ[1]

ÖZ

Dijital sanat, teknoloji ve sanatın birleşiminden ortaya çıkan bir olgudur. Her ne kadar yeni bir olgu gibi düşünülse de kökenleri 1960'lara kadar uzanmaktadır. Alanda üretilen yayınlar, 1970'li yıllardan günümüze doğru hızla artmış ve gelişen bir alan olduğunu göstermiştir.Yayınların dağılımı iki aşamada değerlendirilebilir: İlk aşama, 1970-2000 yılları arasını kapsayan 30 yıllık durağan bir dönemi; ikinci aşama ise, 2000'li yıllardan itibaren teknolojik gelişmeler ile hızlanan üssel bir artışın bulgulandığı dönemdir. Yeni medyanın 2000'li yıllardan itibaren gelişerek yaygınlaşması, dijital sanatın daha fazla kitle tarafından etkileşim alması ve dolayısıyla bu alana olan ilginin artması olarak açıklanabilir. Bu çalışma, yeni medya ve dijital sanat ile ilişkili iletişim kategorisinde, Web of Science veri tabanından 1971 ile 2024 (11 Mart) yılları arasında yayınlanmış 1537 akademik çalışmayı kapsamaktadır. Çalışmada, yeni medya ve dijital sanatın araştırma trendleri analiz edilmiş ve bibliyometrik analiz yöntemleri kullanılarak önemli bulgular ortaya çıkarılmıştır. Belge ortak alıntı analizi gerçekleştirildi ve daha sonra sıkı bir şekilde bağlantılı araştırma çalışmalarını belirlemek için küme analizi yapıldı. Ardından anahtar kelime analizi yapıldı ve ilgili terimlere göre küme analizi uygulandı. Bu yöntemler araştırmanın sıcak noktalarını belirledi ve çalışmanın ana konularını ortaya çıkarmak için kullanıldı. Belgelerin ortak alıntılarının analiziyle, "çevrim içi ekran eğlencesi", "adil kullanım", "sosyal medya platformları" ve "kültürel gazetecilik" arasındaki bağlantılar bulgulanmıştır. Dijital sanat, çevrim içi eğlence endüstrisinde filmler, video oyunları ve sanal gerçeklik deneyimleri gibi çeşitli medya biçimlerini zenginleştiren önemli bir yere sahiptir. "Adil kullanım", hükümler kapsamında dijital sanatın paylaşılması ve kullanılması, telif hakkıyla korunan materyallerin eleştiri, yorum, haber sunma, öğretme ve araştırma gibi amaçlarla sınırlı kullanımını ifade etmektedir. "Sosyal medya platformları"; sanatçıların dijital eserlerinin sergilendiği, tanıtımlarının ve ticaretinin yapıldığı önemli mecralardır. "Kültürel gazetecilik"; ile sanat ve kültürel etkinlikler ele alınmakta ve alandaki yeniliklere, sergilere, sanatçılara ve trendlere dair içgörüler sağlanmaktadır. Dolayısıyla bu alanlarda dijital sanat hem araç hem de konu olarak değer görmektedir. Anahtar kelime analiziyle, "sosyal media", "sanal ekipler", "ilişkisel tür bilgisi", "toplumsal hareket eylemi", "cinsiyet eşitsizliği" ve "feminist bilim" birbirlerine bağlı ve güncel çalışma alanları olarak tanımlanmıştır. Bu alanlar, dijital platformların ve teknolojik gelişmelerin sosyal dinamikleri, aktivizmi

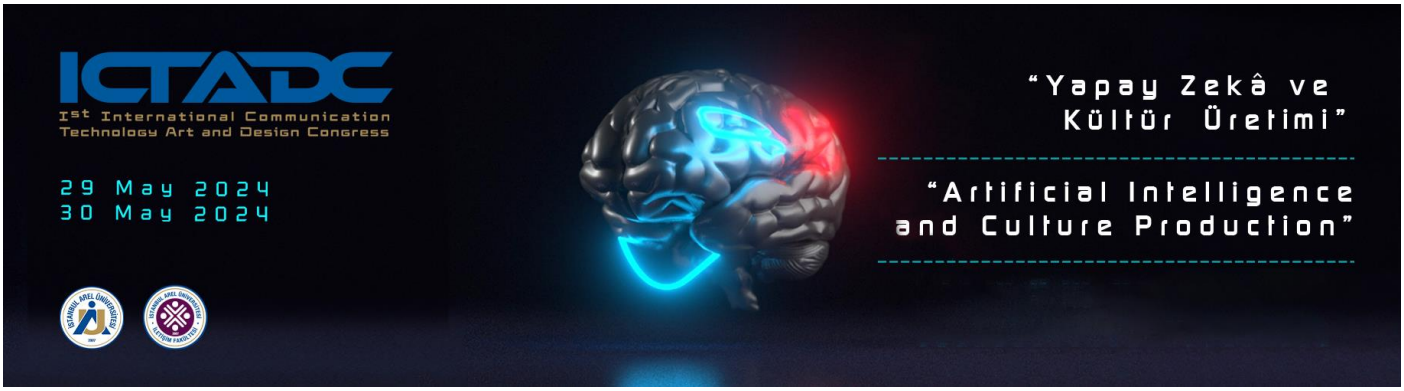
[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, ORCID: 0000-0001-8852-2708.*



ve eşitlik arayışını nasıl etkilediğini keşfetme konusunda kesişmektedirler. Sosyal medya ve sanal ekipler iş birliğini ve iletişimi kolaylaştırarak, toplumsal hareket aktivizmi ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği tartışmalarına dair alternatifler

sağlamaktadır. Buna karşılık feminist bilim, sistemik önyargıları ele almak ve kapsayıcılığı teşvik etmek için ilişkisel tür bilgisi ile bütünleştirerek bu fenomenlerin anlaşılmasını eleştirir ve şekillendirir. Teknoloji geliştikçe sanatçılar, yaratıcı ifade için sanal ve artırılmış gerçeklik, yapay zekâ ve diğer gelişen teknolojiler gibi yeni araç ve ortamlara erişim kazanmaktadır. Dijital sanat, marjinalleşmiş seslerin duyulmasına yönelik bir platform sağlayarak önemli sosyal ve kültürel sorunları keşfedebilir. Dijital sanatın, dijital platformların ve sosyal medyanın kullanımı yoluyla geleneksel sanat alanlarının ötesine geçerek daha geniş bir izleyici kitlesine ulaşma potansiyeline sahip olması hızlı yükselişini devam ettireceği yönündedir. Dijital sanatla ilgili gelecekteki akademik çalışmaların muhtemelen bu temalara odaklanacağı, teknolojik gelişmelerin hızlı temposu ve yeni medyayla yakın ilişkiyle birlikte gelişmeye devam edeceği sonucuna varılmıştır. Kısmen tahmin edilemez olsa da, alandaki gelişmelerin dinamik doğası göz önüne alındığında, gelecekteki çalışmalar heyecan verici yeni gelişmelerin potansiyeline sahiptir.

Anahtar Kelimeler: *Bibliyometrik analiz, dijital sanat, sosyal medya, yeni medya*.



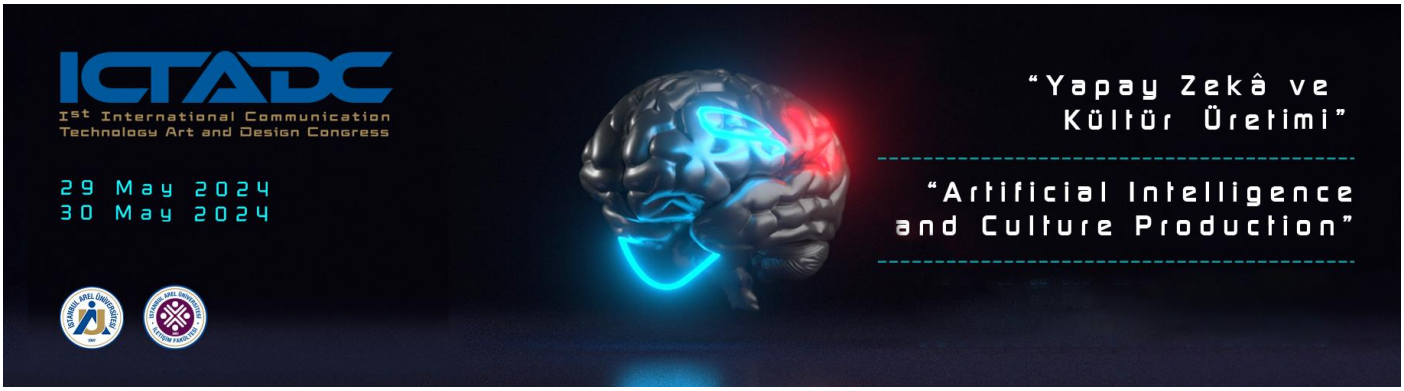
THE RISE OF DIGITAL ART IN THE NEW MEDIA AGE: BIBLIOMETRIC ANALYSIS

Fatma YARDİBİ[1]

ABSTRACT

Digital art is a phenomenon that arises from the combination of technology and art. Although it is considered a new phenomenon, its origins date back to the 1960s. Publications produced in this field have increased rapidly since the 1970s, showing that it is a developing field. The distribution of publications from the 1970s to the present can be assessed in two phases: The first phase is a stable period spanning 30 years from 1970 to 2000; the second phase has shown an exponential increase, driven by technological advancements, from the 2000s to the present. The development and spread of new media since the 2000s can be explained as digital art being interacted with by more audiences and therefore increasing interest in this field. This study covers 1537 academic studies published between 1971 and 2024 (March 11) from the Web of Science database in the category of communication related to new media and digital art. The study analyzed research trends in new media and digital art and revealed important findings using bibliometric analysis methods. Document co-citation analysis was conducted, followed by cluster analysis to identify closely related research studies. Keyword analysis was performed, and cluster analysis was applied according to relevant terms. These methods were used to identify research hotspots and uncover the main themes of the study. Subsequently, keyword analysis was conducted, and cluster analysis was applied based on related terms. These methods were used to identify research hotspots and uncover the main themes of the study. The analysis of document co-citations revealed the connections between "online screen entertainment," "fair use," "social media platforms," and "cultural journalism." Digital art has an important place in the online entertainment industry, enriching various forms of media such as films, video games and virtual reality experiences. The sharing and use of digital art under "fair use" provisions refers to the limited use of copyrighted materials for purposes such as criticism, comment, news reporting, teaching and research. Social media platforms are crucial for digital artists to showcase, promote, and sell their work. "Cultural journalism"; covers arts and cultural events, providing insights into innovations, exhibitions, artists and trends in the field. Therefore, digital art serves as both a tool and a subject in these fields. Keyword analysis identified "social media," "virtual teams," "relational genre knowledge" "social movement action," "gender inequality," and "feminist science" as interconnected and topical areas of study. These fields intersect in exploring how digital platforms and technological developments affect social dynamics, activism and the pursuit of equality. Social media and virtual teams facilitate collaboration and communication, providing new alternatives for social movement activism and discussions on gender inequality. Feminist scholarship, in turn, critiques and shapes the understanding of these phenomena by integrating with relational genre knowledge to address systemic biases and promote inclusivity. As technology advances, artists are gaining access to new tools and environments for creative expression, such as virtual and augmented reality, artificial intelligence, and other emerging technologies. Digital art can explore significant social and cultural issues by providing a platform for marginalized voices to be heard. The fact that digital art has the potential to reach a wider audience by going beyond traditional art fields through the use of digital platforms and social media suggests that it will continue its rapid rise. It is concluded that future academic studies on digital art will likely focus on these themes and will continue to evolve with the rapid pace of technological developments and close relationships with new media. Although partly unpredictable, given the dynamic nature of developments in the field, future studies have the potential for exciting new developments.

[1] *Asst. Prof., Akdeniz University, Faculty of Communicatin, Department of New Media and Comminucation,ORCID: 0000-0001-8852-2708.*



Keywords: *Bibliometric analysis, digital art, new media, social media.*

GELECEĞİN SANATINA YOLCULUK: DİJİTAL SANATIN YAPAY ZEKÂYLA BULUŞMASI

Semra Beyza KAHRAMAN[1]

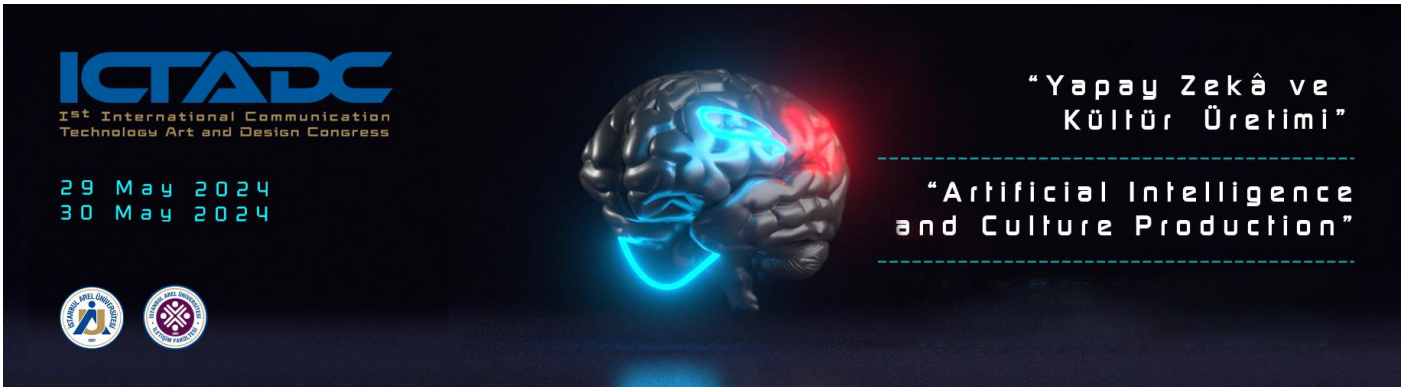
ÖZ

Günümüzde dijital tasarım, hayatımızın her alanında hızlı bir şekilde gelişmesi doğrultusunda vazgeçilmez bir alan haline gelmiştir. Dijital ve sosyal medya mecraları gibi birçok alanda etkisini gösteren dijital tasarım, kullanıcıların deneyimlerini iyileştirmeye ve kolaylaştırmaya odaklı bir şekilde çalışmaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, sanat ve tasarım dünyasında yenilikler artmaya devam etmektedir. 20. yüzyıldan 21. yüzyıla geçiş sürecinde bilgisayarların günlük hayatımıza girmesiyle güzel sanatlarda bir dönüşüm yaşanmaya başlamıştır. Bilgisayarlar ilk başta veri analizi ve bilimsel hesaplamalar gibi alanlar için kullanılırken zaman içerisinde sanatta ve sanatın dallarında etkisini göstermiştir. Bunun sonucunda birçok alanda olduğu gibi sanatta da farklı dijital alanlar oluşmuş ve sanatın bazı alanları etkilenmiştir. Mimari, resim, endüstriyel ve grafik tasarım gibi sanatın bazı alanları da bu değişimden etkilenmiş, gelişen ve değişen teknolojiye ayak uydurmak zorunda kalmışlardır.

Dijitalleşen dünyada sanatın yeni alanları oluşmuş yeni medya sanatı, animasyon tasarım ve film sektörü gibi alanların çıkmasında teknoloji büyük bir önem kazanmıştır. Özellikle grafik tasarım alanında köklü bir değişim olmuşmuş ve dijital tasarım grafik tasarım için zamanla vazgeçilmez bir yöntem haline gelmiştir. Dijital tasarımın gelişme sürecinde geleneksel yöntemler geride bırakılmış ve birçok sanat dalında malzeme kullanımı azalmıştır. Sanattaki bu değişim süreci yeni üretim biçimleri ve üretkenliği arttırmıştır. Dijital tasarımın gelişmesiyle birlikte, sanatçı ve tasarımcının iş yükü azalmış ve daha minimaliz hale gelmiştir. Güncel sanatta ise bazı geleneksel yöntemler, hâlâ dijital tasarımın yapım aşamasında sürdürülüyor. Ancak sanatçılar pratiklik, zaman ve tasarım kolaylığı açısından tasarımlarını oluştururken geleneksel yöntemler yerine tasarım uygulanan bilgisayar programlarını kullanmayı tercih etmektedir. Bu bağlamda geleneksel sanatta kullanılan malzeme kullanımı ve el işçiliği gibi konularda zamandan tasarruf eden tasarımcılar, daha üretken bir hale gelmiştir.

Güncel dijital tasarımın gelişmesiyle birlikte, teknoloji sadece bir şeyleri üretim aracı olarak değil üretilen ürünlerin pazarlanması ve tanıtılması açısından önemli bir rol oynamaktadır. Güncel medyada teknolojinin gelişmesiyle beraber dijital eserlerin sosyal medya aracılığıyla sunmasına imkân tanımıştır. Teknolojik ilerlemeler sayesinde sanatçılar farklı

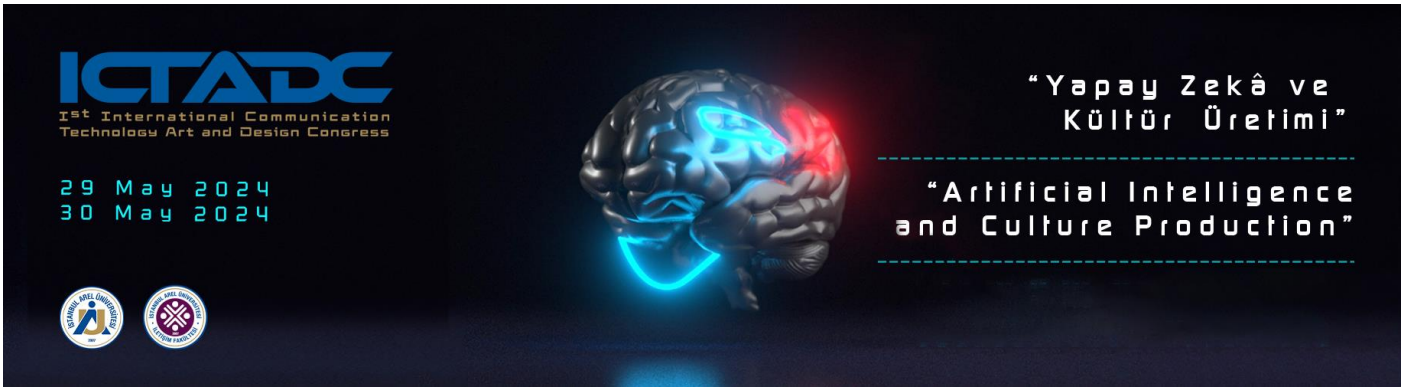
[1] *Lisansüstü Öğrencisi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, semrabeyza23@gmail.com, ORCID: 0009-0004-0622-2576.*



teknikler ve ifade biçimleri geliştirerek dijital sanat eserleri, sanal gerçeklik deneyimleri gibi yeni yaratıcı alanlar oluşmuştur. Dijital sanat üretimi artık sadece bir araç değil, özgün bir dil ve anlatım biçimine dönüşmüştür. Sanatçılar

yapay zekâ, veri analizi, otomasyon gibi güçlü araçlardan yararlanıp daha hızlı, verimli çalışabilir hale gelmişlerdir. Günümüzde teknoloji, tasarım sürecinin temel bir parçası olmuştur. Yapay zekâ ve makine öğrenimi gibi teknolojiler, tasarımcılara ilham veren ve yenilikçi tasarımlara yol açan büyük veri kümelerinden yararlanmasını sağlamıştır. Bu yeni dijital tasarım yönteminin varoluşu, yapay zekâ (AI) ve makine öğrenimi (ML) gibi teknolojilerin veri işlemesi ve öğrenmesinin ilerlemesiyle kullanımı artmıştır. Yeni teknolojiler, dijital tasarımcılara seçenekler ve kişiselleştirme imkanları sunmuştur. Sonuç olarak, güncel dijital tasarımda sanatın her alanında da olduğu gibi dijital tasarım, güncel teknolojik gelişmelerle birlikte hızlı bir dönüşüm ve değişim yaşamaya devam etmektedir. Tasarımcılar, otomasyon, yapay zekâ ve veri analizi gibi araçları kullanarak daha hızlı verimli çalışabilir hale gelip, daha yaratıcı projeler ortaya koyabilir ve daha geniş bir kitleye ulaşabilirler. Ancak, bu teknolojik gelişmelerle beraberinde gelen yeni sorunlara ve zorluklara da dikkat edilmesi gerekmekte olup sürekli olarak kendini yenilemekte olan sanat ve tasarım için önemli bir unsurdur.

Anahtar Kelimeler: *Dijital tasarım, grafik tasarım, sanat ve tasarım, teknoloji ve yapay zekâ.*



JOURNEY TO THE ART OF THE FUTURE: THE CONVERGENCE OF DIGITAL ART WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE

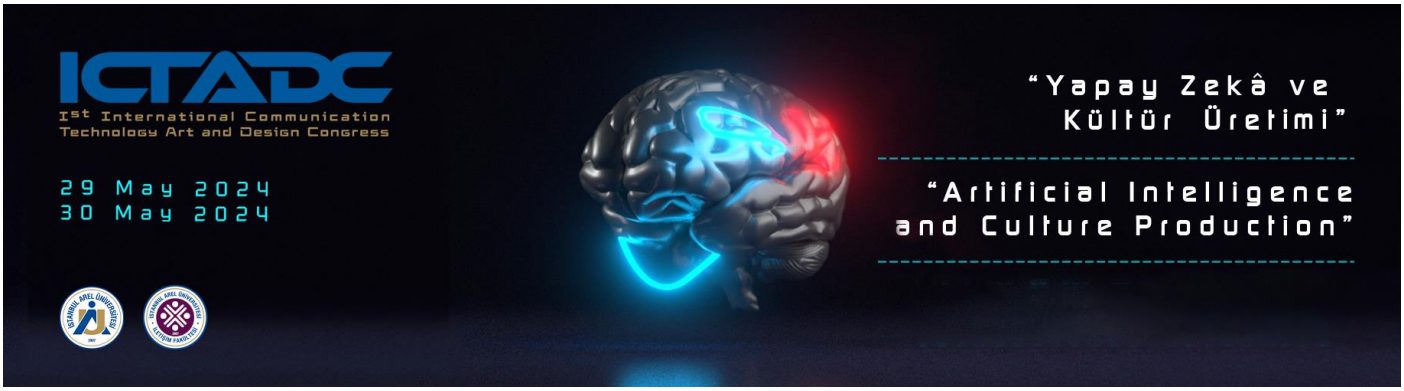
Semra Beyza KAHRAMAN[1]

ABSTRACT

With the rapid development of digital design in today's world, it has become indispensable in every aspect of our lives. Digital design, which influences many areas on digital and social media platforms, is focused on enhancing and facilitating users' experiences. As technology continues to advance, innovations in the world of art and design are increasing, but the foundation of these innovations is rooted in the past. The transition from the 20th to the 21st century marked a shift in the fine arts with the integration of computers into our daily lives. Initially used for data analysis and scientific calculations, computers gradually made an impact in the arts and its various disciplines. Consequently, as in many other fields, different digital domains emerged in art and affected certain areas such as architecture, painting, industrial design, and graphic design. This evolution compelled these art forms to adapt to developing and changing technologies. In the digital age, new art forms emerged, such as new media art, animation design, and the film industry, thanks to technological advancements. Particularly in graphic design, there has been a profound transformation, with digital design becoming an essential method over time. Traditional methods have been left behind in the development process of digital design, leading to a reduction in material usage across many art forms. This transformation in art has increased productivity and introduced new forms of production. As digital design has progressed, the workload of artists and designers has decreased, making processes more minimalistic. While some traditional methods persist in the production of digital designs in contemporary art, artists prefer to use computer programs for their convenience, time efficiency, and design ease. Designers have become more productive by saving time on material use and craftsmanship typical of traditional art. In the current development of digital design, technology plays a crucial role not only as a production tool but also in the marketing and promotion of the resulting products. Technological advancements have enabled artists to present digital works through social media. Through technological advancements, artists have developed different techniques and forms of expression, leading to new creative areas such as digital art pieces and virtual reality experiences. Consequently, digital art production has evolved into a unique language and form of expression. With the progression of technology, digital designers have become more efficient, leveraging powerful tools such as artificial intelligence, data analysis, and automation. Today, technology has become a fundamental part of the design process, providing designers with inspiration and innovative design options from large datasets. The existence of this new digital design method has increased with the advancement of technologies like artificial intelligence (AI) and machine learning (ML), enabling designers to utilize data processing and learning. New technologies offer digital designers'options and personalization capabilities. In summary, as with every aspect of art, digital design continues to undergo rapid transformation and change with current technological developments. Designers can work more efficiently and creatively, reaching a wider audience by using tools like automation, artificial intelligence, and data analysis. However, it is crucial to pay attention to the new challenges and issues brought about by these technological developments, as they continuously renew themselves, which is essential for art and design.

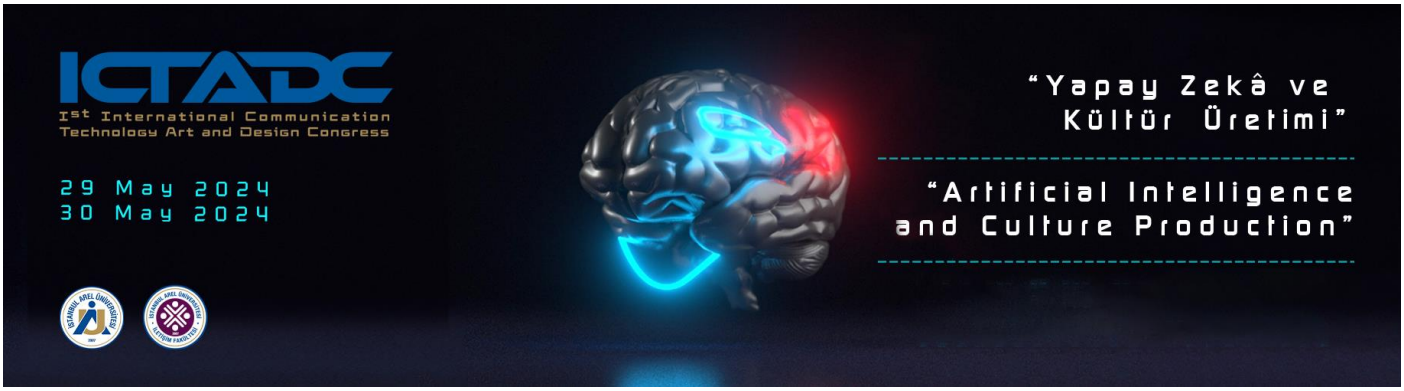
Keywords: *Art and design, digital design, graphic design, technology, artificial intelligence.*

1 Postgraduate Student, İzmir Kâtip Çelebi University, semrabeyza23@gmail.com, ORCID: 0009-0004-0622-2576.



"YAPAY ZEKÂ VE YENİLİKÇİ UYGULAMALAR: DİJİTAL DÖNÜŞÜMDE YARATICI ÇÖZÜMLER"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE, AND INNOVATIVE APPLICATIONS: CREATIVE SOLUTIONS IN DIGITAL TRANSFORMATION"



DİJİTAL SANAT İLE MEKÂN ETKİLEŞİMİ DENEYİMİNİN İNCELENMESİ: İBB DİJİTAL DENEYİM MÜZESİ (DDM) "IMMERSIVE ROOM" (GERÇEKLİK ODASI) ÖRNEĞİ

Didem DÖNMEZ KARAGÖZLER[1] - Çağlayan KARAGÖZLER[2]

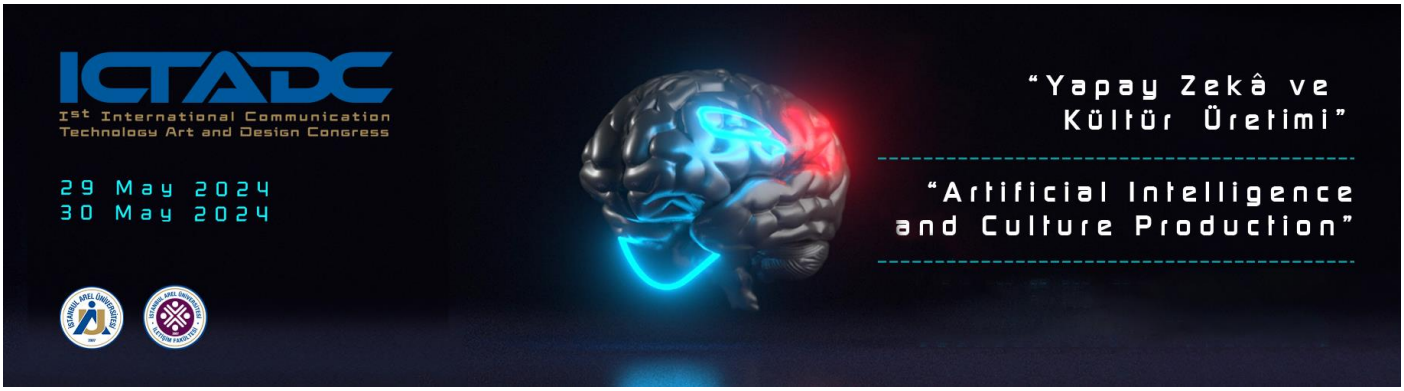
ÖZ

Son yıllarda, dijital sanatın ve mekânsal tasarımın kesişimi, özellikle müze ve kültürel mekanlar bağlamında fiziksel ortamları nasıl algıladığımızı ve etkileşimde bulunduğumuzu dönüştüren bir devrim başlatmıştır. Bu çalışma, iç mimarlık, dijital sanat ve deneyimsel tasarım ilkelerini sentezleyen disiplinlerarası bir yaklaşımla, İBB Dijital Deneyim Müzesinde yer alan gerçeklik odasının (immersive room) içerisindeki dijital sanatın ve mekânsal deneyimin karmaşık ilişkisine dair detaylara inmektedir. Immersive room (gerçeklik odası), dijital sanatın fiziksel mekânla bir araya geldiği ve sanal ile somut arasındaki sınırları bulanıklaştırdığı çekici bir tuval olarak hizmet eder. Titizlikle düşünülen tasarım unsurları, yenilikçi teknolojik entegrasyonlar aracılığıyla, gerçeklik odası (immersive room) içerisinde geleneksel izleyici modlarından öteye geçer, ziyaretçilere hem büyüleyici hem de dönüştürücü çoklu duyusal bir yolculuk sunar. Duyusal bir şekilde çevreyi saran mekânsal ses manzaralarından başlayarak, gerçeklik odası (immersive room) içerisindeki her öğe, duyguları harekete geçirmek, düşünceye sevk etmek ve sanat eseri ile çevre arasında derin bir etkileşim sağlamak için titizlikle şekillendirilmiştir. Gerçeklik Odası (Immersive Room) içerisindeki tasarım unsurları, teknolojik yenilikler ve kullanıcı deneyimlerini analiz ederek, bu araştırma, dijital sanatın mekansal algı ve insan deneyimi üzerindeki derin etkisini aydınlatmayı amaçlamaktadır. Ayrıca, araştırma, gerçeklik odası deneyimlerinin, müze tasarımının, ziyaretçi katılımının ve dijital sanatın evrilen peyzajının geleceği üzerindeki daha geniş etkilerini ortaya çıkarmayı hedefler. İBB Dijital Deneyim Müzesi'nin Gerçeklik Odasının (Immersive Room) derinlemesine analizi yoluyla, bu makale, dijital sanatın ve mekânın simbiyotik ilişkisine katkıda bulunmayı, gerçekliği algılama şeklimizi şekillendirme ve sanatsal ifade alanlarının sınırlarını genişletme potansiyelinin ışığını açmayı hedeflemektedir. Fiziksel ve sanal arasındaki sınırlar giderek bulanıklaştıkça, bu araştırma, deneyimsel tasarım ve dijital yenilik alanlarını keşfeden tasarımcılar, sanatçılar, küratörler ve bilim insanları için değerli görüşler sunmuş olacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Dijital sanat, dijital deneyim, dijital sanatın mekânla etkileşimi, mekânsal tasarım, immersive room.*

---

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Arel Üniversitesi, Mimarlık Mühendislik Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-5431-5687.*
[2] *Öğr. Gör., İstanbul Arel Üniversitesi, Mimarlık Mühendislik Fakültesi, Mimarlık Mühendislik Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, caglayankaragozler@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2210-5738.*



EXPLORING THE INTERACTION BETWEEN DIGITAL ART AND SPACE: A CASE STUDY OF THE ISTANBUL METROPOLITAN MUNICIPILATY (IMM) DIGITAL EXPERIENCE MUSEUM'S "IMMERSIVE ROOM"

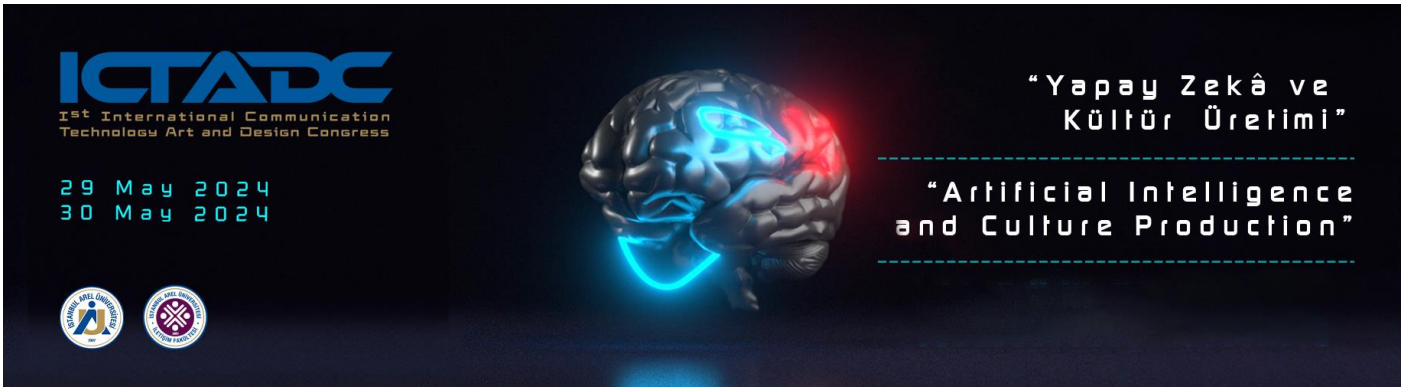
Didem DÖNMEZ KARAGÖZLER[1] - Çağlayan KARAGÖZLER[2]

ABSTRACT

In recent years, the intersection of digital art and spatial design has sparked a revolution, transforming how we perceive and interact with physical environments, particularly within the context of museums and cultural spaces. This paper delves into the complex relationship between digital art and spatial experience within the immersive room of the Istanbul Metropolitan Municipality (IMM) Digital Experience Museum, employing an interdisciplinary approach that synthesizes principles of interior architecture, digital art, and experiential design. The immersive room serves as an enticing canvas where digital art merges with physical space, blurring the boundaries between the virtual and the tangible. Meticulously crafted design elements and innovative technological integrations transcend traditional spectatorship within the immersive room, offering visitors a captivating and transformative multisensory journey. From spatial soundscapes that envelop the senses to dynamic projections that evoke emotions, every element within the immersive room is intricately designed to stimulate feelings, provoke thoughts, and facilitate deep interaction between the artwork and the environment. By analyzing the design elements, technological innovations, and user experiences within the Immersive Room, this research aims to shed light on the profound impact of digital art on spatial perception and human experience. Additionally, it seeks to uncover broader implications for the future of museum design, visitor engagement, and the evolving landscape of digital art. Through an in-depth analysis of the Istanbul Metropolitan Municipality Digital Experience Museum's Immersive Room, this paper aims to contribute to a nuanced understanding of the symbiotic relationship between digital art and space, illuminating the potential for shaping our perception of reality and expanding the boundaries of artistic expression. As the lines between physical and virtual continue to blur, this research offers valuable insights for designers, artists, curators, and scholars exploring the realms of experiential design and digital innovation.

Keywords: *Digital art, digital experience, interaction of digital art with space, spatial design, immersive room.*

[1] *Asst. Prof., Istanbul Arel University, Faculty of Architecture Engineering, Department of Interior Architecture, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-5431-5687.*
[2] *Lecturer. Assist., Istanbul Arel University, Faculty of Architecture Engineering, Faculty of Architecture Engineering, Department of Interior Architecture, caglayankaragozler@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2210-5738.*



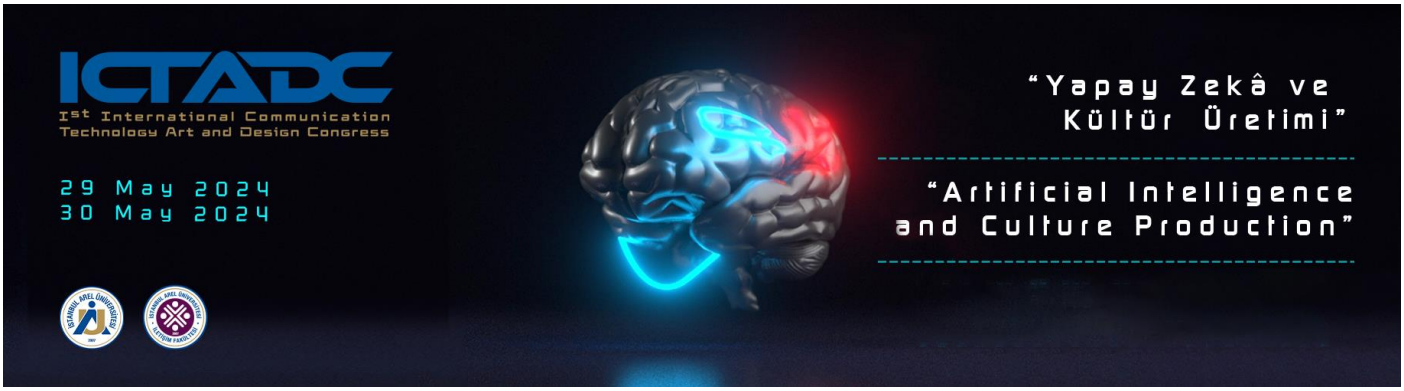
ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARIYLA GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZ

Güllü YAKAR TAPU[1]

ÖZ

Bu çalışma, eğitilmiş üretken yapay zekâ uygulamalarının görüntüleri tanıma, yazı-çizim-fotoğraf gibi alt birimlerine ayırma ve görüntüden metin analizi yapma konusunda geldiği noktayı incelemek amacıyla hazırlanmıştır. Tasarım alanında klasik yöntemlerle görüntüden metinsel çıkarım yapmanın en sık başvurulan yolunun göstergebilimsel analiz olması sebebiyle; üretken yapay zekâ uygulamalarında göstergebilimsel analiz çalışması yapmak amaçlanmıştır. Görselleştirme ve metin içeriklerinin çeşitliliği sebebiyle reklamlar üzerinde analiz yapılmıştır. Görüntüden metne analiz uygulamalarında ulaşılan noktayı objektif olarak değerlendirebilmek amacıyla, daha önceden göstergebilimsel analizi yapılmış reklamlar seçilmesinin uygun olacağı varsayılmış ve yeşil aklama, tütün kullanımı gibi tartışmalı konulardaki reklamlar üzerinde durulmuştur. Seçilen reklamlar Parsa tarafından analizi yapılan Winston sigara reklamı ve araştırmacı tarafından analizi yapılan Lufthansa Havayolları reklamıdır. Bu reklamlar ChatGPT 4o, Claude ve Google Cloud Vision uygulamalarının ortak verileri ile analize tabi tutulmuştur. Reklamlar; Saussure ve Barthes tarafından sistematize edilen göstergebilimsel yöntemlerin birleşimi niteliğindeki hibrit modelle çözümlenmiştir. Saussure'un gösteren-gösterilen ekseninde çözümleme ve dizisel karşıtlıklar yöntemlerine Barthes'in eklediği yan anlam boyutu ile çözümleme yapılmıştır. Çalışma sonucu, uygulamaların doğru sorular sorulduğunda farklı göstergebilimsel teorilere göre çözümleme yapabildiğini, göstergebilim alanındaki spesifik kavramlara göre açıklamalar geliştirebildiğini göstermektedir. Ancak aydınlatma ve formların, görsel elemanların yerleşimlerinin, birbirlerine göre konumlarının ve hiyerarşik ilişkilerinin yan anlamları, yazı tipi ve tipografik düzenlemenin görsel etkisi ve görsel elemanların ideolojik çağrışımları gibi tasarıma dair detaylarda kısmen ya da tamamen eksik yorumlar üretildiği gözlenmiştir. Yapa zekâ ile göstergebilimsel çözümleme konusunun semiyotik, reklam çözümlemeleri gibi derslere entegre edilmesi ve doğru sorularla yönlendirilen algoritmaların analizinin doğruluğunun artacağının gösterilmesi mümkündür. Yapay zekâ teknolojilerini kapsayan yenilenmiş müfredatların tasarım eğitiminde yakın zamanda sıkça kullanılacağı varsayılmaktadır. Bu yönde yapılan değişiklikler, tasarımcı adaylarının sektördeki gelişmeleri takip edebilmesini sağlayacaktır. Söz konusu teknoloji yeni olduğundan, toplulukların ve sınıfların dinamiklerini nasıl değiştireceği

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Mimarlık Fakültesi, Grafik Bölümü, Yeni Medya Anasanat Dalı, gyakar@erbakan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1272-5012.*



hakkında sahip olunan bilgi yetersizdir. Sürecin başarısı, eğitimcilerin bu yeni teknolojiye ilişkin deneyim ve tutumlarıyla doğrudan ilişkilidir.

Anahtar Kelimeler: *Bilgisayar görüşü, göstergebilim, reklam, üretken önceden eğitilmiş dönüştürücü*.

SEMIOTIC ANALYSIS USING GENERATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE

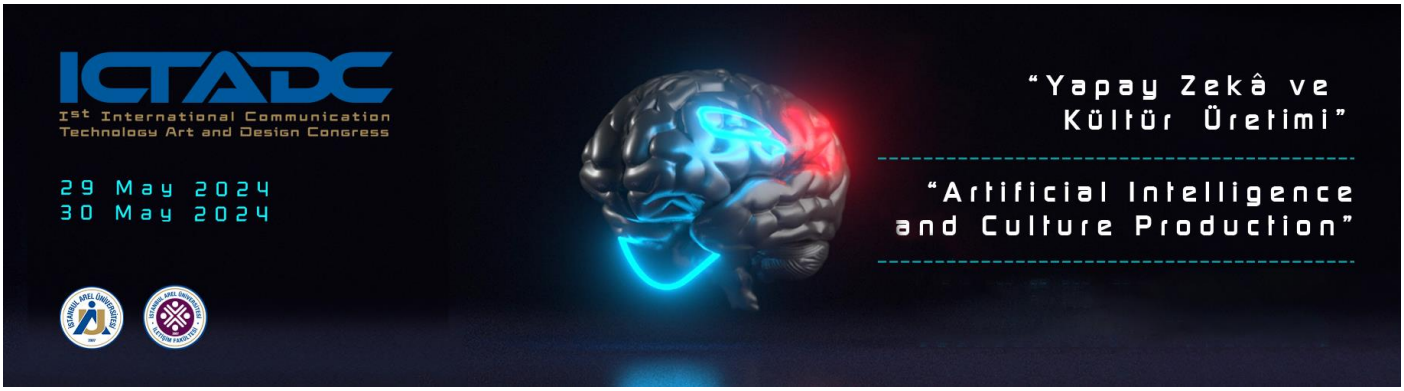
Güllü YAKAR TAPU[1]

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the state of the art of trained generative artificial intelligence applications in image recognition, subdivided into sub-units such as text-drawing-photography and textual analysis of images. Since semiotic analysis is the most commonly used way of making textual inferences from images with classical methods in the field of design, the aim is to conduct a study of semiotic analysis in generative artificial intelligence applications. Due to the diversity of visualisation and textual content, advertisements were analysed. In order to objectively evaluate the state of the art in image-to-text analysis applications, it was considered appropriate to select advertisements that had previously been semiotically analysed, focusing on advertisements on controversial topics such as green washing and tobacco use. The advertisements selected are the Winston cigarette advertisement analysed by Parsa and the Lufthansa Airlines advertisement analysed by the researcher. These advertisements were analysed using the combined data from ChatGPT 4o, Claude and Google Cloud Vision applications. The advertisements were analysed using the hybrid model, which is a combination of the semiotic methods systematised by Saussure and Barthes. The analysis was carried out with the dimension of connotation added by Barthes to Saussure's methods of analysis on the axis of signifier-signified and sequential oppositions. The results of the study show that, if the right questions are asked, the applications can analyse according to different semiotic theories and develop explanations according to specific concepts in the field of semiotics. However, it was observed that partially or completely incomplete interpretations were produced in the details of the design, such as the connotations of lighting and shapes, the placement of visual elements, their position relative to each other and their hierarchical relationships, the visual effect of typeface and typographic arrangement, and the ideological connotations of visual elements. It is possible to integrate the subject of semiotic analysis with artificial intelligence into courses such as semiotics and advertising analysis, and to show that the accuracy of analysis is increased by algorithms guided by the right questions. It is expected that in the near future, revamped curricula incorporating artificial intelligence technologies will be widely used in design education. Changes in this direction will enable budding designers to follow developments in the sector. As the technology is new, there is insufficient knowledge about how it will change the dynamics of communities and classrooms. The success of the process is directly related to the experience and attitudes of educators towards this new technology.

Keywords: *Computer vision, semiotic, advertisement, generative pre-trained transformer.*

[1] *Asst. Prof., Necmettin Erbakan University, Faculty of Fine Arts and Architecture, Department of Graphics, New Media Department, gyakar@erbakan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1272-5012.*



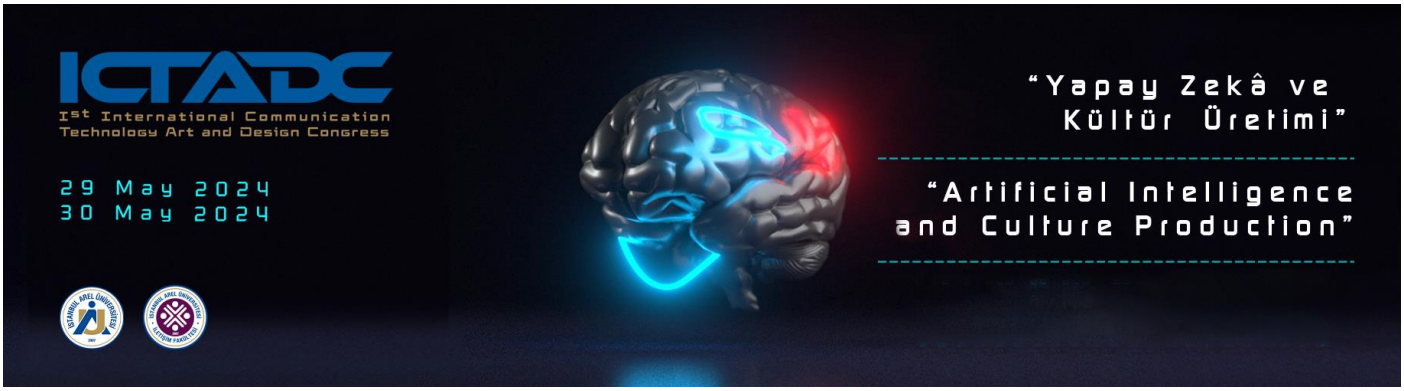
YAPAY ZEKÂ ÇAĞINDA SANATIN EVRİMİ: SANAT ESERİ NEDİR VE KİM YARATIR?

Altan ALKAN[1] - Elif SAYIN[2]

ÖZ

İlk çağlardaki mağara resimlerinden batıl dini ritüellere, Diyonizos Şenliklerinden Anadolu Bereket Tanrıçaları tasvirlerine sanat ve sanat eseri tartışması süregelmektedir. Maurizio Cattelan'ın Güney Kore'deki sergisindeki performansı "Muz Enstalasyonu" gibi örnekler tartışmayı büyütürken günümüzde artık robotlar ve yapay zekaların hayatımıza girmesiyle bu alandaki tartışmalar yeni bir boyut kazandı. Yapay zekâ ürünü bir yaratım sanat eseri sayılabilir mi? Genel kabul görmüş anlayışa göre; "Sanat, deha düzeyindeki zekânın, var olana karşı tepkisinin, tutarlı bir bütünlük içerisinde somutlaştığı bir alandır. Sanatçı, zekâsı ve sezgileriyle çağının önünde giden insan olduğu için, gerçek sanatın anlayanı azdır. Onu anlamak için çaba gerekir. Özetle sanat belli kalıplar içine konulamayan ve estetik olan insan duygularının dışa vurumudur. Biriciklik, benzersizlik gerektirmektedir. "O halde içinde insan olmayan fakat biricik ve benzersiz şekilde üretilmiş yapay zekâ mahsulleri ne olarak adlandırılmalıdır? Çağlar boyunca düşünürler, filozoflar, bilim insanları; insan denen varlığın diğer varlıklardan ayırt edilmesinin referans noktalarının başında sanat yapabilmesini ve düşünebilmesini göstermektedirler. Bu referans noktaları üzerine tartışmalar yüzyıllar boyu sürmektedir. Örneğin Platon'un fiziki dünya ile asıl idealar dünyası fikri onun sanat ve güzellik anlayışını temellendiren unsurlardır. Platon fiziksel dünya duyularımızla kavrayabildiğimiz ve idealar dünyasına bağımlı ve değişkendir. İdealar dünyası idea sadece usla kavranabilen, kesin, sonsuz ve mutlak olandır. Ona göre, fiziksel dünyada gördüğümüz nesneler ideal formlarının bir aksidir, onlardan türemişlerdir. Platon'un sanat anlayışında "mimesis" kavramı önemlidir. Mimesis, idealar evrenindeki her şeyin fiziksel dünyadaki akislerine, kopyalarına verilen isimdir. Hatta duygularımızla kavrayabildiklerimiz idealinin kusurlu bir taklidinden başka bir şey değildir. O, şairin (sanatçının) Tanrı'dan aldığı ilhamla idealar dünyasını temsil ettiğini ve fiziksel dünyanın şairin temsil ettiği idealar dünyasından farklı olduğunu söyler. Bu yüzden Platon, sanatın mutlak gerçeği temsil edemeyeceğini, ahlak öğretemeyeceğini, bilgi değil ilham üzerine kurulu olduğunu söyler. Öte yandan Aristo da şiir taklidinin, kesinlikle gerçeği yansıttığını iddia eder. Sanat görünüşün kopyası değil, daha yaratıcı bir eylemdir. Organize edilmiştir ve tabiat hakkında sonsuz doğruları temsil etme

1 Yüksek Lisans Öğrencisi, Nişantaşı Üniversitesi, 0009-0003-0775-2360.
2 Arş. Gör., Nişantaşı Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Bölümü, Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Pr.,elif.sayin@nisantasi.edu.tr, 0000-0001-6594-0958.



amacındadır. Çağlar boyu bunca tartışma konusu olmuş sanat yaratımına bugün bir de robotlar ve yapay zekâ elinden çıkış işler de dahil olmaktadır. Bu çalışmada çağlar boyu süregelen sanat eseri tartışmalarına bir de yapay zekâ kavramı üzerinden bakılmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Sanat, sanatçı, sanat eseri, yapay zekâ, evrim.*

THE EVOLUTION OF ART IN THE AGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE: WHAT IS A WORK OF ART AND WHO CREATES IT?

Altan ALKAN[1] - Elif SAYIN[2]

ABSTRACT

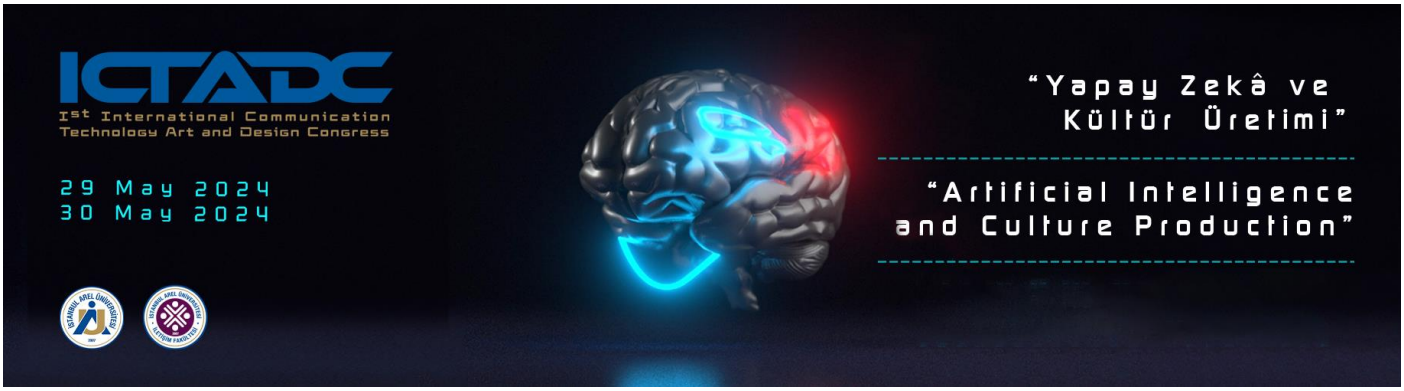
The debate on art and works of art continues, from ancient cave paintings to superstitious religious rituals, from Dionysus Festivals to depictions of Anatolian Fertility Goddesses. While examples such as Maurizio Cattelan's performance "Banana Installation" in his exhibition in South Korea have increased the debate, today the discussions in this field have gained a new dimension with the entry of robots and artificial intelligence into our lives. Can a creation created by Artificial Intelligence be considered a work of art? According to generally accepted understanding; "Art is a field where the reaction of genius-level intelligence to what exists is embodied in a consistent integrity. Since the artist is a person who goes ahead of his time with his intelligence and intuition, there are few people who understand true art. It takes effort to understand it. In summary, art is the expression of human emotions that cannot be put into certain patterns and are aesthetic. Uniqueness requires uniqueness. "So what should be called Artificial Intelligence products that do not contain humans but are produced in a unique and unique way? Thinkers, philosophers, scientists throughout the ages; They show that the primary reference points for distinguishing human beings from other beings are their ability to make art and think. Debates over these reference points have continued for centuries. For example, Plato's idea of the physical world and the real world of ideas are the elements that ground his understanding of art and beauty. According to Plato, the physical world is variable and dependent on the world of ideas that we can grasp with our senses. The world of ideas: Idea is something that can only be grasped by reason, is certain, eternal and absolute. According to him, the objects we see in the physical world are the opposite of their ideal forms, they are derived from them. The concept of "mimesis" is important in Plato's understanding of art. Mimesis is the name given to the reflections and copies of everything in the universe of ideas in the physical world. In fact, it is nothing more than an imperfect imitation of the ideal of what we can grasp with our emotions. He says that the poet (artist) represents the world of ideas with the inspiration he receives from God and that the physical world is different from the world of ideas represented by the poet. That's why Plato said that art cannot represent the absolute truth, cannot teach morality, and is based on inspiration, not knowledge. It says it is installed. On the other hand, Aristotle also claims that the imitation of poetry definitely reflects reality. Art is not a copy of appearance, but a more creative act. It is organized and has endless information about nature. It aims to represent the truth.

Art creation, which has been the subject of much debate throughout the ages, also includes works created by robots and artificial intelligence. In this study, we will try to look at the discussions about works of art that have been going on throughout the ages through the concept of artificial intelligence.

Keywords: *Art, artist, work of art, artificial intelligence, evolution.*

1 Master's Student, Nişantaşı University, 0009-0003-0775-2360.

2 Res. Asst., Nişantaşı University, Faculty of Health Sciences, Department of Physiotherapy and Rehabilitation, Physiotherapy and Rehabilitation Pr,, elif.sayin@nisantasi.edu.tr, 0000-0001-6594-0958.



TEKNİĞİN YARATICILIĞI VE ÖZNE DENEYİMİNİN DOĞASI

Hatice Merve GÜÇ[1]

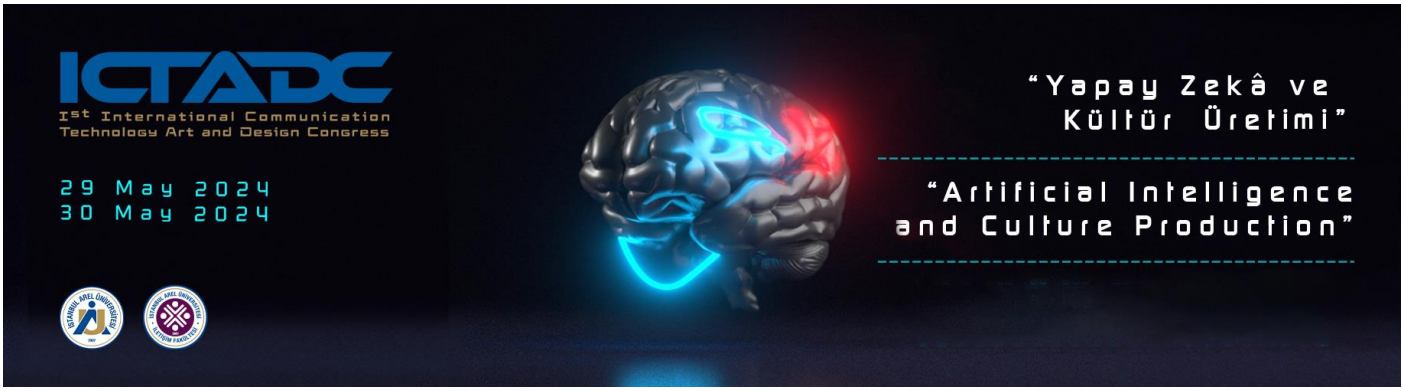
ÖZ

Anılarımız yalnızca depolanmış verilerden oluşmazlar. Deneyimler, duygular ve çağrışımlardan oluşan bir ağa sahiptirler; sürekli yeniden şekillenirler. Bu açıdan tekniğin gerçek bir bellek deneyimini var edebilmesi, güncel araştırma konuları arasında yer almaktadır. Bu uygulamanın öznenin kümülatif belleğinin zenginliğine ve dinamizmine henüz sahip olmaması, alışıldık niteliksel ve dinamik belleğin doğasını tekrar sorgulatır. Gerçek bir deneyimin koşulu için yaşanmış bir deneyimin varlığının ya da tekniğin olanakları üzerine düşünülür. Teknik, görüntülere hareket ve zaman katarken, bunun tersinin geçerli olduğu durumlar da gözetilir. Aynı zamanda teknik faaliyetlerimiz, mekanikleştirici ve mekânsallaştırıcı bir pratiğin maddesel değerini de taşıyabilir. Deneyim ise bu açılardan en zorlu felsefi sorunlardan biri olarak görülür. Deneyim, dünyayla olan tüm etkileşimlerimizin, bütünleşmemizin ve dünyayı anlamamızın temelidir. Dijital ve gerçek dünyalarda nasıl etkileşim kurabileceğimize yönelik teorik ve pratik anlayış, doğrudan deneyim anlayışını gerektirir. Dolayısıyla gerçek deneyim, verilerin yalnızca fark edilmesinden, kaydedilmesinden ve temsil edilmesinden çok daha fazlasını, yani zamansal genişlemeyi, etkileşimi ve açığa çıkarmayı içerir. Üretim çıktılarının süreç, deneyim ve oluş olarak yeniden düşünülmesinin güncel düşüncelere farklı bir bakış açısı sunacağı düşünülmektedir. Tekniğin bir nesneden ziyade bir süreç olarak görülme durumu ve süreç felsefesinin dijital deneyim çıktıları üzerine bir tartışma alanı yaratılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Süreç felsefesi, bellek, mekanik, dijital sanat.*

---

[1] *Bağımsız Araştırmacı, Hatice Merve Güç.*



CREATIVITY OF TECHNIQUE AND THE NATURE OF SUBJECT EXPERINCE

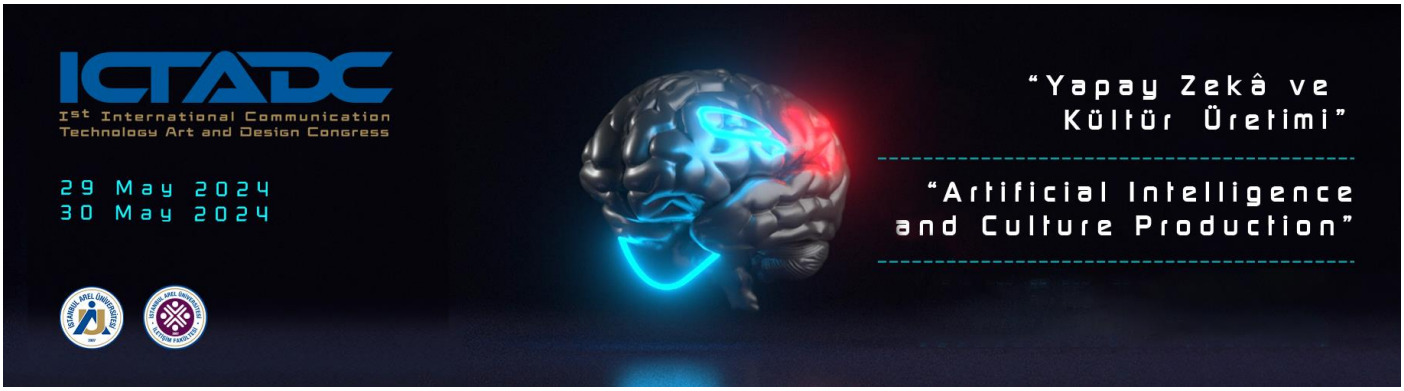
Hatice Merve GÜÇ[1]

ABSTRACT

Our memories do not consist only of stored data. They have a network of experiences, emotions, and associations; they are constantly reshaped. In this respect, the technique's ability to create a real memory experience is frequently among the current research topics. The fact that this application does not yet have the richness and dynamism of the subject's cumulative memory calls into question the nature of conventional qualitative and dynamic memory. For the condition of a real experience, the existence of a lived experience or the possibilities of the technique are considered. While the technique adds movement and time to images, situations where the opposite is true are also taken into consideration. At the same time, our technical activities can also carry the material value of a mechanizing and spatializing practice. In these respects, experience is seen as one of the most challenging philosophical problems. Experience is the basis of all our interactions with, integration with, and understanding of the world. Theoretical and practical understanding of how we can interact in the digital and real worlds requires an understanding of direct experience. Real experience thus involves much more than merely noticing, recording, and representing data: it involves temporal expansion, interaction, and revelation. It is thought that rethinking production outputs as process, experience and occurrence will offer a different perspective to current thoughts. A discussion area will be created about considering the technique as a process rather than an object and the digital experience outcomes of the process philosophy.

Keywords: *Process philosophy, memory, mechanics, digital art.*

[1] *Independent Researcher, Hatice Merve Güç.*



RESMİ İLANLARIN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ İLE YEREL ÇEVRİM İÇİ GAZETELERDE DEĞİŞEN RESMİ İLAN PRATİKLERİ

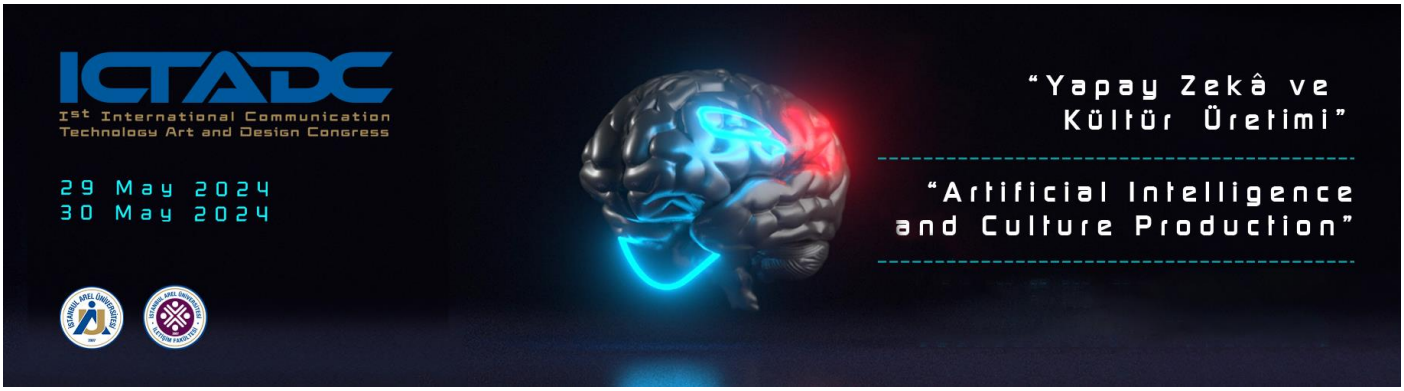
Orhan Mert GÜZELAHMETLER[1] - Aslıhan ARDIÇ ÇOBANER[2]

ÖZ

Resmi ilanlar, gazeteler açısından hem maddi hem de kurumsal anlamda önemli bir yer tutmaktadır. Bu ilanlar, devlet kurumları ve diğer kuruluşlar tarafından kamuoyuna duyurulması gereken resmî duyuruları içerirler. 2023 yılında yürürlüğe giren "Resmi İlan ve Reklam Yönetmeliği" ile resmi ilanların dijitalleşmesi, çevrim içi gazetecilik pratiğindeki dönüşüm sürecinde önemli bir kilometre taşını temsil etmektedir. İLANBİS, "ilan.gov.tr" gibi Basın İlan Kurumu platformları, resmi ilanların dijital dağıtımı için merkezi bir rol oynamaktadır. Yönetmelik, dijital ilanların standartlarını ve dağıtım esaslarını belirlemektedir. Özellikle yerel gazeteler için hayati bir öneme sahip olan resmi ilanların, dijitalleşmesi yerel gazetelerin ekonomik sürdürülebilirliği ve gazete çeşitliliği açısından belirleyici bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda, çalışma ontolojik bir bakış açısıyla resmi ilanların dijitalleşme sürecini ele almakta ve bu dönüşümün gazetecilik sektöründe ortaya çıkardığı etkilerle beraber sunduğu fırsatları detaylı bir şekilde incelemektedir. Ayrıca, bu dönüşümün beraberinde getirdiği sorunlara karşı öneriler geliştirerek dijitalleşen resmi ilanların uzun vadeli sürdürülebilirliğini ve geleceğini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu çerçevede, çalışma, resmi ilanların, dijital dönüşüm sürecini, yerel gazeteler üzerindeki etkilerini akademik bir perspektiften analiz ederek, alana önemli bir katkı sunmaktadır.

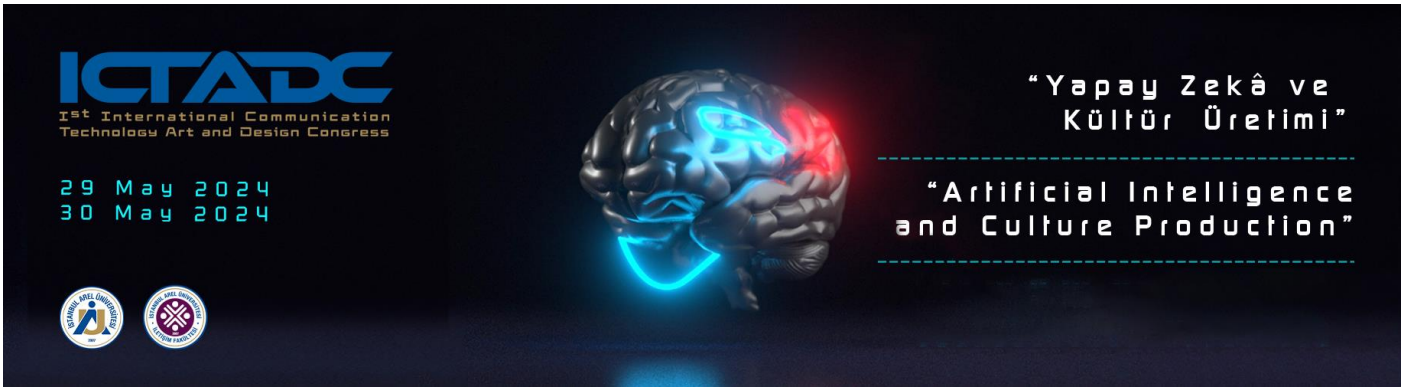
Bu bağlamda çalışma, literatüre yeni bir bakış açısı getirme ve medya araştırmalarında dijital resmi ilan alanında ileriye yönelik çalışmalar için bir zemin oluşturma amacını taşımaktadır. Çalışmada, Bursa, Kocaeli ve Yalova illerindeki yerel çevrim içi gazetelerle yapılan derinlemesine görüşmelerle nitel bir yöntem kullanmaktadır. Çalışma, Castells'in Ağ Toplumu ve Rogers'ın Yeniliklerin Yayılması kuramlarını teorik çerçeve olarak benimsemektedir. Ağ Toplumu kuramı, iletişim teknolojilerinin toplumsal yapıları ve ilişkileri nasıl dönüştürdüğünü açıklamaktadır. Yeniliklerin Yayılması kuramı ise, bir yeniliğin nasıl ortaya çıktığını, nasıl yayıldığını ve nasıl benimsendiğini incelemektedir. Çalışmanın bulguları, resmi ilanların dijitalleşmesinin yerelde çevrimiçi gazeteciliğin gelişimine olumlu katkıda bulunduğunu,

[1] *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Mezunu, omg29omg@icloud.com.*
[2] *Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Genel Gazetecilik Anabilim Dalı, acobaner@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8634-8336.*



ancak aynı zamanda bazı sorunlar da yarattığını tespit etmiştir. Olumlu etkiler arasında, gazetelerin resmi ilan gelirinin artması, çevrimiçi gazetelerin kalitesinin yükselmesi, gazetecilerin teknolojik becerilerinin gelişmesi, okur kitlesinin genişlemesi ve çevre dostu bir yayıncılık anlayışının oluşması sayılabilir. Düşünülen bazı sorunlar ise görüşülen gazetecilere göre, resmi ilan kriterlerinin zorluğu, çevrim içi gazetelerin denetimsizliği, gazetecilik etiğinin ihlali ve gazetecilik mesleğinin değersizleşmesi düşünceleri yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Dijital dönüşüm, resmî ilanlar, yerel basın.*



THE DIGITAL TRANSFORMATION OF OFFICIAL ANNOUNCEMENTS AND EVOLVING PRACTICES IN LOCAL ONLINE JOURNALISM REGARDING OFFICIAL ANNOUNCEMENTS

Orhan Mert GÜZELAHMETLER[1] - Aslıhan ARDIÇ ÇOBANER[2]

ABSTRACT

Official announcements have an important place in newspapers both financially and institutionally. These announcements include official announcements that must be made public by government agencies and other organizations. The digitalization of official announcements with the "Official Announcement and Advertisement Regulation", which came into force in 2023, represents an important milestone in the transformation process in online journalism practice. Press Advertisement Institution platforms such as İLANBİS and "ilan.gov.tr" play a central role in the digital distribution of official announcements. The Regulation determines the standards and distribution principles of digital advertisements. Digitalization of official announcements, which is of vital importance especially for local newspapers, appears as a determining factor in terms of the economic sustainability of local newspapers and newspaper diversity. In this context, the study examines the digitalization process of official announcements from an ontological perspective and examines in detail the effects this transformation has on the journalism sector and the opportunities it offers. Additionally, it aims to evaluate the long-term sustainability and future of digitalized official announcements by developing suggestions against the problems brought about by this transformation.

In this context, the study makes a significant contribution to the field by analyzing the digital transformation process of official announcements and their effects on local newspapers from an academic perspective. In this context, the study aims to bring a new perspective to the literature and create a basis for future studies in the field of digital official announcements in media research. The study uses a qualitative method with in-depth interviews with local online newspapers in the provinces of Bursa, Kocaeli and Yalova.

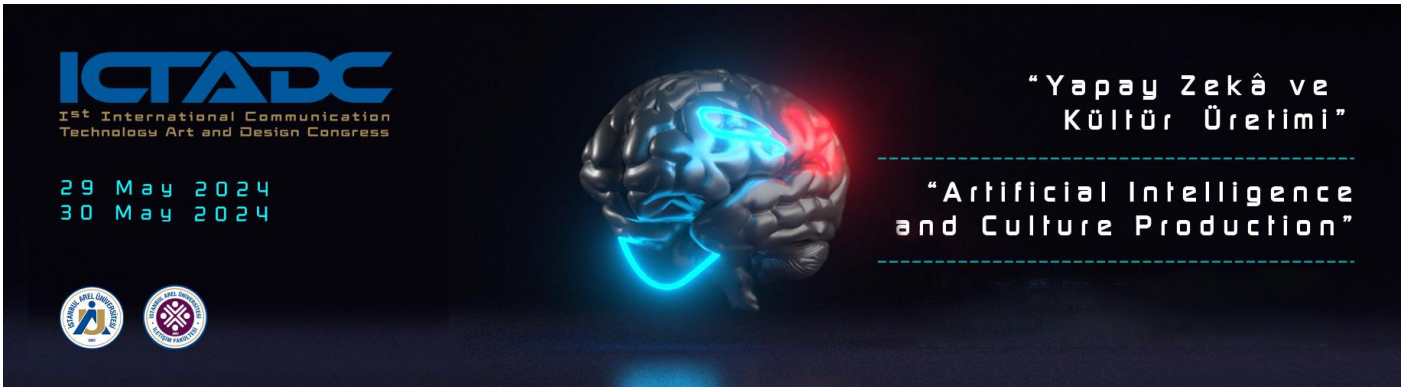
The study adopts Castells Network Society and Rogers Diffusion of Innovation theories as a theoretical framework. Network Society theory explains how communication technologies transform social structures and relationships.

Diffusion of Innovations theory examines how an innovation emerges, how it spreads and how it is adopted. The findings of the study determined that the digitalization of official announcements contributed positively to the development of online journalism in the local area, but also created some problems. Positive effects include increasing the official advertising income of newspapers, increasing the quality of online newspapers, improving the technological skills of journalists, expanding the readership and creating an environmentally friendly publishing approach. According to the interviewed journalists, some of the problems considered include the difficulty of official announcement criteria, the lack of supervision of online newspapers, the violation of journalistic ethics and the devaluation of the journalism profession.

Keywords: *Digital transformation, local press, official advertisements.*

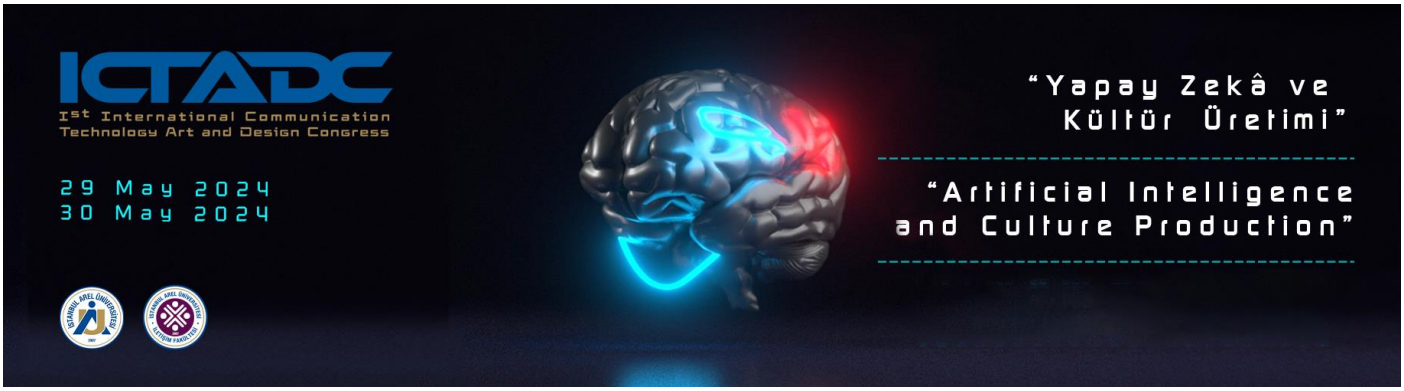
[1] *Mersin University, Institute of Social Sciences, Department of Journalism, Master's Degree with Thesis, omg29omg@icloud.com.*

[2] *Prof. Dr., Mersin University, Faculty of Communication, Department of Journalism, Department of General Journalism, acobaner@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8634-8336.*



"EĞİTİMDE VE MEKÂN DENEYİMİNDE YAPAY ZEKÂ: FARKLI PERSPEKTİFLER"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN EDUCATION AND SPATIAL EXPERIENCE: DIVERSE PERSPECTIVES"



YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ İÇ MEKÂN TASARIMINDA GELECEK: KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ ALANLAR

Turgut KALAY[1] - İsmail Emre KAVUT[2] - Ayşenur KANDEMİR[3]

ÖZ

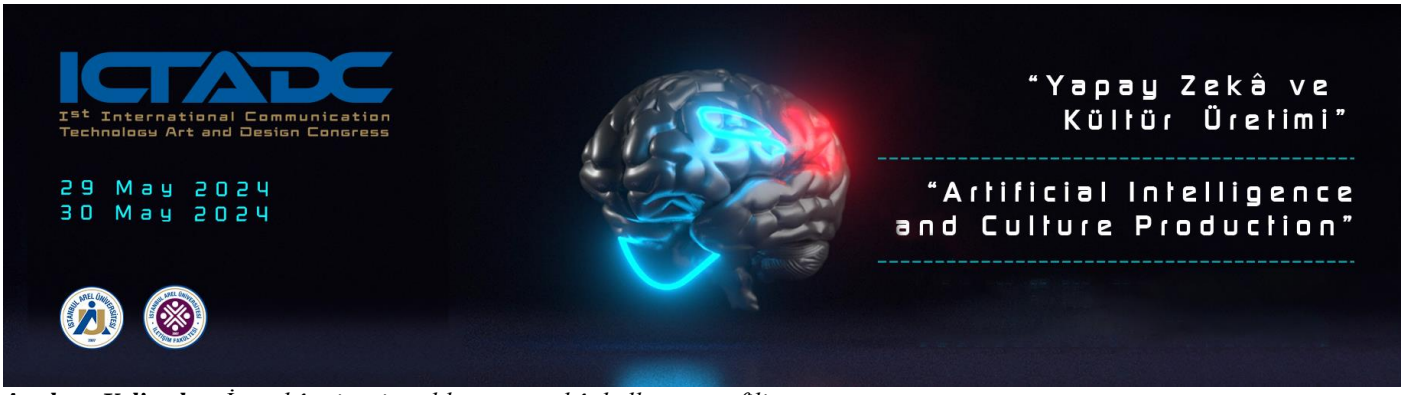
Bu çalışmanın konusu, yapay zekâ teknolojisinin kişiselleştirilmiş iç mekânların tasarlanmasına etkisinin incelenmesidir. Yapay zekâ (AI), insan aklının bilişsel süreçlerinin makineler, özellikle de bilgisayar sistemleri tarafından simüle edilmesini ifade etmektedir. Bu bilişsel süreçlerin simüle edilmesi, insan zihniyle oluşturulan tasarımların ve ürünlerin yapay zekâ yardımıyla da üretilebileceği bir ortam oluşturmaktadır. Ancak yapay zekânın tasarım sürecinde verimli bir biçimde kullanılması için bu karmaşık sürecin detaylarına hâkim ve profesyonel olarak bu süreci ve uygulamasını gerçekleştirmiş iç mimarların yapay zekâ destekli süreci yönetmesi gerekmektedir. İç Mimarlık disiplininin amacı ise yalnız herhangi bir mekânı tasarlamak değil, bu tasarımı kullanıcı profilini analiz ederek gerçekleştirmek ve kişiselleştirilmiş mekânlar tasarlamaktır. Yapay zekâ ve tasarım hakkında çalışmalar yapılmış olmasına karşın, iç mekânların kişiselleştirilmesinin sistemsel bir şekilde incelenmesinin Türkçe literatürde oldukça kısıtlı olduğu görülmüştür. Dolayısıyla çalışma, yapay zekâ destekli teknolojilerin kullanımının, kişiselleştirilmiş alanlar oluşturmak için nasıl uygulanabileceğini sistematik bir şekilde incelemek ve kişiselleştirilmiş alanların tasarımları hakkında yönelim belirlemek açısından önem taşımaktadır. Bu çalışma, bireyin renk tercihleri, mobilya hakkındaki estetik anlayışı, aydınlatma seçimleri gibi tercihlerinin yapay zekâ algoritmalarıyla analiz edilmesi ve bu bilgilere dayalı olarak kullanıcı profiline daha uygun kişiselleştirilmiş mekânlar oluşturulmasının önemini vurgulamayı amaçlamaktadır. Yapay zekâ teknolojisinin kişiselleştirilmiş iç mekânların tasarlanmasına etkisinin sistematik bir şekilde değerlendirilebilmesi için konu, bireyin yaşam alanları olan konutlar ile sınırlandırılmış; ofis, mağaza, restoran gibi mekânlar kapsam dışı bırakılmıştır.

---

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, İç Mimarlık Anabilim Dalı, turgut.kalay@dpu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-8532-1203.*

[2] *Doç. Dr., Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, İç Mimarlık Anasanat Dalı, emre.kavut@msgsu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-2672-4122.*

[3] *Arş. Gör., İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, İç Mimarlık Pr., aysenur.kandemir@nisantasi.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-9558-2984.*



Anahtar Kelimeler: *İç mekân, iç mimarlık, yapay zekâ, kullanıcı profili, tasarım.*

THE FUTURE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE-POWERED INTERIOR DESIGN: PERSONALIZED

Turgut KALAY[1] - İsmail Emre KAVUT[2] - Ayşenur KANDEMİR[3]

ABSTRACT

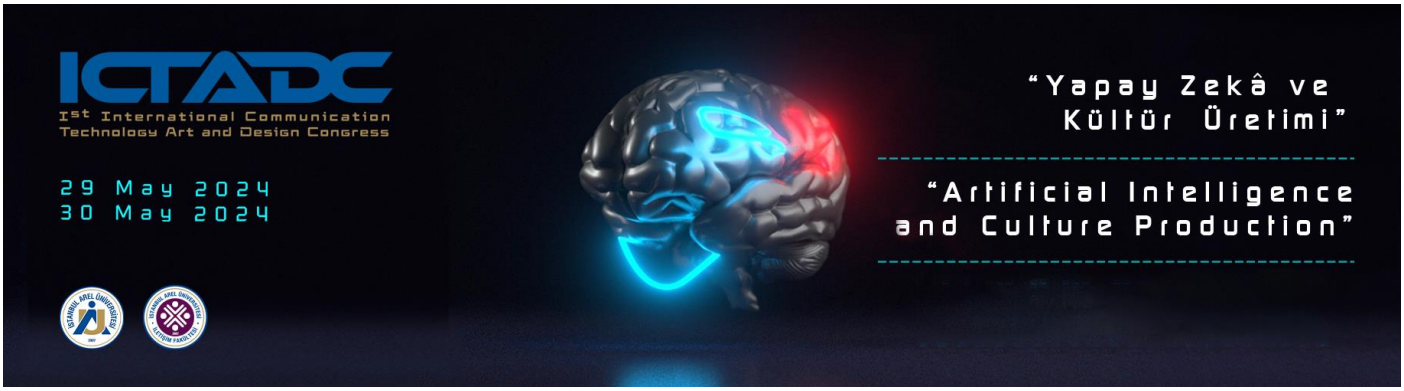
The subject of this study is to examine the influence of artificial intelligence technology on the design of personalized indoor spaces. Artificial intelligence (AI) refers to the simulation of human cognitive processes by machines, especially computer systems. The simulation of these cognitive processes creates an environment where designs and products created by the human mind can also be produced with the assistance of artificial intelligence. However, for artificial intelligence to be effectively utilized in the design process, interior designers who are proficient in and professional about this complex process need to manage and implement this process with artificial intelligence support. The aim of interior design discipline is not only to design any space but to analyze user profiles and design personalized spaces accordingly. Despite studies on artificial intelligence and design, it is observed that there is limited systematic investigation of the personalization of indoor spaces in Turkish literature. Therefore, the study is important in systematically examining how artificial intelligence-supported technologies can be applied to create personalized spaces and in determining orientations regarding the designs of personalized spaces. This study aims to emphasize the importance of analyzing individual preferences such as color choices, aesthetic understanding of furniture, lighting selections with artificial intelligence algorithms, and creating more suitable personalized spaces for user profiles based on this information. In order to systematically evaluate the influence of artificial intelligence technology on the design of personalized indoor spaces, the subject has been limited to residential spaces, which are individuals' living areas; spaces such as offices, shops, and restaurants are excluded.

Keywords: *Interior space, interior architecture, artificial intelligence, user profile, design.*

[1] *Asst. Prof., Kütahya Dumlupınar University, Faculty of Architecture, Department of Interior Architecture, Department of Interior Architecture, turgut.kalay@dpu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-8532-1203.*

[2] *Assoc. Prof. Dr., Mimar Sinan Fine Arts University, Faculty of Architecture, Department of Interior Architecture, Department of Interior Architecture, emre.kavut@msgsu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-2672-4122.*

[3] *Res. Asst., İstanbul Nişantaşı University, Faculty of Art and Design, Department of Interior Architecture, Interior Architecture Pr, aysenur.kandemir@nisantasi.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-9558-2984.*



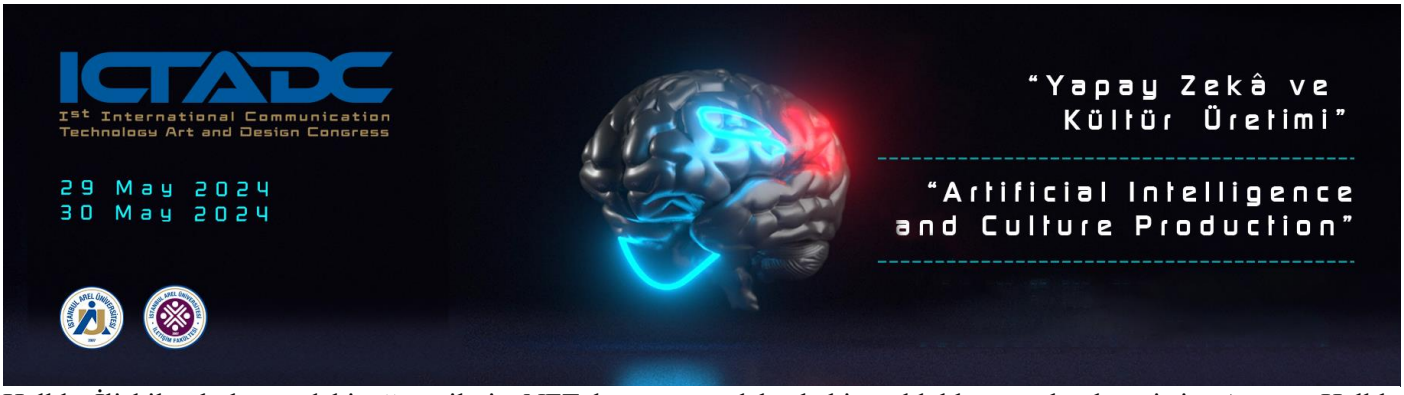
AKADEMİSYENLERİN VE ÖĞRENCİLERİN NFT ALANINA İLİŞKİN DÜŞÜNCELERİ: YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ

Emine KARPAZLI[1]- Kâmil KANİPEK[2]

ÖZ

Günümüz dijital teknoloji çağında, teknolojik gelişmelerle birlikte toplum içerisinde yaşam ve düşünce biçimlerinin de değişime uğradığını gözlemlemekteyiz. Öyle ki, özellikle pendemiyle birlikte Zoom toplantılarına giriş yaptığımız, arkadaşlarımızla sanal ortamda buluşup kahve içtiğimiz bir dünyada yaşamaya başladığımızı ve geleceğin de bu şekilde evrilmeye devam edeceğinin neredeyse kesin olarak görüldüğünü söyleyebilmekteyiz.Bu noktada yaşanan dijital dönüşüm günlük pratiklerimizde olduğu kadar sanatsal faaliyetlerimizde de bir çok yeniliği meydana getirmektedir. Bu doğrultuda günümüzde sanatın değiştiğini ve sanal ekonominin ortaya çıktığı görülmektedir. Son dönemlerde sıklıkla karşımıza çıkan ve çalışmanın konusunu oluşturan "NFT" Non-Fungible Tokens (yeri doldurulamayan) kavramı ise kısaca herkes tarafından kabul gören ve aynı zamanda rahatlıkla kullanılabilen kripto para biriminin yaşantımıza yer edinebileceği düzeyde katkı koyan bir kripto destekli sanat metodu olarak tanımlamaktadır (Birsen, 2023:2). Bu kapsamda çalışmanın amacı, gelişen teknolojik gelişmeler doğrultusunda NFT gibi dijital varlıkların oluşturulmasının iletişim fakültesi öğrencileri ve akademisyenler tarafından nasıl değerlendirildiğini ortaya koymaktır. Dolayısıyla çalışmanın konusunun güncel olması, söz konusu alanda sınırlı sayıda çalışma olması ve özellikle bu çalışmanın İletişim fakültesi akademisyenleri ve öğrencilerine yönelik olması çalışmanın özelliği ve önemi olarak kabul edilebilmektedir. Bu doğrultuda Yakın Doğu üniversitesi 2022-2023 yılı Güz döneminde öğrenim gören Görsel İletişim Tasarımı, Halkla İlişkiler, Radyo TV Sinema bölümlerinin her birinden onar (10) öğrenci ve belirtilen her bölümden beşer (5) akademisyene odak grup çalışması uygulanmıştır. Araştırmaya göre, öğrencilerin NFT kavramıyla yeni tanıştığı belirlenmiştir. Özellikle Görsel İletişim Tasarımı öğrencilerinin NFT üretimini veya satışını deneyimlemede çekimser kaldığı görülmüştür. Bu durum, NFT'ye tam olarak güven duyulmadığı sonucunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda Radyo, TV ve Sinema bölümündeki katılımcıların NFT'ye daha mesafeli olduğu görüşü ağırlık kazanmaktadır. Ancak

[1] *Doktora Öğrencisi, Yakın Doğu Üniversitesi, ORCID: 0009-0004-6860-1213.*
[2] *Yrd. Doç. Dr., Yakın Doğu Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Pr., kamil.kanipek@neu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0103-4558*



Halkla İlişkiler bölümündeki öğrencilerin NFT kavramına daha hakim oldukları gözlemlenmiştir. Ayrıca, Halkla İlişkiler ve Görsel İletişim Tasarımı bölümü öğrencilerinin NFT'nin müfredatına eklenmesini daha fazla desteklediği fakat Görsel İletişim Tasarımı ve Radyo, TV, Sinema bölümü akademisyenlerinin bu fikre daha olumsuz baktığı tespit edilmiştir. Halkla İlişkileri akademisyenlerinin ise NFT'nin müfredatına eklenmesini onayladığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: *Dijital sanat, nft, iletişim, dijital sanat eğitimi.*

ACADEMICIAN'S AND STUDENT'S THOUGHTS ON THE NFT SPACE: THE CASE OF NEAR EAST UNIVERSITY COMMUNICATION FACULTY

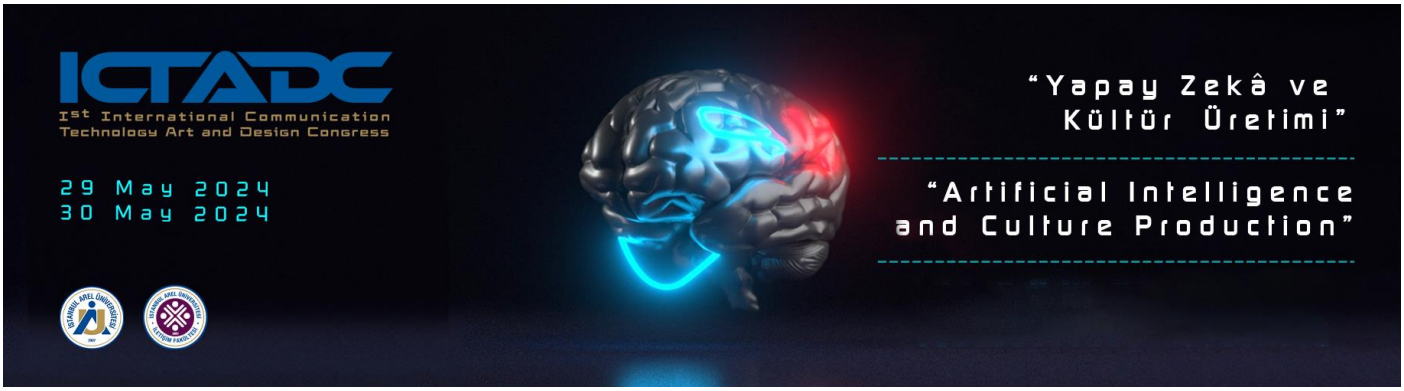
Emine KARPAZLI[1]- Kâmil KANİPEK[2]

ABSTRACT

In today's digital age, along with technological advancements, we observe changes in lifestyles and modes of thinking within society. Particularly with the pandemic, we have begun to live in a world where we engage in Zoom meetings and have virtual coffee with friends, indicating that the future will likely continue to evolve in this manner. This digital transformation is bringing about many innovations not only in our daily practices but also in our artistic activities. Accordingly, it is observed that art is changing, and a virtual economy is emerging. The concept of "NFT" (Non-Fungible Tokens), which has become increasingly prevalent in recent times and is the subject of this study, defines a crypto-supported art method that is widely accepted by everyone and can be easily utilized, suggesting that cryptocurrency could become part of our lives (Birsen, 2023:2). In this context, the aim of the study is to reveal how the creation of digital assets such as NFTs is perceived by communication faculty students and academics in line with evolving technological developments. Therefore, the relevance of the topic, the limited number of studies in this area, and especially the focus of this study on communication faculty academics and students can be considered as the significance and uniqueness of the study. Accordingly, focus group interviews were conducted with ten (10) students from each of the Visual Communication Design, Public Relations, and Radio TV Cinema departments and five (5) academics from each of the mentioned departments during the Fall semester of the 2022-2023 academic year at Near East University. According to the research, it was determined that students were newly introduced to the concept of NFT. Especially, students of Visual Communication Design seemed hesitant to experience NFT production or sales, indicating a lack of full trust in NFTs. In this context, the view that participants from the Radio, TV, and Cinema department were more cautious about NFT gained prominence. However, it was observed that students in the Public Relations department were more familiar with the concept of NFT. Additionally, it was found that students in the Public Relations and Visual Communication Design departments were more supportive of adding NFT to the curriculum, while academics in the Visual Communication Design and Radio, TV, and Cinema departments were more opposed to this idea. It was also observed that academics in the Public Relations department approved of adding NFT to the curriculum.

Keywords: *Digital art, NFT, communication, digital art education.*

[1] *PhD Student, Near East University, ORCID: 0009-0004-6860-1213.*
[2] *Asst. Assoc. Prof. Dr., Near East University, Faculty of Communication, Department of Public Relations and Publicity, Public Relations and Publicity Pr., kamil.kanipek@neu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0103-4558.*



LOGO TASARIMINDA YENİ TREND: DEĞİŞKEN LOGO TASARIMLARI

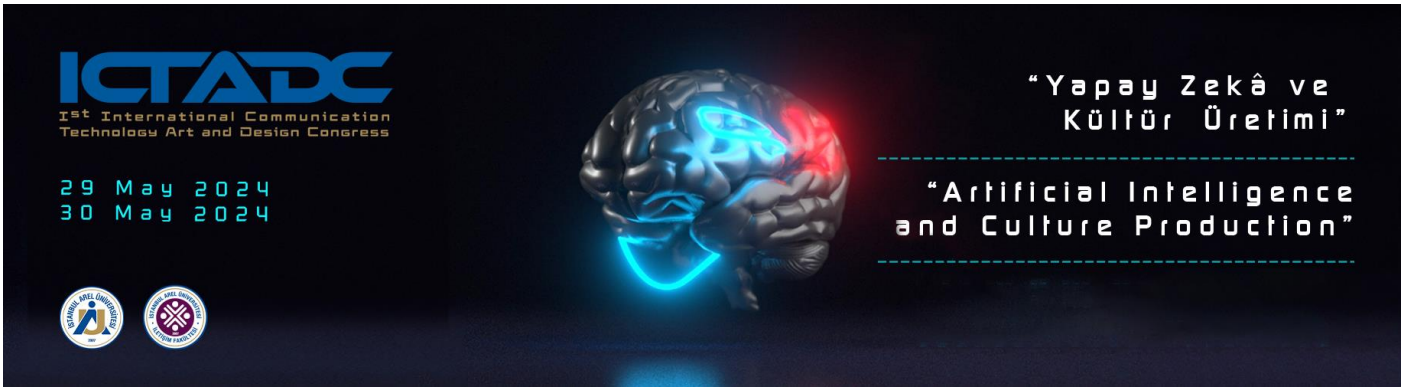
Burhan ŞOHOĞLU[1] - Ozan KÜÇÜKUSTA[2]

ÖZ

Bir markanın başarılı olabilmesi için, sadece ürün veya hizmet kalitesi yeterli değildir. Bugünün rekabetçi pazarında, tüketicilerin zihninde iz bırakmak ve öne çıkmak için marka kimliğinin güçlü ve etkileyici olması gerekmektedir. Bu noktada, logolar markaların belirgin kimlik unsurlarından biridir ve markanın özünü yansıtarak tüketicilere önemli mesajlar iletebilmektedir. Logo tasarımı, markanın özünü yansıtan, hikâyesini, felsefesini ve değerlerini anlatan kritik bir unsurdur. Artık bir logonun statik bir şekilde kalması gerektiği düşüncesi eskisi kadar geçerli değildir. Özellikle büyük şirketlerin logolarında yapılan değişiklikler, bir logonun değişime açık olabileceğini ve markanın temel kimliğini kaybetmeyeceğini göstermektedir. Günümüzde, teknolojinin ve iletişim kanallarının hızla gelişmesiyle birlikte, bir logonun farklı platformlarda ve iletişim araçlarında kullanılması kaçınılmaz hale gelmiştir. Bu durum, logoların daha esnek ve uyumlu olmasını gerektirmektedir. Değişken logolar, markaların farklı iletişim ortamlarına ve pazarlama stratejilerine göre uyarlanabilir olmalarını sağlamaktadır. Bu nedenle, markalar çeşitli platformlara ve iletişim kanallarına uygun olarak şekil alabilen değişken logo tasarımlarına yönelmektedirler. Değişken logolar, markaların pazarlama kampanyalarına, hedef kitlelerine ve iletişim mesajlarına göre logonun yapısındaki farklı unsurları değiştirerek daha etkili ve güçlü bağlantılar kurmalarını sağlamaktadır. Bu sayede, markaların hedef kitlelerine daha etkili ve kişiselleştirilmiş mesajlar iletebilmesi mümkün olmaktadır. Bu araştırma, logo tasarımının marka kimliğini yansıtma ve markanın hedef kitlesiyle bağlantı kurma sürecindeki önemine odaklanmaktadır. Değişken logoların, markaların dinamik ve çeşitli iletişim ortamlarında etkili bir şekilde var olmalarını sağladığına vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda, logo tasarımının marka iletişimi ve pazarlama stratejilerindeki rolünü vurgulamakta ve logo tasarımının marka deneyimi üzerindeki etkisini sunmaktadır.

[1] *Öğr. Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, Grafik Tasarımı Anasanat Dalı, burhan.sohoglu@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0746-4153.*

[2] *Öğr. Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, Grafik Tasarımı Anasanat Dalı, ozan.kucukusta@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1858-3980.*



Anahtar Kelimeler: *Değişken logo, logo, değişken yazı tipi.*

NEW TREND IN LOGO DESIGN: VARIABLE LOGO DESIGNS

Burhan ŞOHOĞLU[1] - Ozan KÜÇÜKUSTA[2]

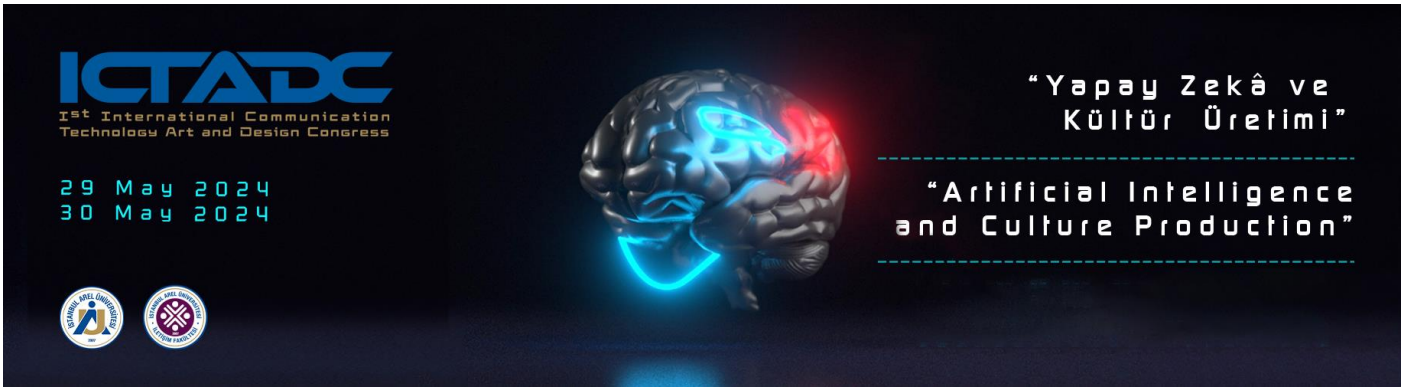
ABSTRACT

For a brand to be successful, product or service quality alone is not enough. In today's competitive market, brand identity needs to be strong and impressive in order to leave a mark in the minds of consumers and stand out. At this point, logos are one of the distinctive identity elements of brands and can convey important messages to consumers by reflecting the essence of the brand. Logo design is a critical element that reflects the essence of the brand, telling its story, philosophy and values. The idea that a logo should remain static is no longer as valid as it used to be. Changes, especially in the logos of large companies, show that a logo can be open to change and will not lose the core identity of the brand. Today, with the rapid development of technology and communication channels, it has become inevitable for a logo to be used on different platforms and communication tools. This requires logos to be more flexible and adaptable. Variable logos allow brands to be adaptable to different communication mediums and marketing strategies. For this reason, brands are turning to variable logo designs that can take shape in accordance with various platforms and communication channels. Variable logos enable brands to build more effective and stronger connections by changing different elements in the structure of the logo according to their marketing campaigns, target audiences and communication messages. In this way, brands can reach their target audience.

Keywords: *Variable logo, logo, variable typeface.*

[1] *Lecturer, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Art and Design, Department of Graphic Design, Department of Graphic Design, burhan.sohoglu@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0746-4153.*

[2] *Lecturer, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Art and Design, Department of Graphic Design, Department of Graphic Design, ozan.kucukusta@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1858-3980.*



YAPAY ZEKÂ VE CHATGPT'NİN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ TARAFINDAN KULLANIMI VE ETKİLERİ

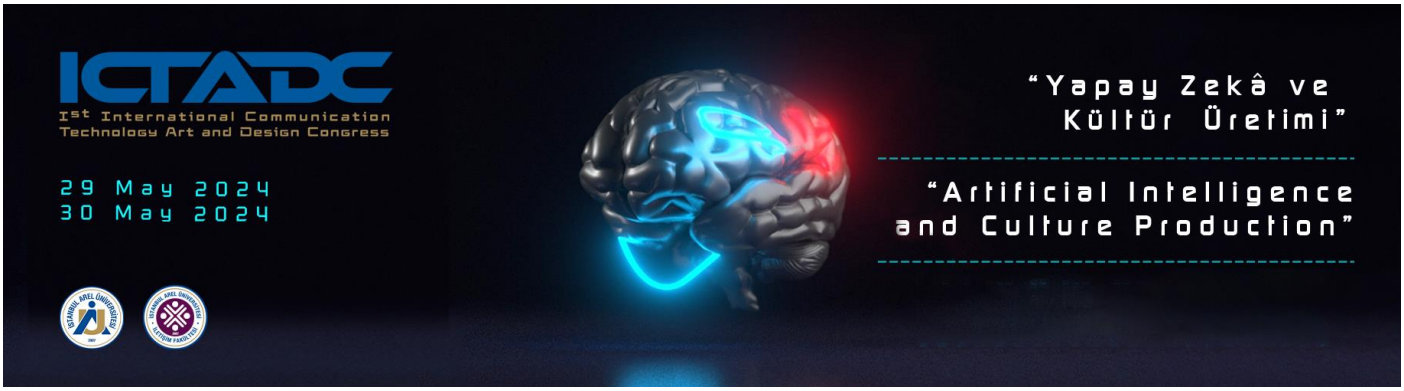
Nejla SEVAL[1]

ÖZ

OPEN AI tarafından geliştirilen ChatGPT teknolojileri günümüzde birçok alanda yaygın şekilde kullanılmaktadır. Özellikle akademik anlamdaki işlevleriyle dikkat çeken ChatGPT farklı disiplinlerde eğitim almalarına rağmen öğrencilerin temel başvuru kaynaklarından biri haline gelmiştir. Bu düşünceden hareketle hazırlanan bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin ChatGPT teknolojilerini hangi amaçlarla ve ne sıklıkta kullandıklarının ortaya koyulması amaçlanmıştır. ChatGPT teknolojilerinin kullanım pratikleri üzerine odaklanılan bu çalışmanın örneklemini Yalova Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında İlahiyat, İktisat, Grafik Tasarım ve Bilgisayar Mühendisliği öğrencileri ile yüz yüze yarı yapılandırılmış görüşme metodu kullanılmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler çeşitli kategorilere ayrılarak alana ilişkin tespitler yapılması hedeflenmiştir. Araştırma sonucunda ortaya çıkan bulgular, ChatGPT ve yapay zekâ teknolojilerinin eğitim süreçlerinde nasıl daha etkili bir şekilde kullanılabileceği konusundaki önerilerin geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, chatgpt, Yalova Üniversitesi.*

[1] *Undergraduate Student, Yalova University, nejlaseval3@gmail.com.*



USE AND EFFECTS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND CHATGPT BY UNIVERSITY STUDENTS

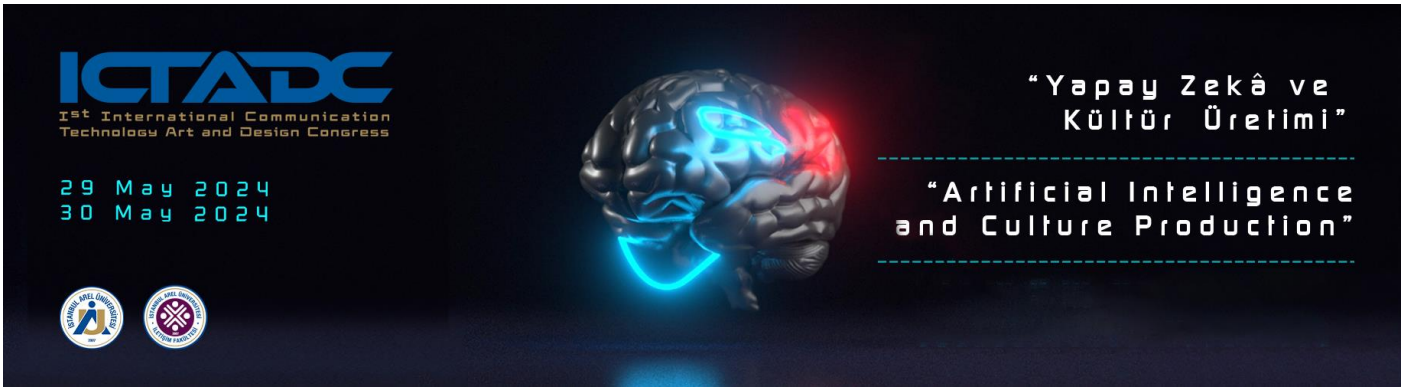
Nejla SEVAL[1]

ABSTRACT

ChatGPT technologies developed by OPEN AI are widely used in many areas today. ChatGPT, which draws attention especially with its academic functions, has become one of the main reference sources for students despite their education in different disciplines. Based on this idea, this study aims to reveal for what purposes and how often university students use ChatGPT technologies. The sample of this study, which focuses on the usage practices of ChatGPT technologies, consists of Yalova University students. Within the scope of the study, face-to-face semi-structured interview method was used with Theology, Economics, Graphic Design and Computer Engineering students. The data obtained from the interviews were divided into various categories and it was aimed to make determinations regarding the field. The findings resulting from the research will contribute to the development of suggestions on how ChatGPT and artificial intelligence technologies can be used more effectively in educational processes.

Keywords: *Artificial intelligence, chatgpt, Yalova University.*

[1] *Undergraduate Student, Yalova University, nejlaseval3@gmail.com.*



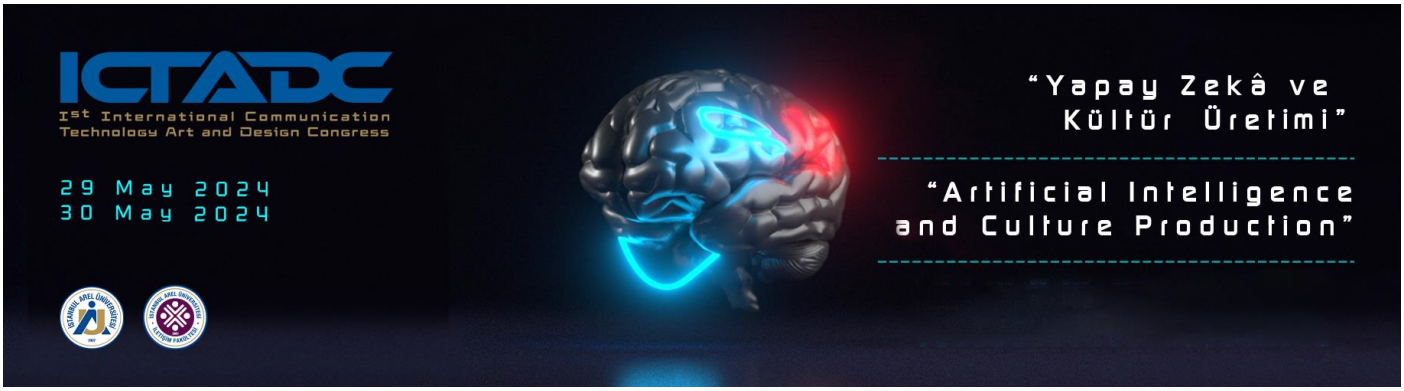
HABERCİLİK PRATİKLERİ ÇERÇEVESİNDE YAPAY ZEKÂ

Mevlüde BATUR[1]

ÖZ

Habercilik ve teknoloji arasında dinamik bir ilişki mevcuttur. 2000'li yıllardan itibaren yaşanan teknolojik gelişmeler yeni habercilik biçimlerine zemin hazırlamıştır. Gelişen teknolojiyle birlikte oluşan dijital medya ortamları, haberciliğin tüm aşamalarında bir dizi değişikliğe neden olmuştur. Haberlerin kamuoyu oluşturmadaki gücü düşünülürse habercilik pratiklerinin dönüşüme uğraması dolaylı bir biçimde toplum yapısını da etkileyecektir. Haber üretim ve tüketim alışkanlıklarını değiştiren yapay zekâ tabanlı uygulamalar haber endüstrisiyle etkileşim içindedir, dolayısıyla burada meslek kültürünün de etkilendiği bir durum söz konusudur. Veri gazeteciliği, dijital gazetecilik gibi kavramlar yine bu etkileşimin sonucu olarak sonucu ortaya çıkmıştır. Yapay zekâ, metin analizi, dil işleme ve veri madenciliği gibi alanlardaki gelişmelerle birlikte haber üretim süreçlerine önemli katkı sağlamaktadır. İçerik önerisi, otomatik haber yazımı gibi yapay zekâ tabanlı uygulamaların haber üretiminde büyük bir rolü vardır. Haberin dağıtım aşamasında da yine yapay zekâ kişiselleştirilmiş içerik önerileri ya da okuyucu profil analizi yaparak bu sürece katkıda bulunmaktadır. Hız, kolaylık ve maliyet açısından oldukça avantajlı bir konumda olan yapay zekâ uygulamaları demokratik toplum yapısına destek vermektedir. Geleneksel habercilik pratiklerinin yanı sıra yapay zekâ teknolojilerinin habercilik sektöründe kullanımı haber üretiminden yayıncılığa kadar yenilikçi ve verimli çözümler sunmaktadır. Sunduğu bu olanaklardan dolayı dünyaca ünlü haber ajansları da yapay zekâ algoritmalarından yararlandığını ifade etmektedir. Ancak aynı zamanda bu tür yapay zekâ uygulamaları etik ve güvenilirliğe dair endişeler, şüpheler (doğruluk, tarafsızlık gibi) uyandırmaktadır. Bu nedenle, yapay zekâ ile haber üretimi ve analizi konusunda dikkatli bir denge kurularak sorumlu bir yaklaşım benimsenmelidir. Bu çalışmanın amacı, habercilik alanında yapay zekâ kullanımının rolünü ve etkilerini değerlendirerek dönüşümü anlamak ve gelecekteki yönelimlere ışık tutmaktır. Alanyazın taraması yöntemi benimsenen çalışmada habercilik pratiklerinin nasıl evrildiği, üretimden dağıtıma kadar yapay zekâ uygulamalarının bu

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, mevlude.batur@ozal.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5985-9694.*



duruma nasıl katkı sağladığı aktarılmıştır. Habercilik pratiklerindeki yapay zekâ uygulamalarının önemini ortaya koyan bu çalışma yine bu teknolojilerin gelecekte habercilik alanında ne gibi dönüşümlere yol açacağını tartışmaktadır.

Anahtar kelimeler: *Yapay zekâ, habercilik, medya.*

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE FRAMEWORK OF JOURNALISM PRACTICES

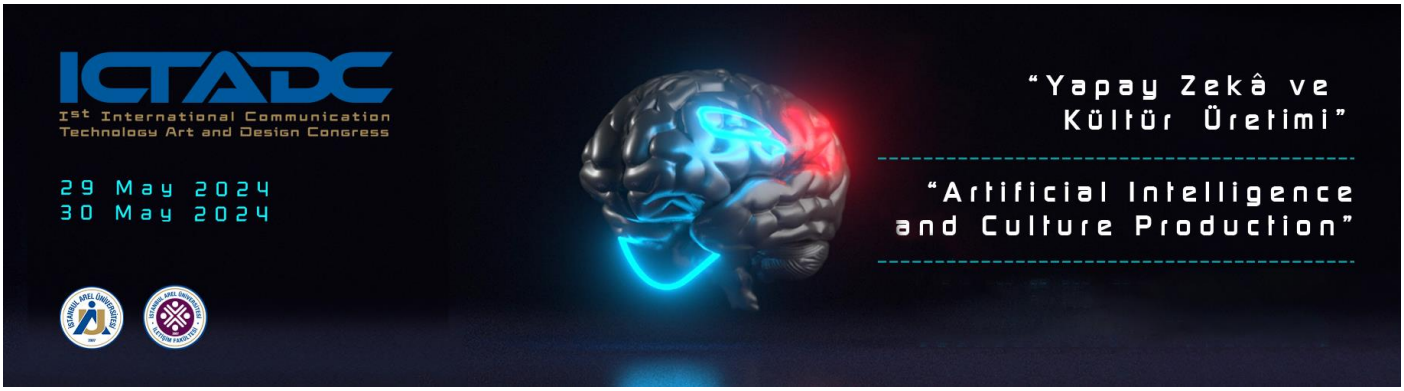
Mevlüde BATUR[1]

ABSTRACT

There is a dynamic relationship between journalism and technology. Technological developments since the 2000s have paved the way for new forms of journalism. Digital media environments created with developing technology have caused a series of changes in all stages of journalism. Considering the power of news in forming public opinion, the transformation of journalism practices will indirectly affect the social structure. Artificial intelligence-based applications that change news production and consumption habits interact with the news industry, so there is a situation where professional culture is also affected. Concepts such as data journalism and digital journalism emerged as a result of this interaction. Artificial intelligence makes a significant contribution to news production processes with developments in fields such as text analysis, language processing and data mining. Artificial intelligence-based applications such as content recommendation and automatic news writing have a major role in news production. During the news distribution phase, artificial intelligence also contributes to this process by making personalized content suggestions or reader profile analysis. Artificial intelligence applications, which are in a very advantageous position in terms of speed, convenience and cost, support the democratic social structure. In addition to traditional journalism practices, the use of artificial intelligence technologies in the journalism sector offers innovative and efficient solutions from news production to publishing. Due to these opportunities, world-famous news agencies also state that they benefit from artificial intelligence algorithms. However, at the same time, such artificial intelligence applications raise concerns and doubts about ethics and reliability (such as accuracy and impartiality). Therefore, a responsible approach must be taken with a careful balance in news production and analysis with artificial intelligence. The aim of this study is to understand the transformation and shed light on future trends by evaluating the role and effects of the use of artificial intelligence in the field of journalism. In the study, which adopted the literature review method, it was conveyed how journalism practices evolved and how artificial intelligence applications contributed to this situation, from production to distribution. This study, which reveals the importance of artificial intelligence applications in journalism practices, also discusses what kind of transformations these technologies will lead to in the field of journalism in the future.

Keywords: *Artificial intelligence, journalism, media.*

[1]*Asst. Prof., Malatya Turgut Özal University, Faculty of Art, Design and Architecture, Department of Radio, Television and Cinema, Department of Radio, Television and Cinema, mevlude.batur@ozal.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5985-9694.*



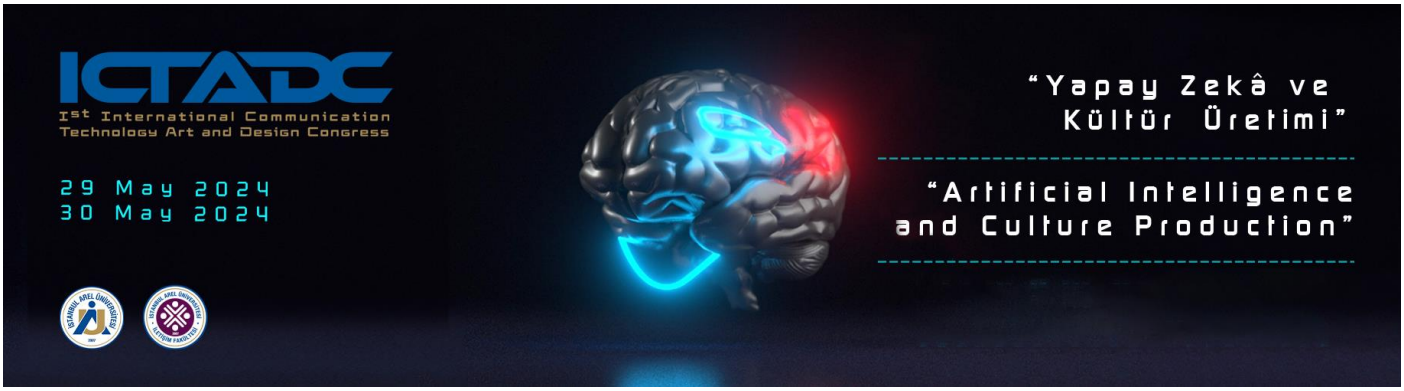
YAPAY ZEKÂ VE PROPAGANDA: BİLGİ SAVAŞINDA YENİ CEPHE

Yakup TOKTAY[1]

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, yapay zekâ algoritmalarını bilgi savaşının bir parçası olarak propaganda ve manipülasyon amacıyla kullanılabilme potansiyelini anlamak ve bu potansiyeli ele alarak çözümler üretmektir. Yapay zekâ (YZ) araçları, siyasal iletişimde propaganda metin ve görsellerinin oluşturulması, deepfake teknolojisiyle sahte video ve gönderilerin hazırlanması, belirli demografik grup ve ilgi alanlarına dönük olarak metinlerin üretilmesi gibi faaliyetlerde kullanılabilir. Ayrıca, sosyal medya platformları üzerinde sahte hesaplar ve botlar aracılığıyla yayılan propaganda ve dezenformasyonun etkisini artırmak için duygusal tetikleyiciler veya manipülasyon tekniklerini de kullanabilirler. Yapay zekâ araçları, kullanıcıların duygu ve davranışlarını analiz ederek kişiselleştirilmiş propaganda üretebilir ve çevrim içi tartışmalara katılarak algıları şekillendirebilmektedir. Öte yandan, siber saldırılar veya hactivist operasyon düzenleyebilme kapasitesi bu araçları adeta bir propaganda makinesine dönüştürmektedir. Ancak yapay zekâ araçları, bu potansiyeline rağmen bununla mücadele edebilecek bir araca da dönüşebilir istenildiği taktirde, elbette ki hangisini daha başarılı bir şekilde yürütebileceği test edilmelidir. Dolayısıyla, yapay zekâ hem propaganda ve dezenformasyonla mücadelede bir araç olarak düşünülmeli hem de bir tehdit. Bu çerçeveden hareketle çalışma; yapay zekâ araçlarının propaganda, manipülasyon ve dezenformasyon amacıyla nasıl kullanabileceğini ve üretilen kirli bilgiyle mücadele için doğrulama mekanizması (fact-checking) potansiyelini de sorgulamaktadır. Nitel yöntem, durum çalışması desenine göre tasarlanan çalışma da örneklem kapsamında farklı demografik özelliklere sahip 16 kişiyle mülakat tekniği kullanılarak görüşme yapılmıştır. Görüşme sırasında katılımcılara daha öncesinde yapay zekâ araçları tarafından hazırlanan propaganda metin ve görselleri gösterilerek, fikir beyan etmeleri istenmiştir. Buradaki amaç, katılımcıların yapay zekâ araçları tarafından oluşturulan propaganda metinlerini ne düzeyde alımladıklarını tespit etmektir. Araştırma sonucunda; yapay zekâ araçları tarafından oluşturulan propaganda içerikli metin ve görsellerin, insanlar tarafından oluşturulan

[1] *Öğr. Gör. Dr., Bandırma Üniversitesi, Bandırma Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Medya ve İletişim Pr., ytoktay@bandirma.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3253-9898.*



propaganda kadar etkili ve ikna edici olduğu, katılımcıların büyük bir çoğunluğunun propaganda metinlerine inandığı ve bazı durumlarda ise bu metinleri gerçeğinden ayırt etmekte zorlandıklarını beyan etmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, propaganda, manipülasyon, dezenformasyon, algı yönetimi, bilgi doğrulama*.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND PROPAGANDA: THE NEW FRONT IN THE INFORMATION WAR

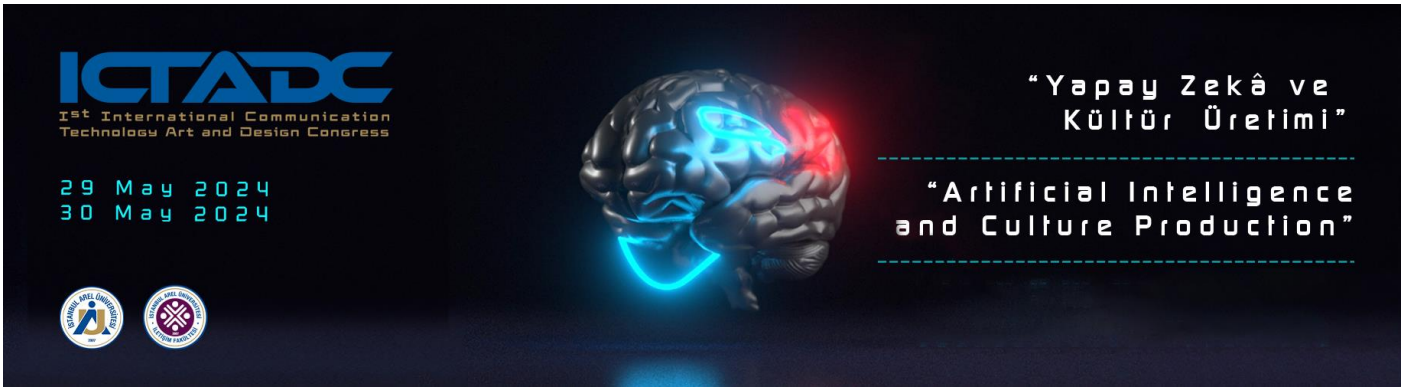
Yakup TOKTAY[1]

ABSTRACT

The aim of this study is to understand the potential of artificial intelligence algorithms to be used for propaganda purposes as part of information warfare and to produce solutions by addressing this potential. Artificial intelligence tools can be used in activities such as the creation of propaganda texts and visuals in political communication, the preparation of fake videos and posts with deepfake technology, and the production of texts targeting specific demographic groups and interests. They can also use emotional triggers or manipulation techniques to increase the impact of propaganda and disinformation spread through fake accounts and bots on social media platforms. By analysing users' emotions and behaviours, AI tools can generate personalised propaganda and shape perceptions by participating in online discussions. On the other hand, their capacity to organise cyber-attacks or hactivist operations turns them into a propaganda machine. However, despite this potential, AI tools can also turn into a tool that can fight against this, if desired, of course, it should be tested which one it can carry out more successfully. Therefore, artificial intelligence should be considered both as a tool in the fight against propaganda and disinformation and as a threat. Based on this framework, the study also questions how artificial intelligence tools can be used for propaganda, manipulation and disinformation purposes and their potential as a verification mechanism to combat the dirty information produced. In the study, which was designed according to the qualitative method, case study design, 16 people with different demographic characteristics were interviewed using the interview technique. The participants were shown propaganda texts and visuals prepared by artificial intelligence tools and asked to express their opinions. The aim here is to determine to what extent the participants perceive the propaganda texts created by artificial intelligence tools. As a result of the research; it was declared that the propaganda texts and visuals created by artificial intelligence tools are as effective and persuasive as the propaganda created by humans, that the majority of the participants believe the propaganda texts and that in some cases they have difficulty in distinguishing these texts from the real ones.

Keywords: *Artificial intelligence, propaganda, manipulation, disinformation, perception management, information verification*.

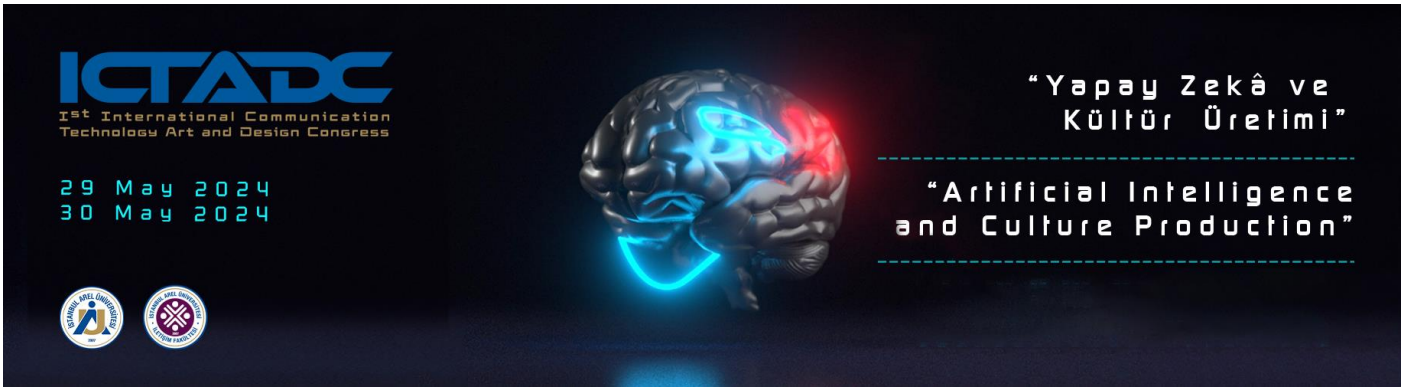
[1] *Lecturer Dr., Bandırma University, Bandırma Vocational School, Marketing and Advertising Department, Media and Communication Pr., ytoktay@bandirma.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3253-9898.*



"YAPAY ZEKÂ VE DEZENFORMASYON: DİJİTAL ÇAĞDA GERÇEK VE YANILSAMA"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND DISINFORMATION:

TRUTH AND ILLUSION IN THE DIGITAL AGE"



YAPAY ZEKÂ VE DEZENFORMASYONLA MÜCADELE: TEYİT HATTI ÖRNEĞİ

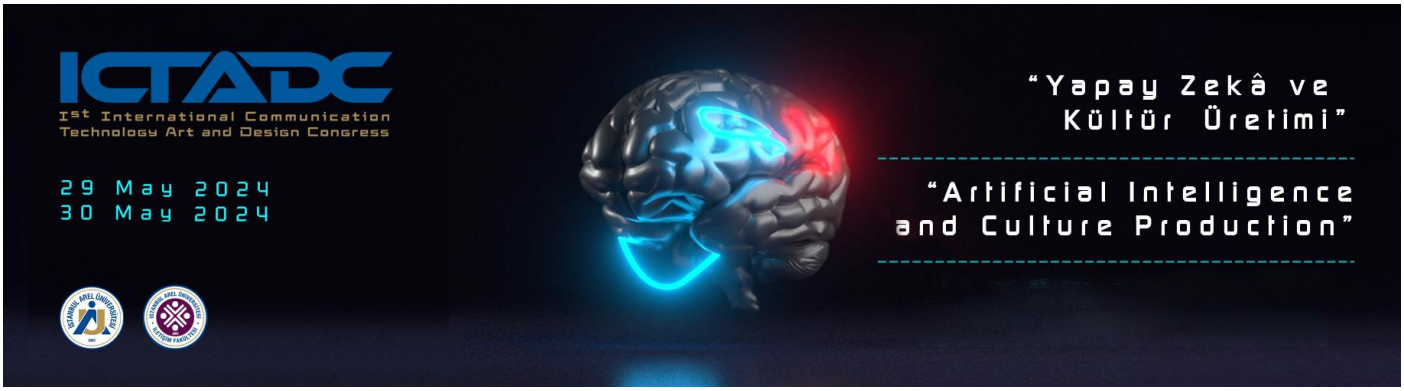
Feyza DALAYLI[1] - Başak AÇIKALIN[2]

ÖZ

İnternetin hayatımızda büyük bir alana sahip olması ve yeni medyayla birlikte hayatımıza giren sosyal medya platformları sayesinde kullanıcı artık hem içerik üreten hem de içerik tüketen (üre-tüketici) konumuna gelmiştir. Bu durum tamamen olumlu gibi görünse de üretilen içeriklerin denetlenmesi oldukça zorlaşmıştır. Bu bağlamda sosyal medya üzerinden yanıltıcı içeriklerin üretimi, yaygınlaştırılması artmış ve toplumsal bir sorun haline dönüşmüştür. Özellikle toplumsal olaylarda ve afet anlarında yanıltma haber içerik üretimi ve tüketimi hızla yaygınlaşmıştır. Son yıllarda gelişim gösteren yapay zekâ teknolojisi de görsel üretiminde manipülasyona yönelik içerikler üretebilmektedir. Buna karşı dezenformasyon içeriklerin incelenmesi, içeriklerin doğrulunun teyit edilmesi için birçok site kurulmuştur. Bu araştırmada da içeriklerin teyit edilmesi için kurulan sitelerden Anadolu Ajansı'nın kurmuş olduğu Teyit Hattı sitesi 'deprem' anahtar kelimesi bağlamında 06.02.2023 ve 06.02.2024 tarihleri arasında aratarak yayınlanan dezenformasyona uğramış içerikli paylaşımlar incelenmiştir. Yapılan bu inceleme içerik analizi yöntemiyle beş ayrı kategoride gerçekleştirilmiştir. Bu içerikler hatalı ilişkilendirme, manipülasyon, uydurma, parodi ve taklit kategorileri altında düzenlenmiştir. Sosyal medyanın üre-tüketicilere sunduğu fırsatlar, aynı zamanda dezenformasyon içeriklerin kontrolsüz yayılmasına ve toplumsal sorunların artmasına yol açmıştır. Özellikle kriz anlarında bu durum daha belirgin hale gelmiştir. Teyit Hattı ve bu türevdeki siteler bu içeriklerin sınıflandırılmasında ve doğru bilginin yayılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Aynı zamanda dezenformasyonla mücadele kapsamında yapay zekâ teknolojisinden nasıl yararlanılabileceği ele alınmıştır Bu çalışma, bilgi çarpıtma barındıran içeriklerin topluma etkisi ve medya

[1] *Doç. Dr. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, Yeni Medya ve İletişim Anabilim Dalı, feyza.dalayli@comu.edu.tr, 0000-0003-2193-8236.*

[2] *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, 23452335004@ogr.comu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3736-3310*.



okuryazarlığının, doğrulanmış bilgi kaynaklarının önemini vurgulamakta ve dezenformasyonla mücadelede de Teyit Hattı'nın üstlendiği rolü içermektedir. Ayrıca bu çalışmada yapay zekâ ve dezenformasyon ilişkisi irdelenmiştir. Sonuç olarak, bu araştırma, yeni medyayla birlikte sosyal medya platformların da afet döneminde içerik üretimi ve tüketimindeki dezenformasyon içerikli paylaşımların etkilerini ve denetimlerini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Deprem, dezenformasyon, yapay zekâ, içerik analizi, teyit hattı.*

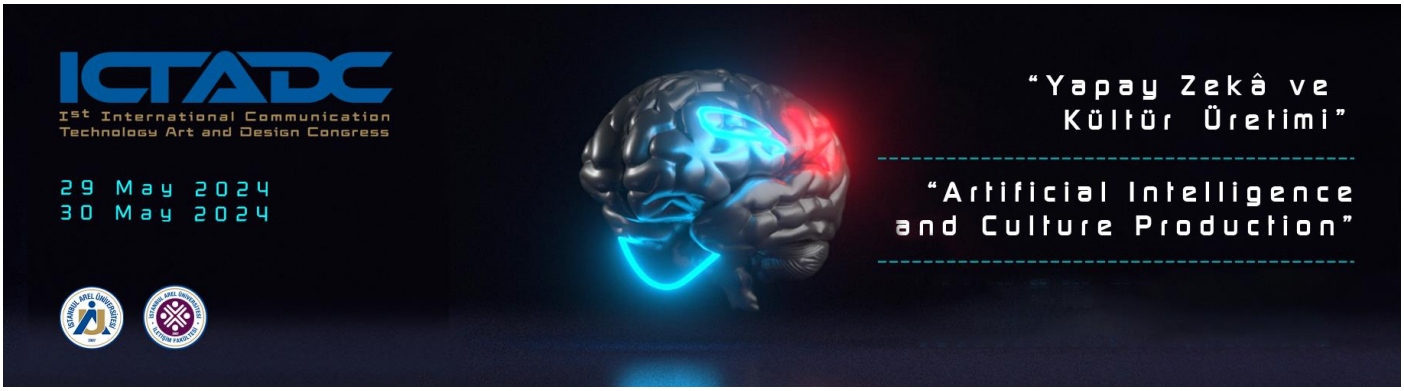
GAZETECİLİKTE YAPAY ZEKÂ KULLANIMI: MESLEKİ TEHDİTLER VE FIRSATLAR ÜZERİNE DEĞERLENDİRME

Kenan DUMAN[1]

ÖZ

Son çeyrek yüzyılda başta internet teknolojilerinin gelişimine paralel olarak gazetecilik mesleği önemli değişimlerle karşılaşmıştır. Bu sürecin son halkası olarak ortaya çıkan yapay zekâ teknolojileri de kısa süre içerisinde en küçük haber kuruluşundan küresel çapta haber merkezlerine kadar haber toplama, üretim ve dağıtım aşamalarının bir parçası haline gelmiştir. Ekonomik anlamda son 20 yıl içerisinde büyük bir kriz içerisine giren haber kuruluşları artan maliyetleri azaltmak ve haberi oluşturmak için yapay zekâ araçlarına yönelmeye başlamışlardır. Ancak bilgisayar başında yapay zekâ desteği ile hazırlanan haberler, beraberinde kamuoyuna gerçek bilgilerin aktarılmasında bir dizi zorluklar da getirmiştir. Bu çalışmada, yapay zekâ teknolojileri ve gazetecilik bağlamında tehlikede olan etik ve editoryal sorunların neler olduğu tartışılırken üretim ve organizasyonel bağlamda fırsatlara değinilecektir. Çalışmada, yapay zekânın haber oluşturma ve tüketiminde önemli bir özne haline gelirken sektörün geneline olumlu ya da olumsuz olarak nasıl bir etkisi olduğu sorusuna yanıt aranmıştır. Çalışmadaki veriler, literatür taraması ve doküman analizi yöntemleri kullanılarak toplanmıştır. Özellikle diyalog konusunda uzmanlaşmış bir yapay zekâ botu olan ChatGPT'nin piyasaya sürülmesinin ardından yapay zekâ bağlamında stratejiler, projeler, altyapı ve organizasyonel değişiklikler çalışmada incelenmiştir. Çalışmanın sorunsalları; yapay zekâ sürecinin haber merkezleri için fırsat ve tehdit olarak ne anlamlar taşıdığı, buradan çıkarılan sonuçların neler olduğu ve söz konusu bu gelişmelerin nasıl bir dönüşüme yol açtığı biçimindedir. Ayrıca yapay zekâ içeren bir haber ortamında doğrulama ve şeffaflığın nasıl uygulanacağı da çalışmada tartışılmıştır. Çalışmanın sonucunda, yapay zekâ teknolojilerinin gazeteciliğe başta verimlilik ve farkındalık anlamında katkısının

[1] *Doç. Dr., İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, kenanduman@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5338-9150.*



olacağı ve yeni editorial stratejiler sağlayacağı ortaya çıkmıştır. Ancak bu fırsatların karşısında kamuoyunun doğru bilgilere ulaşmasında bazı etik ve editoryal sorunların da gündeme geldiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ gazetecilik, chat gpt, yapay zekâ gazeteciliği, yapay zekâ haberciliği.*

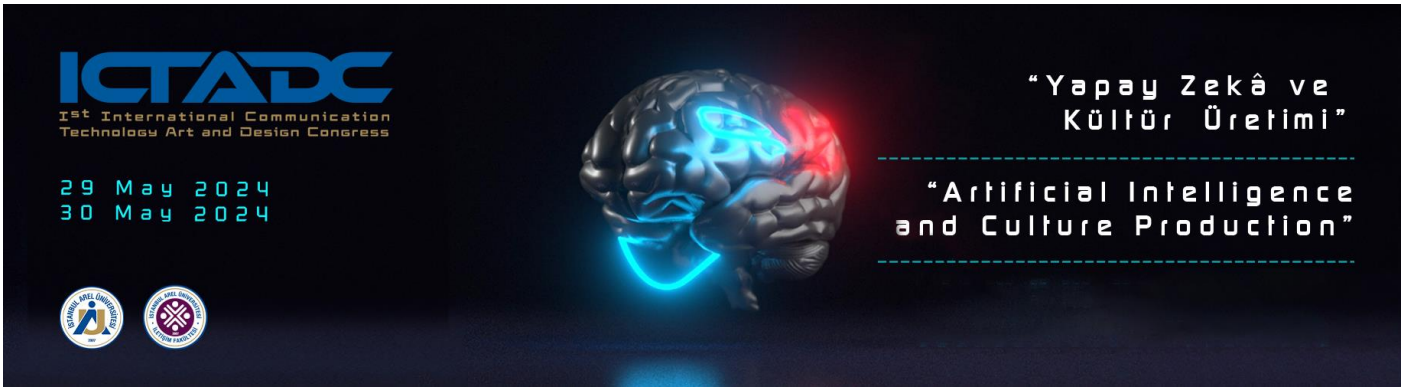
YAPAY ZEKÂ, GAZETECİLİK VE DEMOKRASİ: YAPAY ZEKÂNIN POST TRUTH ÇAĞDA GAZETECİLİKTEKİ ROLÜNÜ DEĞERLENDİRMEK

Burak TORAMAN[1]

ÖZ

Gazetecilik ve medya, demokrasiye katkısı açısından her dönem bir tartışma unsuru olarak yer almıştır. Yapay zekânın kullanımının gün geçtikçe kolaylaşması ve gelişmesiyle birlikte gazetecilik alanında da kullanımı yaygınlaşmış ve çeşitli tartışmalara da yol açmıştır. Birçok farklı haber tartışması temelinde farklı kaygıları barındırmıştır. Örneğin liberal görüş, haberin gerçeği ilettiği bir durumu tarif ederken aynı zamanda bir denetleme rolünü de üstlenmiştir. Eleştirel görüşte ise haber ideoloji, sermaye, iktidar gibi birçok yapıdan etkilenerek çıkar gruplarının istediği doğrultuda dönüşebilmektedir. Liberal görüş, gazetecilik için ileri sürdüğü gibi tarafsız ve nesnel olmayabilir fakat en azından bu yönde ilerlemeye çalışılmasını öne sürmektedir. Post Truth çağın ve yapay zekânın böyle bir derdi bulunmamaktadır. Bu ikisi birleştiğinde hakikat ve nesnellikten bahsetmemiz mümkün değildir ve bu durum bize yapay hakikat devrini açmaktadır. Artık insanların kendi hakikatlerini üretmesine gerek kalmamaktadır çünkü, yapay zekâ bunu kendisi yapacaktır. Her ne kadar insanı eleştirip ideolojik bir varlık gibi görsek de yine bu durumda takınacağı tavır belirleyici olacaktır. Haber üretiminde kullanılan yapay zekânın gazetecileri destekleyici yönünün yanı sıra aynı zamanda yanlış bilgi üretimiyle de çeşitli sorunlar oluşturmaktadır. Çalışmada gazeteciler ile yapılacak yarı yapılandırılmış görüşmeler ile yapay zekânın habercilik doğrultusunda gazeteciler açısından tanımlanması ve olumlu ya da olumsuz özellikleri sınıflandırılmaya çalışılacaktır. Çalışmanın bir diğer araştırma konusu ise yapay zekâ ile Post Truth teorinin değerlendirilmesi ve demokrasiye katkısı açısından ele alınmasını da içermektedir. Bu doğrultuda yapay zekâ tarafından üretilen haber ve bilginin Post Truth teoriye göre değerlendirilecektir. Aynı zamanda demokrasi açısından katkısı da tartışılacaktır. Hakikat sorgulamasının yapıldığı haberlerin siyaset ile ilişkisi her dönem tartışılsa da 2016 yılından bu

[1] *Doktora Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, buraaktoraman@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0121-5962.*



yana tartışmalar Post Truth eksende sıkça yer almıştır. Yapay zekânın ürettiği haber ve bilgiler de hakikati yeni bir çalışma alanına taşımaktadır. Yapay zekadan edinilen bilgileri kullanırken herhangi bir filtreden geçirilip geçirmediği, yapay zekadan alınan bilgilerin teyit edilip edilmediği sorularına cevap aranacaktır. Haber üretimindeki nesnellik, hakikat ve demokrasi tartışmaların odağında ele alınacak olan çalışmada yapay zekânın da bu zeminde gazetecilik için olumlu ve olumsuz getirileri tartışılmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Gazetecilik, yapay zekâ, post truth, demokrasi, haber.*

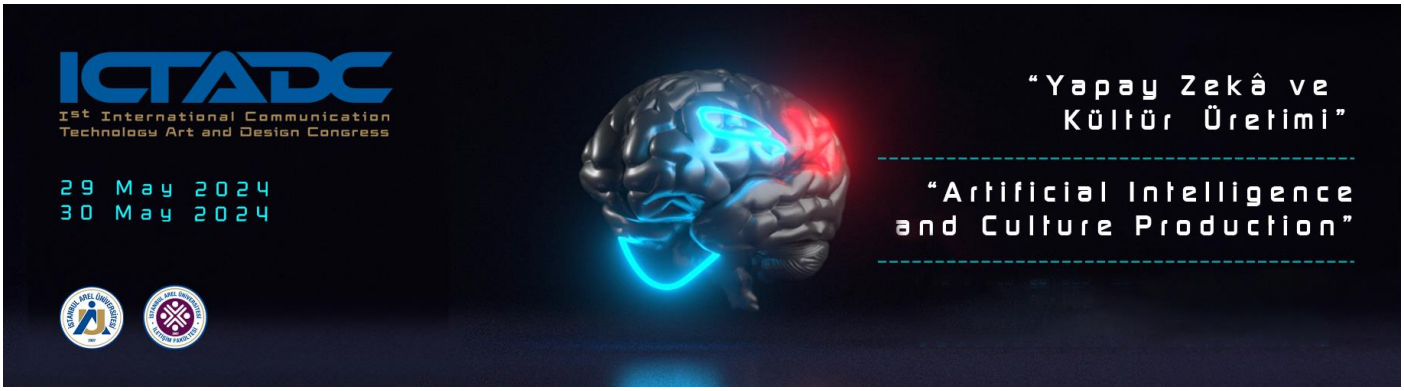
ARTIFICIAL INTELLIGENCE, JOURNALISM AND DEMOCRACY: ASSESSING THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN JOURNALISM IN THE POST-TRUTH ERA

Burak TORAMAN[1]

ABSTRACT

Journalism and media have always been an element of debate in terms of their contribution to democracy. As the use of artificial intelligence has become easier and more advanced day by day, its use in the field of journalism has become widespread and has led to various debates. Many different news debates have harboured different concerns. For example, while the liberal view describes a situation in which the news conveys the truth, it also assumes a supervisory role. In the critical view, on the other hand, news can be influenced by many structures such as ideology, capital and power and can be transformed in the direction desired by interest groups. The liberal view may not be as impartial and objective as it claims for journalism, but at least it suggests trying to move in this direction. The post-truth era and artificial intelligence do not have such a problem. When these two are combined, it is not possible to talk about truth and objectivity, and this opens the era of artificial truth. People no longer need to produce their own truths because artificial intelligence will do it itself. Although we criticise human beings and see them as an ideological being, their attitude in this situation will be decisive. In addition to the supportive aspect of artificial intelligence used in news production, it also creates various problems with the production of false information. In the study, semi-structured interviews with journalists will be conducted to define artificial intelligence in terms of journalists in line with journalism and to classify its positive or negative features. Another research topic of the study includes the evaluation of artificial intelligence and Post Truth theory and its contribution to democracy. In this direction, news and information produced by artificial intelligence will be evaluated according to Post Truth theory. At the same time, its contribution to democracy will be discussed. Although the relationship between news, in which the truth is questioned, and politics has always been discussed, since 2016, discussions have frequently taken place on the Post Truth axis. The news and information produced by artificial intelligence also brings truth to a new field of study. Answers will be sought to the questions of whether the information obtained from artificial intelligence is passed through any filter while using the information obtained from artificial intelligence and whether the information obtained from artificial intelligence is confirmed. Objectivity, truth and democracy in news production will be discussed in the focus of the debate, and the positive and negative implications of artificial intelligence for journalism will be discussed on this ground.

[1] *PhD. Student, Akdeniz University, Faculty of Communication, buraaktoraman@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0121-5962.*



Keywords: *Journalism, artificial ıntelligence, post truth, democracy, news.*

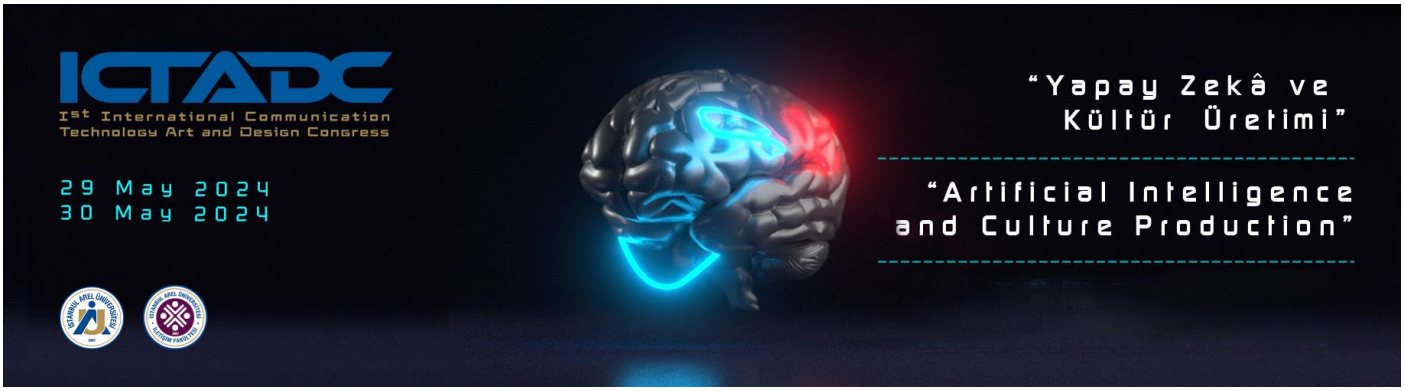
YAPAY ZEKÂ İLE OLUŞTURULAN DEEPFAKE İÇERİKLERİN ETİK AÇIDAN İNCELENMESİ

Melike SOYKÖK[1]

ÖZ

Yapay zekâ günümüzde birçok alanda hayatımızı kolaylaştırırken aynı zamanda çeşitli problemlere de yol açmaktadır. Yapay zekânın getirmiş olduğu yenilikler sağlık, mühendislik ve daha birçok alanda hayatımızda mevcut olmaktadır. Yapay zekâ ile hayatımıza giren sürücüsüz arabalar, akıllı cihazlar ve akıllı ev sistemleri gibi daha birçok yenilik olumlu gelişmelere neden olurken yapay zekâ ile oluşturulan etik ihlallere yol açan ve gerçeği yansıtmayan deepfake içerikler ise toplumu olumsuz yönde etkilemektedir. Sosyal medya sitelerinde yer alan deepfake içerikler, toplumda gündem oluşturarak bireylerin dezenformasyon ile karşı karşıya kalmalarına olanak sağlamakta ve gerçek bilgiye ulaşmalarını zorlaştırmaktadır. Özellikle siyasi kimlikler ile tanınmış ünlü kişiler üzerinden oluşturulan ve toplumsal olaylar ile ilgili meydana getirilen gerçeği yansıtmayan içerikler büyük yankı uyandırarak bireyleri harekete geçirmekte ve gerçek dışı haberlere inanmalarını kolay hale getirmektedir. Çok fazla gerçeği yansıtmayan içeriğin mevcut olması aynı zamanda deepfake paylaşımlarını meydana getiren kişilerin amacına ulaşmasını sağlamakta ve bilgi kirliliğine de yol açmaktadır. Toplum üzerinde tehdit oluşturan deepfake içerikler, bireylerin yüzlerinde, seslerinde veya bir görsel üzerinde değişiklik yapılarak topluma servis edilmekte ve toplumun kutuplaştırılması konusunda da risk yaratmaktadır. Eski adıyla Twitter olarak bilinen X sosyal medya platformu başta olmak üzere özellikle Instagram, Facebook ve Youtube gibi sosyal mecralarda da yapay zekânın oluşturmuş olduğu gerçek dışı içeriklere rastlanmakta ve bu içerikler toplumda manipülasyona yol açmaktadır.

1 Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yeni Medya ve İletişim Bölümü Yüksek Lisans, soykokmelike@gmail.com, ORCID: 0009-0009-5846-0636.

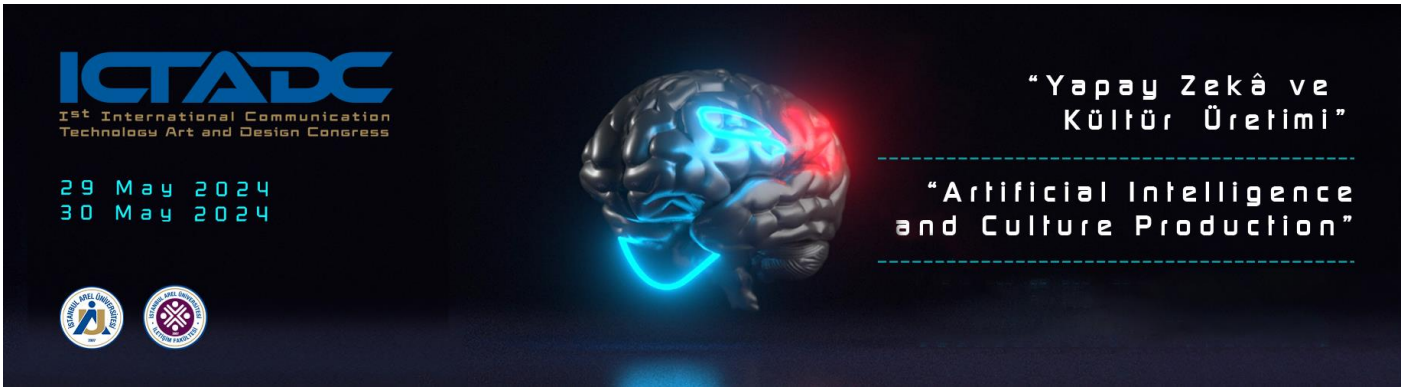


Bu araştırmada, X sosyal medya platformunda paylaşılan deepfake içerikler bağlamında meydana gelen etik ihlaller gösterilmeye çalışılacaktır. X platformunda yüksek görüntüleme sayısına sahip 15 deepfake içeren paylaşım kapsamında araştırma sürdürülecektir. Araştırmada araştırmanın amacına ve araştırma sorularına uygun veriler elde edebilmek için nitel araştırma yöntemi kullanılacaktır.

Araştırma tekniği olarak içerik analizi tercih edilecektir. Seçilen içeriklerin paylaşım zamanı, görüntülenme oranları ve yapılan yorum sayıları tablo haline getirilecektir. İçerik analizinde seçilen deepfake içeren paylaşımlarda ortaya çıkan etik ihlaller yazılı bir metin olarak düşünülerek, etik ihlaller bağlamında kodlama işlemi yapılacaktır. Kodlama oluşturulurken belirlenen kategoriler ise özel hayatın gizliliği, telif hakkı, mahremiyet, kişisel verilerin ihlali, çarpıtma ve sahteciliktir. Seçilen kategoriler bağlamında incelenen içeriklerde o kategoride yer alan etik ihlal tespit edilerek

yüzdelik oranı hesaplanacaktır. X sosyal medya platformunda yer alan deepfake içeriklerde ortaya çıkan etik ihlaller konusunda yapılan araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılacağı için içerik analizi tercih edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Deepfake, dezenformasyon, etik ihlal, X platformu.*



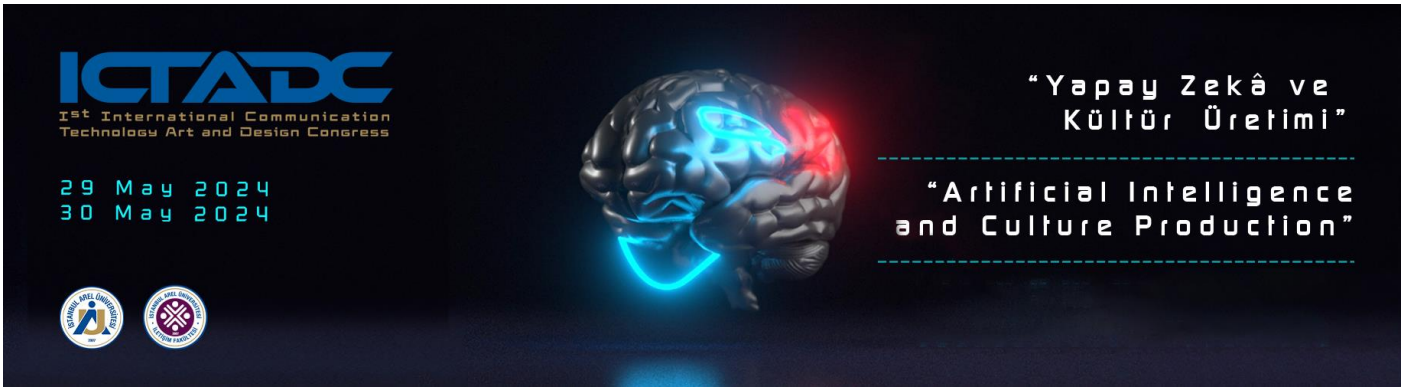
ETHICAL REVIEW OF DEEPFAKE CONTENT CREATED WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Melike SOYKÖK[1]

ABSTRACT

While artificial intelligence makes our lives easier in many areas today, it also causes various problems. Innovations brought by artificial intelligence are present in our lives in health, engineering and many other fields. While many other innovations such as driverless cars, smart devices and smart home systems that have entered our lives with artificial intelligence cause positive developments, deepfake content created with artificial intelligence that causes ethical violations and does not reflect reality negatively affects society. Deepfake content on social media sites sets the agenda in society, allowing individuals to face disinformation and making it difficult for them to access real information. Content that does not reflect the truth, especially about political identities and famous people, and about social events, creates a great impact, mobilizes individuals and makes it easier for them to believe unreal news. The existence of too much unrealistic content also enables people who create deepfake posts to achieve their goals and leads to information pollution. Deepfake content, which poses a threat to society, is served to society by making changes to individuals' faces, voices or an image, and creates a risk of polarizing society. Unreal content created by artificial intelligence is encountered in social media platforms such as Instagram, Facebook and Youtube, especially on social media platform X, formerly known as Twitter, and these contents lead to manipulation in society. In this research, we will try to show the ethical violations that occur in the context of deepfake content shared on social media platform X. The investigation will continue within the scope of the post containing 15 deepfakes with a high number of views on the X platform. Qualitative research method will be used in the study to obtain data suitable for the purpose of the research and research questions. Content analysis will be preferred as a research technique. The sharing time, viewing rates and number of comments made for the selected content will be tabulated. The ethical violations that occur in the posts containing deepfakes selected in the content analysis will be considered as a written text and the coding process will be carried out in the context of ethical violations. The categories determined when coding were created are privacy, copyright, confidentiality, violation of personal data, distortion and fraud. In the content examined within the context of the selected categories, the ethical violation in that category will be determined and the percentage rate will be calculated. Content

[1] *Master's Student, İstanbul Aydın University, Graduate Education Institute, Department of New Media and Communication, soykokmelike@gmail.com, ORCID: 0009-0009-5846-0636.*



analysis was preferred because qualitative research method would be used in the research on ethical violations arising in deepfake content on social media platform X.

Keywords: *Deepfake, disinformation, X platform, ethical violation.*

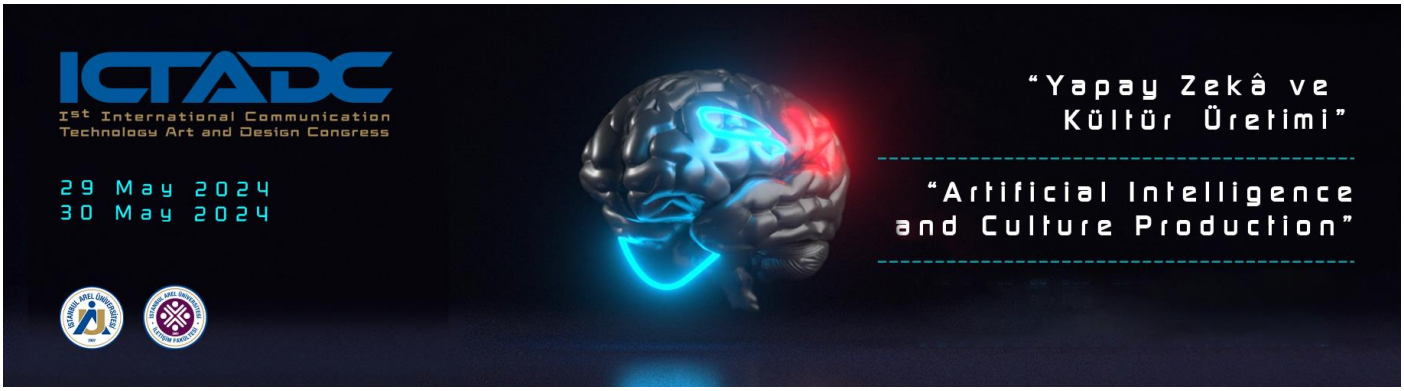
INFORMATION RETRIEVAL TECHNOLOGY IN THE POST-TRUTH ERA: RECOGNIZING THE THREATS OF DEEP FAKE

Hidayatun NAFIAH[1]

ABSTRACT

This study aims to provide evidence supporting the hypothesis that Deep Fake technology can be utilized to spread false news and misinformation, particularly in the era characterized by a disregard for absolute truth. During the Post-Truth era, hoaxes, disinformation, and information manipulation are increasingly rampant. They create uncertainty, confuse the public, and influence various policies. Incorrect or inaccurate information can spread quickly through the internet. An instance of such deception facilitated by Deepfake is exemplified by the widespread circulation of a speech delivered by President Jokowi of Indonesia in Mandarin on various social media platforms. Based on the investigation conducted by the Artificial Intelligence (AI) Team of the Indonesian Ministry of Communication and Information Technology, it was found that there was a video with a similar message uploaded by the YouTube channel The U.S. Indonesia Society on November 13, 2015. However, the video had been re-edited using artificial intelligence (AI) in the form of deepfake, making it appear as if President Joko Widodo was delivering the message in Mandarin and it has recently gained widespread distribution in November, 2023. The chosen research method is qualitative, adopting a case study approach that encompasses three phases prior, current, and subsequent. Data is collected through interviews with relevant informants and analyzes social media content. It is grounded in the Social Construction of Technology (SCOT) theory. Social construction of technology (SCOT) is a sociological approach to understanding the development and use of technology. Technology is not neutral can have both positive and negative consequences for society. These consequences are shaped by the way the technology is designed, implemented, and used. The research findings suggest that Deep Fake exhibits a bias and is not impartial. The potential dangers associated with this artificial intelligence encompass hoax, misinformation, political manipulation, blackmail, reputational damage, as well as manipulation and fraud. In conclusion, the study sheds light on the alarming potential for Deep Fake technology to exacerbate the proliferation of false information and undermine trust in media and public discourse. The implications of this phenomenon extend beyond mere deception; they pose significant threats to the integrity of information, democratic processes, and societal cohesion. As such, efforts to address and mitigate the risks associated with Deep Fake

[1] *Gadjah Mada University, Indonesia.*

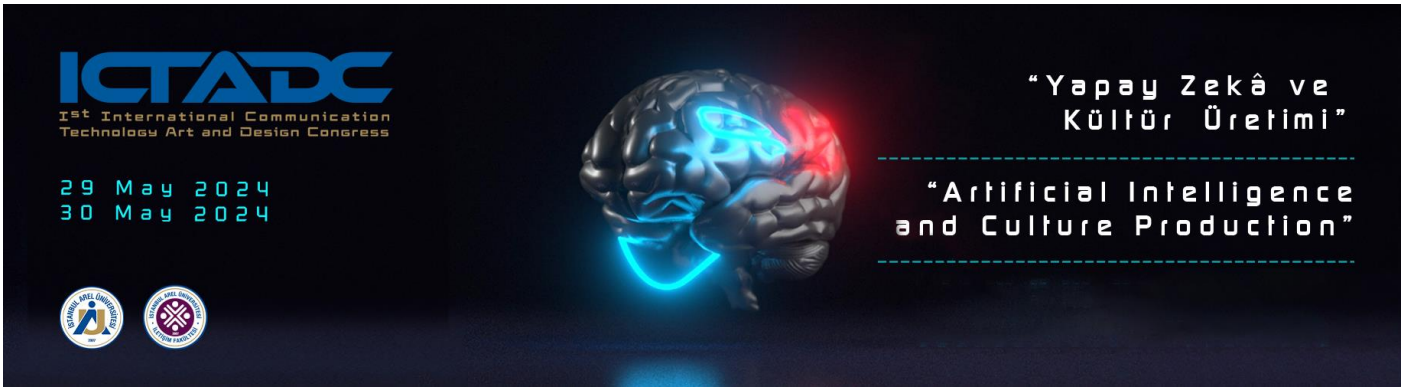


technology are imperative for safeguarding the integrity of public discourse and democratic institutions in the digital age.

Keywords: *Technology, deep fake, post truth, hoax, misinformation.*

"YAPAY ZEKÂ VE ENDÜSTRİ 5.0: GELECEĞİN ENDÜSTRİSİ"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND INDUSTRY 5.0: THE FUTURE OF INDUSTRY"



ENDÜSTRİ 5.0 TEKNOLOJİSİYLE HAYATIMIZDAKİ VE SANAYİDEKİ DEĞİŞİMLER

Yavuz Selim EVİŞ[1] - Fatih VARÇIN[2]

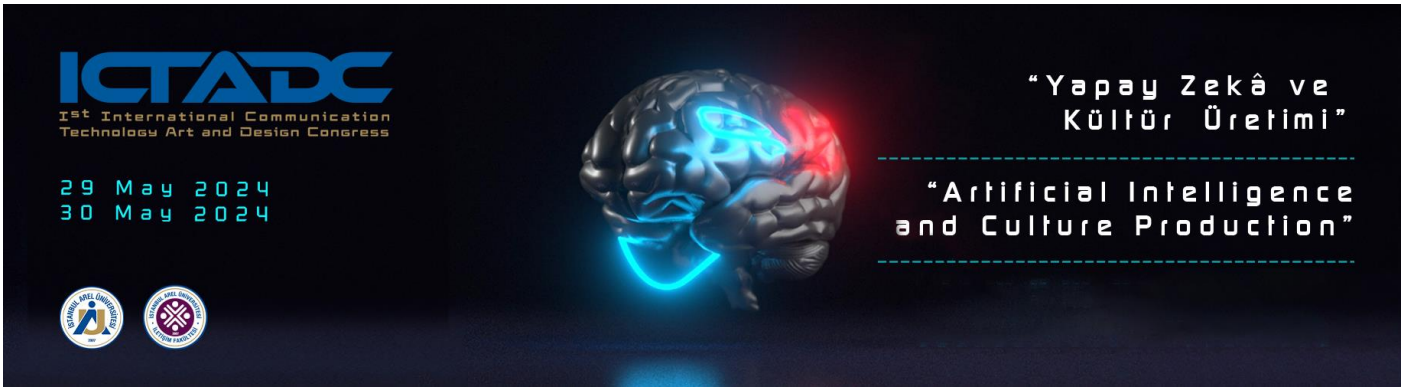
ÖZ

Toplumlar Endüstri 4.0'ın ilk dönüşümlerine henüz ayak uydurmaya çalışırken, diğer taraftan Endüstri 5.0 beklentilerinin karşılanması, endişelerinin ve korkularının giderilmesi için çalışmalara da başlamıştır. Artık kas gücünün akıl gücü karşısında boyun eğdiği zamanlara kapı aralıyoruz. Diğer taraftan, mahremiyet açısından zeki otonom sistemlerde ele alınması gereken tek sorun toplanan verilerin mahremiyetini sağlamak değil aynı zamanda bu verilerin sahiplerine hangi verilerinin toplandığı ve ne amaçla işlendiği ile ilgili bilginin verilip verilmeyeceği kararı da önemli bir problem olarak görülmektedir. Başka bir konu da açıklanabilirlik, daha doğrusu sorunun anlaşılır şekilde yazılması ve anlatılması. Açıklanabilir olmak zeki otonom sistemler için bir gerekliliktir. Açıklanabilir yapay zekâ (Explainable Artificial Intelligence - XAI) genellikle kendisinin veya başka bir temsilcinin karar vermesinin altında yatan nedenleri ortaya çıkaran açıklayıcı bir temsilci olarak ele alınmaktadır. Ancak XAI çözümünün sadece daha fazla yapay zekâ olmadığı (bir yapay zekâyı açıklamak için başka yapay zekâlar kullanmak), insan- makine etkileşiminin önemli bir parçası olduğu da dikkate alınmalıdır. Endüstri 5.0 teknolojisi ile birlikte yapay zekâ için bir diğer önemini kazanmış konu ise ahlaki sorumluluklar. Özetleyecek olursak, çok yeni bir teknoloji ile karşı karşıyayız. Bu gibi durumlar göz önüne alındığında, insan, hayvan, kuruluş ve topluluk ile ilgili kararların alınmasında insan-makine dengesinin kurulabildiği sistemlerin kullanımı, toplumların refah seviyesini daha yükseklere çıkaracaktır.

Anahtar Kelimeler: *Endüstri 5.0, sanayi devrimi, yapay zekâ.*

---

[1] *Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, ORCID ID: 0009-0007-0962-103X.*
[2] *Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Bilgisayar Mühendisliği Bölümü, Bilgisayar Mühendisliği Anabilim Dalı, fatihvarcin@subu.edu.tr , ORCID: 0000-0002-5100-3012.*



CHANGES IN OUR LIVES AND INDUSTRY WITH INDUSTRY 5.0 TECHNOLOGY

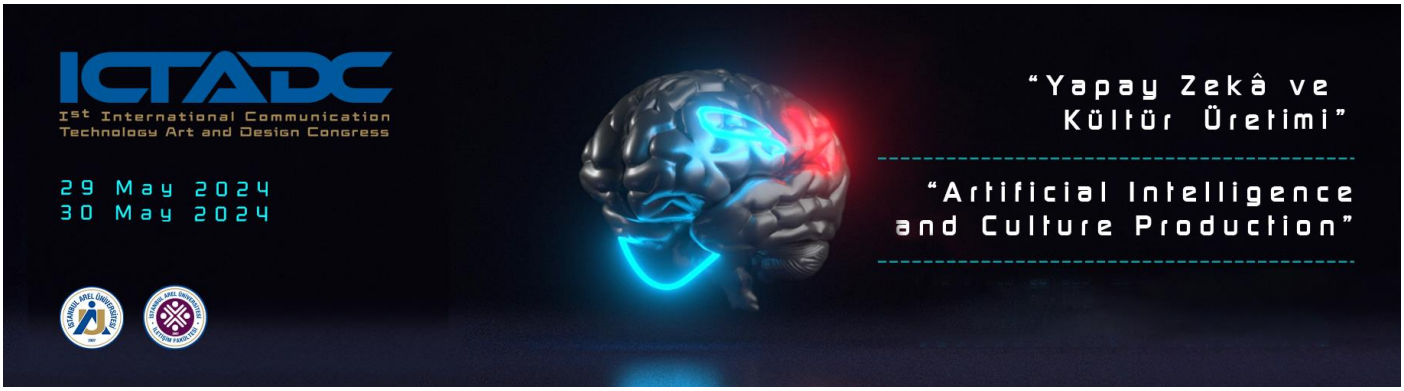
Yavuz Selim EVİŞ[1] - Fatih VARÇIN[2]

ABSTRACT

While societies are still trying to keep up with the initial transformations of Industry 4.0, efforts have already begun to meet the expectations of Industry 5.0, addressing concerns and alleviating fears. We are now entering times where brainpower triumphs over muscle power. In previous industrial revolutions, this rule only applied to employers and senior employees, but I'm sure even a miner will wake up to very different days in the future. Another issue is explainability, or rather the problem being written and explained in an understandable manner. Explainability is a necessity for smart autonomous systems. Explainable Artificial Intelligence (XAI) is generally considered as an explanatory agent that reveals the reasons underlying its or another representative's decision-making. However, it should be noted that the XAI solution is not just more artificial intelligence (using other artificial intelligences to explain an artificial intelligence), but it is also an important part of human-machine interaction. Another important aspect for artificial intelligence with Industry 5.0 technology is ethical responsibilities. In such cases, it is up to researchers and communities using these technologies to offer the most optimal solutions, take precautions against unexpected situations, determine what needs to be done, and demand the production of appropriate technologies.In summary, we are facing a very new technology. Given such circumstances, the use of systems where the balance between human and machine can be established in making decisions related to individuals, animals, organizations, and communities will elevate the welfare levels of societies.

Keywords: *Industry 5.0, industrial revolution, artificial intelligence.*

[1] *Sakarya University of Applied Sciences, ORCID ID: 0009-0007-0962-103X.*
[2] *Asst. Prof., Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Technology, Department of Computer Engineering, Department of Computer Engineering, fatihvarcin@subu.edu.tr , ORCID: 0000-0002-5100-3012.*



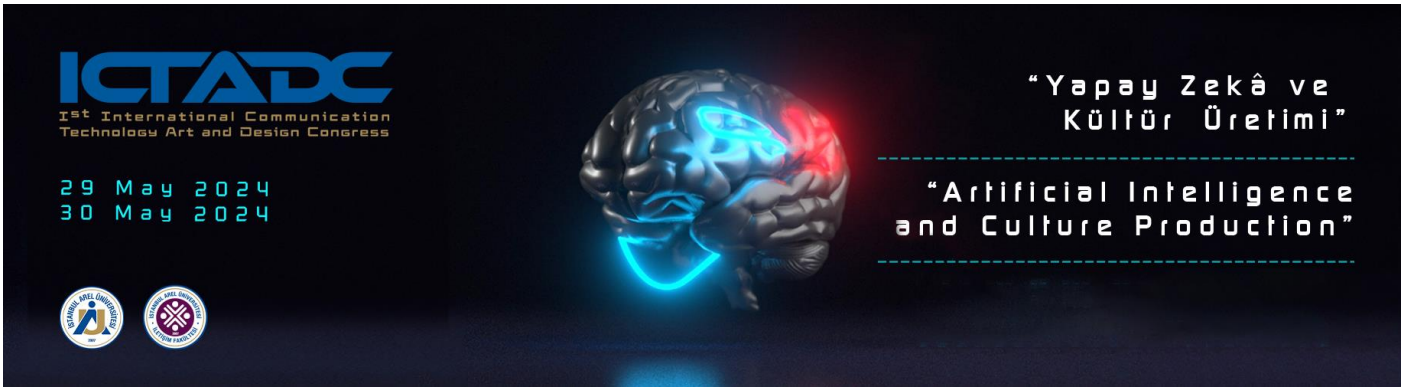
EĞİTİMDE ENDÜSTRİ 5.0: SANAL GERÇEKLİKLE YENİ BİR ÖĞRENME DENEYİMİ

Şeyma KESER[1] - Süleyman UZUN[2]

ÖZ

Günümüzde, geleneksel eğitim yöntemlerinin yanı sıra teknolojinin eğitimdeki rolü giderek artmaktadır. Endüstri 5.0 teknolojileri, öğrenme deneyimlerini daha etkili, kişiselleştirilmiş ve katılımcı hale getirerek eğitimde yeni bir paradigma sunar. Özellikle sanal gerçeklik (VR) teknolojisi, öğrencilerin ders içeriğine daha derinlemesine bağlanmalarını sağlayarak öğrenme deneyimlerini dönüştürme potansiyeline sahiptir. Görsel ve işitsel olarak zenginleştirilmiş bir öğrenme ortamı sunarak öğrencilerin dikkatlerini çekmekte ve öğrenme sürecine daha fazla odaklanmalarını sağlamaktadır. Endüstri 5.0 teknolojileri, öğrencilere gerçek dünya deneyimlerini simüle etme ve etkileşimli öğrenme fırsatı sunarak konseptleri daha iyi anlamalarına ve kalıcı öğrenmeye katkıda bulunabilmektedir. Örneğin, sanal laboratuvarlar, sanal geziler ve simülasyonlar, öğrencilere pratik beceriler kazandırmak için etkili bir araç olabilir. Sanal gerçeklik, eğitimde ders verme sürecini yenilikçi bir şekilde geliştirebilmektedir. Okullar, sanal gerçeklik uygulamalarını desteklemek için uygun altyapı oluşturmalıdır. Bu; güçlü bilgisayarlar, uygun VR ekipmanları ve geniş bant internet bağlantısı gerektirebilmektedir. Okullar tarafından, öğretmenleri sanal gerçeklik uygulamalarını kullanmaya hazırlamak için eğitim programları düzenlenebilir. Endüstri 5.0 teknolojileri aynı zamanda öğretmenlerin rolünü de değiştirebilir. Öğretmenler, yapay zekâ destekli öğretim yardımcıları aracılığıyla öğrenci ilerlemesini izleyebilir ve özelleştirilmiş geri bildirimler sağlayabilirler. Öğrenci başarısı üzerindeki etkilerini ölçmek ve uygulamaların iyileştirilmesi için geri bildirim sağlamak amacıyla makine öğrenmesi algoritmalarıyla analiz yapılabilir. Okullar veya üçüncü taraf sağlayıcılar, müfredatla uyumlu sanal gerçeklik içerikleri geliştirebilirler. Bu içerikler, öğrencilerin farklı konuları interaktif ve ilgi çekici bir şekilde öğrenmelerini sağlayabilir. Sanal gerçeklik uygulamalarının kullanımı için gerekli olan ekipman ve içeriklerin finanse edilmesi ve sürekli desteklenmesi gerekebilir.

[1] *Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, ORCID: 0009-0007-7284-3508.*
[2] *Doç. Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Bilgisayar Mühendisliği Bölümü, Bilgisayar Mühendisliği Anabilim Dalı, suleymanuzun@subu.edu.tr , ORCID: 0000- 0001-8246-673.*



Bu, okul bütçelerinden veya dış kaynaklardan sağlanabilir. Sanal gerçeklik uygulamalarının etkinliği düzenli olarak değerlendirilmelidir. Bu değerlendirme, yapay zekâ kullanılarak yapılabilir. Ebeveynler ve toplum, sanal gerçeklik uygulamalarının eğitimdeki rolü konusunda bilinçlendirilmelidir. Bu, uygulamaların kabulünü artırabilir ve destek sağlayabilir. Bu süreç, planlama, altyapı oluşturma, eğitim ve sürekli destek gibi çeşitli faktörleri içerir. Sonuç olarak Endüstri 5.0 teknolojileri kapsamında sanal gerçeklik teknolojisinin eğitimde kullanımı, öğrencilerin öğrenme deneyimlerini daha etkili ve etkileyici hale getirirken, aynı zamanda öğretmenlerin ders içeriğini daha ilgi çekici bir şekilde sunmalarına olanak tanır.

Anahtar Kelimeler: *Eğitim, endüstri 5.0 teknolojileri, interaktif öğrenme., sanal gerçeklik, yapay zekâ.*

EDUCATION IN INDUSTRY 5.0: A NEW LEARNING EXPERIENCE WITH VIRTUAL REALITY

Şeyma KESER[1] - Süleyman UZUN[2]

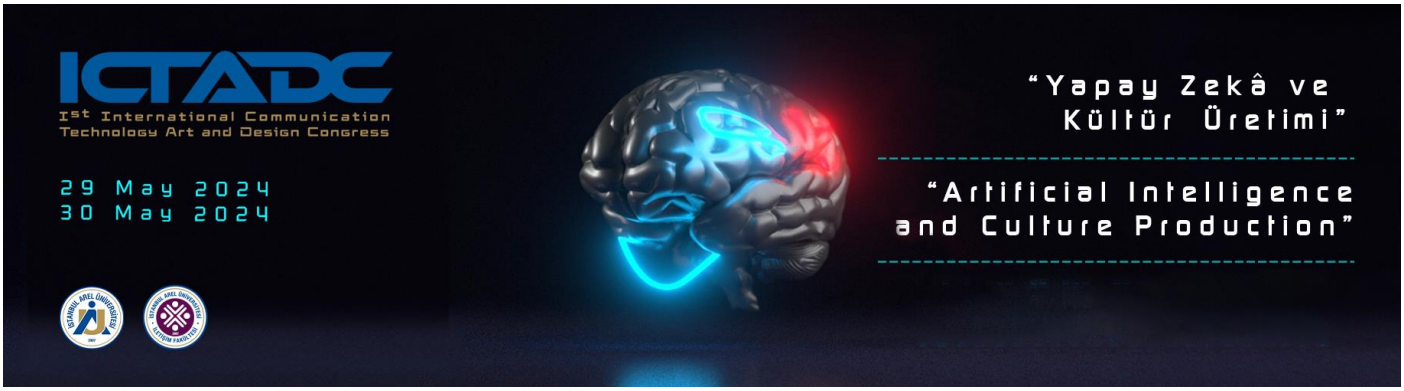
ABSTRACT

Today, alongside traditional educational methods, the role of technology in education is increasingly prominent. Industry 5.0 technologies present a new paradigm in education by making learning experiences more effective, personalized, and participatory. In particular, virtual reality (VR) technology has the potential to transform learning experiences by allowing students to engage more deeply with course content. By providing a visually and aurally enriched learning environment, VR captures students' attention and fosters greater focus on the learning process. Industry 5.0 technologies enable students to simulate real-world experiences and provide interactive learning opportunities, contributing to a better understanding of concepts and facilitating lasting learning. For example, virtual laboratories, virtual excursions, and simulations can be effective tools for imparting practical skills to students. Virtual reality innovates the teaching process in education.Schools should establish appropriate infrastructure to support virtual reality applications. This may require powerful computers, suitable VR equipment, and high-speed internet connections. Schools can organize training programs to prepare teachers to use virtual reality applications. Industry 5.0 technologies can also change the role of teachers. Teachers can monitor student progress and provide personalized feedback through AI-supported teaching assistants. Analysis can be conducted using machine learning algorithms to measure the impact on student success and provide feedback for improving applications. Schools or third-party providers can develop virtual reality content that aligns with the curriculum. These contents can enable students to learn different subjects interactively and engagingly. Financing and continuous support may be required for the equipment and content necessary for the use of virtual reality applications. This can be provided from school budgets or external sources. The effectiveness of virtual reality applications should be regularly evaluated. This evaluation can be done using artificial intelligence. Parents and the community should be educated about the role of virtual reality applications in education. This can increase acceptance and support for these applications. This process includes various factors such as planning, infrastructure development, training, and continuous support.In conclusion, the use of virtual reality technology in education under the scope of Industry 5.0 makes students' learning experiences more effective and engaging, while also allowing teachers to present course content in a more interesting manner.

Keywords: *Artificial intelligence, education, industry 5.0 technologies, interactive learning, virtual reality.*

---

[1] *Sakarya University of Applied Sciences, ORCID: 0009-0007-7284-3508.*
[2] *Assoc. Prof., Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Technology, Department of Computer Engineering, Department of Computer Engineering, ORCID: 0000- 0001-8246-673.*



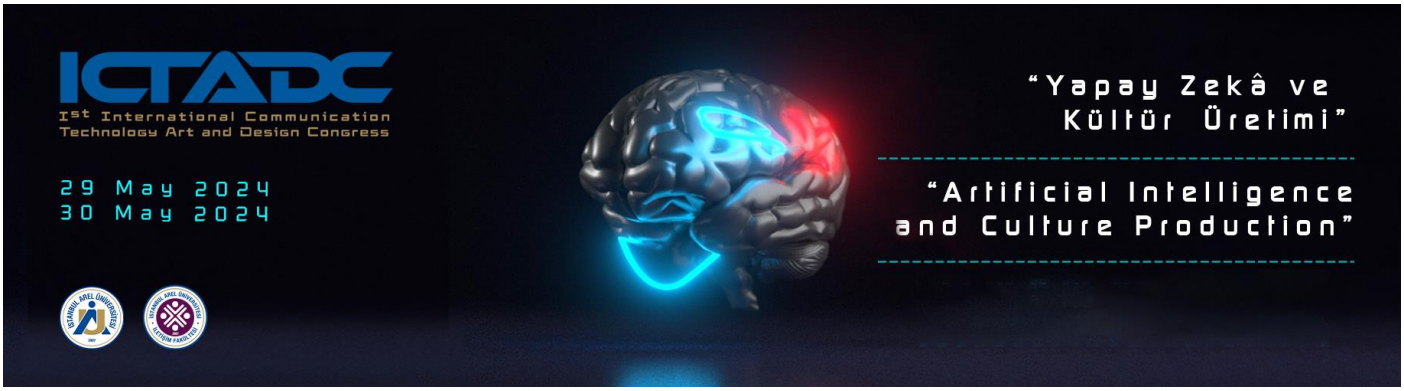
ENDÜSTRİ 5.0 ÇAĞINDA KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ TUR REHBERLİĞİ: TURİSTLERİN BENZERSİZ DENEYİMLERİ İÇİN YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ YAKLAŞIM

Kübra KONUK[1]- Emin GÜNEY[2]

ÖZ

Turizm, dünya genelinde giderek artan bir endüstri haline gelmiştir ve tur rehberliği, seyahat deneyimlerini zenginleştiren, anlamlı kılan önemli bir unsurdur. Geleneksel tur rehberliği modelleri, genellikle genel bilgiler sunarak turistlerin deneyimlerini sınırlayabilir; fakat endüstri 5.0'ın vurguladığı gibi, bu yaklaşım artık yetersiz kalmaktadır. Bu çalışmada, turistlere kişiselleştirilmiş bir seyahat deneyimi sunmak için yapay zekâ destekli bir tur rehberi geliştirme konsepti ele alınmaktadır. Bu rehber, turistlerin kişisel tercihlerini analiz ederek gezilecek yerleri, deneyimlenecek aktiviteleri ve tadılacak yemekleri önermektedir. Öncelikle, turistlerin kişisel tercihlerini belirlemek için bir anket veya uygulama aracılığıyla bilgi toplanmaktadır. Bu anket, gezilecek yerler, aktiviteler, yemek tercihleri, ilgi alanları ve daha fazlasıyla ilgili sorular içermektedir ve endüstri 5.0'ın öncelik verdiği gibi, bu verilerin analizi yapay zekâ algoritmaları tarafından gerçekleştirilmektedir. Ardından, toplanan veriler yapay zekâ algoritmaları tarafından işlenir ve analiz edilir. Bu analiz her turistin benzersiz tercihlerine göre özelleştirilmiş seyahat planları oluşturmak için kullanılmaktadır. Örneğin, bir turist tarih ve mimariye ilgi duyuyorsa, rehber ona tarihi yerleri ziyaret etmeyi önerirken, doğa ve macera tutkunu bir turist için doğa aktiviteleri ve macera parkları önermektedir. Kişiselleştirilmiş tur rehberi, turistlerin seyahatlerini optimize etmelerine ve zamandan tasarruf etmelerine yardımcı olur. Rehber, turistlerin ilgi alanlarına uymayan destinasyonları ve aktiviteleri eleyerek, seyahatlerini en keyifli şekilde geçirmelerini sağlar. Yapay zekâ destekli bu sistem, sadece turistlerle sınırlı değildir. Tur rehberleri de bu yenilikçi teknolojiden yararlanarak işlerini daha

[1] *Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, ORCID: 0009-0004-7500-7394.*
[2] *Arş. Gör., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Bilgisayar Mühendisliği Bölümü, Bilgisayar Mühendisliği Anabilim Dalı, eminguney@subu.edu.tr , ORCID: 0000-0003-0098-9018.*



kolay ve verimli bir şekilde yapabilirler. Rehberler, turistlerin tercihlerine göre turlar hazırlamak ve rehberlik etmek için yapay zekadan faydalanabilirler. Ayrıca, yapay zekâ sürekli olarak turistlerin geri bildirimlerini ve tercihlerini günceller, böylece seyahat deneyimini daha da kişiselleştirebilir ve endüstri 5.0'ın vurguladığı gibi, bu sürekli iyileştirme ve adaptasyon süreci esastır. Sonuç olarak, yapay zekâ destekli kişiselleştirilmiş tur rehberliği, turizm endüstrisine daha önce hiç olmadığı kadar özgün, tatmin edici ve unutulmaz deneyimler sunma potansiyeline sahiptir. Bu yaklaşım, turizm sektörünün geleceğini şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır ve endüstri 5.0'ın öngördüğü kişiselleştirilmiş ve teknoloji destekli seyahat deneyimleriyle uyumlu bir şekilde ilerlemektedir.

Anahtar Kelimeler: *Endüstri 5.0, kişiselleştirilmiş tur rehberi, turizm endüstrisi, yapay zekâ.*

PERSONALIZED TOUR GUIDANCE IN THE AGE OF INDUSTRY 5.0: ARTIFICIAL INTELLIGENCE-POWERED APPROACH FOR TOURISTS' UNIQUE EXPERIENCES

Kübra KONUK[1] - Emin GÜNEY[2]

ABSTRACT

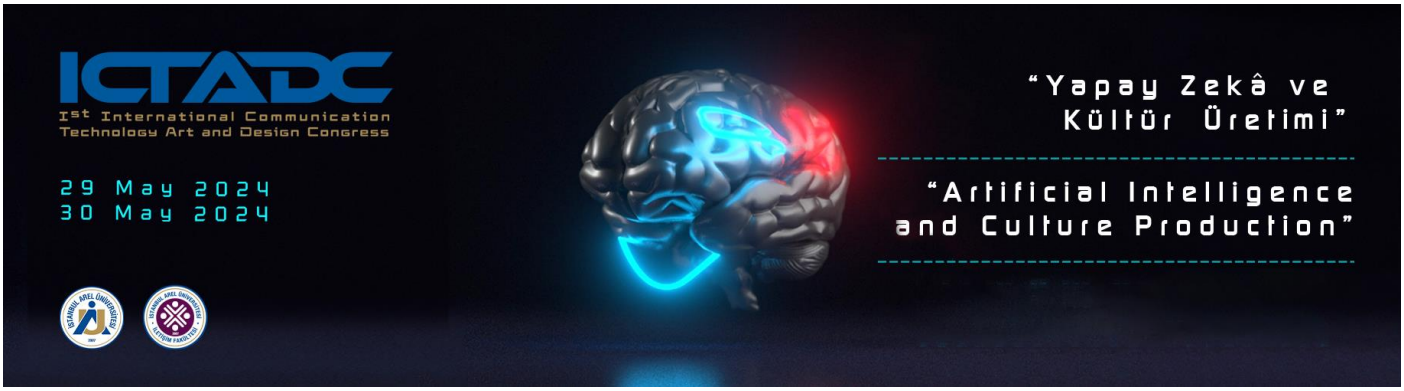
Tourism has become a growing industry around the world, and tour guiding is an important element that enriches and makes travel experiences meaningful. Traditional tour guiding models can limit tourists' experiences by often providing generic information; But as industry 5.0 emphasizes, this approach is no longer sufficient. This study discusses the concept of developing an artificial intelligence-supported tour guide to offer tourists a personalized travel experience. This guide analyzes tourists' personal preferences and recommends places to visit, activities to experience and dishes to taste. First, information is collected through a survey or application to determine tourists' personal preferences. This survey includes questions about attractions, activities, food preferences, interests and more, and as prioritized by industry 5.0, analysis of this data is carried out by artificial intelligence algorithms. The collected data is then processed and analyzed by artificial intelligence algorithms. This analysis is used to create customized travel plans based on each tourist's unique preferences. For example, if a tourist is interested in history and architecture, the guide recommends visiting historical places, while for a tourist who is passionate about nature and adventure, he recommends nature activities and adventure parks. Personalized tour guide helps tourists optimize their trip and save time. The guide eliminates destinations and activities that do not suit tourists' interests and ensures that they have the most enjoyable time during their travels. This artificial intelligence-supported system is not limited to tourists only. Tour guides can also do their job more easily and efficiently by taking advantage of this innovative technology. Guides can use artificial intelligence to prepare and guide tours according to tourists' preferences. Additionally, AI constantly updates tourists' feedback and preferences, thus being able to further personalize the travel experience, and as industry 5.0 emphasizes, this process of continuous improvement and adaptation is essential. As a result, AI-powered personalized tour guidance has the potential to deliver authentic, satisfying and unforgettable experiences to the tourism industry like never before. This approach plays an important role in shaping the future of the tourism industry and is in line with the personalized and technology-enabled travel experiences envisioned by industry 5.0.

Keywords: *Artificial intelligence, industry 5.0, personalized tour guide, tourism industry.*

---

[1] *Sakarya University of Applied Sciences, ORCID: 0009-0004-7500-7394.*

[2] *Res. Asist., Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Technology, Department of Computer Engineering, Department of Computer Engineering, eminguney@subu.edu.tr , ORCID: 0000-0003-0098-9018.*



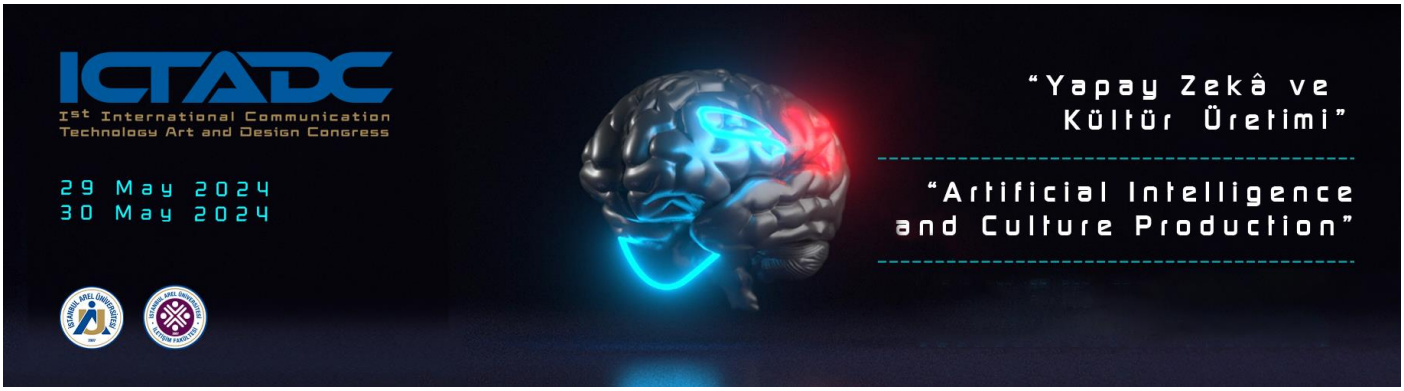
AKILLI OTOPARK SİSTEMİ: ENDÜSTRİ 5.0 İLE DAHA VERİMLİ VE KULLANICI DOSTU OTOPARK ÇÖZÜMLERİ

Firuz ZEYNALOV[1] - Muhammed Ali Nur ÖZ[2]

ÖZ

Bu çalışma, otopark sorununu çözmeyi ve sürücülere daha iyi bir deneyim sunmayı amaçlayarak "Akıllı Otopark Sistemi" adlı bir projeye odaklanmaktadır. Günümüzde büyük şehirlerdeki otopark sorunu, sürücülerin günlük yaşamlarını olumsuz yönde etkileyen önemli bir sorun olarak görülmektedir. Otoparklarda boş park yeri bulmak için saatler harcayan sürücüler, zaman kaybı ve stresle karşı karşıya kalmaktadırlar. Geleneksel otopark sistemleri bu sorunu etkin bir şekilde çözememekte ve sürücülerin yaşadığı zorlukları giderecek akıllı çözümlere ihtiyaç duyulmaktadır. "Akıllı Otopark Sistemi", akıllı sensörlerin kullanımıyla otoparklardaki boş ve dolu park alanlarını tespit eder ve sürücülere bu bilgileri anlık olarak sunar. Sensörler, araçların varlığını algılayarak bu bilgileri bir merkezi sisteme iletmektedir. Sürücüler, otoparka giriş yaparken bu bilgilere erişebilir ve boş park alanlarını görebilir, böylece kendi park edecekleri alanı seçebilirler. Bu sayede sürücüler, araçlarını hızlı ve etkili bir şekilde park edebilirler. Ayrıca, Akıllı Otopark Sistemi'nin kullanımıyla otopark içinde yaşanan tartışma ve anlaşmazlıkların önüne geçilebilir. Bu çalışma, Endüstri 5.0 ilkelerini temel alarak üretilmiştir. Endüstri 5.0, insanlarla teknolojinin bir araya gelerek daha akıllı ve verimli bir üretim süreci oluşturduğu bir kavramdır. Akıllı Otopark Sistemi, bu ilkeleri benimseyerek şehir altyapısını ve hizmetlerini daha etkili bir şekilde yönetmeyi ve sürdürülebilir bir şehir yaşamı sağlamayı hedeflemektedir. Makale, geleneksel otopark sistemlerindeki verimsizliği gidermeye yönelik akıllı çözümlerin önemini vurgulamaktadır. Akıllı sensörlerin kullanımı, sürücülere zaman kazandırırken trafik akışını da iyileştirebilir, dolayısıyla şehir yaşam kalitesini

[1] *Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, ORCID ID: 0009-0003-7255-9823.*
[2] *Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Hendek Meslek Yüksekokulu, Elektrik ve Enerji Bölümü, Elektrik Pr, muhammedoz@subu.edu.tr , ORCID: 0000-0002-4347-3583.*



artırabilir. Bu çalışma, Akıllı Otopark Sistemi'nin otopark sorununu çözmede ve şehir yaşamını iyileştirmede önemli bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Endüstri 5.0 ilkelerine dayalı olarak geliştirilen bu sistem, akıllı sensörlerin kullanımıyla sürücülere daha iyi bir deneyim sunmaktadır. Gelecekte, bu tür akıllı çözümlerin daha geniş çapta benimsenmesiyle şehirlerin yaşam kalitesi artacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Akıllı otopark sistemi, akıllı sensörler, endüstri 5.0, sürdürülebilirlik.*

SMART PARKING SYSTEM: MORE EFFICIENT AND USER-FRIENDLY PARKING SOLUTIONS WITH INDUSTRY 5.0

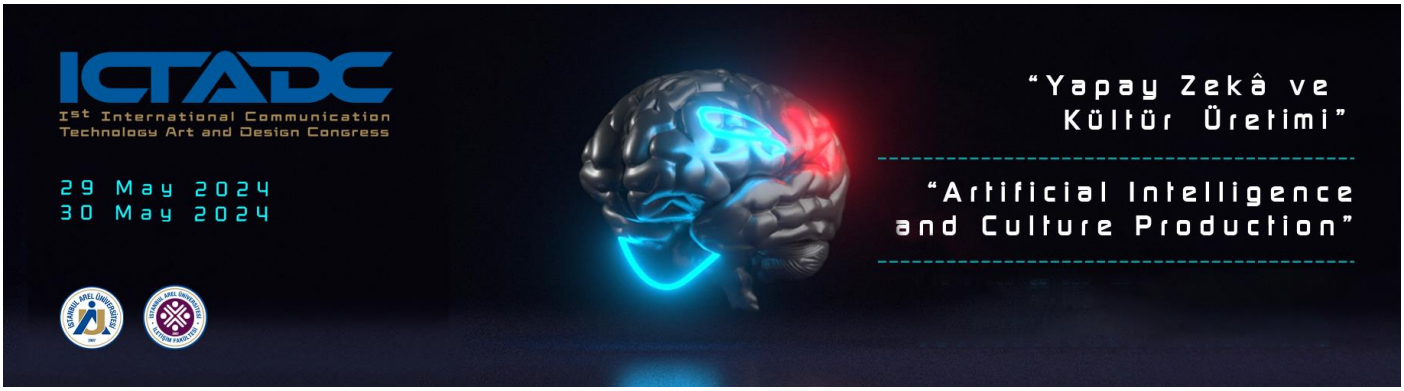
Firuz ZEYNALOV[1] - Muhammed Ali Nur ÖZ[2]

ABSTRACT

This study focuses on the "Smart Parking System" project with the aim of solving the parking problem and providing a better experience for drivers. The parking problem in major cities today is seen as a significant issue negatively impacting the daily lives of drivers. Spending hours searching for a vacant parking spot in parking lots leads to time loss and stress for drivers. Traditional parking systems are not effectively addressing this issue, necessitating the need for smart solutions to alleviate the difficulties faced by drivers.The "Smart Parking System" detects empty and occupied parking spaces in parking lots using smart sensors and instantly provides this information to drivers. Sensors detect the presence of vehicles and transmit this information to a central system. Drivers can access this information upon entering the parking lot and view available parking spaces, enabling them to choose their parking area. As a result, drivers can park their vehicles quickly and efficiently. Additionally, the use of the Smart Parking System can prevent disputes and disagreements within parking lots.This study is developed based on the principles of Industry 5.0, which represents the convergence of humans and technology to create a smarter and more efficient production process. By embracing these principles, the Smart Parking System aims to manage city infrastructure and services more effectively and ensure sustainable urban living. The article highlights the importance of smart solutions in addressing the inefficiencies of traditional parking systems. The use of smart sensors not only saves time for drivers but also improvestraffic flow, thereby enhancing the quality of urban life.This study underscores the significant role of the Smart Parking System in solving the parking problem and improving urban living. Developed based on the principles of Industry 5.0, this system provides drivers with a better experience through the use of smart sensors. In the future, widespread adoption of such smart solutions is expected to enhance the quality of life in cities.

Keywords: *Smart parking system, smart sensor, industry 5.0, sustainability.*

[1] *Sakarya University of Applied Sciences, ORCID ID: 0009-0003-7255-9823.*
[2] *Asst. Prof., Sakarya University of Applied Sciences, Hendek Vocational School, Electricity And Energy Department, Electricity Pr., muhammedoz@subu.edu.tr , ORCID: 0000-0002-4347-3583.*



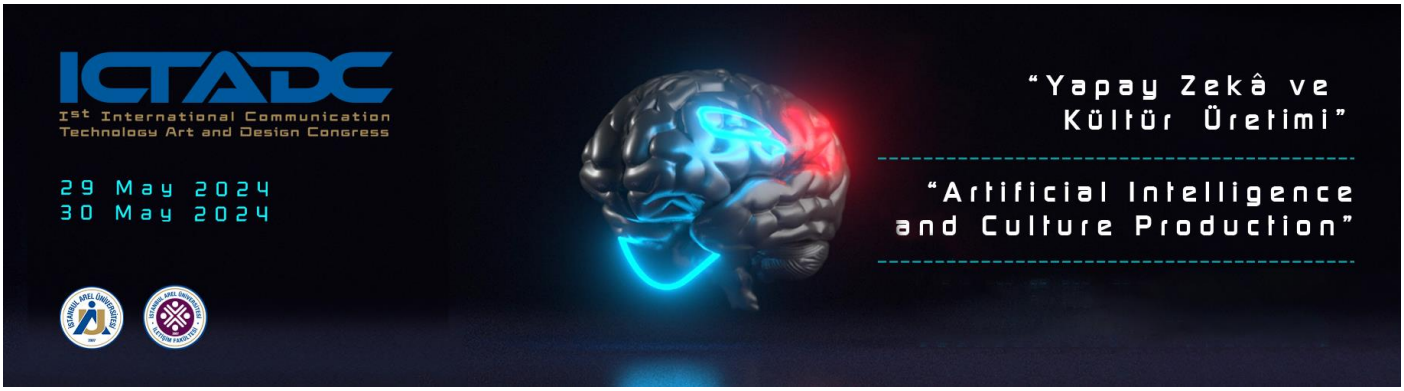
OTONOM GEMİLER VE DENİZ TAŞIMACILIĞINDA ENDÜSTRİ 5.0 İLERLEMESİ

Doğan DURAN[1] - Muhammed Ali Nur ÖZ[2]

ÖZ

Türkiye'nin üç tarafının denizle çevrili olması, deniz taşımacılığında ilerlememizin zorunlu hale gelmesine neden olmaktadır. Ticaret, seyahat ve güvenlik alanlarında yeni teknolojilerin kullanımı, daha güçlü, daha güvenli ve daha güvenilir bir pozisyon elde etmemizi sağlayacaktır. Bu hedeflere ulaşmak için otonom sistemlere ihtiyaç duyulmaktadır. Otonom gemiler, deniz taşımacılığında önemli bir ilerleme olarak kabul edilmektedir. Bu gemiler, insan müdahalesi olmadan seyir yapabilen ve görevlerini yerine getirebilen teknolojik harikalara benzetilebilirler. Gelişmiş sensörler, yapay zekâ algoritmaları ve otomatik sistemlerle donatılmış olan otonom gemiler, seyir planlaması yapma, çevresel koşulları izleme ve diğer gemilerle etkileşime girme gibi karmaşık görevleri yerine getirebilmektedirler. Otonom gemilerin gelecekte deniz taşımacılığına önemli katkılar yapması ve endüstriyi devrim niteliğinde değiştirmesi beklenmektedir. Diğer gemi nesillerinden en büyük fark, özellikle kullanılan kodlar ve bunların yapay zekada nasıl somutlaştırıldığı gibi teknolojik altyapıda yatmaktadır. Elbette, bir gemiyi sadece yapay zekâ ile inşa edemeyiz. Yapay zekâ yanında, sensörler, otomatik kontrol sistemleri, veri işleme ve iletişim otonom gemilerin ana bileşenleridir. Bu üç ana unsurun yapay zekâ ile birleştirilmesi, sadece gelecekte güvenli bir konum sağlamakla kalmayacak, aynı zamanda yatırım potansiyelini ve bütçeleri artıracaktır. Sonuç olarak, otonom gemilerin deniz taşımacılığı sektöründe büyük potansiyele sahip olduğu açıktır. Teknolojik ilerlemeler ve sektörel dönüşümlerle, otonom gemilerin daha geniş çapta benimseneceği ve yaygınlaşacağı beklenmektedir. Bu, deniz taşımacılığının daha güvenli, daha verimli ve daha sürdürülebilir bir geleceği için umut vadeder. Bu teknolojik gelişmeler, Endüstri 5.0'ın da bir parçası olarak

[1] *Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, ORCID: 0009-0005-5208-6410.*
[2] *Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Hendek Meslek Yüksekokulu, Elektrik ve Enerji Bölümü, Elektrik Pr, muhammedoz@subu.edu.tr , ORCID: 0000-0002-4347-3583.*



değerlendirilebilir. Endüstri 5.0, geleneksel endüstriyel süreçlerde dijitalleşme ve otomasyonun daha da ileriye taşınması anlamına gelir. Otonom gemi sistemleri, Endüstri 5.0'ın bu ilerlemesini temsil eder. Bu sistemler, yapay zekâ algoritmaları, sensörler, otomatik kontrol sistemleri ve iletişim teknolojilerinin entegrasyonuyla gerçekleştirilir. Bu entegrasyon, gemilerin insan müdahalesi olmadan seyahat planı yapmasını, çevresel koşulları izlemesini ve diğer gemilerle etkileşime girmesini sağlar. Otonom gemi sistemleri, deniz taşımacılığı endüstrisinde dijital dönüşümün bir örneğini temsil eder ve Endüstri 5.0'ın uygulanmasının somut bir göstergesidir.

Anahtar kelimeler: *Deniz taşımacılığı, endüstri 5.0, otomatik kontrol sistemleri, yapay zekâ.*

ADVANCEMENTS IN AUTONOMOUS SHIPS AND MARITIME TRANSPORTATION WITHIN INDUSTRY

Doğan DURAN[1]- Muhammed Ali Nur ÖZ[2]

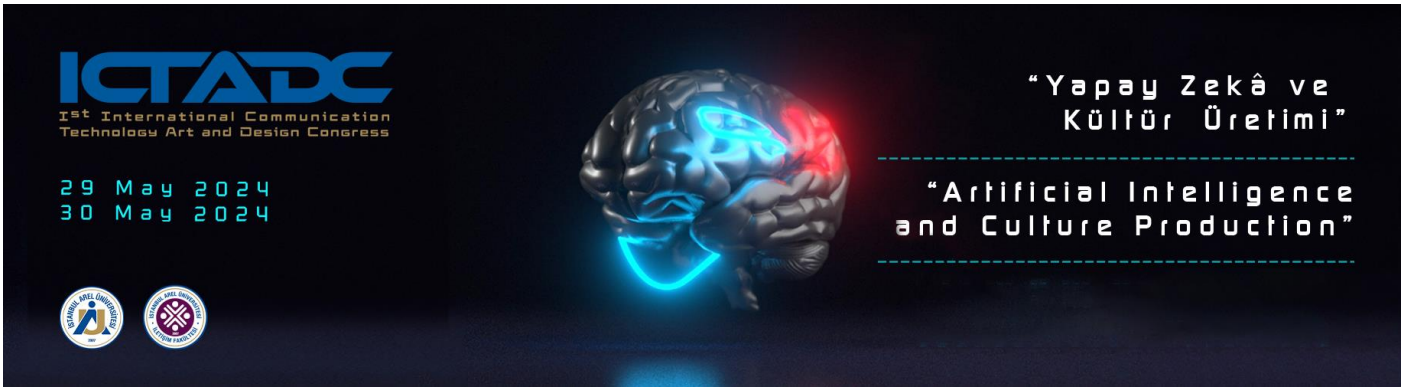
ABSTRACT

Turkey's surrounded by sea on three sides, making progress in maritime transportation imperative. Utilizing new technologies in trade, travel, and security will lead us to a stronger, safer, and more reliable position. Autonomous systems are needed to achieve these goals. Autonomous ships are recognized as a significant advancement in maritime transportation. These vessels, likened to technological marvels, can navigate and perform tasks without human intervention. Equipped with advanced sensors, artificial intelligence algorithms, and automatic systems, autonomous ships can handle complex tasks like voyage planning, monitoring environmental conditions, and interacting with other vessels. It's anticipated that autonomous ships will make substantial contributions to maritime transportation in the future, revolutionizing the industry. The primary difference from other generations of ships lies in the technological infrastructure, particularly the codes used and how they're embodied in artificial intelligence. Of course, we can't construct a ship solely with artificial intelligence. Alongside artificial intelligence, sensors, automatic control systems, data processing, and communication are the main components of autonomous ships. Combining these three main elements with artificial intelligence will not only ensure a secure position in the future but also increase investment potential and budgets. In conclusion, it's evident that autonomous ships hold significant potential in the maritime transportation sector. With technological advancements and sectoral transformations, it's expected that autonomous ships will be more widely adopted and prevalent. This holds promise for a safer, more efficient, and more sustainable future in maritime transportation. These technological advancements can also be considered as part of Industry 5.0. Industry 5.0 signifies the further advancement of digitization and automation in traditional industrial processes. Autonomous ship systems represent this advancement of Industry 5.0. These systems are realized through the integration of artificial intelligence algorithms, sensors, automatic control systems, and communication technologies. This integration enables ships to plan voyages, monitor environmental conditions, and interact with other vessels without human intervention. Autonomous ship systems represent an example of digital transformation in the maritime transportation industry and serve as a tangible indication of the implementation of Industry 5.0.

Keywords: *Artificial intelligence, automatic control systems, industry 5.0, maritime transportation.*

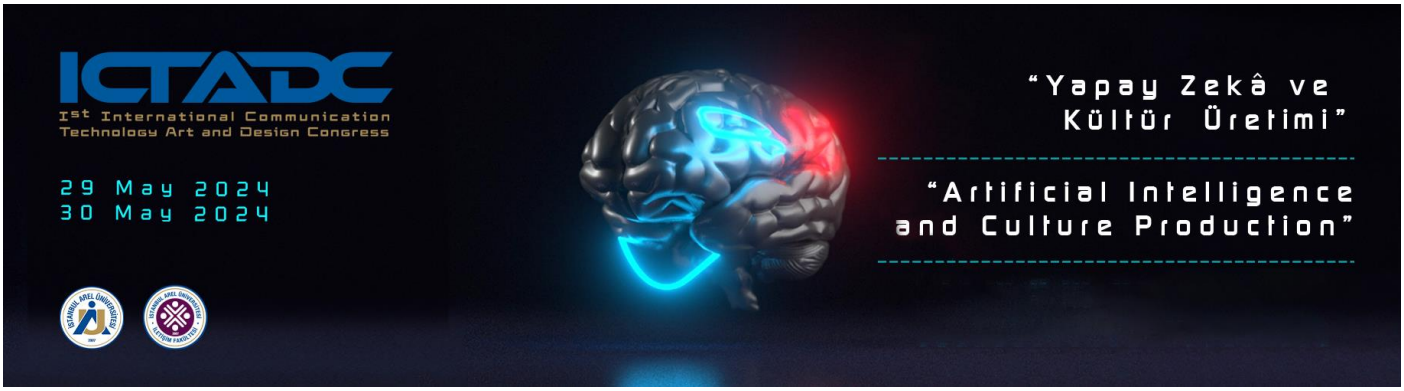
---

[1] *Sakarya University of Applied Sciences,, ORCID: 0009-0005-5208-6410.*
[2] *Asst. Prof., Sakarya University of Applied Sciences, Hendek Vocational School, Electricity And Energy Department, Electricity Pr., muhammedoz@subu.edu.tr , ORCID: 0000-0002-4347-3583.*



"YAPAY ZEKÂ VE OTONOM SİSTEMLER: ENDÜSTRİ 5.0'DA AKILLI ÇÖZÜMLER"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND AUTONOMOUS SYSTEMS: SMART SOLUTIONS IN INDUSTRY 5.0"



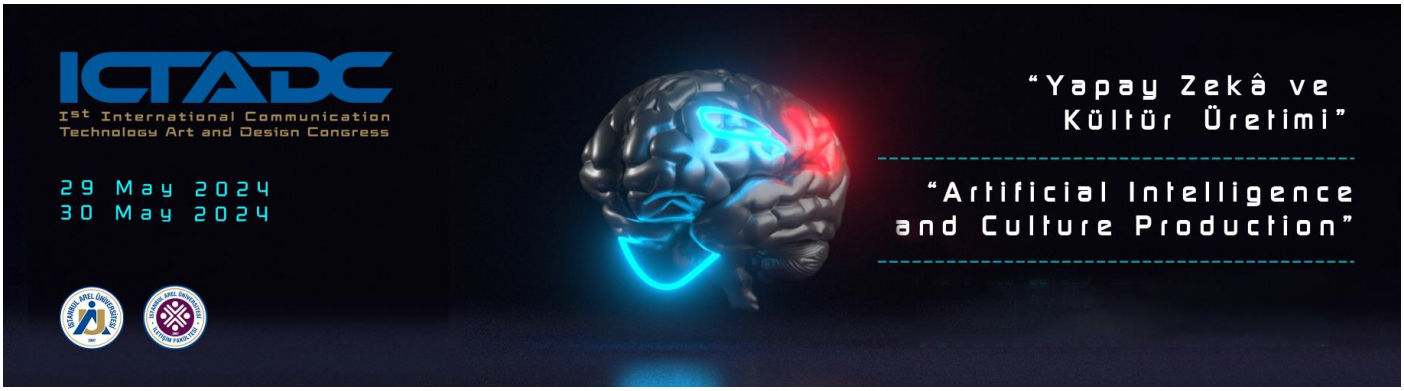
YENİLENEBİLİR ENERJİ KAYNAKLARI VE ENERJİ DEPOLAMA TEKNOLOJİLERİ: KARŞILAŞTIRMALI ANALİZ VE STRATEJİK YAKLAŞIMLAR

Ahmet Kutay KÜÇÜKLER[1]- Furkan ATBAN[2]

ÖZ

Endüstri 5.0, insan-robot iş birliği ve dijital teknolojilerle üretim süreçlerinin iyileştirilmesini sağlayan bir yaklaşımdır. Yenilenebilir enerji, küresel iklim değişikliğiyle mücadelede kritik bir rol oynarken, Endüstri 5.0'ın getirdiği teknolojik gelişmelerle bu süreç daha da güçleniyor. Endüstri 5.0, yapay zekâ, nesnelerin interneti ve otomasyon gibi yenilikçi teknolojilerin üretim süreçlerine entegrasyonunu sağlar. Bu entegrasyon, yenilenebilir enerji kaynaklarının verimliliğini ve güvenilirliğini artırabilir. Bu doğal kaynaklar, sürdürülebilirlik ve çevre koruma açısından büyük öneme sahiptir. Güneş, rüzgâr, hidroelektrik, jeotermal ve biyokütle gibi yenilenebilir enerji kaynakları, temiz, sınırsız ve çevre dostu enerji sağlama potansiyeline sahiptirler. Bu çalışmada, yenilenebilir enerji kaynaklarının teknik özellikleri ve uygulama alanlarına odaklanılmıştır. Güneş enerjisi, fotovoltaik paneller aracılığıyla güneş ışığının elektrik enerjisine dönüştürülmesiyle elde edilir. Rüzgâr enerjisi ise rüzgâr türbinleri aracılığıyla hareket enerjisinden elektrik üretimini sağlar. Hidroelektrik enerji ise suyun potansiyel enerjisini kinetik enerjiye dönüştürerek elektrik üretimini sağlar. Bu kaynakların teknik detayları, verimlilikleri ve uygulama alanları detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Ayrıca, yenilenebilir enerji kaynaklarının yanı sıra enerji depolama teknolojileri de incelenmiştir. Enerji depolama, yenilenebilir enerji kaynaklarının arz ve talep dengesizliğini düzelten ve enerji verimliliğini artıran bir önemli unsurdur. Lityum-iyon piller, akış pilleri, sıkıştırılmış hava enerji depolama sistemleri gibi çözümler, enerji depolama teknolojileri arasında öne çıkan başlıca sistemlerdir. Bu depolama sistemlerinin teknik detayları, avantajları ve dezavantajları kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır. Karşılaştırmalı analiz, yenilenebilir enerji kaynaklarının enerji matrisindeki stratejik önemini vurgular.

[1] *Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, ORCID: 0009-0007-0202-016X.*
[2] *Arş. Gör., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Teknoloji Fakültes, Bilgisayar Mühendisliği Bölümü, Bilgisayar Mühendisliği Anabilim Dalı, furkanatban@subu.edu.tr , ORCID: 0000-0002-1712-5155*



Endüstri 5.0, bu süreçte önemli bir rol oynamaktadır. Endüstri 5.0'ın getirdiği yenilikçi teknolojiler, üretim süreçlerinde daha akıllı ve esnek çözümler sağlayarak, yenilenebilir enerji kaynaklarının etkin bir şekilde kullanılmasını ve enerji depolama teknolojilerinin entegrasyonunu desteklemektedir. Sonuç olarak, yenilenebilir enerji kaynakları ve enerji depolama sistemlerinin entegrasyonunun hem çevresel hem de ekonomik sürdürülebilirlik üzerindeki etkilerini derinlemesine analiz etmektedir. Bu analiz, enerji sistemlerinin daha esnek ve dayanıklı hale gelmesini sağlayarak, yenilenebilir enerji kaynaklarının etkin bir şekilde kullanılması ve enerji depolama teknolojilerinin entegrasyonu konusunda stratejik bilgiler sunmaktadır. Bu bilgiler, sürdürülebilir enerjiye geçiş sürecinin optimize edilmesine ve gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakılmasına katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Çevresel sürdürülebilirlik, endüstri 5.0, enerji depolama, karar ağaçları, yenilenebilir enerji.*

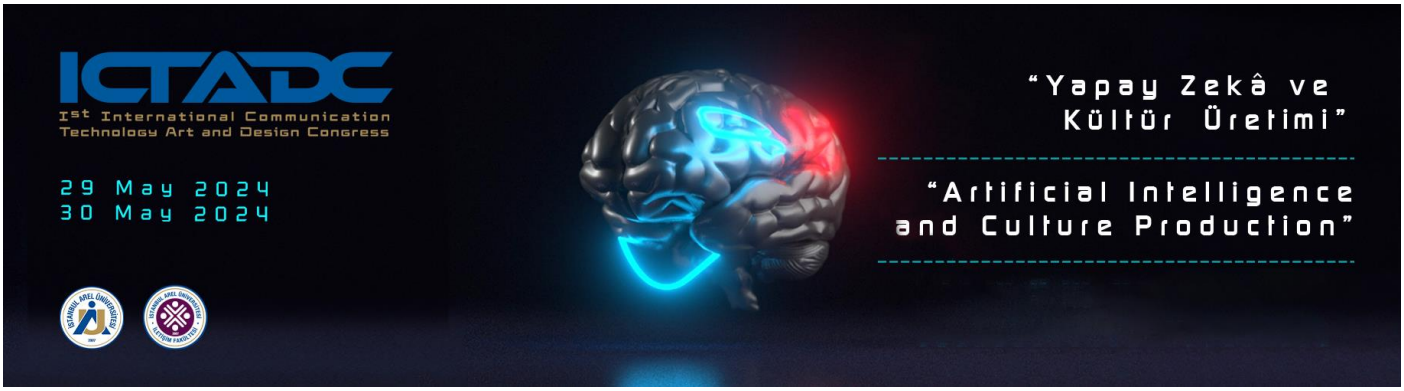
RENEWABLE ENERGY SOURCES AND ENERGY STORAGE TECHNOLOGIES: COMPARATIVE ANALYSIS AND STRATEGIC APPROACHES

Ahmet Kutay KÜÇÜKLER[1]- Furkan ATBAN[2]

ABSTRACT

Industry 5.0 is an approach that enables the improvement of production processes through human-robot collaboration and digital technologies. While renewable energy plays a critical role in combating global climate change, this process is further strengthened by the technological developments brought by Industry 5.0. Industry 5.0 enables the integration of innovative technologies such as artificial intelligence, internet of things and automation into production processes. This integration can increase the efficiency and reliability of renewable energy sources. These natural resources are of great importance for sustainability and environmental protection. Renewable energy sources such as solar, wind, hydroelectric, geothermal and biomass have the potential to provide clean, unlimited and environmentally friendly energy. This study focuses on the technical characteristics and application areas of renewable energy sources. Solar energy is obtained by converting sunlight into electrical energy through photovoltaic panels. Wind energy generates electricity from the energy of movement through wind turbines. Hydroelectric energy provides electricity generation by converting the potential energy of water into kinetic energy. Technical details, efficiencies and application areas of these sources are discussed in detail. In addition to renewable energy sources, energy storage technologies are also analysed. Energy storage is an important element that corrects the supply and demand imbalance of renewable energy sources and increases energy efficiency. Solutions such as lithium-ion batteries, flow batteries, compressed air energy storage systems are the main systems that stand out among energy storage technologies. The technical details, advantages and disadvantages of these storage systems have been extensively discussed. The comparative analysis emphasises the strategic importance of renewable energy sources in the energy matrix. Industry 5.0 plays an important role in this process. The innovative technologies introduced by Industry 5.0 support the effective utilisation of renewable energy sources and the integration of energy storage technologies by providing smarter and more flexible solutions in production processes. As a result, it analyses in depth the impacts of the integration of renewable energy sources and energy storage systems on both environmental and economic sustainability. This analysis provides strategic insights on the efficient use of renewable energy sources and integration of energy storage technologies, enabling energy systems

[1] *Sakarya University of Applied Science, ORCID: 0009-0007-0202-016X.*
[2] *Res. Asist., Sakarya University of Applied Science, Faculty Of Technology, Department Of Computer Engineering, furkanatban@subu.edu.tr , ORCID: 0000-0002-1712-5155.*



to become more flexible and resilient. This information will contribute to optimising the transition to sustainable energy and leaving a more livable world for future generations.

Keywords: *Environmental sustainability, industry 5.0, energy storage, decision trees, renewable energy*.

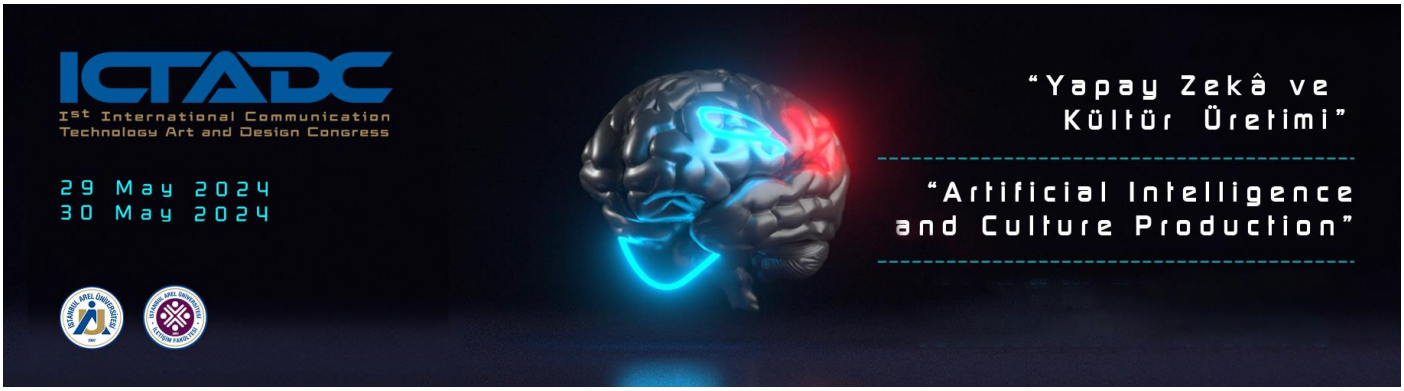
GELECEĞİN SEYEHAT DENEYİMİ: YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ AKILLI VALİZLER

Ayşe Nur SAYLAM[1] - Emin GÜNEY[2]

ÖZ

Valizler, seyahat sırasında karşılaşılabilecek bir dizi zorluğu beraberinde getirmektedir. Öncelikle, seyahat edilecek yerin iklimine ve süresine uygun kıyafetleri seçmek önemlidir ancak ağırlık sınırları ve boyut kısıtlamaları nedeniyle tüm istenilen eşyaları taşımak mümkün olmamaktadır. Taşınabilirlik de önemli bir faktördür, özellikle büyük ve ağır valizlerin taşınması havaalanlarında ve otobüs terminallerinde zorlayıcı olmaktadır. Valiz içi düzeni ve organizasyonu da seyahat sırasında önemli bir rol oynar; eşyaların düzenli bir şekilde yerleştirilmesi ve kolay erişilebilir olması stresi azaltmaktadır. Ancak, valizlerin hasar görmesi veya kaybolması gibi endişeler de seyahat sırasında karşılaşılan sorunlardandır. Son olarak, hırsızlık riski de göz ardı edilmemesi gereken bir faktördür. Seyahat deneyiminde karşılaşılan tüm zorlukları aşmak için, endüstri 5.0 perspektifiyle geliştirilen ve yapay zekâ ile entegre edilmiş bir valiz konsepti üzerinde çalışılmaktadır. Bu valiz, seyahat edenlerin ihtiyaçlarını karşılamak ve seyahat sürecini daha akıcı hale getirmek için tasarlanmıştır. Yapay zekâ teknolojisi sayesinde, valiz seyahat edenin tercihlerini ve ihtiyaçlarını öğrenir ve buna göre davranarak daha kişiselleştirilmiş bir deneyim sunar. Bu valiz, algoritma tabanlı bir eşya düzenleme sistemi ile kullanıcılara en uygun dizim yöntemini önermektedir ve bu önerileri bir ekran aracılığıyla görsel olarak sunmaktadır. Ayrıca, valiz kendisini taşıyan kişinin yükünü hafifletmek için özel olarak tasarlanmıştır ve taşıyıcısını takip edebilme yeteneğine sahiptir, böylece seyahat sırasında rahatlık ve pratiklik sağlamaktadır. Hırsızlık riskine karşı güvenliği artırmak amacıyla valiz, gelişmiş kilitleme sistemleri ile donatılmıştır. Ek olarak, valizin entegre ekranı,

[1] *Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, ORCID: 0009-0005-4497-3861.*
[2] *Arş. Gör., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Bilgisayar Mühendisliği Bölümü, Bilgisayar Mühendisliği Anabilim Dalı, eminguney@subu.edu.tr , ORCID: 0000-0003-0098-9018.*



otobüs veya havaalanında bekleme sürelerinde kullanıcılara hedeflenen bölgenin doğal ve kültürel özellikleri hakkında bilgi sağlayarak seyahat deneyimini zenginleştirmektedir. Valiz şarj edilebilir özelliklere sahiptir, böylece kullanıcılar cep telefonları veya diğer elektronik cihazları şarj etme ihtiyacını valizleri üzerinden karşılayabilmektedirler. Yapay zekâ entegrasyonu sayesinde valiz, kişinin tercihlerine ve ihtiyaçlarına göre özelleştirilmiş hizmetler sunmaktadır. Örneğin, kullanıcı bir spor meraklısıysa, valiz yapay zekâsı spor salonlarına yakın konaklama yerleri bulmak için çevresel verileri analiz eder ve bu bilgileri kullanarak uygun konaklama seçeneklerini önermektedir. Bu özelleştirilmiş öneriler, seyahat edilen bölgenin coğrafi konumuna ve kullanıcının belirlediği kriterlere dayanarak yapılmaktadır. Böylece, kullanıcılar seyahat sırasında ilgi alanlarına uygun aktiviteleri kolayca bulabilir ve seyahat deneyimlerini daha keyifli hale getirebilmektedirler.

Anahtar Kelimeler: *Endüstri 5.0 teknolojileri, seyahat deneyimi, yapay zekâ destekli akıllı valiz.*

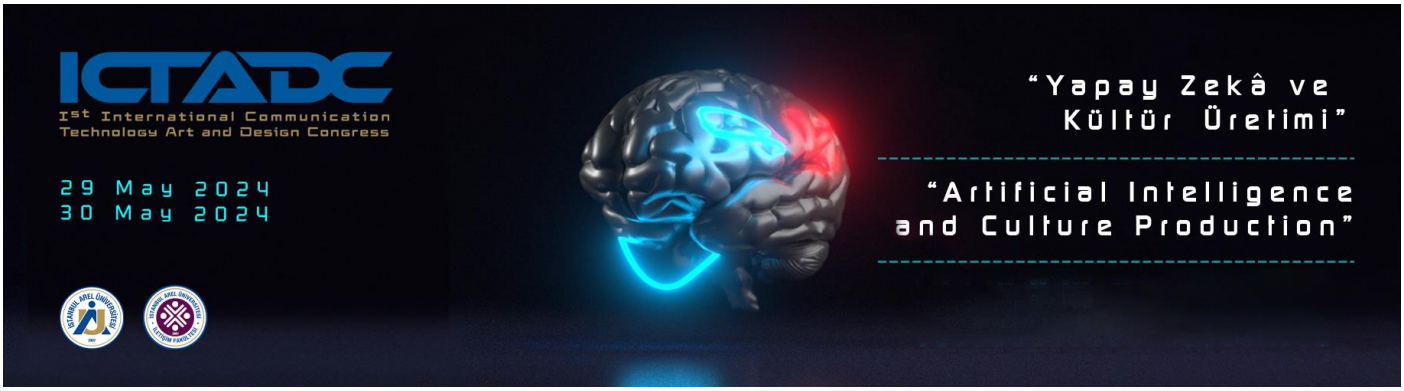
THE FUTURE OF TRAVEL EXPERIENCE: AI-POWERED SMART SUITCASES

Ayşe Nur SAYLAM[1] - Emin GÜNEY[2]

ABSTRACT

Valises bring along a series of challenges during travel. Firstly, it is important to select appropriate clothing for the destination's climate and duration, but due to weight limits and size restrictions, it is not always possible to carry all desired items. Portability is also a significant factor, especially as large and heavy suitcases can be cumbersome to transport at airports and bus terminals. The organization and arrangement of items within the suitcase also play a crucial role during travel; orderly placement and easy accessibility of belongings help reduce stress. However, concerns such as damage or loss of luggage are also common issues encountered during travel. Finally, the risk of theft should not be overlooked. To overcome all the challenges encountered during travel, work is being done on a suitcase concept developed within the framework of Industry 5.0 and integrated with artificial intelligence. This suitcase is designed to meet the needs of travelers and make the travel process smoother. Thanks to artificial intelligence technology, the suitcase learns the traveler's preferences and needs, and accordingly provides a more personalized experience. This suitcase suggests the most suitable packing method to users with an algorithm-based item organization system, and presents these suggestions visually through a screen. Additionally, the suitcase is specially designed to lighten the load of the person carrying it and has the ability to track its carrier, thus providing comfort and convenience during travel. To increase security against theft, the suitcase is equipped with advanced locking systems. Furthermore, the integrated screen of the suitcase enriches the travel experience by providing information about the natural and cultural features of the destination area during waiting times at bus or airports. The suitcase has rechargeable features, allowing users to charge their cell phones or other electronic devices through their suitcases. Thanks to artificial intelligence integration, the suitcase offers personalized services based on the user's preferences and needs. For example, if the user is a sports enthusiast, the suitcase's artificial intelligence analyzes environmental data to find accommodation near sports facilities and suggests suitable accommodation options based on this information. These personalized recommendations are made based on the geographical location of the destination and the criteria set by the user. Thus,

[1] *Sakarya University of Applied Sciences, ORCID: 0009-0005-4497-3861.*
[2] *Res. Asist., Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Technology, Department of Computer Engineering, Department of Computer Engineering, eminguney@subu.edu.tr , ORCID: 0000-0003-0098-9018.*



users can easily find activities suitable for their interests during travel and make their travel experiences more enjoyable.

Keywords: *AI-supported smart suitcase, industry 5.0 technologies, travel experience.*

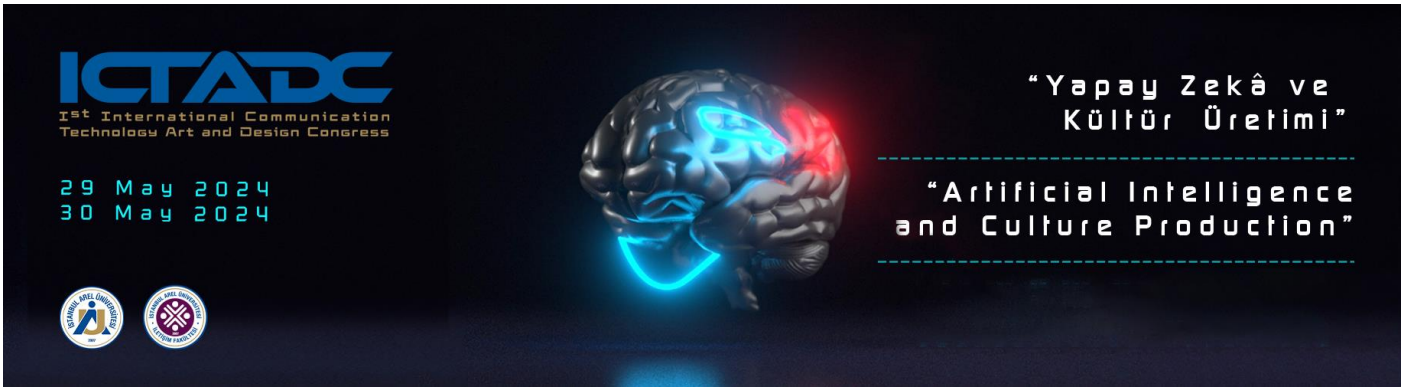
TURİSTİK GEZİLERDE YENİLİKÇİ YAKLAŞIM: ŞEHİR KEŞFİ

Burcu KORKMAZ[1] - Muhammed Yusuf KÜÇÜKKARA[2]

ÖZ

Şehir rotası ve tarihi sosyal etkileşim içeren mobil uygulama, Endüstri 5.0'ın temel ilkelerinden biri olan insan-merkezli yaklaşımı benimseyerek modern seyahat deneyimlerini dönüştürüyor. Bu uygulama, sadece turistik gezi fırsatları sunmakla kalmıyor, aynı zamanda yerel kültürlerin ve toplulukların katılımını artırarak şehirlerin sürdürülebilir kalkınmasına da katkı sağlıyor. Turistler ve yerel halk, bu yenilikçi araç sayesinde şehirlerdeki tarihi, kültürel ve turistik yerler hakkında kapsamlı bilgi edinebilir ve paylaşabilirler. Kullanıcılar, uygulama üzerinden şehirdeki önemli turistik noktaları kolayca bulabilirler. Bu noktalar arasında tarihi yapılar, müzeler, sanat galerileri, parklar, alışveriş bölgeleri ve daha fazlası bulunur. İnteraktif haritalar ve rehberlik sunularak, kullanıcılar farklı turistik bölgeler arasında kolayca gezinebilirler. Ayrıca, kullanıcılar ilgi duydukları noktaları favorilere ekleyerek daha sonra ziyaret etmek üzere kaydedebilirler. Böylece, kişiselleştirilmiş seyahat rotaları oluşturabilir ve unutulmaz deneyimleri organize edebilirler. Uygulama kullanıcıların şehirdeki tarihi ve kültürel öneme sahip noktalar hakkında derinlemesine bilgi edinmelerini sağlar. Her bir turistik nokta için tarihçe, mimari özellikler, kültürel önemi ve ziyaretçilere sunulan etkinlikler gibi zengin bilgiler sunulur. Örneğin, bir müzenin koleksiyonları hakkında ayrıntılı açıklamalar, sergilerin programı ve gelecekteki etkinlikler gibi bilgilere kolayca erişilebilir. Ayrıca, kullanıcılar etkinliklere katılmak için bilet satın alabilirler ve gereken bilgilere kolayca erişebilirler. Uygulama aynı zamanda kullanıcıların etkinliklere erişimini

[1] *Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, ORCID: 0009-0001-9362-1345.*
[2] *Arş. Gör., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Bilgisayar Mühendisliği Bölümü, Bilgisayar Mühendisliği Anabilim Dalı , muhammedkucukkara@subu.edu.tr , ORCID: 0000-0003-0600-3651.*



kolaylaştırır. Festivaller, sergiler, konserler, tiyatro gösterileri gibi çeşitli etkinlikler uygulama üzerinden erişilebilir ve hatta bilet satın alınabilir. Bu, kullanıcıların şehirdeki turistik yerlerin keyfini çıkarırken aynı zamanda yerel ekonomiye de katkı sağlar. Sonuç olarak, şehir rotası ve tarihi sosyal etkileşim içeren bu mobil uygulama, Endüstri 5.0'ın önceliklerine uygun olarak insan-merkezli bir yaklaşım benimseyerek seyahat deneyimlerini zenginleştiriyor ve şehirlerdeki turistik gezileri, kültürel keşifleri kolaylaştırıyor. Kullanıcılar uygulama üzerinden şehirdeki turistik yerleri bulabilir, tarihi ve kültürel bilgiler edinebilir, etkinliklere erişebilir ve sürdürülebilir kalkınmayı destekleyen yerel toplulukları keşfedebilirler. Bu sayede, şehir turizmi teşvik edilir ve yerel ekonomi canlanırken kültürel etkileşim ve bilgi paylaşımı da artar.

Anahtar Kelimeler: *Endüstri 5.0, kişiselleştirilmiş gezi rotası, mobil uygulama destekli kültürel keşif, turizm rehberliği.*

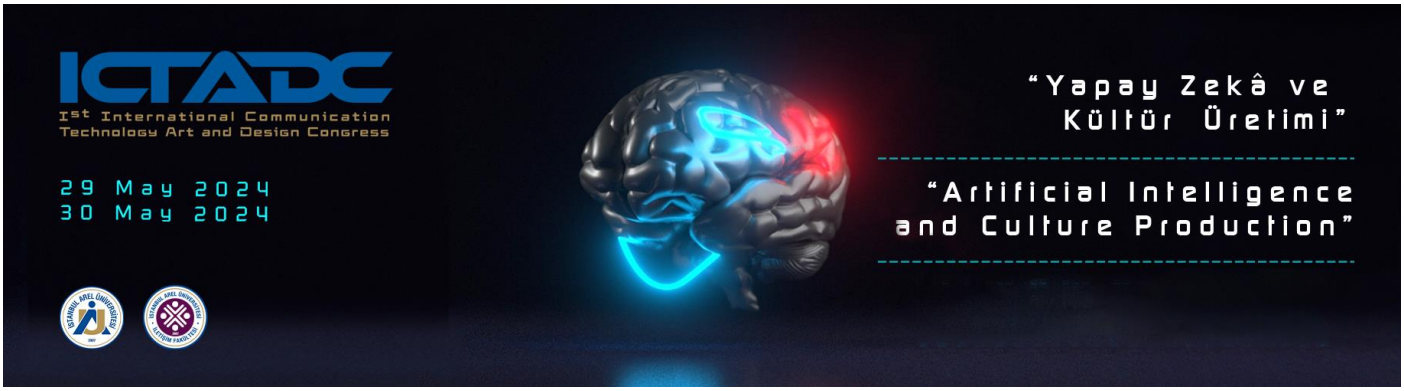
INNOVATIVE APPROACH TO TOURISTIC TRIPS: CITY EXPLORATION

Burcu KORKMAZ[1] - Muhammed Yusuf KÜÇÜKKARA[2]

ABSTRACT

A mobile application integrating city routes and historical social interactions transforms modern travel experiences by embracing the human-centric approach, one of the fundamental principles of Industry 5.0. This application not only offers tourist excursion opportunities but also contributes to the sustainable development of cities by increasing the participation of local cultures and communities. Tourists and locals can gain comprehensive information about historical, cultural, and touristic sites in cities and share their experiences through this innovative tool. Users can easily find significant tourist spots through the application, including historical buildings, museums, art galleries, parks, shopping areas, and more. Interactive maps and guidance are provided to allow users to navigate easily between different tourist areas. Additionally, users can save points of interest to visit later by adding them to favorites, enabling them to create personalized travel routes and organize memorable experiences. The application enables users to delve into detailed information about historical and culturally significant spots in the city. Rich information is provided for each tourist spot, including history, architectural features, cultural significance, and activities offered to visitors. For instance, detailed explanations about museum collections, exhibition schedules, and upcoming events are easily accessible. Moreover, users can purchase tickets to attend events and access necessary information easily. The application also facilitates users' access to events. Various events such as festivals, exhibitions, concerts, and theater shows can be accessed through the application and tickets can even be purchased. This not only allows users to enjoy tourist spots in the city but also contributes to the local economy. In conclusion, this mobile application integrating city routes and historical social interactions enriches travel experiences by embracing a human-centric approach in line with the priorities of Industry 5.0, facilitating tourist trips and cultural explorations in cities. Users can find tourist spots, gain historical and cultural knowledge, access events, and discover local communities supporting sustainable development through the application. This promotes city tourism, revitalizes the local economy, and increases cultural interaction and knowledge sharing.

[1] *Sakarya University of Applied Science, ORCID: 0009-0001-9362-1345.*
[2] *Res. Asist., Sakarya University of Applied Science, Faculty Of Technology, Department Of Computer Engineering, muhammedkucukkara@subu.edu.tr , ORCID: 0000-0003-0600-3651.*



Keywords: *Industry 5.0, personalized travel route, mobile application-supported cultural exploration, tourism guidance.*

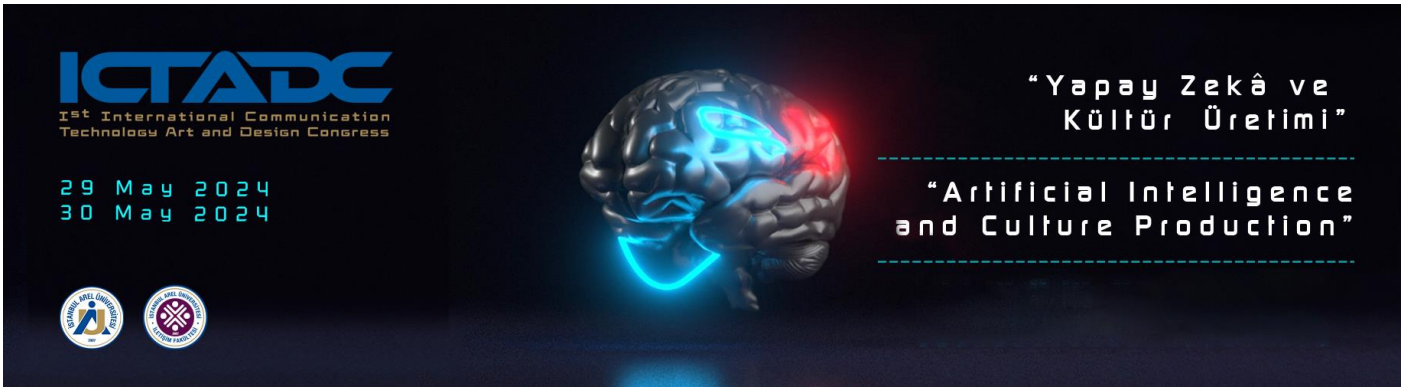
TARIM VE ORMANCILIK SEKTÖRÜNDE ENDÜSTRİ 5.0'IN ETKİLERİ: DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN ÖNEMİ

Elif AYDIN[1] - Cem ÖZKURT[2]

ÖZ

Günümüzde tarım ve ormancılık sektörleri, teknolojik gelişmelerle birlikte büyük bir dönüşüme uğranmaktadır. Bu dönüşümün temelinde, Endüstri 5.0 olarak adlandırılan yeni endüstriyel devrim tarafından yönlendirilmektedir. Endüstri 5.0, geleneksel tarım ve ormancılık uygulamalarının dijitalleştirilerek verimliliğin artırılması, kaynakların daha etkin kullanılması ve çevresel sürdürülebilirliğin desteklenmesi hedeflenmektedir. Tarım ve ormancılık sektörlerine sağladığı en önemli faydalardan biri, verimlilik artışının sağlanmasıdır. Akıllı tarım makineleri ve robotlar, iş gücünden tasarruf sağlayarak tarım işlerini daha hızlı ve verimli hale getirilmektedir. Ayrıca, sensör teknolojileri ve yapay zekâ kullanılarak bitkilerin ihtiyaçları daha iyi analiz edilerek verimlilik artırılmaktadır. Akıllı gübreleme sistemleri de Endüstri 5.0'ın getirdiği yenilikler arasında yer almaktadır. Sensörler sayesinde topraktaki besin maddesi seviyeleri sürekli olarak izlenmekte ve ihtiyaç duyulan gübre miktarı belirlenmektedir. Bu sayede gübre kullanımı optimize edilerek toprağın verimliliği artırılmakta ve çevresel etkiler azaltılmaktadır. Endüstri 5.0 aynı zamanda kaynakların daha etkin kullanılmasına olanak sağlamaktadır. Akıllı sulama sistemleri ve gübreleme teknikleri, su ve gübre kullanımını optimize ederek israfın önüne geçmekte ve doğal kaynakların korunmasına katkı sağlamaktadır. Bu uygulamalar çiftçilere maliyet avantajı sağlarken çevreye duyarlı bir tarım uygulamasının desteklenmesine olanak tanımaktadır.

[1] *Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, ORCID: 0009-0004-1849-7585.*
[2] *Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sakarya Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Lojistik Pr., cemozkurt@subu.edu.tr , ORCID: 0000-0002-1251-7715.*



Sürdürülebilirlik de Endüstri 5.0'ın odak noktalarından biridir. Kimyasal kullanımının azaltılması, organik tarımın teşvik edilmesi ve çevresel etkilerin en aza indirgenmesiyle tarım ve ormancılık faaliyetleri doğaya uyumlu hale getirilmektedir. Bu da toprak verimliliğinin korunmasına ve biyolojik çeşitliliğin sürdürülmesine katkı sağlamaktadır. Sonuç olarak, Endüstri 5.0'ın tarım ve ormancılık sektörlerine getirdiği yeniliklerle sektörler daha sürdürülebilir, verimli ve rekabetçi hale gelmektedir. Bu nedenle, sektördeki paydaşların Endüstri 5.0'ı benimsemesi ve uygulamaya geçmesi büyük önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Endüstri 5.0, sürdürülebilirlik, tarım ve ormancılık.*

IMPACTS OF INDUSTRY 5.0 IN AGRICULTURE AND FORESTRY SECTOR: THE IMPORTANCE OF DIGITAL TRANSFORMATION

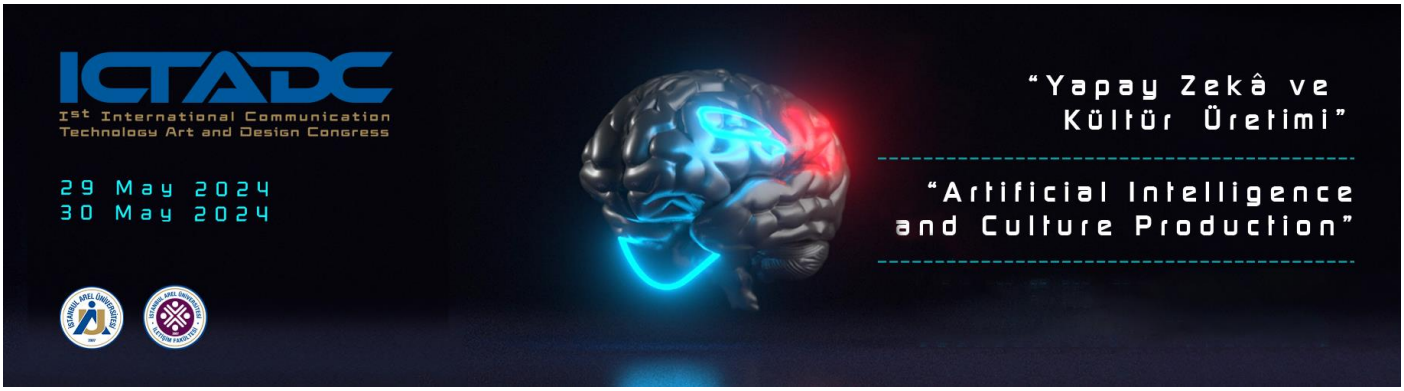
Elif AYDIN[1] - Cem ÖZKURT[2]

ABSTRACT

Today, the agriculture and forestry sectors are undergoing a major transformation with technological advancements. At the core of this transformation is the new industrial revolution called Industry 5.0. Industry 5.0 aims to digitize traditional agricultural and forestry practices to increase efficiency, use resources more effectively, and support environmental sustainability. One of the most significant benefits it brings to these sectors is an increase in productivity. Smart agricultural machinery and robots save labor by making farming tasks faster and more efficient. Additionally, sensor technologies and artificial intelligence analyze plant needs more effectively, leading to increased productivity. Smart fertilization systems are also among the innovations brought by Industry 5.0. Sensors continuously monitor nutrient levels in the soil and determine the required amount of fertilizer. This optimizes fertilizer use, increases soil fertility, and reduces environmental impacts. Industry 5.0 also enables more efficient use of resources. Smart irrigation systems and fertilization techniques optimize water and fertilizer use, prevent waste, and contribute to the conservation of natural resources. These practices provide cost advantages to farmers while supporting environmentally friendly agricultural practices. Sustainability is another focus of Industry 5.0. By reducing chemical use, promoting organic farming, and minimizing environmental impacts, agricultural and forestry activities become more environmentally friendly. This contributes to the preservation of soil fertility and the sustainability of biological diversity. In conclusion, the innovations brought by Industry 5.0 make the agriculture and forestry sectors more sustainable, efficient, and competitive. Therefore, it is crucial for stakeholders in these sectors to adopt and implement Industry 5.0.

Keywords: *Agriculture and forestry, industry 5.0, sustainability.*

1 Sakarya University of Applied Science, ORCID: 0009-0004-1849-7585.
2 Asst. Prof., Sakarya University of Applied Science, Sakarya Vocational School, Management and Organization Department, Logistics Pr., cemozkurt@subu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1251-7715.



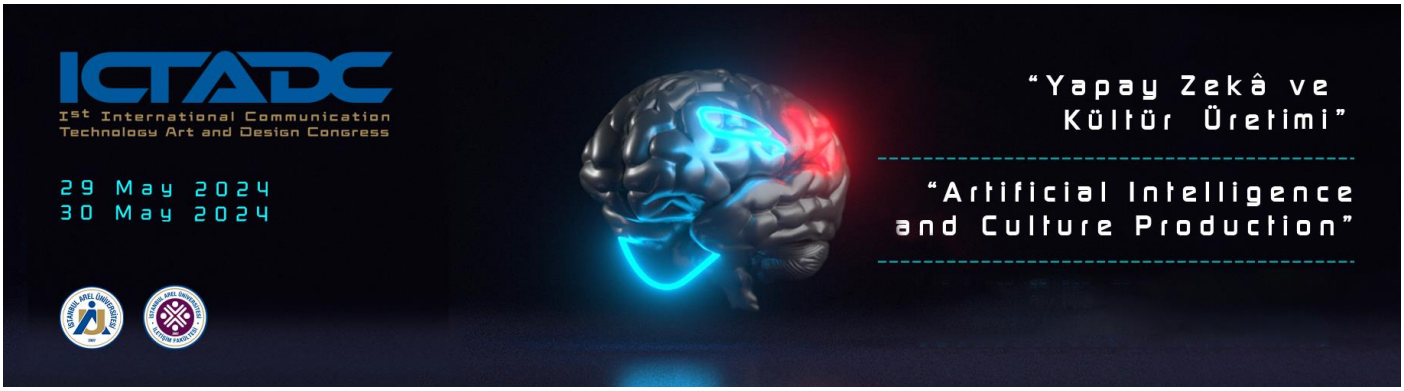
DİJİTALLEŞMEYİ TEŞVİK EDEN DERSLER: ENDÜSTRİ 5.0'A HAZIRLIK

Geydanur Tuba YILMAZ[1] - Furkan ATBAN[2]

ÖZ

Günümüz dünyasında teknolojinin hızla ilerlemesiyle birlikte, eğitim alanında da dijitalleşme önemli bir yer tutmaktadır. Millî Eğitim Bakanlığı, Endüstri 5.0 ve dijital dönüşümün gereklilikleri doğrultusunda müfredatı güncelleyerek ve dijitalleşmeyi teşvik eden dersler ekleyerek öğrencileri geleceğin dijital dünyasına hazırlamayı hedeflemelidir. Programlama, veri bilimi, yapay zekâ ve robotik, dijital tasarım ve üretim, veri güvenliği ve etik gibi dersler müfredata eklenebilir. Temel programlama becerileri, öğrencilerin problem çözme yeteneklerini geliştirebilir ve teknolojiyi anlama ve kullanma becerilerini artırabilir. Python, C++, Java gibi dillerin temel prensiplerinin öğretildiği programlama dersleri, öğrencilerin kodlama mantığını kavramalarına yardımcı olabilir. Veri bilimi dersleri, öğrencilere büyük veri analizi, veri görselleştirme ve makine öğrenmesi gibi konularda temel bilgiler sağlayabilir. Bu dersler, öğrencilerin veri odaklı düşünme yeteneklerini geliştirmelerine ve veriyle çalışma becerilerini kazanmalarına yardımcı olabilir. Yapay zekâ ve robotik dersleri, öğrencilere yapay zekâ teknolojilerini anlama ve uygulama fırsatı sunabilir. Yapay zekâ ve robotik projeleri genellikle gruplar halinde yapılır. Bu da öğrencilerin iş birliği yapma, iletişim kurma ve takım çalışması becerilerini geliştirmelerine olanak tanır. Bu, gerçek dünya deneyimleri için önemli bir hazırlık sağlar. Bu dersler, öğrencilerin teknolojiye olan ilgilerini artırabilir ve gelecekteki kariyerlerinde bu alanlara

[1] *Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, ORCID: 0009-0008-6067-939X.*
[2] *Arş. Gör., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Bilgisayar Mühendisliği Bölümü, furkanatban@subu.edu.tr , ORCID: 0000-0002-1712-5155.*



yönelmelerine ilham verebilir. Dijital tasarım ve üretim dersleri, öğrencilere ürün geliştirme süreçlerini deneyimleme fırsatı sunarak pratik beceriler kazanmalarına yardımcı olabilir. 3D tasarım, modelleme ve üretim süreçleri gibi konuları içeren dersler, öğrencilere dijital tasarımın temel prensiplerini öğretebilir. Bu dersler, öğrencilerin yaratıcılıklarını geliştirmelerine ve dijital üretim teknolojilerini kullanarak projeler geliştirmelerine olanak tanıyabilir. Veri güvenliği ve etik dersleri, öğrencilere dijital dünyada veri güvenliğinin önemini ve etik sorumluluklarını öğretebilir. Bu dersler, öğrencilerin dijital dünyada bilinçli ve sorumlu kullanıcılar olmalarına yardımcı olabilir. Ayrıca, öğrencilere problem çözme becerileri ve yaratıcılık kazandırabilir, böylece daha yenilikçi ve çözüm odaklı düşünmelerine olanak tanır. Bu da onları iş dünyasında ve girişimcilik alanında daha başarılı kılabilir. Millî Eğitim Bakanlığı'nın dijitalleşmeyi teşvik eden dersler ekleyerek müfredatı güncelleme çabaları, öğrencilerin Endüstri 5.0 ve dijital dönüşüm sürecine hazırlanmalarına yardımcı olabilir. Bu dersler, öğrencilerin teknolojiyi anlama, kullanma ve geliştirme becerilerini geliştirmelerine ve geleceğin dijital dünyasında başarılı olmalarına katkıda bulunabilir.

Anahtar Kelimeler: *Dijitalleşme, endüstri 5.0, müfredat güncellemesi.*

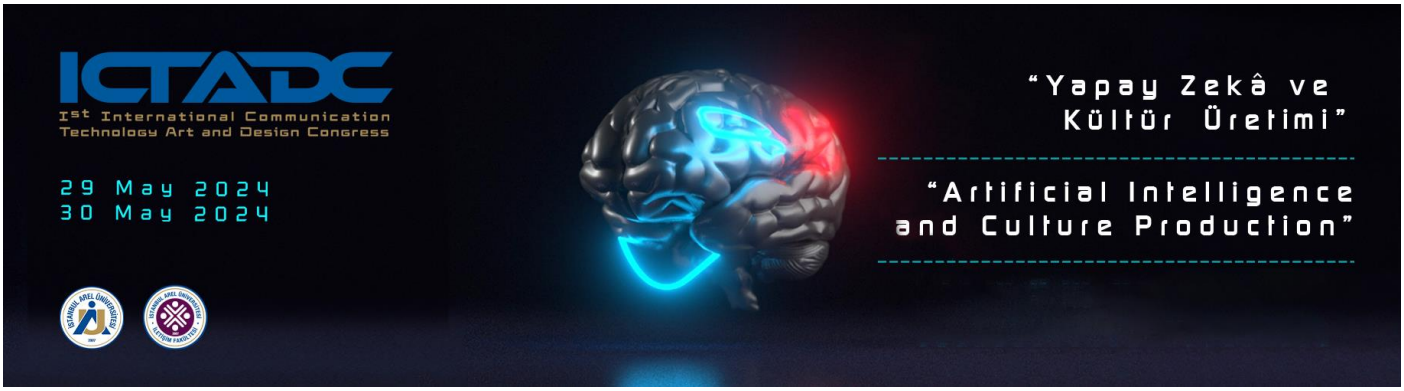
COURSES PROMOTING DIGITALIZATION: PREPARATION FOR INDUSTRY 5.0

Geydanur Tuba YILMAZ[1] - Furkan ATBAN[2]

ABSTRACT

In today's world, with the rapid advancement of technology, digitization also plays a crucial role in education. The Ministry of National Education should aim to update the curriculum and add courses that promote digitization to prepare students for the future digital world, in line with the requirements of Industry 5.0 and digital transformation. Courses such as programming, data science, artificial intelligence and robotics, digital design and production, data security and ethics can be added to the curriculum. Basic programming skills can help students improve their problem-solving abilities and enhance their understanding and use of technology. Programming courses that teach the fundamental principles of languages like Python, C++, and Java can help students grasp coding logic. Data science courses can provide students with basic knowledge in areas such as big data analysis, data visualization, and machine learning. These courses can help students develop data-driven thinking skills and acquire skills to work with data. Artificial intelligence and robotics courses can offer students the opportunity to understand and apply artificial intelligence technologies. AI and robotics projects are often done in groups, which allows students to develop collaboration, communication, and teamwork skills. This prepares them for real-world experiences. These courses can increase students' interest in technology and inspire them to pursue careers in these fields. Digital design and production courses can help students develop practical skills by providing them with the opportunity to experience product development processes. Courses that cover topics such as 3D design, modeling, and production processes can teach students the basic principles of digital design. These courses can allow students to develop their creativity and develop projects using digital production technologies. Data security and ethics courses can teach students the importance of data security and ethical responsibilities in the digital world. These courses can help students become conscious and responsible users in the digital world. Moreover, these courses can help students develop problem-solving skills and creativity, enabling them to think more innovatively and solution-oriented. This can make them more successful in the

[1] *Sakarya University of Applied Science, ORCID: 0009-0008-6067-939X.*
[2] *Res. Asist., Sakarya University of Applied Science, Faculty Of Technology, Department Of Computer Engineering, furkanatban@subu.edu.tr , ORCID: 0000-0002-1712-5155.*



business world and entrepreneurship. The Ministry of National Education's efforts to update the curriculum by adding courses that promote digitization can help students prepare for Industry 5.0 and the digital transformation process. These courses can help students improve their understanding, use, and development of technology and contribute to their success in the future digital world.

Keywords: *Digitalization, industry 5.0, curriculum update.*

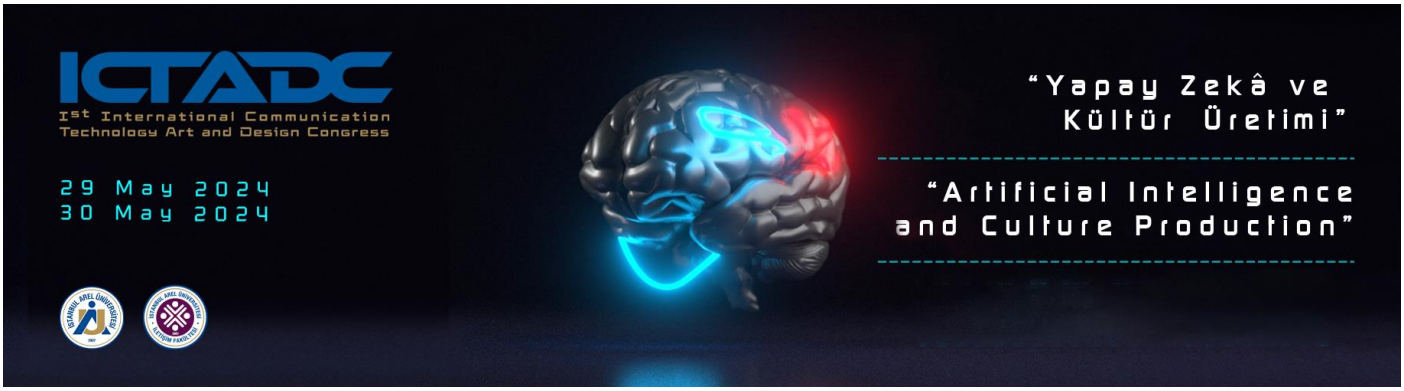
SATIŞ SONRASI HİZMETLERDE KARŞILAŞILAN SORUNLARIN ENDÜSTRİ 5.0 İLE DİJİTAL OLARAK ÇÖZÜMLENMESİ

Bilal Emre YAHYAOĞLU[1] - Süleyman UZUN[2]

ÖZ

Günümüzde endüstriyel dönüşüm, teknolojinin hızlı gelişimiyle birlikte giderek daha karmaşık ve dönüştürücü bir hal almaktadır. Bu dönüşüm, sadece üretim süreçlerini değil, aynı zamanda işgücünün yapısını, küresel rekabeti ve ekonomik dinamikleri de etkilemektedir. Endüstri 4.0 döneminde dijitalleşme ve otomasyon, sanayide önemli bir devrim niteliği taşıdı. Ancak, Endüstri 5.0 ile birlikte bu teknolojik ilerlemenin insan merkezli bir perspektiften ele alınması ve teknolojiyle insan etkileşiminin güçlendirilmesi gerekliliği daha da belirgin hale geldi. Endüstri 5.0, Endüstri 4.0'ın getirdiği dijital dönüşümü insan faktörüyle birleştirerek üretim süreçlerini daha insancıl, sürdürülebilir ve etik bir şekilde yeniden şekillendirme vizyonunu temsil eder. Bu yeni dönüşüm paradigması, teknolojinin insan yaşamını iyileştirmek ve endüstriyel süreçleri daha verimli hale getirmek için kullanılması gerektiğini savunur. Özellikle, satış sonrası hizmetler gibi alanlarda, insan-uygulama iş birliği ve yenilikçi teknolojilerin entegrasyonunun kritik önem taşıdığı görülmektedir. Bu bağlamda, Endüstri 5.0'ın temel prensiplerini anlamak ve bu yeni yaklaşımın önemini vurgulamak amacıyla yapılacak araştırmaların kapsamı oldukça geniştir. Önceki araştırmalar, Endüstri 5.0'ın insan merkezli üretim anlayışını vurgulamış ve teknolojinin insanlarla etkileşimini güçlendirmenin önemini vurgulamıştır. Bu noktada, insan-uygulama iş birliği ve yenilikçi teknolojilerin entegrasyonunu sağlamak için yeni çerçeveler, metodolojiler ve stratejiler geliştirilmesi gerekmektedir. Endüstri 5.0'ın insan odaklı ve değer odaklı yaklaşımını daha derinlemesine anlamak için,

1 Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, ORCID: 0009-0000-5113-9959.
2 Doç. Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Bilgisayar Mühendisliği Bölümü, Bilgisayar Mühendisliği Anabilim Dalı, suleymanuzun@subu.edu.tr , ORCID: 0000- 0001-8246-673.



özellikle mobil satış sonrası hizmetler gibi alanlarda, yapılacak araştırmaların geniş kapsamlı olması gerekmektedir. Bu araştırmalar, fabrika seviyesinde iş birliği süreçlerini koordine etmek, mobil uygulamalar aracılığıyla satış sonrası hizmetlerin etkinliğini artırmak ve yapay zekâ tekniklerini insan-uygulama optimizasyonu için kullanmak gibi konuları ele almaktadır. Ayrıca, Endüstri 5.0 iş birliği mimarisi gibi çerçeveler ve metodolojilerin daha geniş bir şekilde incelenmesi ve bu çerçevelerin endüstriyel uygulamalara nasıl entegre edilebileceğinin araştırılması önemlidir. Bu çerçeveler, modern bilgi oluşturma ve paylaşma süreçlerini destekleyerek endüstriyel iş birliğini güçlendirebilir ve mobil satış sonrası hizmetler gibi alanlarda yenilikçi çözümlerin geliştirilmesine katkı sağlayabilir. Bu bağlamda, Endüstri 5.0'ın insan merkezli vizyonunu daha derinlemesine anlamak ve endüstriyel dönüşüm sürecini daha etkili bir şekilde yönlendirmek için, kapsamlı ve çok yönlü bir araştırma yaklaşımı gerekmektedir. Bu yaklaşım, teknolojiyi insanların yaşamını iyileştirmek ve endüstriyel süreçleri daha sürdürülebilir hale getirmek için bir araç olarak kullanma potansiyelini ortaya çıkarabilir.

Anahtar Kelimeler: *Dijital dönüşüm sistemleri, endüstri 5.0 teknolojileri, mobil uygulama teknolojileri, satış sonrası hizmetler.*

DIGITAL SOLUTION OF PROBLEMS ENCOUNTERED IN AFTER-SALES SERVICES WITH INDUSTRY 5.0

Bilal Emre YAHYAOĞLU[1] - Süleyman UZUN[2]

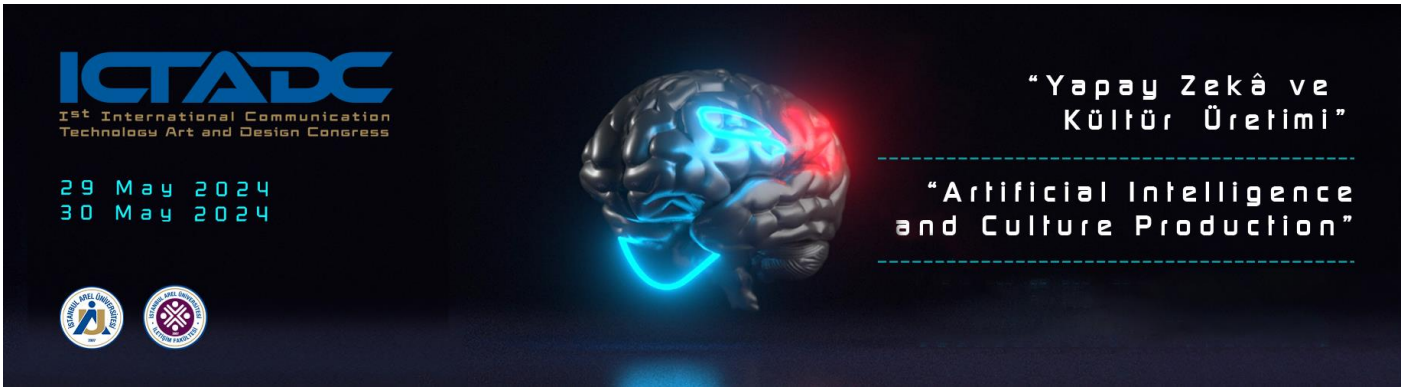
ABSTRACT

Today, industrial transformation is becoming increasingly complex and transformative with the rapid development of technology. This transformation affects not only production processes, but also the structure of the workforce, global competition and economic dynamics. In the Industry 4.0 era, digitalization and automation have been a significant revolution in industry. However, with Industry 5.0, the need to address this technological advancement from a human-centered perspective and strengthen human interaction with technology has become even more evident. Industry 5.0 represents the vision of reshaping production processes in a more humane, sustainable and ethical way by combining the digital transformation brought by Industry 4.0 with the human factor. This new transformation paradigm argues that technology should be used to improve human life and make industrial processes more efficient. Particularly in areas such as after-sales services, human-application collaboration and integration of innovative technologies appear to be of critical importance. In this context, the scope of research to be carried out in order to understand the basic principles of Industry 5.0 and emphasize the importance of this new approach is quite wide. Previous research has emphasized Industry 5.0's human-centered production approach and emphasized the importance of strengthening the interaction of technology with people. At this point, new frameworks, methodologies and strategies need to be developed to ensure human-application collaboration and integration of innovative technologies. In order to understand the humanoriented and value-oriented approach of Industry 5.0 more deeply, research needs to be comprehensive, especially in areas such as mobile after-sales services.

These studies address issues such as coordinating collaboration processes at the factory level, increasing the effectiveness of after-sales services through mobile applications, and using artificial intelligence techniques for human-application optimization. Additionally, it is important to examine frameworks and methodologies such as Industry 5.0 collaboration architecture more broadly and investigate how these frameworks can be integrated into industrial

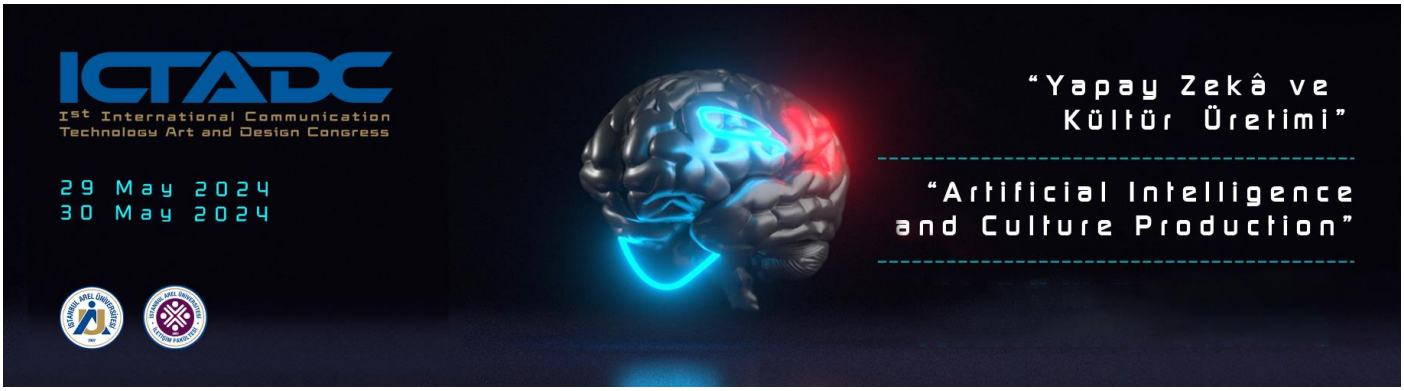
1 Sakarya University of Applied Sciences, ORCID: 0009-0000-5113-9959.

2 Assoc. Prof., Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Technology, Department of Computer Engineering, Department of Computer Engineering, ORCID: 0000- 0001-8246-673.



applications. By supporting modern knowledge creation and sharing processes, these frameworks can strengthen industrial collaboration and contribute to the development of innovative solutions in areas such as mobile after-sales services. In this context, a comprehensive and multifaceted research approach is required to understand the human-centered vision of Industry 5.0 more deeply and to guide the industrial transformation process more effectively. This approach could unlock the potential to use technology as a tool to improve people's lives and make industrial processes more sustainable.

Keywords: *Digital transformation systems, industry 5.0 technologies, mobile application technologies, after-sales services.*



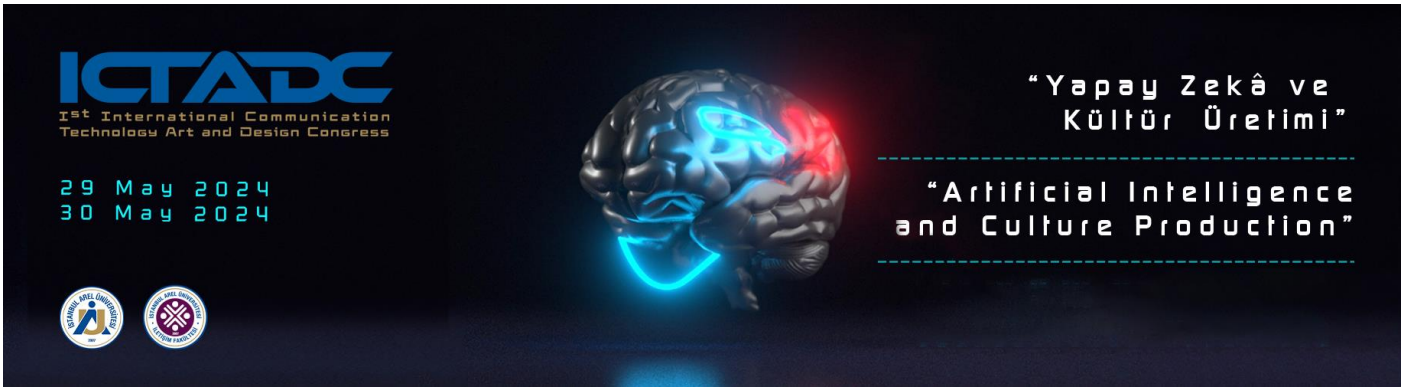
YAPAY ZEKÂ TEKNOLOJİLERİNİN HABER ÜRETİM SÜREÇLERİNE ETKİSİ: "SCROLLİ.CO HABER SİTESİ ÖRNEĞİ"

Ahmet Serkan OKAY[1]

ÖZ

Geleneksel haberciliğin bir dönüşümü olarak bilinen dijital habercilik, yeni iletişim teknolojilerinin gelişimine bağlı olarak dinamik bir yapı içerisindedir. Endüstri 4.0 devrimi ile hayatımıza giren yapay zekâ teknolojileri, birçok alanda kullanıldığı gibi dijital habercilikte de görülmektedir. Yapay zekâların gazeteciliğe geçiş süreci robot gazetecilik ile başlamaktadır. NLP doğal dil yazılımları ile haber üretim sürecinde habercilerin yerini alan yapay zekâ sistemleri, dijital gazetecilik pratikleri üzerinde etkisi bulunmaktadır. Yapay zekâlar bu etkiyi haber üretiminde, dağıtımında, veri analizi ve görselleştirmelerde, haber toplama ve takip sürecinde göstermektedir. Yapay zekâların günümüzde geldiği son noktada makine işleme, robotik ve otonom kodlama, derin dil işleme, görüntü işleme gibi farklı disiplinleri içerisinde barındırmaktadır. İnsan gücünün yerini alan yapay zekâ teknolojileri, yazı, resim, video gibi veri üretim sürecinde kullanılmaktadır. Özellikle dijital habercilikte gazeteci ile birlikte içerik üretim sürecine dahil olan bu otonom süreçler dijital haberciliğin yapay zekâ ile bütünleşmesini sağlamaktadır. Habercilikte farklı platformlarda haber üretimi aynı zamanda farklı anlatı yapılarının da gelişmesini sağlamıştır. Özellikle yeni medya platformlarında kullanılan dijital hikâye anlatıcılığı haber üretimine de yansımıştır. Dijital haber hikâye anlatımı, geleneksel haber üretiminin ötesine geçerek, dijital platformların sağladığı karakteristik özelliklerden ve veri görselleştirilmelerinden yararlanarak

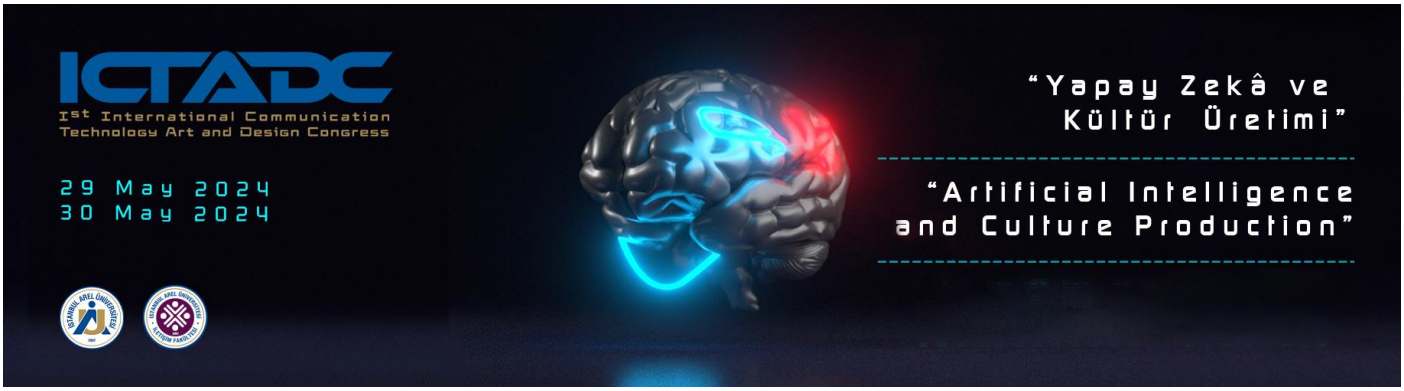
[1] *Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Medipol Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, Radyo, Televizyon ve Sinema Pr., aokay@medipol.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3190-5895.*



haberlerin daha interaktif bir şekilde üretimidir. Dijital haber hikâye anlatımında uzun kaydırmalı anlatım, interaktif grafikler ve haritalar, video ve canlı yayınlar, sosyal medya entegrasyonu ile anlatı yapıları oluşturulurken yapay zekâ teknolojilerinden yararlanılmaktadır. Veri görselleştirmenin içerik üretiminde önemli rol oynadığı günümüz dijital platformlarında, haberin hikâyeleştirme sürecinde en sık kullanılan uzun kaydırmalı anlatım tercih edilmektedir. Uzun kaydırmalı anlatım tarzı, "Long From" 2012 yılında The New York Times'ın Plitzer ödülüne layık görülen ve dijital haberciliğe yeni bir soluk getiren "Snow Fall" adlı belgesel haber hikâyesiyle başlamıştır. Uzun kaydırmalı anlatı tarzı, dijital sistemlerin interaktif yapılarından yararlanılarak oluşturulan özellikle görseller ve multimedya araçları ile desteklenen öyküleyici bir anlatı türüdür. İnteraktif görselleşmenin önemli olduğu uzun kaydırmalı anlatı yapısı, günümüzde yapay zekâ teknolojilerinden yararlanılarak üretilmektedir. Yapay zekâ Teknolojileri ile farklı bir üretim sürecine dönüşen uzun kaydırmalı anlatısı dijital hikâye anlatımından farklı bir boyuta dönüşerek "Scrollytelling" olarak adlandırılan bir yeni hikâye anlatım tarzını ortaya çıkarmıştır. Uzun kaydırmalı anlatı tarzı aynı zamanda, görsel anlatı akışıyla oluşturulan bir üretim şekli olduğu için yapay zekâ destekli programlardan yararlanılarak oluşturulabilmektedir.

Uluslararası medyalarda uzun kaydırmalı anlatımının birçok örnekleri bulunmakla beraber Türkiye'de Scrolli.co haber sitesi yapay zekâ destekli içerik üretimleri ile uzun kaydırmalı anlatı yapılarıyla habercilik faaliyetinde bulunmaktadır. Scrolli.co, kurumsal stratejileri gereği insan katılımına bağlı olarak yapay zekâ teknolojilerinden yararlandığı belirtmektedir. Bu durum, Scrolli.co'nun uzun kaydırmalı anlatı tarzlarında yapay zekâ teknolojilerinden yararlandığını da göstermektedir. Araştırma kapsamında, Scrolli.co haber sitesi tarafından üretilen yapay zekâ destekli uzun kaydırmalı anlatı yapıları, betimsel içerik analizi yöntemi ile incelenmektedir. Araştırmada Scrolli.co haber sitesi tarafından üretilen içeriklerin yapay zekâ teknolojileriyle bütünleşen bir haber üretim sürecinin olduğu ortaya koymak ve bu bağlamda yapay zekâ teknolojilerinin haber üretim sürecine olan etkisinin ortaya koyulması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Dijital habercilik, storytelling, scrollytelling, yapay zekâ, uzun kaydırmalı anlatım.*



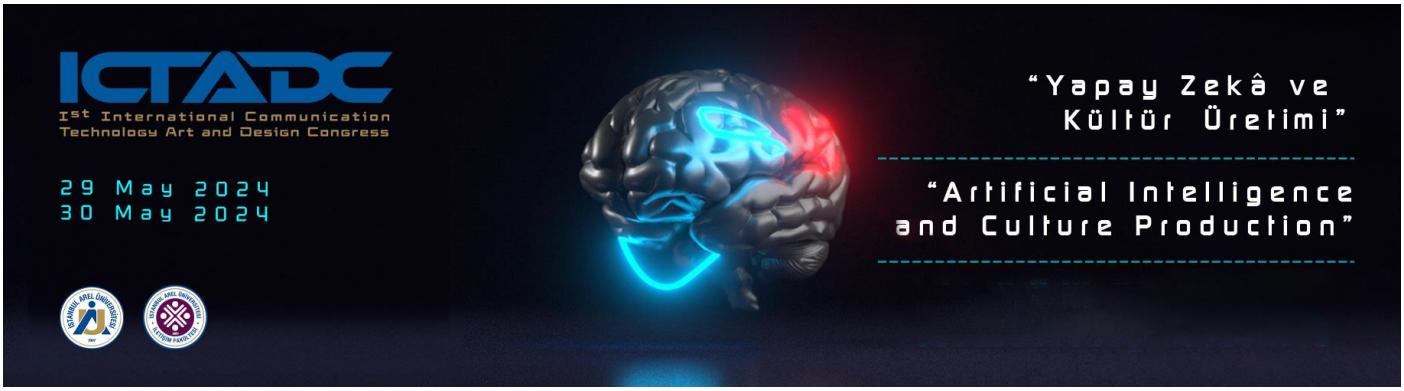
THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES ON NEWS PRODUCTION PROCESSES: "SCROLLI.CO NEWS WEBSITE EXAMPLE"

Ahmet Serkan OKAY[1]

ABSTRACT

A known transformation of traditional journalism is digital journalism, which is in a dynamic structure depending on the development of new communication technologies. Artificial intelligence technologies that have entered our lives with the Industrial Revolution 4.0 are also seen in various fields, including digital journalism. The process of artificial intelligence transitioning to journalism starts with robot journalism. Artificial intelligence systems, which take the place of journalists in the news production process with natural language processing software, have an impact on digital journalism practices in news production, distribution, data analysis, and visualization, as well as in news collection and tracking. Artificial intelligence technologies, which have reached their peak point today, encompass various disciplines such as machine processing, robotics, autonomous coding, deep language processing, image processing, and so on. Artificial intelligence technologies that replace human power are used in the production process of text, images, and videos. Particularly, autonomous processes involving content production in collaboration with journalists in the digital journalism field contribute to the integration of digital journalism with artificial intelligence. Journalism has also contributed to the development of different narrative forms along with news production on various platforms. Especially, digital storytelling in new media platforms has influenced news production. Digital news storytelling goes beyond traditional news production by utilizing the distinctive features of digital platforms and data visualizations, resulting in more interactive news creation. In digital news storytelling, long-winded narratives are replaced with interactive graphics, maps, videos, live broadcasts, and social media integration in the narrative structures, with artificial intelligence technologies being utilized. In today's digital platforms, where data visualization plays an important role in content production, the long-winded narrative style is often preferred in the process of storytelling in news. The long-winded narrative style, which began with "Snow Fall," a long-form narrative piece awarded the Pulitzer Prize in 2012

Asst. Prof., İstanbul Medipol University, Faculty Of Communication, Department Of Radio, Television and Cinema, Radio, Television and Cinema Pr., Aokay@Medipol.Edu.Tr, Orcid: 0000-0002-3190-5895.



by The New York Times and bringing a new wave to digital journalism, is a storytelling format that utilizes interactive elements, particularly visuals and multimedia tools, to create a narrative that is engaging. The interactive visualization-focused long-form narrative structure is produced using artificial intelligence technologies in today's world. This long-form narrative style has given birth to a new storytelling format in digital storytelling, called "Scrollytelling," as it transforms into a different dimension with the help of artificial intelligence technologies and a different production process. This format, which combines visual storytelling with a continuous flow of content, is also created using artificial intelligence-supported programs. While there are numerous examples of long-form narratives in international media, the Turkish news website Scrolli.co stands out in journalism by utilizing artificial intelligence-supported content production and adopting long-form narratives. Scrolli.co mentions that they rely on artificial intelligence technologies depending on corporate strategies and human involvement. This indicates that Scrolli.co makes use of artificial intelligence technologies in their long-form narrative structures. In the scope of the research, the long-form narratives produced by Scrolli.co news website with artificial intelligence-supported content are analyzed using content-based stylistic analysis methods. The purpose of the research is to reveal that the news production process of Scrolli.co, in which the contents are integrated with artificial intelligence technologies, and to explore the impact of artificial intelligence technologies on the news production process in this context.

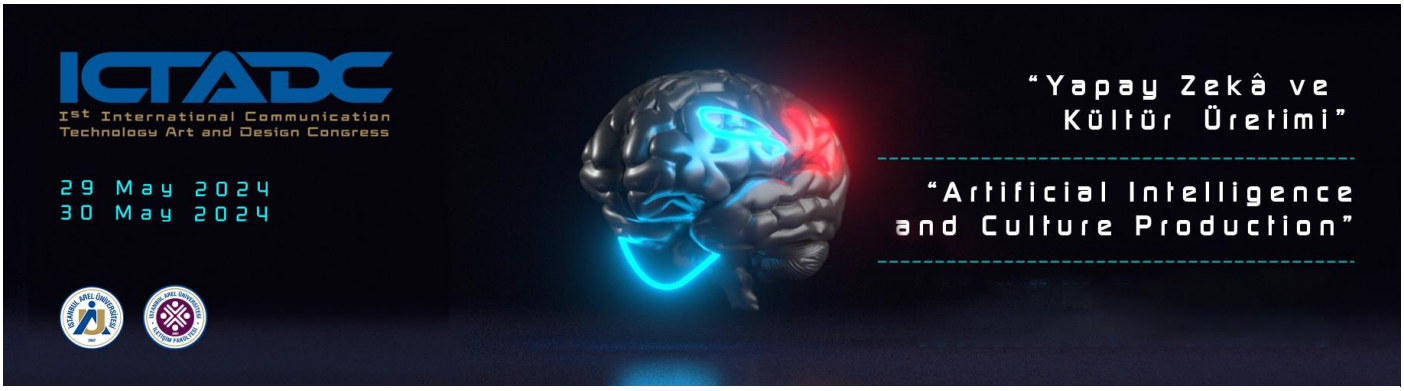
Keywords: *Digital journalism, storytelling, scrollytelling, artificial intelligence, long-form narratives.*

TASARIM OLUŞTURMADA ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARI: NİTEL BİR ARAŞTIRMA

İhsan EKEN[1]

Geçmişten günümüze değin insanoğlu elinde bulunan veriyi görselleştirmeye çalışmıştır. İnsanlar elindeki bilgileri önceleri mağara duvarlarına çizerek görselleştirmiş ve bu görselleştirmelerde özellikle teknolojik yenilikler çok etkili olmuştur. Günümüzde yaşanan hızlı teknolojik gelişmeler insanların hayatlarını değiştirerek dönüştürmektedir. Makine öğrenmesi, yapay öğrenme, derin öğrenme veya yapay zekâ olarak karşımıza çıkan kavram, tüm yaşanan olayları çok kısa bir sürede değiştirerek, dönüştürmeye devam etmektedir. Yapay zekâ destekli uygulamalar, birçok insanın uzun sürelerce uğraşıp görselleştirdiği veriyi, çok kısa bir sürede görselleştirebilmektedir. Bu değişim ise birçok insanı etkilemiştir ve etkilemeye de devam edeceği düşünülmektedir. Metin görselleştirmede önümüze çıkan en önemli kavram ise *Üretken Yapay Zekâ- Generative Artificial Intelligence* kavramıdır. Üretken yapay zekâ metin, görsel, video vb. verileri üretebilen bir uygulama olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışma kapsamında nitel araştırma metotlarından biri olan derinlemesine görüşme yöntemi kullanılacaktır. Çalışma kapsamında, çalışma evrenini oluşturan ve çalışmaya katılabilecek grafik tasarımcı veya tasarım işiyle uğraşan kişilerin sayısı tam olarak bilinemediği için çalışma örneklemini en az 10 kişinin oluşturması hedeflenmektedir. Bu kişiler sanat yönetmeni, grafik tasarımcı gibi tasarım işiyle uğraşan kişiler arasından seçilecektir. Çalışmanın örneklemi ise olasılıksız örnekleme tekniklerinden biri olan amaçlı örnekleme tekniği kullanılacaktır. Çalışmanın amacı, metin (prompt) yazımıyla oluşturulan statik görsellerin

[1] *Doç. Dr., İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi, Medya ve Görsel Sanatlar Bölümü, Medya ve Görsel Sanatlar Pr., ieken@medipol.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0401-8545*



grafik tasarımcıların tasarım oluşturma sürecindeki rolünün araştırılması amaçlanmaktadır. Çalışmanın önemi ise özellikle prompt yazımıyla beraber birçok grafik tasarımcısı veya tasarım işini yapan kişiler programlar ve stok siteler yerine üretken yapay zekâ ile görsel oluşturan uygulamalar olan *DALL-E 3, Midjourney, NightCafe, GetIMG* vb. Uygulamaları kullanarak görseller oluşturulabilmektedir. Çalışma kapsamında literatür incelendiğinde grafik tasarım endüstrisinde üretken yapay zekâ destekli görsel oluşturma araçlarının kullanımıyla ilgili akademik bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu durum çalışmanın özgün bir çalışma olarak literatüre katkı sağlayacağı düşüncesini oluşturmaktadır. Özellikle bu şekilde uygulamaların artmasıyla beraber tasarımcıların çalışma yöntemlerinde de önemli değişiklikler olabileceği düşünülmektedir. Çalışmanın muhtemel sonuçları, grafik tasarımcıların yapay zekâ destekli görsel oluşturma araçlarına olan ilgisini ve bu araçların tasarım sürecindeki rolünü daha iyi anlamamıza yardımcı olacaktır. Bu sonuçlar, gelecekteki tasarım eğitimi ve endüstriyel uygulamalar için önemli bir katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: *Grafik tasarım, prompt, üretken yapay zekâ.*

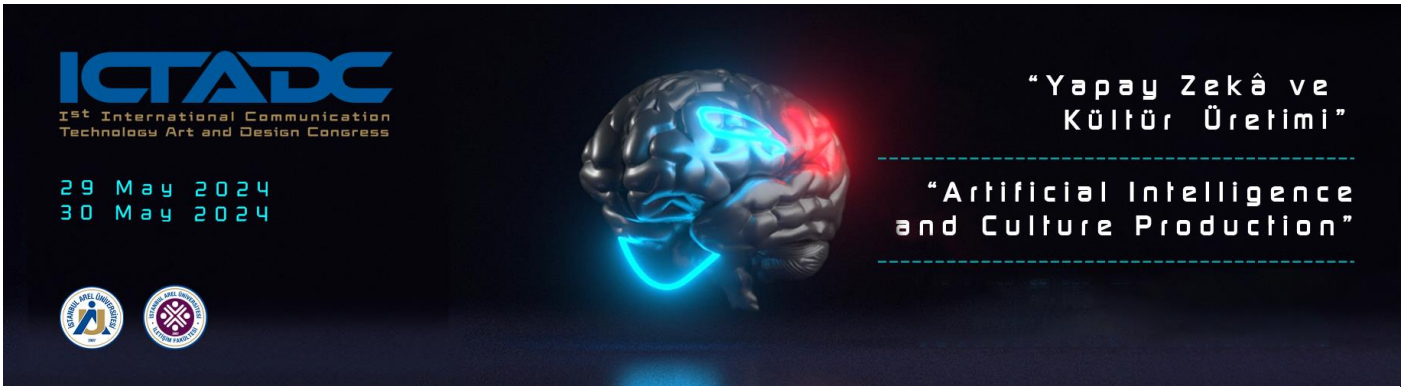
GENERATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE APPLICATIONS IN DESIGN CREATION: A QUALITATIVE RESEARCH

İhsan EKEN[1]

ABSTRACT

From past to present, human beings have tried to visualize the data they have. People first visualized the information they had by drawing it on cave walls, and technological innovations were especially effective in these visualizations. Rapid technological developments today are transforming people's lives. The concept that we encounter as machine learning, artificial learning, deep learning or artificial intelligence continues to change and transform all events in a very short time. Artificial intelligence-supported applications can visualize data in a very short time, which many people struggle with and visualize for a long time. This change has affected many people and it is thought that it will continue to do so. The most important concept we encounter in text visualization is the concept of Generative Artificial Intelligence. Generative artificial intelligence produces text, images, videos, etc. It appears as an application that can generate data. Within the scope of the study, in-depth interview method, one of the qualitative research methods, will be used. Within the scope of the study, it is aimed to include at least 10 people in the study sample, as the number of graphic designers or design professionals who constitute the study population and can participate in the study is not known exactly. These people will be selected among people who work in design such as art directors and graphic designers. Purposive sampling technique, one of the non-probability sampling techniques, will be used in the sample of the study. The aim of the study is to investigate the role of static visuals created by text (prompt) writing in the design creation process of graphic designers. The importance of the study is that many graphic designers or people who do design work, especially with prompt writing, use DALL-E 3, Midjourney, NightCafe, GetIMG, etc., which are applications that create images with productive artificial intelligence, instead of programs and stock sites. Visuals can be created using applications. When the literature was examined within the scope of the study, no academic study was found on the use of productive artificial intelligence-supported visual creation tools in the graphic design industry. This

[1] *Assoc. Prof. Dr., İstanbul Medipol University, Department of Media and Visual Arts, Media and Visual Arts Pr., ieken@medipol.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0401-8545.*



situation creates the idea that the study will contribute to the literature as an original study. It is thought that there may be significant changes in the working methods of designers, especially with the increase in such applications. The possible results of the study will help us better understand graphic designers' interest in artificial intelligence-supported visual creation tools and the role of these tools in the design process. These results are thought to make an important contribution to future design education and industrial applications.

Keywords: *Graphic design, prompt, generative artificial intelligence.*

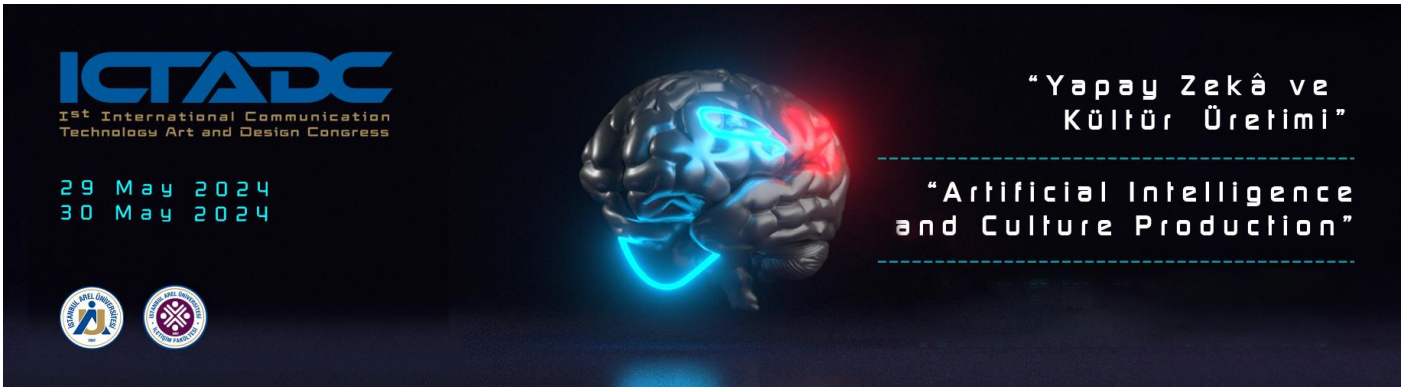
PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE YAPAY ZEKÂ KULLANIMI VE ETİK BOYUTLARI

Korhan MAVNACIOĞLU[1]

ÖZ

Pazarlama iletişimi, hizmet verdiği sektörlerin barındırdığı rekabet koşulları nedeniyle güncel gelişmeleri sürekli takip etmek zorunda olan bir disiplindir. Markaların rekabet düzeyini yükseltmesi ve tüketicilerin markaya yönelik algılarını belirlemesi açısından pazarlama iletişimi çalışmalarının yeni iletişim teknolojilerini takip etmesi ve kullanması bir zorunluluktur. Günümüz tüketicilerinin de teknolojik gelişmeleri yakından takip ettiği göz önüne alındığında markaların da hem tüketicilere örnek olmak hem de tüketicilerin ilgisini çekmek adına teknoloji kullanımında aktif ve öncü olması gerekmektedir. Teknolojik gelişmelerin hem geleneksel medyada hem de sosyal mecralarda sık sık gündemde olması tüketicilerde de bu teknolojilere bir farkındalık oluşturmaktadır. Hem dünyada hem de ülkemizde internet ve mobil penetrasyonun artmaya başlaması sonucu tüketiciler, yeni iletişim teknolojilerinin ürünü olan; aplikasyonları, sosyal mecraları, bulut bilişimi, NFTleri, metaverse platformunu, arttırılmış gerçeklik uygulamalarını ve son olarak yapay zekâ uygulamaları hakkında bilgi sahibi olmuş ve bu teknolojik uygulamaları kullanmaya başlamışlardır. Markalar, yavaş yavaş bu teknolojiye adapte olan tüketicilerin karşısına bu teknolojileri etkin ve verimli bir şekilde kullanarak çıkmayı amaçlamaktadırlar. Yapay zekâ uygulamalarının iş dünyasında yoğun olarak kullanılmaya başlanmasıyla birlikte pazarlama iletişimi sektörü başta reklamcılık olmak üzere çalışmalarında, kampanyalarında yapay zekadan yoğun bir şekilde faydalanmaya başlamıştır. Kreatif çalışmaların dahi yapay zekâ desteğiyle yapılması, pazarlama iletişimi

[1] *Doç. Dr., İstanbul Medipol Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcilik Bölümü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Pr., korhan@medipol.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7204-3945.*



sektöründe hem istihdamın geleceği hem de etik sınırların ihlali noktasında tartışmaları beraberinde getirmiştir. Pazarlama iletişimi sektör çalışanlarının uyması gereken etik kodların henüz belli olmaması, yapay zekâ uygulaması geliştiren firmaların etik özdenetim kodlarının tam oluşmaması, tüketicilerin etik ihlalleri ayırt etme noktasında yapay zekâ okuryazarlık düzeylerinin henüz istenen seviyede olmaması karşımıza ciddi bir sorun olarak çıkmaktadır. Çalışma kapsamında, pazarlama iletişiminde yapay zekâ kullanımın etik boyutları literatür taraması ve örnek olay incelemesi gerçekleştirilerek incelenmiştir. Çalışma sonucunda pazarlama iletişimi sektörüne yönelik yapay zekâ etik kodlarının neler olması gerektiği ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, pazarlama iletişimi, reklamcılık, etik, etik kodlar.*

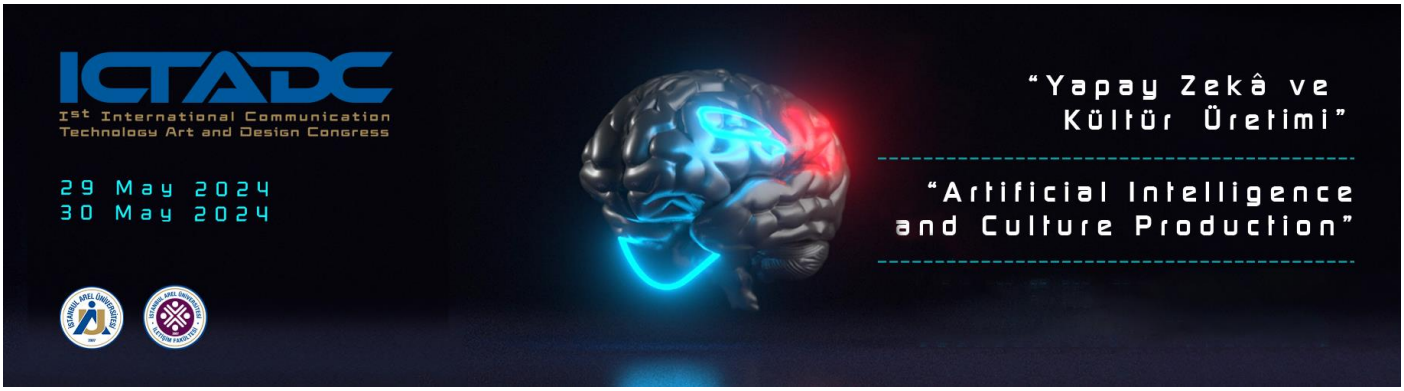
TASARIM FAKÜLTELERİNDE YAPAY ZEKÂ İLE TASARIM ÖĞRETİMİNİN MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI BÖLÜMÜ YAPAY ZEKÂ İLE MEDYA TASARIMI DERSİ VAKASI ÜZERİNDEN ANALİZİ

Akgün TOKATLI[1]

ÖZ

Tasarım fakültelerinde yapay zekâ ile tasarım öğretiminin Medipol Üniversitesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü'nde verilen 'Yapay Zekâ ile Medya Tasarımı' dersi vakası üzerinden analizini yapan bu bildiride, ders içeriği, öğrenci deneyimleri ve yapay zekâ ile içerik üretimi süreci çerçevesinde ele alınmıştır. Dersin içeriği, yapay zekâ (YZ) konusunda genel bilgi, medya dosyaları ile yapay zekâ ilişkisi, insan ve makine öğrenimi benzerlikleri, prompt engineering ve diğer önemli kavramları içermektedir. Ayrıca, yapay zekâ ile fotoğraf, video, ses ve metin üretimi gibi uygulamalar da detaylı bir şekilde aktarılmaktadır. Öğrencilerin ders hakkındaki deneyimlerini ölçmek amacıyla uygulanan anket, öğrencilerin ders öncesi yapay zekâ ile içerik üretimi konusundaki bilgi seviyelerini, ilgi alanlarını, ders içeriğini anlama düzeylerini, atölye çalışmalarının etkinliğini ve yapay zekâ konusundaki yetkinliklerini değerlendirmekte ve yapay zekânın içerik üretiminin hangi aşamalarında daha faydalı olacağına dair öğrenci görüşleri ve geleneksel içerik üretimi ile yapay zekâ destekli içerik üretimi arasındaki farklar da incelenmektedir. Ayrıca çıkan anket sonuçları doğrultusunda hem dersi veren öğretim üyesi ve benzer dersleri veren öğretim üyeleri hem de dersi alan ve yapay zekâyı kullanan tasarım öğrencileri ile yapılan derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Araştırmada, ankete verilen yanıtlar doğrultusunda, öğrencilerin yapay zekâ ile içerik üretimi konusunda bilgi düzeylerinin arttığı ve dersin

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Medipol Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlik Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, Görsel İletişim Tasarımı Pr., akguntokatli@gmail.com , ORCID: 0000-0002-9713-4034.*



içeriğinin genel olarak anlaşılabilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, her 7 öğrenciden 6'sının yapay zekâ araçlarını kendi projelerinde kullanmayı düşündükleri ya da kullandıkları belirlenmiştir.

Öğrenciler yapay zekâ ile üretimi geleneksel yöntemlere göre daha verimli ve özgün, çok daha hızlı, ekonomik, esnek ve kapsayıcı olduğunu düşünürken, çok daha az güvenilir bulmaktadır. Anket bulguları doğrultusunda yapılan derinlemesine görüşmelerde medya üretimi yanında tasarım probleminin rafine edilmesi, problem ve problemden etkilenen personalar doğrultusunda hangi medyanın hangi içerikle üretilmesi gerektiği gibi tasarım araştırması ve karar süreçlerinde yapay zekânın bir karar destek aracı olarak nasıl kullanılabileceği konusunda ders içeriğinin desteklenmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. Özelikle test, dağıtım, yayınlama ve yayın sonrası için takip ve analiz konularında YZ'nın kullanılabileceğinin öğrenciler tarafından hiç düşünülmemesi önemlidir. Çalışma, tasarım sürecinde kararların yapay zekaya promptlar yoluyla devredilmesinin öğrenciler için stereotipleşme, önyargı, etik sorunları, hak ihlalleri ve özgünlüğün kaybı gibi güven sorunlarını beraberinde getirebildiğini göstermektedir. Bunun için yapay zekâ ilişkili derslere, eleştirel düşünme, bilimsel araştırma ve testlerin daha yoğun bir şekilde dahil edilmesi gereği değerlendirilmelidir.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, tasarım eğitimi, içerik üretimi, ders tasarımı, yapay zekâ ile tasarım problemleri.*

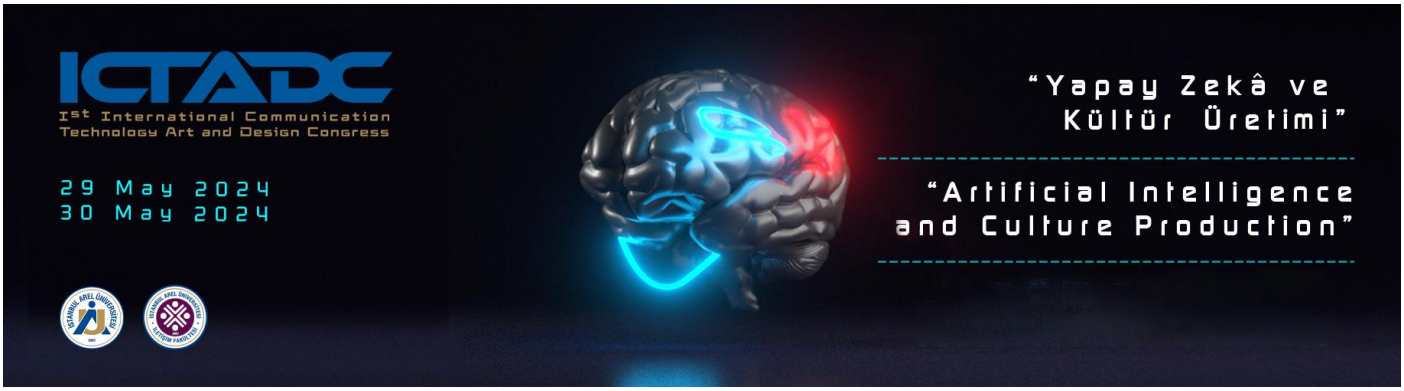
ANALYSIS OF TEACHING DESIGN WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN DESIGN FACULTIES THROUGH THE CASE OF MEDİPOL UNİVERSITY VISUAL COMMUNICATION DESIGN DEPARTMENT MEDIA DESIGN COURSE WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Akgün TOKATLI[1]

ABSTRACT

This paper analyses the teaching of design with artificial intelligence in design faculties through the case of the course 'Media Design with Artificial Intelligence' offered at Medipol University, Department of Visual Communication Design. The course content includes general information about artificial intelligence, the relationship between media files and artificial intelligence, similarities between human and machine learning, prompt engineering and other key concepts. In addition, applications such as photo, video, audio and text generation with artificial intelligence are also explained in detail. A survey was conducted to measure the students' experience of the course, assessing their pre-course knowledge of AI content production, interests, level of understanding of the course content, effectiveness of the workshop activities, and skills in AI. It also explored students' opinions on which stages of content production would benefit more from AI, and the differences between traditional and AI-based content production. Following the survey results, in-depth interviews were conducted with both the lecturer teaching the course and lecturers teaching similar courses, as well as design students who had taken the course and used artificial intelligence. The results of the research show that students' knowledge of creating content with artificial intelligence has increased and that the course content is generally understandable. It was also found that six out of seven students are considering or have used artificial intelligence tools in their projects. While students think that production with artificial intelligence is more efficient and original, much faster, economical, flexible and inclusive than traditional methods, they find it much less reliable. The in-depth interviews based on the survey results revealed a need to support the course content with design research and decision-making processes, including refining the design problem, determining which media should be produced with which

[1] *Assist. Prof. Dr., Medipol University, Faculty of Fine Arts Design and Architecture, Department of Visual Communication Design, Visual Communication Design Pr., akguntokatli@gmail.com , ORCID: 0000-0002-9713-4034.*



content according to the problem and the people affected by the problem. In particular, students' lack of consideration of the use of AI in testing, distribution, publication and post-publication monitoring and analysis is striking. The study shows that the transfer of decisions in the design process to artificial intelligence through prompts can raise issues for students such as stereotyping, prejudice, ethical problems, rights violations and loss of originality. Therefore, it is suggested that critical thinking, scientific research and testing should be more fully integrated into AI courses.

Keywords: *Artificial Intelligence, Design Education, Content generation, Course design, Design problems with artificial intelligence.*

DİJİTAL SANATLARI SINIFLANDIRMAK ÜZERİNE BİR TARTIŞMA

Tolga TELLAN[1]

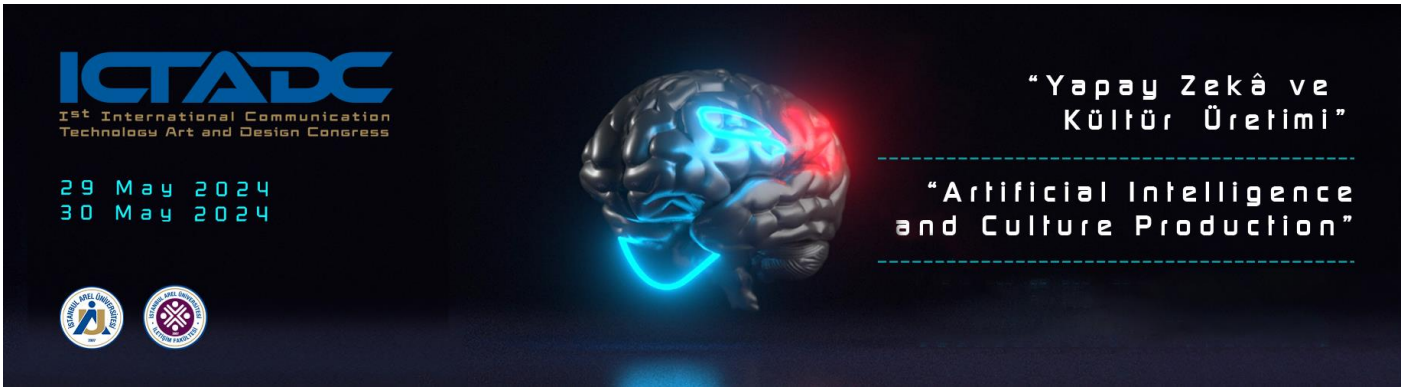
ÖZ

Yaygın kanaatin aksine dijital sanatlar, üretim, aktarım, kayıtlama ve depolama süreçlerinde sayısal teknolojilerin kullandığı bir sanat türü olmanın ötesinde, eserin düşünümünden yok oluşuna değin sayısal kodlara göre dizayn edildiği bir sanat biçimidir. Bilgisayar sanatı, video sanatı, yeni medya sanatı, yazılım sanatı, sanal sanat, interaktif sanat, multimedya sanatı, internet sanatı ve kripto sanat gibi farklı teknolojik ortamlar üzerinden isimlendirilmekle birlikte, dijital sanat, sanatçı ile sanatseverin -üreticiler ile tüketicilerin- eser üzerinden karşılıklı olarak etkileşim kurabildiği, zamansallığa vurgunun esas alındığı ve eserin sayısal düzlemde kodlanabildiği fiziki ya da zihinsel tasarımlardır. Dijital sanatların iki, üç ve çok boyutlu uygulamalarının içerik, çıktı-ürün ve paylaşım düzeyinde ifade edilmesi, bir taraftan medya ile olan bağlarını esas alan diğer taraftan da plastik sanatların türevleri şeklinde somutlaşmasını sağlayan sınıflandırmaları karşımıza çıkarmaktadır. Çalışma kapsamında teknoloji tabanlı platformların gelişimine bağlı olarak çeşitlenen dijital sanatların, algoritmalar ve plastik sanatlar bağlamlarında sınıflandırılması tartışmaya açılmıştır. Dijital sanatların sınıflandırılması, eserlerin mülkiyeti, halka açık içeriklerin nasıl kullanılacağı ve sayısal ekosistemlerin hangi yönde gelişeceği konularının belirginleştirilmesi bakımından büyük önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Sınıflandırma, algoritmalar, plastik sanatlar, sayısal ekosistem.*

---

[1] *Sosyolog, Ankara İl Sağlık Müdürlüğü, ttellan@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3697-7943.*



A DISCUSSION ON CLASSIFYING DIGITAL ARTS

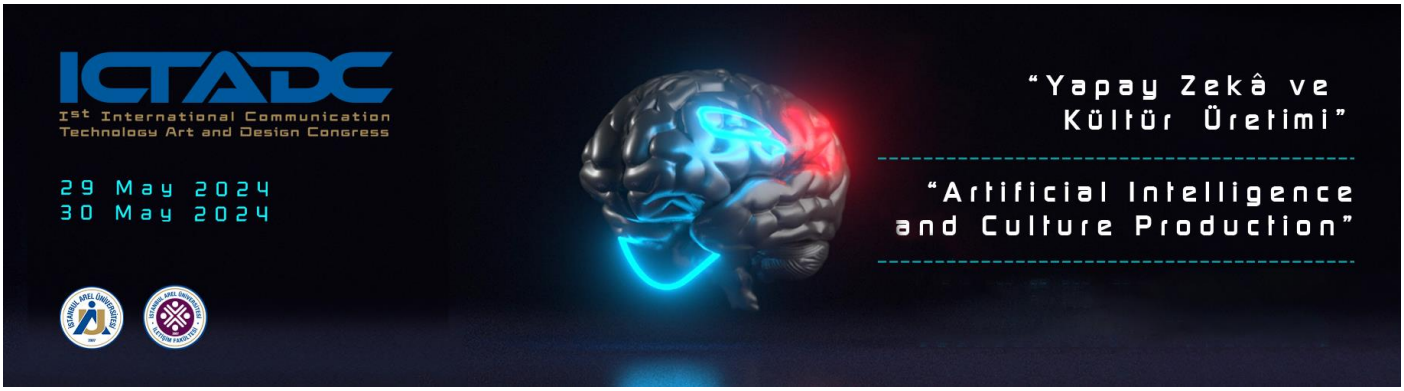
Tolga TELLAN[1]

ABSTRACT

Contrary to popular belief, digital arts is not only a type of art that uses digital technologies in the processes of production, transmission, recording and storage, but also a form of art in which the work is designed according to digital codes from its conception to its destruction. Although it is named through different technological media such as computer art, video art, new media art, software art, virtual art, interactive art, multimedia art, internet art and crypto art, digital art is the physical or mental designs in which the artist and the art lover - producers and consumers - can interact mutually through the work, where the emphasis on temporality is based and the work can be coded on the digital coded. The expression of two, three and multi-dimensional applications of digital arts at the level of content, output-product and sharing reveals classifications that, on the one hand, are based on their ties with the media, and on the other hand, enable them to materialize as derivatives of plastic arts. Within the scope of the study, the classification of digital arts, which have diversified due to the development of technology-based platforms, in the contexts of algorithms and plastic arts has been opened to discussion. The classification of digital arts is of great importance in terms of determining the ownership of works, how public content will be used and in which direction digital ecosystems will develop.

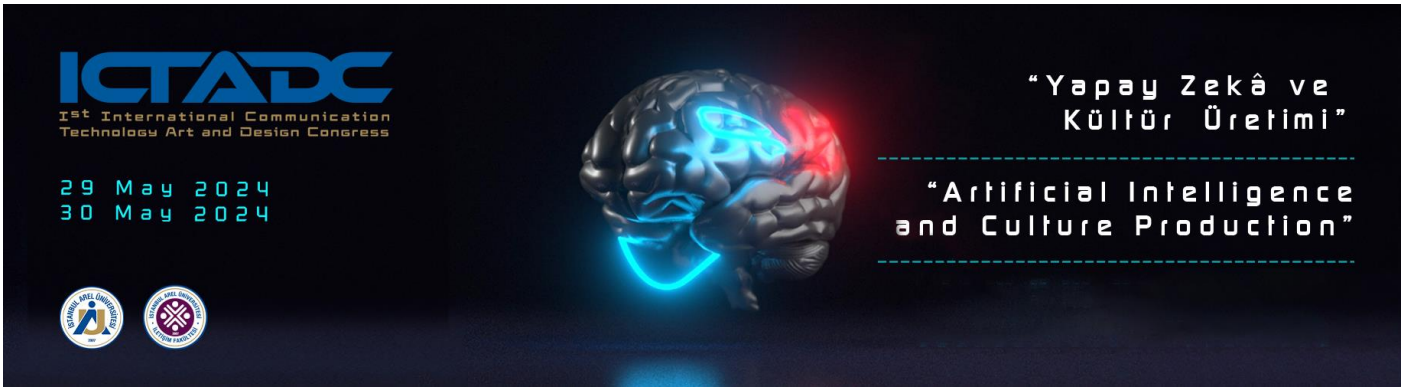
Keywords: *Classification, algorithms, plastic arts, digital ecosystem.*

[1] *Sociologist, Ankara Provincial Health Directorate, ttellan@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3697-7943.*



"YAPAY ZEKÂ VE GÖRSEL İLETİŞİMDE ENFORMASYONUN ESTETİK DÖNÜŞÜMÜ"

" ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND THE AESTHETIC TRANSFORMATION OF INFORMATION IN VISUAL COMMUNICATION"



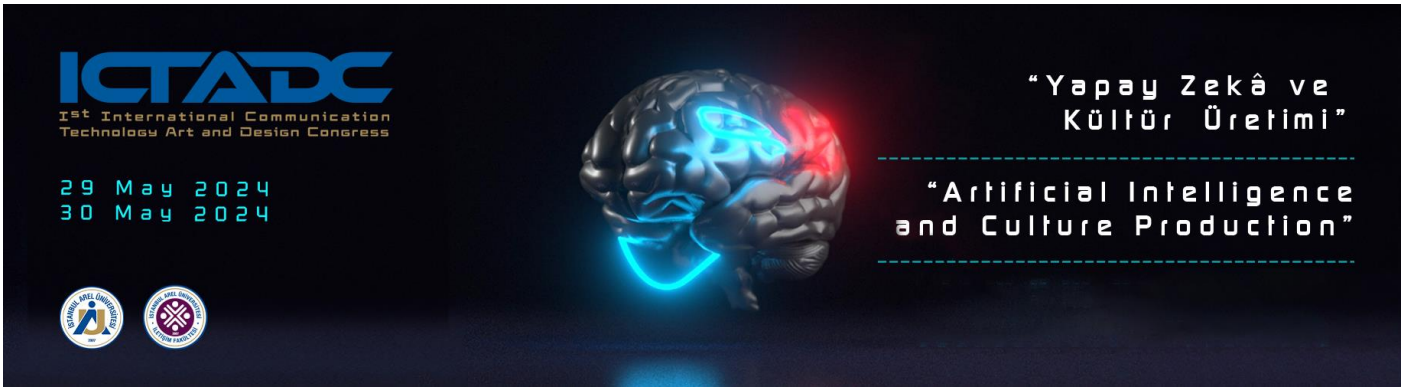
VSTITCHER BROWZWEAR PROGRAMI İLE CLO 3D TASARIM PROGRAMLARININ GERÇEK ÜRÜN PROTOTİPLERİ İLE KIYASLANMASI

Şeyma CANKAYA[1] - Esma BÜKME[2]- Ayşe Nuriye İŞGÖREN[3]

ÖZ

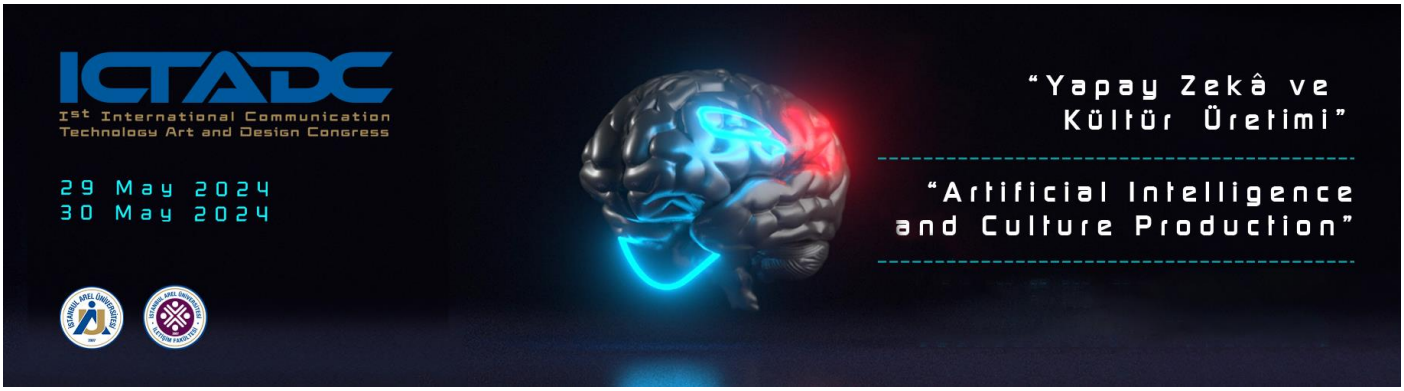
Tekstil ve moda sektörü günümüzde geleneksel yöntemlerin çok ötesine geçmiştir. Sürdürülebilirliğin etkisiyle moda endüstrisindeki teknolojik gelişmeler yeni tasarım süreçlerini, biçimsel sunumlarını ve üretim biçimlerini ortaya çıkarmıştır. Günümüzde geleneksel el işçiliği ve tasarım yöntemlerinin yerini 3D Bilgisayar Destekli Tasarım (CAD) sistemleri gibi modern dijital dönüşüm araçları almıştır. 3D CAD sistemleri, tasarım süreçlerinde ortaya çıkabilecek potansiyel problemleri minimize etmek ve doğru ürünü kolaylıkla elde etmek için kullanılmaktadır. Bu sistemler, moda ürünlerinin tasarlanmasından üretimine kadar tüm süreçlerde önemli avantajlar sunmaktadır. Moda endüstrisi, 3D CAD sistemleri aracılığıyla daha doğru ve daha hızlı giysi tasarımlarını üretmeyi hedeflemektedir. Moda endüstrisinin önemli aktörlerinden olan CLO 3D ve VStitcher Browzwear programları gerçeğe en yakın 3D ürün prototiplerini oluşturmaktadır. Bu programlar aracılığı ile kumaş kolaylıkla drape edilebilmekte; renk, desen gibi detayları içeren

[1] 3D ve Grafik *Tasarımcı, Talu Tekstil, seymacankaya@taluteks.com, ORCID: 0009-0002-5152-3816.*
[2] *3D Tasarımcı, Talu Tekstil, esmabukme@taluteks.comi, ORCID: 0009-0006-2815-1419.*
[3] *Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Tasarım Bölümü, Moda Tasarımı Pr., nisgoren@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8184-0498.*



modeller oluşturulabilmektedir. Bu sayede tasarımcıların yaratıcılıklarındaki sınırlar kalkarken tasarımların müşterilere sunulması, geri bildirimler alınması ve tasarımlarda değişikliklerin yapılabilmesi oldukça hızlı bir şekilde tamamlanabilmektedir. Böylece müşteri memnuniyetinin artmasına ve daha isabetli ürünler geliştirilmesine katkıda bulunulmaktadır. Ürünlerin nasıl görüneceğinin dijital olarak önceden elde edilebilir olması, gereksiz numune üretimini ortadan kaldırılmaktadır. Bu durum sürdürülebilirlik ve kalkınma hedeflerinin 7. (erişilebilir ve temiz enerji), 12. (sorumlu üretim ve tüketim) ve 17. maddeleri (amaçlar için ortaklıklar) ile örtüşmektedir. Tasarımcılar, 3D tasarım programları aracılığı ile ürünlerini dijital ortamda oluşturabildikleri gibi prototiplerinin giysi performans testlerini, sanal ortamda yapay zekâ ile üretilmiş avatarlar üzerinde yapılmasını sağlayabilmektedirler. Giysiyi oluşturan kumaşların ve desenlerin de yapay zekâ aracılığı ile üretilebilir olması fiziksel olarak birçok prototipin üretilme ihtiyacını azaltarak, malzeme ve kaynak kullanımını optimize etmektedir. Dolayısıyla, sürdürülebilir moda endüstrisine yönelik bu tür dijital araçlar, çevresel etkiyi azaltmaya ve kaynakları daha verimli kullanmaya yardımcı olmaktadır. Fiziksel prototiplerin ortadan kaldırılması, üretim süreçlerindeki zaman ve maliyetin azaltılması açısından da önemlidir. Tüm bunların ürün verimliliğinden başlayan zaman, rekabet avantajı ve kârlılıkla devam eden faydaları işletmelere oldukça önemli kazançlar sağlarken tasarımcıların ürünlerini daha gerçekçi bir şekilde görselleştirmelerine ve müşterilerine sunmalarına olanak tanımaktadır. Tekstil ürünleri üretiminde, kesim ve dikim aşamalarında ortaya çıkabilecek potansiyel sorunları önceden belirlemek, üretim sürecini daha verimli hale getirmeye yardımcı olmaktadır. Bu tür programlar, tasarımcılara ve üreticilere, ürünlerin üretim aşamalarını daha iyi planlamalarına olanak tanımaktadır. Bu çalışmada CLO 3D ve VStitcher Browzwear sistemleri karşılaştırılmaktadır. Karşılaştırma iki şekilde gerçekleşmektedir. İlk olarak ürünlerin gerçek görüntüleri ile dijital prototipleri kıyaslanmakta, ikinci aşamada da farklı kriterlerde her iki programdan elde edilen veriler karşılaştırılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *3D Tasarım, dijital dönüşüm, giysi tasarımı, sürdürülebilirlik, yenilikçilik.*



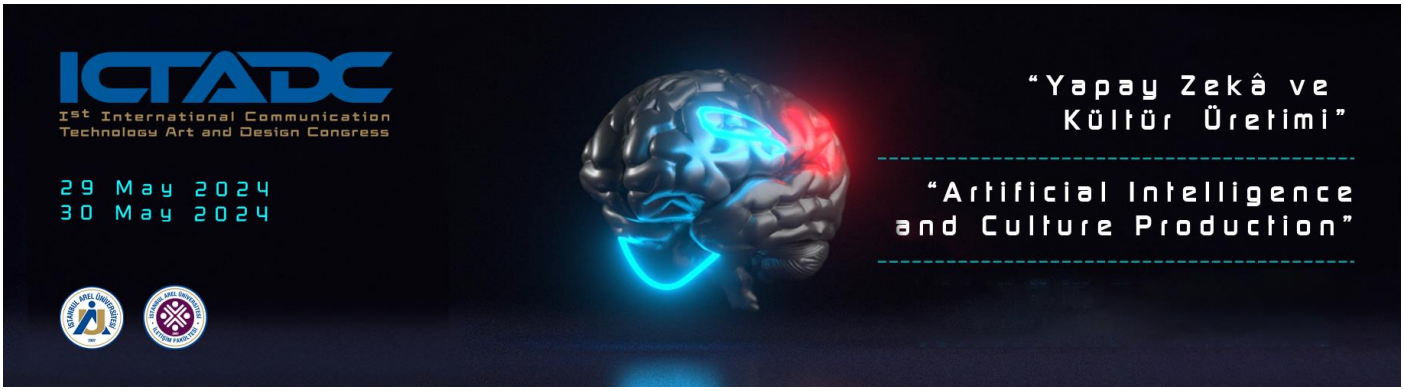
COMPARISON OF VSTITCHER BROWZWEAR PROGRAM AND CLO 3D DESIGN PROGRAMS WITH REAL PRODUCT PROTOTYPES

Şeyma CANKAYA[1] - Esma BÜKME[2]- Ayşe Nuriye İŞGÖREN[3]

ABSTRACT

Today, the textile and fashion industry has gone far beyond traditional methods. With the effect of sustainability, technological developments in the fashion industry have revealed new design processes, formal presentations and production styles. Today, traditional handcrafting and design methods have been replaced by modern digital transformation tools such as 3D Computer Aided Design (CAD) systems. 3D CAD systems are used to minimize potential problems that may arise in design processes and to easily obtain the right product. These systems offer significant advantages in all processes from design to production of fashion products. The fashion industry aims to produce more accurate and faster garment designs through 3D CAD systems. CLO 3D and VStitcher Browzwear programs, which are important actors in the fashion industry, create the closest 3D product prototypes to reality. Through these programs, the fabric can be easily draped; Models containing details such as color and pattern can be created. In this way, while the limits of the designers' creativity are removed, the presentation of the designs to the customers, the feedback and the changes in the designs can be completed very quickly. Thus, it contributes to the increase of customer satisfaction and the development of more accurate products. The fact that how the products will look is digitally pre-obtainable eliminates unnecessary sample production. This coincides with Articles 7 (affordable and clean energy), 12 (responsible production and consumption) and 17 (partnerships for the goals) of the sustainability

[1] *3D and Graphic Designer, Talu Textile, seymacankaya@taluteks.com, ORCID: 0009-0002-5152-3816.*
[2] *3D Designer, Talu Textile, esmabukme@taluteks.com, ORCID: 0009-0006-2815-1419.*
[3] *Prof. Dr., Marmara University, Vocational School of Technical Sciences, Department of Design, Fashion Design Pr., nisgoren@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8184-0498.*



and development goals. Designers can create their products in the digital environment through 3D design programs, as well as ensure that the clothing performance tests of their prototypes are carried out on avatars produced with artificial intelligence in a virtual environment. The fact that the fabrics and patterns that make up the garment can also be produced through artificial intelligence reduces the need to physically produce many prototypes and optimizes the use of materials and resources. Therefore, such digital tools for the sustainable fashion industry help to reduce environmental impact and use resources more efficiently. The elimination of physical prototypes is also important in terms of reducing time and cost in production processes. The benefits of all these, starting with product efficiency and continuing with time, competitive advantage and profitability, provide businesses with significant gains, while allowing designers to visualize their products more realistically and present them to their customers. In the production of textile products, identifying potential problems that may arise during the cutting and sewing stages helps to make the production process more efficient. Such programs allow designers and manufacturers to better plan the production stages of products. In this study, CLO 3D and VStitcher Browzwear systems are compared. The comparison takes place in two ways. First, the real images of the products are compared with their digital prototypes, and in the second stage, the data obtained from both programs are compared with different criteria.

Keywords: *3D Design, digital transformation, garment design, sustainability, innovation*

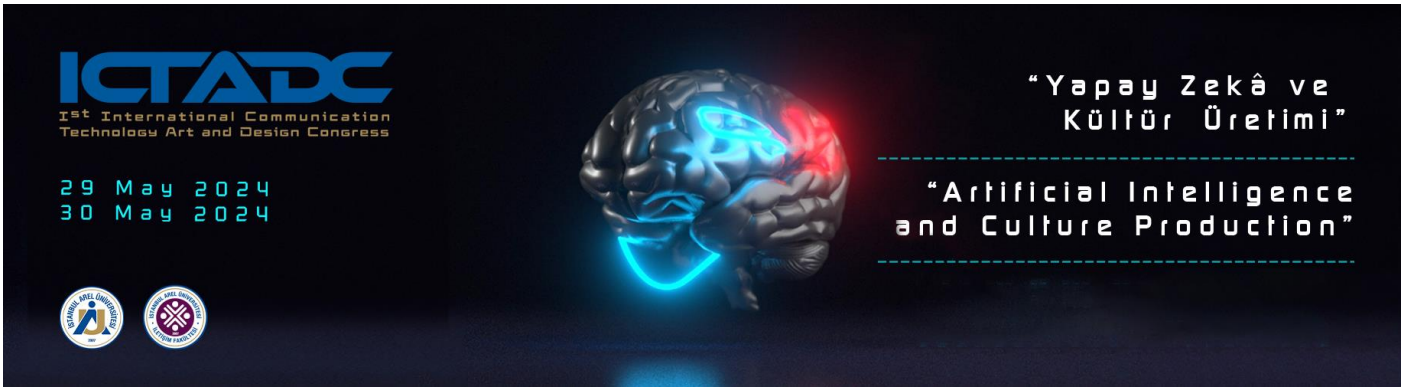
MÜZE MEKÂNLARINDA YAPAY ZEKÂ, DİJİTAL SERGİLEMELER VE İNTERAKTİF UYGULAMARIN İRDELEMESİ

Hülya YAVUZ ÖDEN[1]

ÖZ

Müzeler, toplumsal hafızanın korunduğu, sorgulayan ve sorgulatan mekânlar olarak öne çıkmakta, aynı zamanda insanların merak duygusunu da arttırmayı hedeflemektedir. Teknoloji ile müzenin ziyaretçiler üzerindeki etkileri de daha geniş bilgileri kapsaması bakımından artmıştır. Modern müzecilik ile kiosk ve bilgilendirme araçları, yönlendirme ve sergileme elemanları dijitalleşmiştir. Müze mekânlarında sergileme elemanlarının dijitalleşmesi ve interaktif hale gelmesi, oyun ve deneyimleme olanaklarının arttırılması ile müzeler kullanıcıyı da sergileme sürecine dahil etmeye başlamıştır. Müze mekânlarında bu sayede yeni neslin dijital imkânları etkin halde kullanması ile dokunmatik ekranların kullanımı artmış, video ve ses içeren sunumlara yer verilmiş ve dijital sergileme sistemleri müzelere dahil edilmiştir. Müze mekânlarında tasarımın bütünlüğünü oluşturan renk ve doku, malzeme gibi elemanların yanında dijital tasarımlar da uygulanan yaygın yöntemlerden olmuştur. Bu bilgi iletişim teknolojileri ile çağdaş müzelerde kapsayıcı, eğlenerek öğrenmeyi destekleyen ve ziyaretçilerden eş zamanlı veri alınması ile gelişimi de hedefleyen mekanlar karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanında arttırılmış gerçeklik teknolojisi ve dijital görsellerin aracılığı ile akılda kalıcı alternatif sunumlar kullanılmaktadır. Yapay zekâ ya da diğer bir deyişle "AI", çevremizde kullanılmakta olan güçlü bir araçtır.

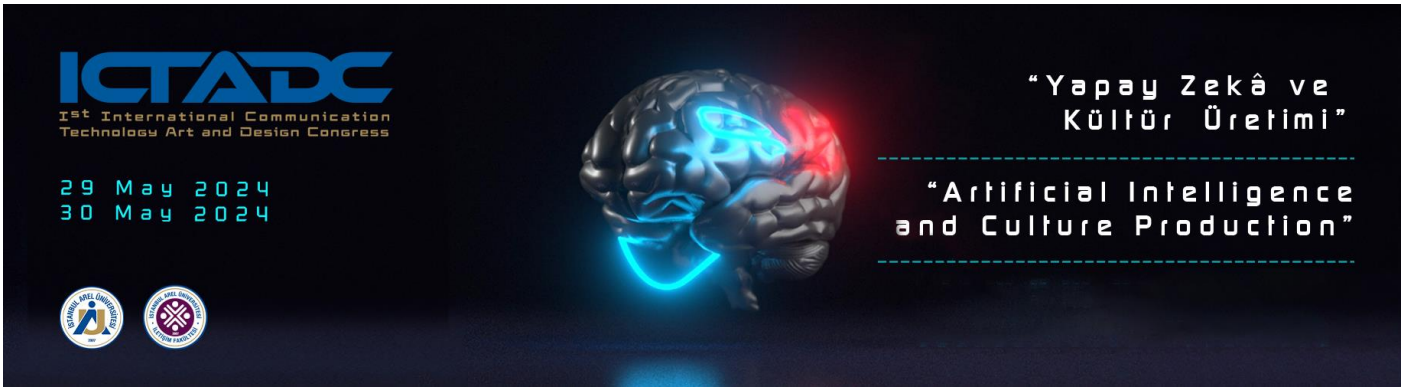
[1] *Doç. Dr., Yalova Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, hulya.oden@yalova.edu.tr , ORCID: 0000-0002-5598-8162*



Yapay zekâ, müzelerde ziyaretçi davranışlarını incelemek, koleksiyonları geliştirmek ve bunun yanında farklı işlevlerle kullanılmaktadır. Yapay zekâ çalışmaları artmakta ve müze endüstrisi de bunu dikkate almaktadır. Yapay zekâ insanlar farkına varmadan hayatına girmekte ve onu günlük hayatta temel görevler için kullanmaya devam etmektedir. İnsanlar ürün satın alma, bir yere ulaşma gibi tüm eylemlerde yapay zekayı kullanmaktadır. Söz konusu müze mekânları olduğunda, yapay zekâ ziyaretçi deneyiminden sahne arkasına kadar geniş bir yelpazeye dahil edilebilmekte ve teknoloji birçok şekilde karşımıza çıkabilmektedir. Bu tür dijital deneyim sunan müzeler, klasik müzecilikte olan sınırların kalktığı tüm yaş gruplarından kullanıcının erişebildiği, dokunma ve dahil olma gibi isteklerin gerçekleştiği etkinlikler sunmaktadır. Günümüzde ise müzeler fiziki yapısını sürdürmekte, bunun yanında daha fazla ziyaretçi kitlesi ile hizmete devam etmeyi hedeflemektedir. Bu anlamda koleksiyonların yeni ifade biçimleri, koleksiyonların dijital kopyalarının oluşturulması ile ziyaretçilerin deneyimlerini geliştirme beklentisindedir. Çalışma kapsamında Türkiye'de yer alan dijital sergileme elemanlarının ve yapay zekânın uygulandığı müzelere yer verilecektir. Kullanıcı ile olan ilişkileri bağlamında tasarımların incelemesi yapılacaktır. Bu çalışmada literatür taraması ile müze mekânlarında dijitalleşme süreci ele alınacak ve günümüzde sıkça görülmekte olan oyunlaştırma örneklerine de yer verilecektir.

Tekfur Sarayı Müzesi, İstanbul Sinema Müzesi yapılarında uygulanan dijital sergilemeler de kullanıcının etkin şekilde yalnızca izleyici olmaktan çıkıp sürecin bir parçası olabilmesi anlamında deneyimler sunmaktadır. İncelenen bu müze örnekleri hibrit müze tanımına girmektedir ve hibrit müzelerde fiziksel nesnelerin yanında eğlenerek öğrenmeyi de sunan dijital sunumlar yer almaktadır. Dijital sunumların yer aldığı müzelerde ilgi çekici olması, sürükleyici ve kolay kullanılabilirlik ile etkileşimin sağlanması için çözümler aranmaktadır. Bu çalışma öncelikle mevcutta bulunan dijital sergileme elemanlarının yer aldığı sergilemeleri tanıtmakta ve bu konuda uygulanmış tasarımları incelemektedir. Çalışmanın kapsamında olan yeni örnek uygulamalar mekân kurgusu teknolojik sergilemeler fiziksel mekân ile dijital sergilemeler anlamında incelenmiştir. Sonuç olarak çalışmada incelenen müzelerde hafızalardaki nesnelerin günümüz nesline aktarımının söz konusu olduğu müze tasarımları incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Dijital kültür, iç mekân tasarımı, müze.*



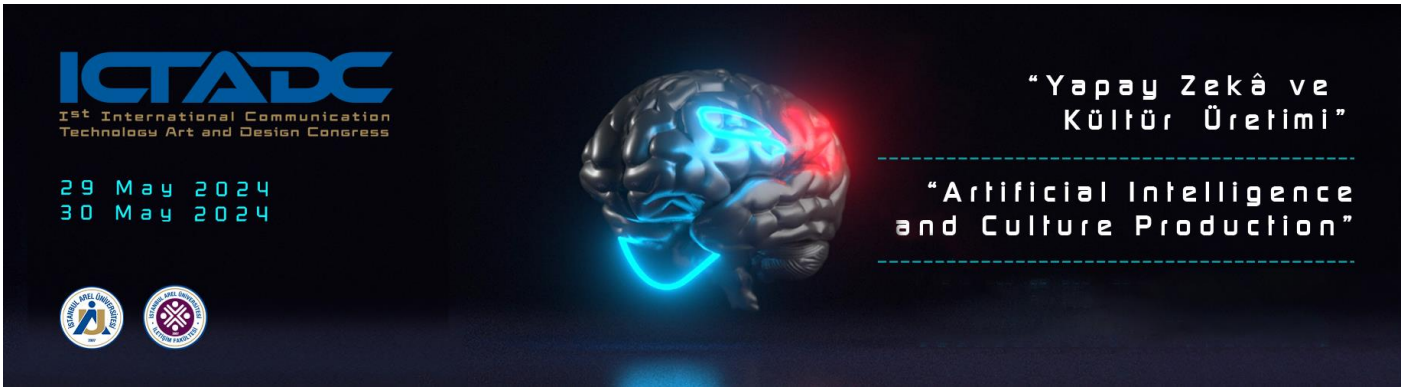
ARTIFICIAL INTELLIGENCE, DIGITAL EXHIBITIONS, AND INTERACTIVE APPLICATIONS IN MUSEUM PLACES

Hülya YAVUZ ÖDEN[1]

ABSTRACT

Museums are places where social memory is preserved, questioning and questioning, and at the same time aim to increase people's sense of curiosity. With technological advances, the effects of museums on visitors have also increased in terms of covering a wider range of information. With modern museology, kiosks and information tools, orientation and display elements have been digitalized. Museums have started to include the user in the exhibition process with the digitalization and interaction of exhibition elements in museum spaces, as well as increasing the possibilities of games and experimentation. In this way, the use of digital facilities by the new generations in museum spaces has increased with the effective use of touch screens, video, and audio presentations have been included and digital exhibition systems have been included in museums. In museum spaces, in parallel to elements such as color, texture, and material that make up the integrity of the design, digital designs have also become a common method. With these communication technologies, contemporary museums offer inclusive spaces, support learning by having fun, and aim for development by receiving data from visitors in real-time. In addition, alternative presentations that are memorable through augmented reality technology and digital visuals are used. Artificial Intelligence, or "AI", is a strong tool that is being used in our surroundings. Artificial intelligence is used in museums to study visitor behavior, improve collections, and other functions. The research on artificial intelligence is on the rise and the museum industry is taking note. Artificial Intelligence enters people's lives without them realizing it and they continue to use it for basic tasks in daily life. People use AI in all actions such as purchasing products and transportation. When it comes to museum spaces, AI can be incorporated into a wide range of areas, from visitor experiences to behind-the-scenes, and technology can come in many forms. Museums that offer this kind of digital experience offer events where the limits of classical museology are

[1] *Assoc. Prof. Dr., Yalova University, Faculty of Art ve Design, Department of Interior Architecture, hulya.oden@yalova.edu.tr , ORCID: 0000-0002-5598-8162*



removed, where users of all age groups can access, touch, and be involved. Today, museums maintain their physical structure and aim to continue their services with more visitors. In this sense, new forms of expression of collections are expected to improve visitors' experience through the creation of digital copies of collections. Within the context of the study, the museums in Türkiye where digital exhibition elements and artificial intelligence are applied will be included. The designs will be analyzed in the context of their relationship with the user. In this study, the process of digitalization in museum spaces will be discussed through a literature review and examples of gamification, which are frequently seen today, will also be included. The digital exhibits applied in Tekfur Palace Museum and Istanbul Cinema Museum also offer user experiences in the sense that the user can effectively become a part of the process rather than just a viewer. These museum examples fall under the definition of hybrid museums, and hybrid museums include digital exhibits that offer fun learning as well as physical objects. In museums with digital presentations, solutions are sought to ensure that they are engaging, immersive, easy to use, and easy to interact with. This research first introduces the existing exhibitions with digital exhibition elements and examines the designs that have been applied in this field. New example applications within the scope of the study are analyzed in terms of spatial organization, technological exhibitions, and physical space digital exhibitions. As a result, the study examines museum designs in which the objects in memory are transferred to the present generation in the museums examined in the study.

Keywords: *Digital culture, interior design, museum.*

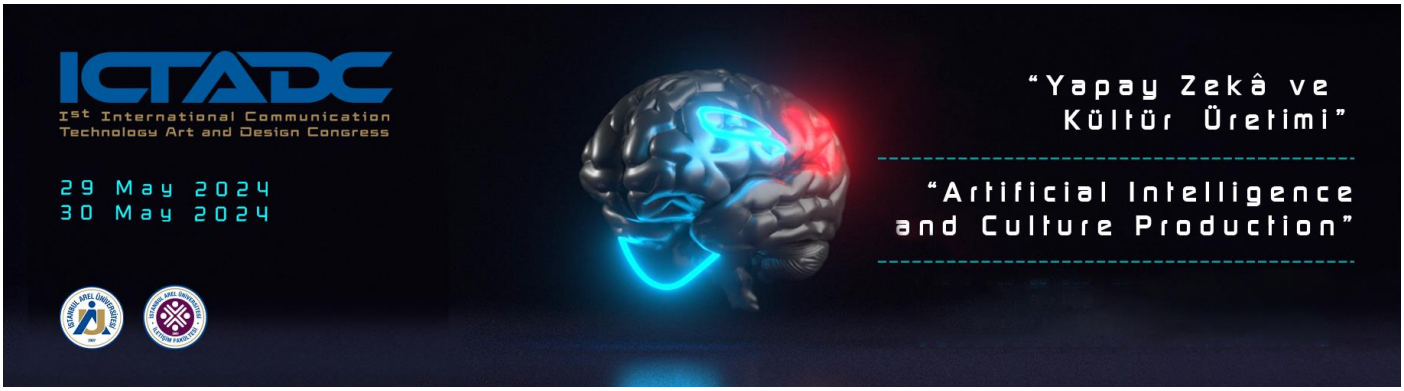
YAPAY ZEKÂ VE ÇİZGİ ROMAN

Ozan KÜÇÜKUSTA[1] - Burhan ŞOHOĞLU[2]

ÖZ

Çizgi roman, birbirini ardıl biçimde takip eden resimli karelerle hikâye anlatılan ve çoğu zaman metin anlatısıyla da desteklenen bir sanat dalıdır. Bir başka deyişle kâğıt üzeri sineması olarak da adlandırılan çizgi roman, orijinal formunu bulmaya başladığı 19. yüzyılın sonlarından günümüze kadar milyonlarca kişiyi kendine çeken popüler bir kültür ve eğlence aracı haline gelmiştir. Çizgi romanlara ait süper kahramanlar, macera, bilim kurgu, fantezi, korku, suç, drama ve daha pek çok türün ve dünya çapında pek çok tarzın bulunması insanlar açısından eğlenceli ve takip edilir bir medya yaratmaktadır. Çizgi romanın kitlelere ulaşma gücü günümüzde yalnızca basılı çizgi romanlar haricinde, çizgi filmler, diziler, sinema filmleri, bilgisayar oyunları, oyuncaklar ve diğer yan ürünleri de kapsayan milyonlarca dolarlık bir sektör haline gelmesine olanak tanımakta ve her geçen gün daha fazla insana ulaşma imkânı vermektedir. Çizgi romanlar ilk çıktıkları dönemlerde klasik olarak üretilmekteyken teknolojinin ilerlemesiyle birlikte özellikle bu yüzyılın başından itibaren dijital olarak da üretilmektedirler. Günümüzde hâlâ klasik olarak üretim yapan çizgi roman sanatçıları olmakla beraber, sektörün hızına yetişmek ve daha kısa sürede daha fazla parça iş üretebilmek için tamamen dijital olarak

[1] *Öğr. Gör. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, ORCID: 0000-0003-1858-3980.*
[2] *Öğr. Gör. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, ORCID: 0000-0002-0746-4153.*



üretilmiş çizgi romanlar daha fazla tercih edilmektedir. Bu bağlamda, henüz sektörü baskılayacak derecede üretilmese bile yapay zekânın da çizgi romanla iş birliği yaptığı çeşitli örnekler okuyucuyla buluşmaya başlamıştır. Bu araştırma, yapay zekâ ve çizgi roman ilişkisini incelemek için yapılmıştır. Geçmişte bir çizgi romanın temel üretim aşamalarını oluşturan senaryo yazımı, eskiz aşaması, çizgileri temize çekme aşaması, boyama aşaması, balonlama ve kaligrafi gibi süreçler pek çok farklı sanatçı tarafından sırayla gerçekleştirilmekte ve ortaya çıkan bitmiş eser çoğunlukla bir kolektif emeğin sonucu olarak gerçekleştirilmişlerdir. Ancak yapay zekâ ile üretilen çizgi romanlar incelendiğinde bu sürecin anlık bir sürece dönüştüğü görülmektedir. Bu anlamda yazılan komutlar aracılığıyla yapay zekânın tek başına gerçekleştirdiği çizgi romanlar ve gerçekten yapay zekânın çizgi roman sektörü için bir potansiyele sahip olup olmadığı bu araştırma aracılığıyla saptanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Çizgi roman, yapay zekâ, komut, tasarım.*

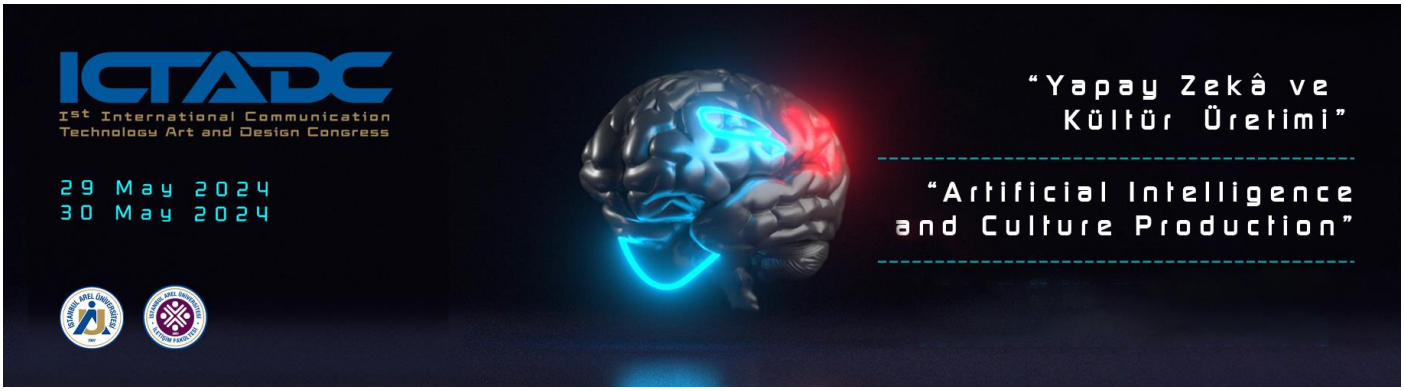
ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND COMICS

Ozan KÜÇÜKUSTA[1] - Burhan ŞOHOĞLU[2]

ABSTRACT

A comic book is an art form that tells a story through sequential illustrated panels, often supported by text narration. Also known as "paper cinema," comic books have evolved into a popular culture and entertainment medium that has attracted millions of people since it began to find its original form in the late 19th century. The appeal of comic books lies in their diverse genres such as superheroes, adventure, science fiction, fantasy, horror, crime, drama, and many more, providing audiences with an entertaining and engaging form of media. The reach of comic books extends beyond printed editions in today's world. It has become a multi-million-dollar industry encompassing not only printed comic books but also cartoons, TV series, movies, video games, toys, and various other merchandise, allowing it to reach an ever-growing audience. While comic books were traditionally produced in a classic manner when they first emerged, the advancement of technology has led to digital production, especially since the beginning of this century. Although there are still comic book artists who produce works in a traditional manner, entirely digitally produced comic books are increasingly preferred to keep up with the industry's pace and to produce more pieces in a shorter amount of time. In this context, even though not yet to the extent of dominating the industry, various examples of collaboration between artificial intelligence and comic books have begun to emerge. This research aims to examine the relationship between artificial intelligence and comic books. It explores how the fundamental production stages of a comic book, including scriptwriting, sketching, refining lines, coloring, lettering, and calligraphy, traditionally carried out by different artists sequentially, have been transformed into an instantaneous process through artificial intelligence. Through the

1 Lecturer, Dr., Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Art and Design, Department of Graphic Design, ORCID: 0000-0003-1858-3980.
2 Lecturer, Dr., Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Art and Design, Department of Graphic Design, ORCID: 0000-0002-0746-4153.



examination of comic books created solely by artificial intelligence through written commands, this research seeks to determine whether artificial intelligence indeed holds potential for the comic book industry.

Keywords: *Comics, artificial intelligence, prompt, design.*

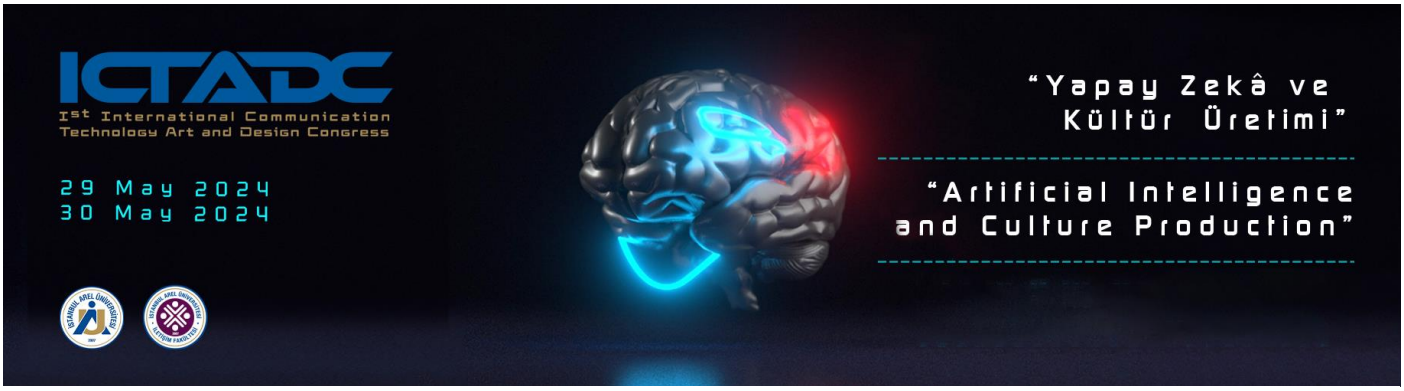
ETKİLEŞİMLİ DİJİTAL ÇOCUK DERGİLERİNİN MİZANPAJ SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Esra BOSTAN[1] - Kader SÜRMELİ[2]

ÖZ

Yayıncılık dünyasında ilk olarak geleneksel basım yöntemlerinin kullanılması ile üretilen basılı yayınların yerini, günümüz teknolojisinin gelişmesi ile birlikte dijital yayınlar almıştır. Kitaplar, gazeteler, dergiler, broşürler, kataloglar, ilanlar gibi yayınlar bu gelişimden etkilenmiş durumdadır. Zaman ve mekân avantajı, ucuz ve kolay erişim gibi birçok nedenler sebebiyle söz konusu yayınlar dijital mecralarda daha fazla kitleye ulaşarak sıklıkla tercih edilmektedir. Hedef kitlenin önemli bir çoğunluğunu kapsayan çocuk dergileri, diğer yayınlar arasında popülerliğini sürdürmektedir. Geçmişte basılı olarak yayımlansa da günümüzde kâğıda bağımlı olmaktan çıkarak görsel- işitsel tasarımlar ve etkileşim ile dijital ortamda da tercih edilmektedir. Çeşitli içeriklerle üretilen etkileşimli çocuk dergileri; ses, hareketli görüntü, animasyon gibi özellikler sebebiyle çocuk okur kitlesinin ilgisini canlı tutmaktadır. Dijital yayıncılığın gelişimine katkı sunan e-yayıncılık sayesinde çocuk dergilerinde de her bilgiye kolayca erişilebilmektedir. Yayıncılık tasarımının önemli bir unsuru olan mizanpaj, genel olarak sayfa düzeni ile ilişkilendirilir. Yayının sayfalar arası düzeni, metin ve görsel

[1] *Doktora Öğrencisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, ORCID: 0000-0001-8685-7651.*
[2] *Prof. Dr., Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, ksurmeli@yildiz.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5175-4847.*



bütünlüğü gibi etkenlerin baskı sonrasında görünmesi planlanan biçimde bir araya getirilerek düzenlenmesi mizanpajı oluşturur. Izgaralar sayesinde sayfa üzerinde yer alan görsel unsurlar düzenlenir ve tasarıma uygun bir yapı meydana getirilir. Etkileşimli çocuk dergilerinde kullanıcılar, mizanpaj üzerinde oluşturulan yönlendirici bağlantılara kolaylıkla erişim sağlamaktadır. Ayrıca metinlere ve görsellere istenildiği kadar yakınlaşıp uzaklaşılarak rahat bir okuma sağlanabilir. Okuyucu kitlesine uygun meydana getirilen mizanpaj, hedeflenen mesajların doğru iletilmesine, okuyucu gözünde kolay anlaşılabilir olmasına olanak yaratır. Bu ilke ve etkenlere dikkat edildiğinde, yayıncılıkta başarılı bir mizanpajdan söz edilebilmektedir. Bu çalışmanın önemi, etkileşimli çocuk dergilerini sınırlı sayıda ele alan araştırmalara yol gösterici olması, dijital yayınların tasarımındaki mizanpaj sorunlarına çözüm önerisi getirilmesi ve okuyuculara dijital farkındalık sağlamasıdır. Çalışmada etkileşimli çocuk dergilerinin mizanpaj yapısı hakkında yeni bir anlayış geliştirmek, grafik tasarım sorunlarını ortaya koyarak çözüm önerileri oluşturmak amaçlanmaktadır. Bu araştırmada literatür tarama yöntemi ile elde edilen bulgular ışığında, görsel algı ve gelişim özellikleri odağında, etkileşimli çocuk dergilerinde mizanpaj ölçütleri incelenerek araştırmanın örneklemini oluşturan etkileşimli çocuk dergilerinin tasarım sorunlarına çözüm önerisi gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Etkileşim, dijital yayıncılık, çocuk dergileri, mizanpaj sorunları.*

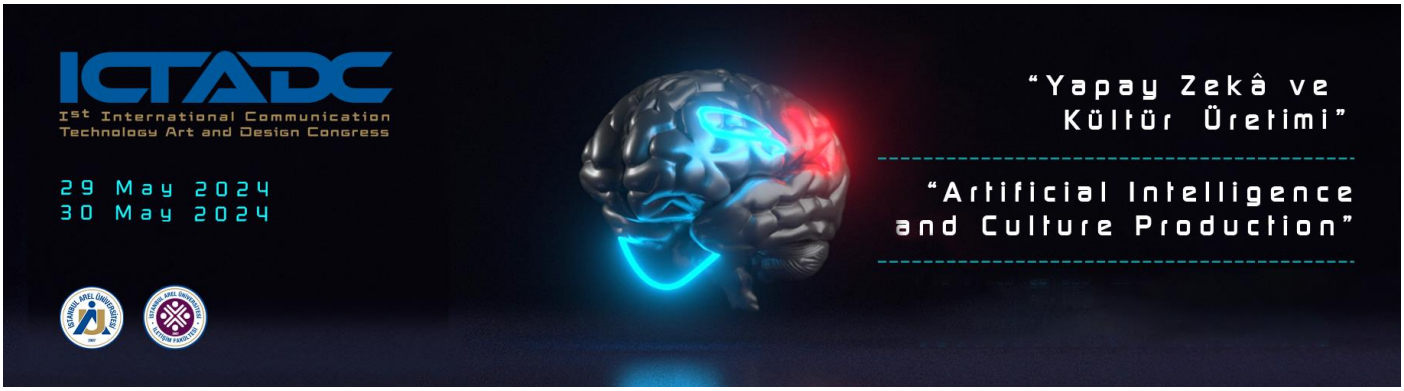
LAYOUT PROBLEMS OF INTERACTIVE DIGITAL CHILDREN'S MAGAZINES AND SOLUTION SUGGESTIONS

Esra BOSTAN[1]- Kader SÜRMELİ[2]

ABSTRACT

In the publishing world, printed publications, which were first produced by using traditional printing methods, have been replaced by digital publications with the development of today's technology. Publications such as books, newspapers, magazines, brochures, catalogs and advertisements have been affected by this development. Due to many reasons such as time and space advantage, cheap and easy access, these publications are frequently preferred by reaching more audiences in digital media. Children's magazines, which cover a significant majority of the target audience, continue to be popular among other publications. Although they were published in printed form in the past, today they are no longer dependent on paper and are preferred in digital media with audio-visual designs and interaction. Interactive children's magazines produced with various contents keep the interest of children's readership alive due to features such as sound, moving images and animation. Thanks to e-publishing, which contributes to the development of digital publishing, all information can be easily accessed in children's magazines. Layout, an important element of publishing design, is generally associated with page layout. The arrangement of factors such as the layout of the publication between pages, text and visual integrity in a way that is planned to be seen after printing constitutes the layout. Thanks to the grids, the visual elements on the page are organized and a structure suitable for the design is created. In interactive children's magazines, users can easily access the directive links created on the layout. In addition, texts and visuals can be zoomed in and out as much as desired for a comfortable reading. The layout created in accordance with the readership creates the opportunity for the targeted messages to be conveyed correctly and to be

[1] *PhD Student, Yıldız Teknik University, ORCID: 0000-0001-8685-765.*
[2] *Prof. Dr., Yıldız Teknik University, Faculty of Art and Design, Department of Graphic Design, ksurmeli@yildiz.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5175-4847.*



easily understandable in the eyes of the reader. When these principles and factors are taken into consideration, it is possible to talk about a successful layout in publishing. The importance of this study is that it guides the limited number of studies on interactive children's magazines, suggests solutions to layout problems in the design of digital publications and provides digital awareness to readers. The study aims to develop a new understanding of the layout structure of interactive children's magazines and to create solutions by revealing graphic design problems. In this study, in the light of the findings obtained by literature review method, layout criteria in interactive children's magazines were examined in the focus of visual perception and developmental characteristics, and solutions were proposed to the design problems of interactive children's magazines that constitute the sample of the research.

Keywords: *Interaction, digital publishing, children's magazines, layout problems.*

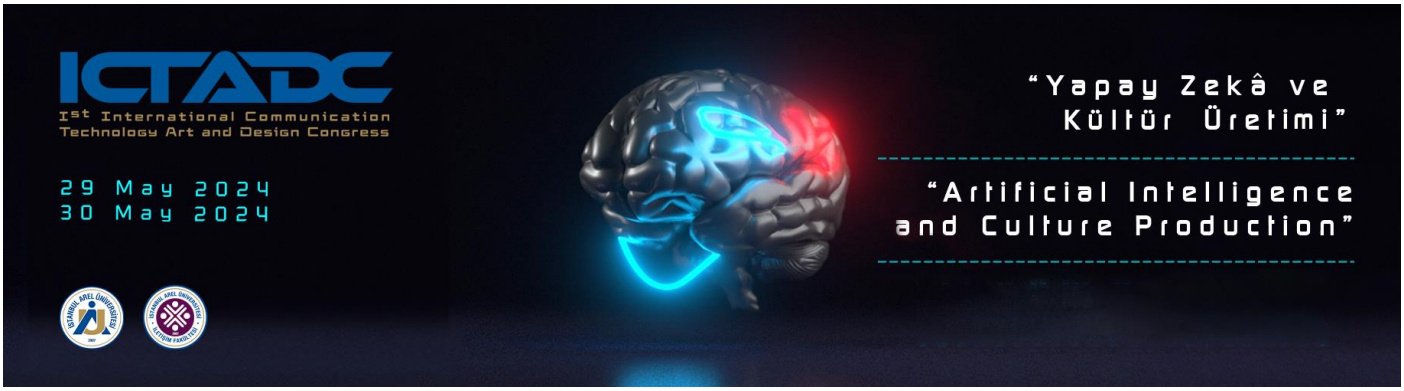
OKUL ÖNCESİ ÇOCUKLAR İÇİN MÜZE EĞİTİMİNDE WEB TASARIMININ ÖNEMİ: GÖKYAY SATRANÇ MÜZESİ KONSEPT WEB SİTE TASARIM ÖRNEĞİ

Celal SARI[1]

ÖZ

Bu makale, okul öncesi okul öncesi çocuklar için müze eğitiminde web tasarımının rolünü ve önemini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Müze eğitimi, okul öncesi çocukların tarih, sanat ve bilim gibi konularda bilgi edinmelerini sağlayan önemli bir araçtır. Bu eğitim, okul öncesi çocukların gözlem yapma, sorgulama ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirmelerine yardımcı olur. Web tasarımı, müze eğitimini destekleyen dijital teknolojilerin başında gelir ve okul öncesi çocukların müze deneyimlerini daha etkili ve eğlenceli hale getirir. Müze eğitiminin amaçları arasında, okul öncesi çocukların kültürel mirası keşfetmeleri ve bu mirasla bağ kurmaları yer alır. Web tasarımı, bu amaçlara ulaşmada kilit bir rol oynar. İyi tasarlanmış bir web sitesi, okul öncesi çocukların dikkatini çekebilir, onları bilgi arayışına teşvik edebilir ve müze koleksiyonlarına olan ilgilerini artırabilir. Ayrıca, web siteleri eğitimciler için de bir kaynak olabilir; öğretmenler bu siteleri ders planlarında kullanarak öğrencilerin öğrenme deneyimlerini zenginleştirebilirler. Müze eğitiminde dijital teknolojilerin kullanımının avantajları arasında, erişilebilirlik ve esneklik bulunur. Web siteleri, müzelerin fiziksel sınırlarını aşarak, okul öncesi çocukların evlerinden veya okullarından müze koleksiyonlarına

[1] *Bağımsız Araştırmacı.*



erişmelerini sağlar. Ancak, dijital teknolojilerin dezavantajları da vardır; örneğin, okul öncesi çocukların ekran karşısında fazla zaman geçirmeleri, sosyal etkileşim eksikliği ve dikkat dağınıklığı gibi sorunlara yol açabilir. Web tasarımının müze eğitimindeki özellikleri, okul öncesi çocukların yaş gruplarına ve ilgi alanlarına uygun olmalıdır. Renkli ve interaktif tasarımlar, okul öncesi çocukların ilgisini çekmekte ve öğrenme sürecini eğlenceli hale getirmekte etkilidir. Makale, müze eğitiminin tanımı, amaçları ve okul öncesi okul öncesi çocuklar için önemini açıklamakta, müze eğitiminde dijital teknolojilerin kullanımı, avantajları ve dezavantajlarını incelemekte, web tasarımının müze eğitimindeki özellikleri, örnekleri ve önerilerini sunmaktadır. Makale, web tasarımının, okul öncesi çocukların müze deneyimini zenginleştirmek, ilgi çekmek, eğlendirmek ve etkileşimi artırmak için önemli bir araç olduğunu vurgulamaktadır. Web tasarımı, okul öncesi çocukların müze eğitimindeki deneyimlerini zenginleştiren, onların ilgisini çeken ve eğitici bir etkileşim sunan önemli bir araçtır. Eğitimciler, müze çalışanları ve web tasarımcıları için yararlı bilgiler ve öneriler sunan bu makale, dijital çağda müze eğitiminin nasıl geliştirilebileceğine dair değerli içgörüler sağlamaktadır. Makale, okul öncesi eğitimcileri, müze eğitimcileri ve web tasarımcıları için yararlı olabilecek bilgiler ve öneriler içermektedir. Ayrıca bu çalışmada Gökyay Vakfı Satranç Müzesi özelinde okul öncesi okul öncesi çocuklar için öneri niteliğinde konsept bir tasarım uygulaması yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Müze eğitimi, okul öncesi okul öncesi çocuklar, web tasarım, dijital teknolojiler, satranç müzesi*.

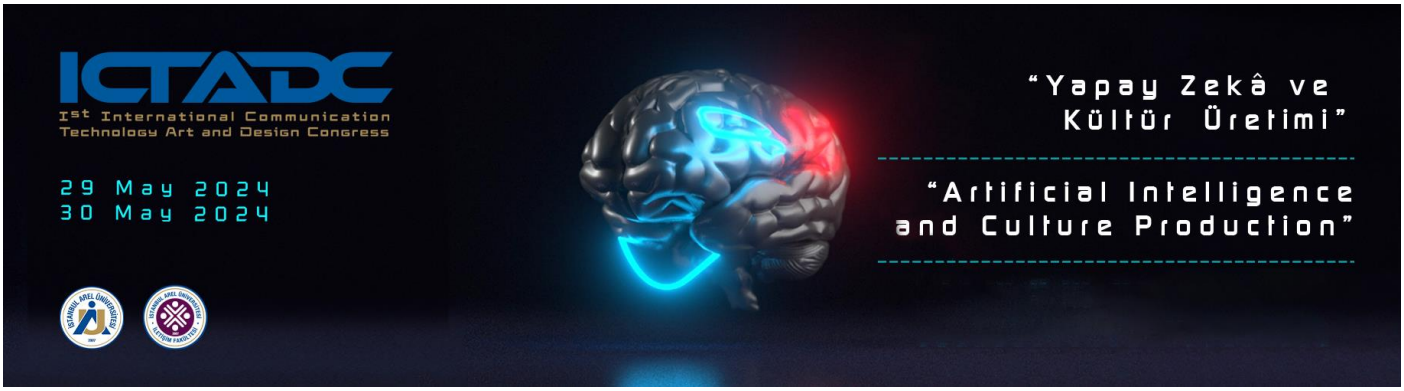
THE IMPORTANCE OF WEB DESIGN IN MUSEUM EDUCATION FOR PRESCHOOL CHILDREN: GÖKYAY CHESS MUSEUM CONCEPT WEB SITE DESIGN EXAMPLE

Celal SARI[1]

ABSTRACT

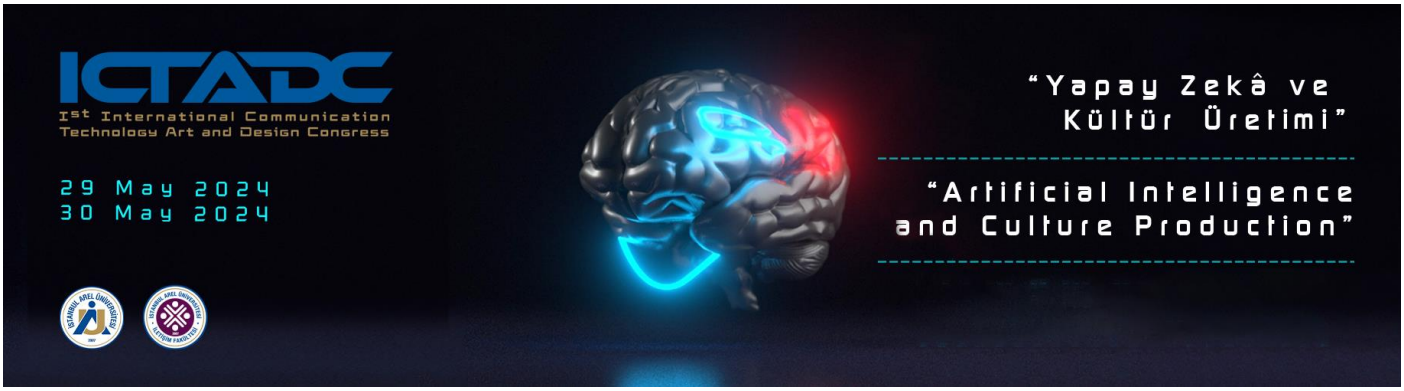
This article aims to reveal the role and importance of web design in museum education for preschool children. Museum education is an important tool that enables preschool children to learn about history, art and science. This education helps preschool children develop observation, questioning and critical thinking skills. Web design is one of the leading digital technologies that support museum education and make preschool children's museum experiences more effective and fun. One of the goals of museum education is for preschool children to discover and connect with their cultural heritage. Web design plays a key role in achieving these goals. A well-designed website can capture the attention of preschool children, encourage them to seek information and increase their interest in museum collections. Websites can also be a resource for educators; teachers can use them in their lesson plans to enrich students' learning experiences. The advantages of using digital technologies in museum education include accessibility and flexibility. Websites transcend the physical boundaries of museums, allowing preschoolers to access museum collections from home or school. However, digital technologies also have disadvantages; for example, too much screen time for preschoolers can lead to problems such as lack of social interaction and distraction. The features of web design in museum education should be appropriate for the age groups and interests of preschool children. Colorful and interactive designs are effective in engaging preschoolers and making the learning process fun. The article explains the definition, aims and importance of museum education for preschool children, examines the use, advantages and disadvantages of digital

[1] *Independent researcher.*



technologies in museum education, and presents the features, examples and recommendations of web design in museum education. The article emphasizes that web design is an important tool for enriching preschool children's museum experience, engaging, entertaining and increasing interaction. Web design is an important tool that enriches preschool children's experience in museum education, engaging their interest and offering an educational interaction. Offering useful information and suggestions for educators, museum staff and web designers, this article provides valuable insights on how to improve museum education in the digital age. The article contains information and suggestions that may be useful for preschool educators, museum educators and web designers. In addition, in this study, a conceptual design application was made as a suggestion for preschool children in the specific case of Gökyay Foundation Chess Museum.

Keywords: *Museum education, preschool children, web design, digital technologies, chess museum.*



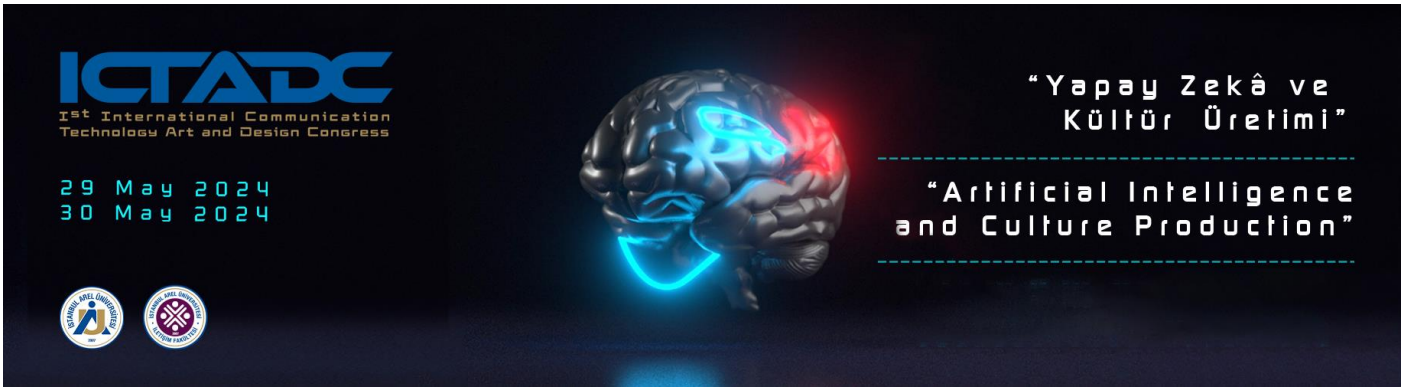
DÜNYANIN İLK YAPAY ZEKÂ YASASI ÜZERİNDEN RİSK TOPLUMUNU YENİDEN DÜŞÜNMEK

Recep TAYFUN[1]

ÖZ

Modern yaşamı anlamak ve anlamlandırmak için risk kavramı önemli bir işlevsel güce sahiptir. Modern zamanlarda insanların tutkulu girişimlerle dünyayı değiştirmeye yönelik arayışları yerini, özellikle pandemi sonrası süreçte risklerle mücadeleye ve güvenliği sağlama kaygısına bırakmıştır. Moderniteyi risk kavramı üzerinden tanımlamaya ve anlamlandırmaya çalışan geç modernistler Ulrich Beck ve Anthony Giddens risk ve risk toplumu üzerine değerlendirmelerinde, sadece toplumsal dinamikler değil, geleceği planlamak ve anlamak açısından risklerin varlığına ve işlevine de vurgu yapmaktadırlar. Çalışmanın odak noktasını, yapay zekâ uygulamalarına yönelik gerçekleştirilen yasal düzenlemenin dayandığı temel değerler ile risk ve risk toplumunun temel dinamikleri üzerinden modern çağın ürettiği belirsizliklerin kaynakları, mücadele koşulları ve sonuçları oluşturmaktadır. Bu doğrultuda, öncesinden farklı olarak riskler ve tehlikeler arasındaki dengenin bozulması, yeni güvenlik yaklaşımlarını ve yapılanmalarını zorunlu

[1] *Prof. Dr., Maltepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım PR., receptayfun@maltepe.edu.tr , ORCID No: 0000-0003-1786-9944.*



kılmaktadır. Yeni yasanın içeriğinde yapılan risk ve kamu yararı tanımlamaları, önümüzdeki süreçte gidilecek istikamet ve zorunlu faaliyet alanlarına ilişkin bir projeksiyon özelliği taşımaktadır. Bu araştırmanın amacı, yapay zekâ ve risk toplumu yaklaşımı arasındaki etkileşimin kamuoyu oluşum süreçleri ve kamu yararı açısından işlevini, yeni çıkan Avrupa Yapay Zekâ Yasası'nın içeriğini dikkate alarak ortaya koymaktır. Bu çalışmanın yöntemi, literatür analizine dayanmaktadır. Kavramsal çerçeve ana başlığı altında sırasıyla yapay zekâ, risk toplumu, kamu yararı ve kamuoyu oluşum süreçleri, risk ve risk temelli yaklaşım kavramları tartışılacak, elde edilen veriler doğrultusunda yaşanan sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunulmaya ve aşağıda sıralanan sorulara cevap aranmaya çalışılacaktır.

Yapay Zekâ kullanım alanlarına yönelik son yasal düzenleme ile Ulrich Beck tarafından geliştirilen 'Risk Toplumu' yaklaşımı arasında nasıl bir ilişki kurulabilir?

Yasa metni içerisinde tanımlanan 'risk' kavramının risk toplumundaki karşılığını nasıl anlamak gerekiyor?

'Beklenilmeyen risk' kavramı ile 'kabul edilemez risk' kavramları arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır?

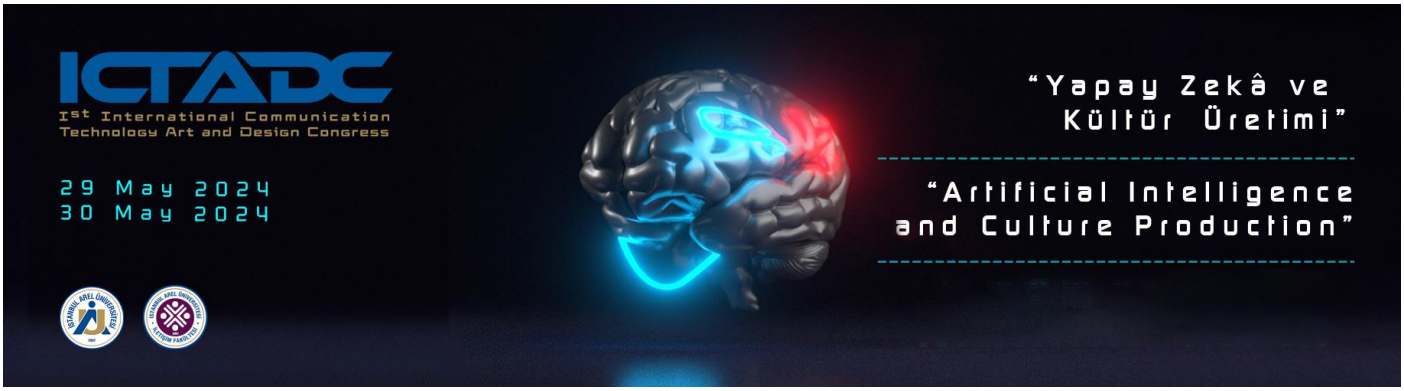
Son yasal düzenleme YZ kullanımından kaynaklanan sorunlara çözüm olacak bir nitelik taşımakta mıdır?

Yasal düzenleme sonrasında hangi alanlarda yeni kurumsal ve yapısal düzenlemelere ihtiyaç olacaktır?

Yasal düzenlemenin içeriğinde yer alan kamu yararı kavramının işlevi nedir?

Çalışma kapsamında, geliştirilen sorulara verilen cevaplar ve gerçekleştirilen yasal düzenlemenin dayandığı temel ilkeler birlikte değerlendirilecektir. Bilginin çok yoğun, hızlı ve denetimsiz paylaşımı, doğru bilgiye olan ihtiyacı her geçen gün biraz daha gerekli kılmaktadır. Bu alanda yaşanan gelişmelere uyum sağlamak için gerçekleştirilen düzenlemeler beraberinde belirsizlikleri de yaratmaktadır. Yapay zekânın geniş kullanım alanı ve sağladığı büyük fayda ile birlikte, kullanım koşullarının tanımlanması girişimi yeni adımların atılmasını zorunlu kılmaktadır. Suçun önlenmesi başta olmak üzere, kamu yararının ve tanımlanmış risklerin varlığı durumunda YZ kullanımına dair yeni düzenlemelerin hem bir ihtiyaç hem de bir gereklilik olduğu anlaşılmaktadır. Risk başta olmak üzere bazı temel alan ve kavramların, tanım ve kapsamlarının gözden geçirilmesi gerekecektir. Risk düzeylerinin belirlenmesini sağlayıcının (provider) kendisine bırakılması, risk analizi yapan/yapılan alanlara ve kurumlara ihtiyaç olacağını göstermektedir. Çalışmanın öngörülen sonuçları arasında, risk analizlerinin kapsamını genişletmek, risk faktörlerini güncellemek, yeni yapısal modeller geliştirmek, risklerin yönetilebilirliği açısından bütünleşik sistemler kurmak ve yol gösterici değerlendirmeler yapmak yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ (YZ), risk toplumu, risk temelli yaklaşım, kamu yararı, kamuoyu.*



RETHINKING RISK SOCIETY THROUGH THE WORLD'S FIRST ARTIFICIAL INTELLIGENCE LAW

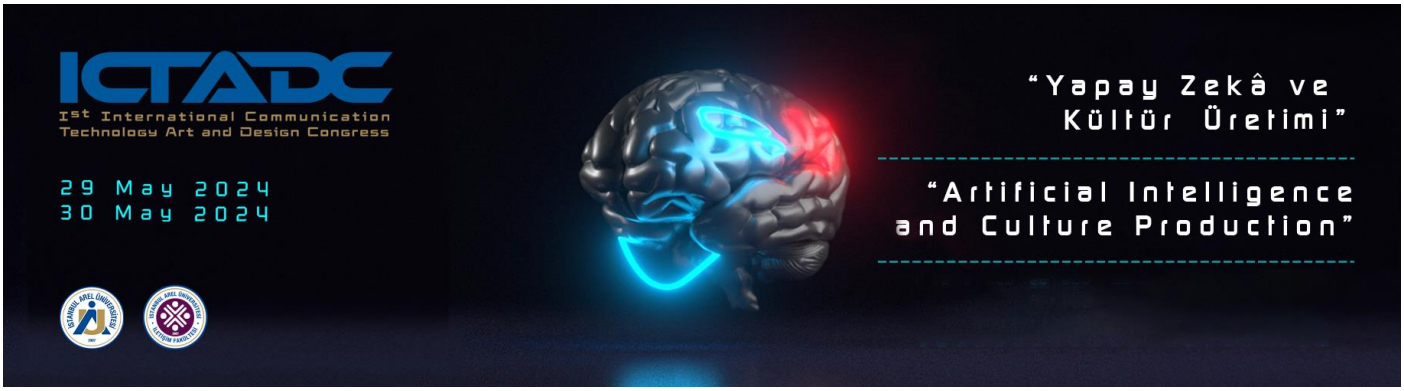
Recep TAYFUN[1]

ABSTRACT

The concept of risk has an important functional power to understand and give meaning to modern life. In modern times, people's quest to change the world with passionate initiatives has been replaced by the concern to combat risks and ensure security, especially in the post-pandemic period. Late modernists Ulrich Beck and Anthony Giddens, who try to define and give meaning to modernity through the concept of risk, in their evaluations on risk and risk society, emphasize not only social dynamics but also the existence and function of risks in terms of planning and understanding the future. The focus of the study is the sources, combat conditions and consequences of the uncertainties produced by the modern age, based on the basic values on which the legal regulation for artificial intelligence applications is based, and the basic dynamics of risk and risk society. In this regard, unlike before, the disruption of the balance between risks and dangers necessitates new security approaches and structures. The definitions of risk and public interest made in the content of the new law are a projection of the direction to be taken and mandatory areas of activity in the coming period. The aim of this research is to reveal the function of the interaction between artificial intelligence and the risk society approach in terms of public opinion formation processes and public interest, taking into account the content of the newly issued European Artificial Intelligence Law. The method of this study is based on literature analysis. Under the main title of conceptual framework, the concepts of artificial intelligence, risk society, public interest and public opinion formation processes, risk and risk-based approach will be discussed, solutions to the problems experienced will be offered in line with the data obtained, and answers will be sought to the questions listed below.

---

1 Prof. Dr., Maltepe University, Faculty of Communication, Department of Public Relations and Publicity, Public Relations and Publicity PR., receptayfun@maltepe.edu.tr , ORCID No: 0000-0003-1786-9944.



• What kind of a relationship can be established between the latest legal regulation regarding the areas of use of Artificial Intelligence and the 'Risk Society' approach developed by Ulrich Beck?
• How should we understand the meaning of the concept of 'risk' defined in the text of the law in the risk society?
• What is the relationship between the concepts of 'unexpected risk' and 'unacceptable risk'?
• Does the latest legal regulation provide a solution to the problems arising from the use of AI?
• In which areas will new institutional and structural regulations be needed after the legal regulation?
• What is the function of the concept of public interest included in the content of the legal regulation?
Within the scope of the study, the answers given to the developed questions and the basic principles on which the legal regulation is based will be evaluated together. The very intense, rapid and uncontrolled sharing of information makes the need for accurate information more and more necessary every day. The regulations made to adapt to the developments in this field also create uncertainties. With the wide usage area of artificial intelligence and the great benefits it provides, the attempt to define the terms of use necessitates new steps to be taken. It is understood that new regulations on the use of AI are both a need and a necessity in the presence of public interest and identified risks, especially in the prevention of crime. The definitions and scopes of some basic areas and concepts, especially risk, will need to be reviewed. Leaving the determination of risk levels to the provider shows that there will be a need for areas and institutions that carry out risk analysis. The envisaged results of the study include expanding the scope of risk analysis, updating risk factors, developing new structural models, establishing integrated systems in terms of risk manageability and making guiding evaluations.

Keywords: *Artificial intelligence (AI), risk society, risk based approach, public ınterest, public opinion.*

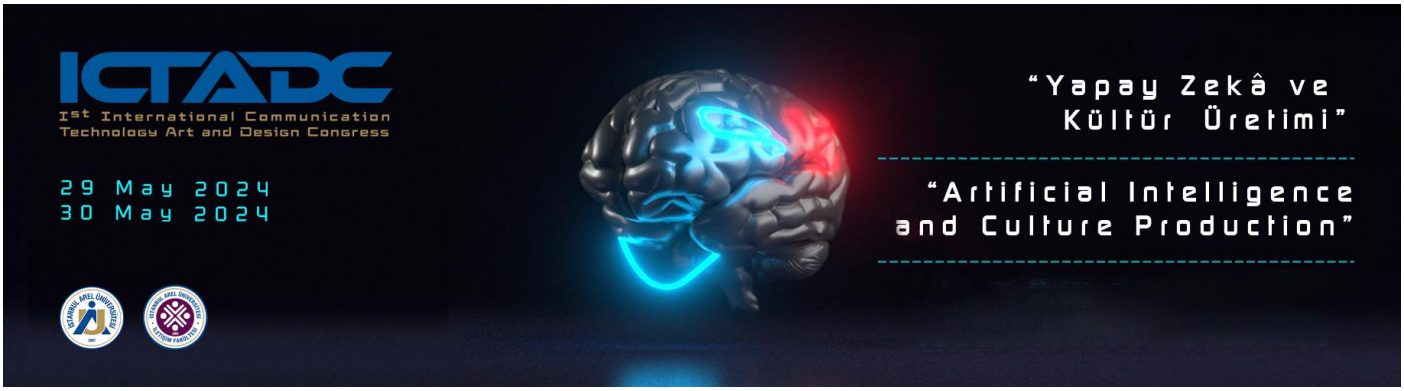
YAPAY ZEKÂ İLE İLGİLİ GELECEK TAHAYYÜLLERİ

Oğuz Selim KOBAZA[1]

ÖZ

Yapay zekâ ile ilgili bilimsel araştırmaların uzun zamandır yapıldığı bilinmekle beraber yapay zekâ teknolojilerinin hayatın merkezinde yer almasıyla yapay zekâ ile ilgili konular günümüzde daha çok tartışıldığı, çeşitli medya mecralarında daha fazla görünürlük kazandığı ve gündemi daha sık meşgul ettiği görülmektedir. Ayrıca yapay zekâ alanında yapılan çalışmalar geniş kitleler tarafından ilgiyle karşılanmakta; bu alan ile ilgili çalışmaların sonuçları sadece bu konuyla ilgilenenlerle sınırlı kalmayarak geniş kitlelerin dikkatini çekmektedir. Yapay zekâ teknolojileriyle ilgili gelişmeler alternatif ve ana akım medyada da yankı uyandırmakta; yapay zekânın etkileri, yapay zekâ karşısında insanlığın durumu ve gelecekteki işlevi gibi meseleler medyanın da etkisiyle geniş kitlelerin hem merakını cezbetmekte hem de kaygı ve korkularını körüklemektedir. Yapay zekâ, medyanın yanı sıra yayıncılık dünyasının da ilgi gösterdiği konulardan biridir. Bu konuda akademik çevrelerin kaleme aldığı kitapların yanı sıra popüler kitapların da yayımlandığını söylemek mümkündür. Ayrıca yapay zekâ ile alakalı yabancı dildeki pek çok kitap çeşitli yayınevleri tarafından Türkçeye çevrilmektedir. Çeviri metinler pek çok açıdan önem taşımakla birlikte bilhassa eserin yazıldığı dili

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Bilişim Anabilim Dalı, selimkobaza@cumhuriyet.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-6079-2690.*



bilmeyen okuyuculara ve araştırmacılara yönelik ufuk açan perspektifler sunmaktadır. Çalışmada yapay zekâ ile ilgili öngörüleri ortaya koymak amaçlanmaktadır. Çalışma, yapay zekâ ile ilgili Türkçeye çevrilen güncel kitaplara odaklanmaktadır. Konuyla ilgili literatürün genişliği ise çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Bu nedenle çalışma kapsamında son yıllarda Türkçeye çevrilen dört kitap amaçlı örneklem yöntemiyle belirlenmiştir. Örneklemi Susan Schneider'ın *Yapay Sen*: *Yapay Zekâ ve Zihnin Geleceği*, Holger Volland'ın *Makinelerin Yaratıcı Gücü: Gelecekte Duygularımızı ve Düşüncelerimizi Yapay Zekâ mı Belirleyecek*, Martin Ford'un *Robotların İktidarı: Yapay Zekâ Dünyaya Nasıl Hükmedecek* ve Martin McQuillan'ın *Yapay Zekâya Direnmek: Antifaşist Bir Yaklaşım* adlı kitaplar oluşturmaktadır. Söz konusu kitaplardaki yapay zekâ ile ilgili tespitler nitel araştırma yöntemlerinden doküman ve içerik analizi metotları kullanılarak incelenmiştir. Sonuç itibariyle bu kitaplarda yapay zekânın çeşitli yönleriyle ve farklı yaklaşımlarla ele alındığı, yapay zekânın gelecekte barındırdığı potansiyeller, tehditler ve neden olabileceği durumlarla ilgili çeşitli tespitlere yer verildiği gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Gelecek, gelecek tahayyülleri, kitaplar, yapay zekâ.*

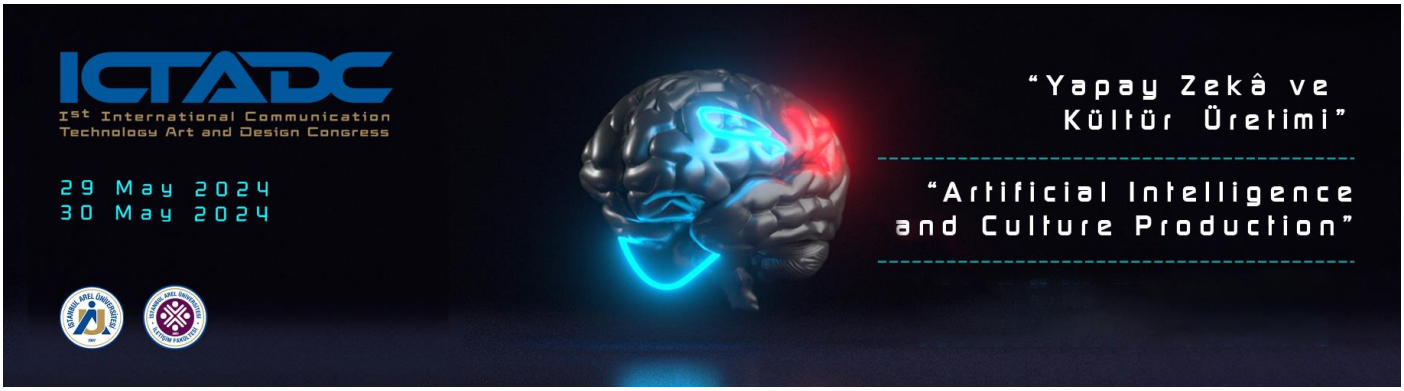
FUTURE IMAGINATIONS ABOUT ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Oğuz Selim KOBAZA[1]

ABSTRACT

Although it is known that scientific research on artificial intelligence has been done for a long time, as artificial intelligence technologies have been at the center of life, it is possible to observe that issues related to artificial intelligence are discussed more, gain more visibility in various media channels and occupy the agenda more frequently. Moreover, studies in the field of artificial intelligence are welcomed warmly by large masses and the results of studies in this field are not limited to those interested in this subject, but attract the attention of large audiences. Developments regarding artificial intelligence technologies resonate both with alternative and mainstream media; issues such as the effects of artificial intelligence, the situation of humanity in the face of artificial intelligence and its function in the future attract the curiosity and fuel the anxiety and fears of large masses with the influence of the media. Artificial intelligence is one of the topics that attracts the attention of the publishing world as well as the media. It is possible to indicate that popular books have been published on this subject as well as books written by academic circles. Also, many foreign language books related to artificial intelligence are translated into Turkish by various publishing houses. While translated texts are important in many respects, they offer eye-opening perspectives, especially for readers and researchers who do not know the language in which the work was written. This study aims to reveal predictions about artificial intelligence. The study focuses on current books translated into Turkish on artificial intelligence. The wideness of the literature on the subject constitutes the limitation of the study. For this reason, within the scope of the study, four books translated into Turkish in recent years were determined by the purposeful sampling method. The sample includes Susan Schneider's Artificial You: AI and the Future of the Mind, Holger Volland's the Creative Power of Machines:

[1] *Assit. Prof. Dr., Sivas Cumhuriyet University, Faculty of Communication, Department of Journalism, Department of Informatics, selimkobaza@cumhuriyet.edu.tr , ORCID ID: 0000-0002-6079-2690.*



Why Artificial Intelligence Dictates What We Will Think and Feel Tomorrow, Martin Ford's Rule of the Robots: How Artificial Intelligence Will Transform Everything, and Martin McQuillan's Resisting AI: An Anti-Fascist Approach to Artificial Intelligence. The findings about artificial intelligence in the books in question were examined using document and content analysis methods, which are among the qualitative research methods. As a result, observations revealed that these books discuss artificial intelligence with various aspects and different approaches, and include various determinations about the potentials, threats and situations that artificial intelligence may pose in the future.

Keywords: *Artificial intelligence, books, future, future imaginations.*

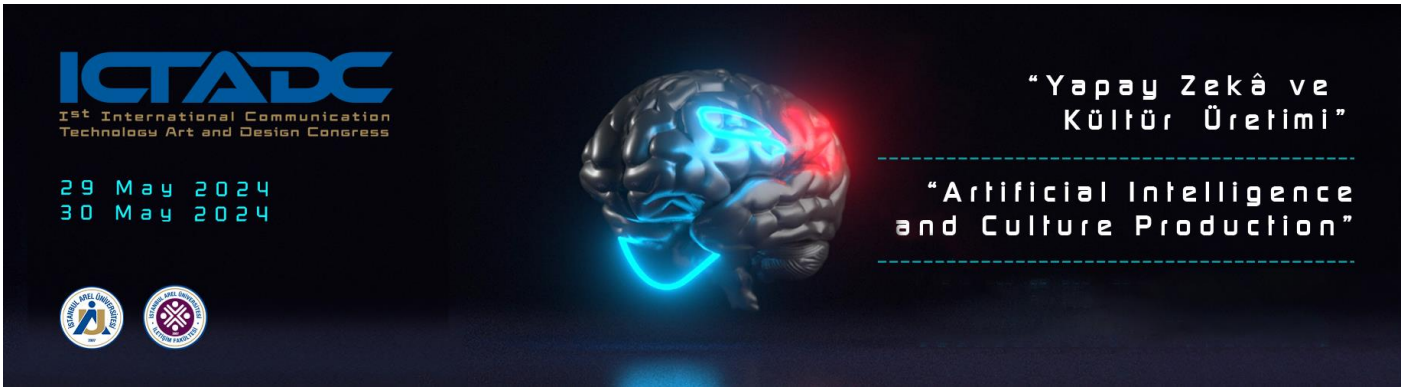
YAKIN GELECEĞİN YAPAY ZEKÂ TARAFINDAN DÜZENLENEN GERÇEK-ÖTESİ DÜNYASINDA SİYASETİN DOĞASI

Gökhan AK[1]

ÖZ

Küresel 'barış-güvenlik-savunma' üçlüsünün son derece fena etkileneceği, çok kritik ve yaşanması zor bir döneme giriyoruz. O çağda dünyamız, içinde Artırılmış Gerçeklik (AR), Sanal Gerçeklik (VR) ve Yapay Zekâ (AI)'nın yer almasını sağlayacak bir geleceği olanaklı kılacak son derece gelişmiş teknolojiler tarafından tasarlanacaktır. Ancak, insanlar yapay zekayla doyurulmuş bir "gerçek-ötesi dünya"ya zihinsel ve tam olarak henüz hazır değildir; dolayısıyla, fütürist yüksek teknolojinin hayatımıza girmesi yeni riskleri, tehditleri, tehlikeleri ve tehlikeleri de beraberinde getirecektir. Bu yeni etkileşimler, kişisel hayatımızda büyük değişim ve etki yaratırken, hayatımızın siyasi tarafı da bu yeni geleceğin etkisi altında olacaktır; zira ne olursa olsun sonuçta hepimiz bir 'zoon politicon'uz. Öte yandan, iç ve dış politika da gayet güzel, mümkün olan en yüksek hedeflerle, tutkularla ve hırslarla dolu bir şekilde devam da ediyor olacaktır. Maruz çerçevede, bu çalışmanın amacı, sürükleyici teknolojilerin ve yapay zekânın birleşimiyle dizayn edilmiş yeni bir gerçek-ötesi dünyaya geçişte büyük olasılıkla karşı karşıya kalacağımız yakın gelecekte siyasetin

[1] *Assist. Prof. Dr, İstanbul Topkapı Üniversitesi, İstanbul Topkapı Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Pr., gokhanak@topkapi.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0674-9699.*



doğasının Yapay Zekâ (AI) tarafından nasıl etkileneceğini araştırmaktır. Donald Trump'ın o yıl seçimi kazanmasına yardımcı olmak için sosyal medya kampanyasını desteklemek için kullanılan ABD'deki 2016 Başkanlık seçimleri veya 2016 Brexit oylamasında 'ayrılma' kampanyasını desteklemek için kullanılan benzer veri setleri veya 18 Nisan 2019'da yapılan Endonezya Başkanlık seçimleri ve Hindistan, Avustralya, Malta, Meksika ve Kenya'daki seçimlere olan etkilerde gözlemlendiği şekilde, yakın geçmişte bu geleceğin denendiği çok sayıda örnek mevcuttur. Bu doğrultuda çalışma, (1) dünya çapındaki vatandaş koruma otoritelerinin onları nasıl takip etmesi ve Genişletilmiş Gerçeklik (XR) metaverisine ilişkin derin bir deneyim ve bilgi birikimi oluşturmaya nasıl başlaması gerektiği ile (2) yakın geleceğin bu kritik önemdeki meselesinde faydaları maksimuma çıkaracak ve riskleri minimuma indirecek şekilde geleceğe nasıl hazırlanabileceğimize de odaklanacaktır. Bu yüzden, acele etsek iyi olur... Bu çalışmanın olası bulguları şu konulara dayanacaktır: Yapay zekâ dönemi bir dezenformasyon, derin sahtekarlık ve halüsinasyonlu siyasi "gerçekler" seli vaat ediyor; yapay zekâ dönemi, hiç kimsenin herhangi bir siber-politik davranış ve eylemden sorumlu olmadığı, gerçek-ötesi bir siber dünyada yapay zekâ odaklı bir siyasi toplum tasavvur ediyor. Çalışmada doküman analizi, içerik analizi ve yorumbilimin kullanımına dayalı nitel bir araştırma metodolojisi benimsenecektir.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, genişletilmiş gerçeklik, gerçek-ötesi dünya, siyaset, dezenformasyon.*

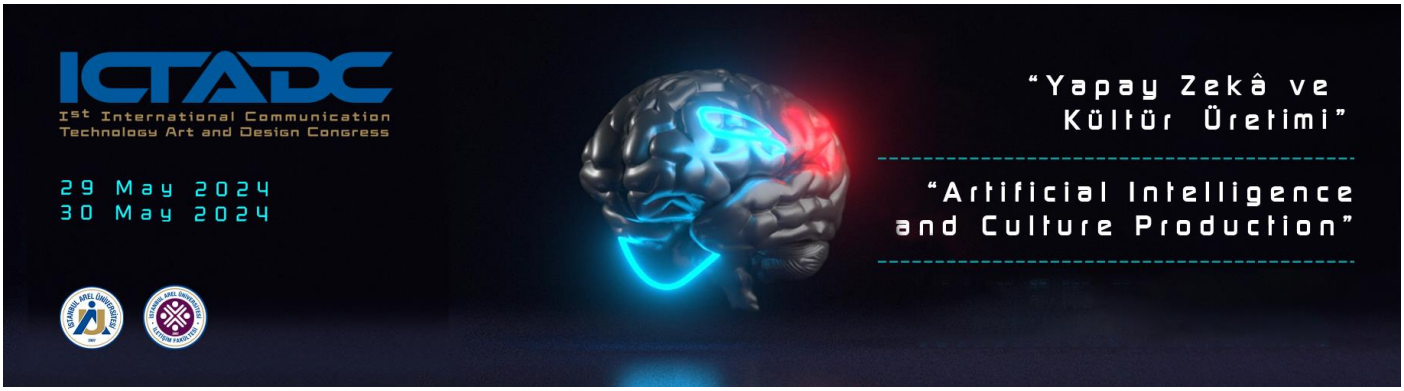
THE NATURE OF POLITICS IN AN AI-DRIVEN POST-TRUTH WORLD OF IMMINENT FUTURE

Gökhan AK[1]

ABSTRACT

We are entering into a very critically-inhospitable era in which global 'peace-security-defence' triad will be influenced immensely-terribly. In that era, our world will be designed by highly-developed technologies that will enable a future include augmented reality (AR), virtual reality (VR) and artificial intelligence (AI). However yet, humans aren't mentally and literally ready for an AI-saturated 'post-truth world'; thus, all those futuristic high-tech penetrations to our lives will implicate new risks, threats, perils and hazards as well. While those new interactions making great change and influence in our personal lives, political side of our lives will be under more immense impact of this new future, because no matter what, after all, we are all 'zoon politicon'. On the other hand, domestic and international politics will be going on well enough as well, full of with highest possible goals, passions and ambitions. In this exposed frame, the aim of this study is to explore how the nature of politics will be affected by the Artificial Intelligence (AI) in an imminent future in which we will most-likely face during the transition to a new post-truth world designed by the convergence of immersive technologies and artificial intelligence. There are numerous examples of that future that have been tried in the recent past as observed in the 2016 presidential elections in the USA, which was used to support the social media campaign to help Donald Trump win the election that year; or similar data sets used to support the 'leave' campaign in the 2016 Brexit vote; or the Indonesian presidential election held on 18 April 2019, as well as influence on elections in India, Australia, Malta, Mexico and Kenya. In this line, the study will also focus on (1) how citizen protection authorities throughout globe should follow their example and start building a depth of experience and knowledge of the Extended Reality (XR) metaverse, and (2) how we can be prepared for the future in a way that

[1] *Assist. Prof. Dr., İstanbul Topkapı University, İstanbul Topkapı Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Pr., gokhanak@topkapi.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0674-9699.*



maximises the benefits and minimises risks in this critically-important issue of the imminent future? So, we had better hurry... Possible findings of this study will rest on these issues: the AI era promises a flood of disinformation, deepfakes, and hallucinated political "facts"; the AI era envisions a AI-driven political society in a post-truth cyber world in which no one is responsible for any sort of cyberly-political demeanors and acts. The study will adopt a qualitative research methodology based on the utilization of document analysis, content analysis and hermeneutics.

Keywords: *Artificial intelligence, extended reality, post-truth world, politics, disinformation.*

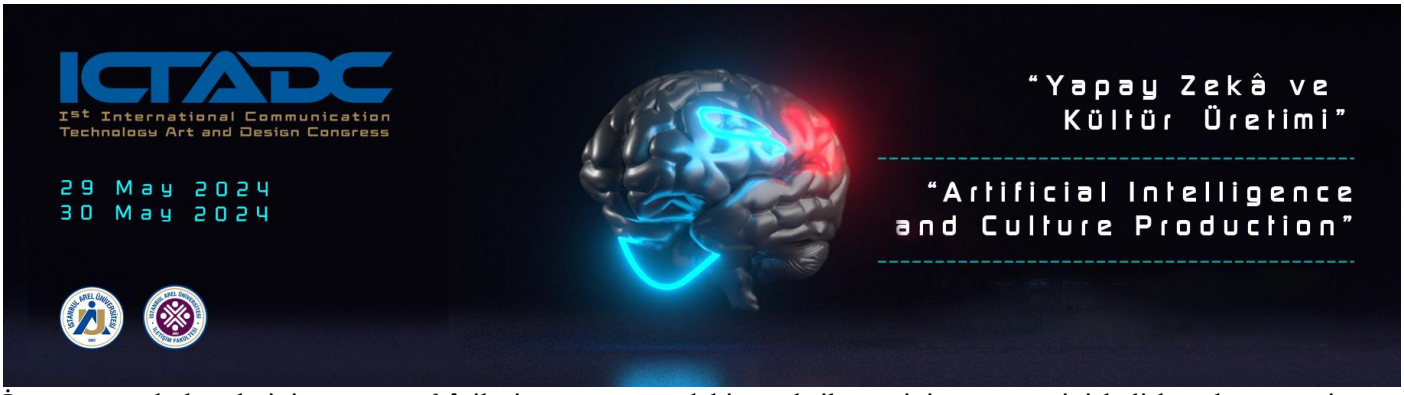
YAPAY ZEKÂ KULLANIMININ SİNEMA SEKTÖRÜ ÇALIŞANLARININ HAKLARINA ETKİSİ

Özgür BAŞYİĞİT[1]

ÖZ

Teknoloji, robotik, yapay zekâ, nesnelerin interneti ve büyük veri doğal dile uyarlanmış terimler olup aslında hepsi Endüstri 4.0 devrimine atıfta bulunurlar. Bu terimler başta sinema sektörü olmak üzere görsel iletişim anlamında pek çok alanda kullanılmakta ise de neleri kapsadığı her zaman anlaşılmamaktadır. ABD'nde yapay zekâ kullanımına karşı sinema sektörü çalışanlarının greve gitmesi ile birlikte sektörel anlamda herkes bunları kelime dağarcığına dahil etmiştir. Günümüzde bu terimleri tartışmaya dahil etmeden yaratıcı sanatlardan bahsetmek mümkün değildir. Yapay zekâ kullanımının giderek artması ve hatta sinema sektörü çalışanlarınca işlerine yönelik bir tehdit olarak algılanması karşısında söz konusu faktörlerin iş mevzuatı açısından analiz edilmesi zorunlu hale gelmiştir. Bu kapsamda ilk olarak kavramsal bir çerçeve geliştirilmesine ihtiyaç vardır. Yapay zekayı tanımlamak ve sinema sektöründeki iş gücüne yönelik etkilerini belirlemek son derece önemlidir. Yapay zekâ karşısında sinema emekçilerinin haklarının korunmasına yönelik yasal çerçevenin tespit edilmesi ve buna ilişkin uluslararası anlaşmaların tanımlanması işçi haklarının korunmasına ilişkin mevcut çerçeveyi ortaya koyacaktır. Tüm bu yapı ortaya konduğunda halihazırda yürürlükte olan

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, Özel Hukuk Bölümü, İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku Anabilim Dalı, ozgur.basyigit@ibu.edu.tr, ORCID:0000-0003-4307-4539.*



İş mevzuatı hükümlerinin yapay zekâ ile iş gücü arasındaki emek ikamesinin çerçevesini belirlemekten ve sinema çalışanlarının haklarının korunmasını sağlamaktan nispeten uzak kaldığı görülecektir. İş Hukuku dahilinde sinema çalışanlarının haklarına yönelik yapay zekâ etkisini açıklayan davalar halen sınırlı sayıdadır. Bu yüzden teorik dokümantasyonun analizinde zorluklarla karşılaşılmaktadır. Bu konuda çok fazla emsal olmadığından yasal çerçevenin güncel teknolojik gereklilikler ve sinema çalışanlarının emeğinin korunması dengesini sağlayacak şekilde düzenlenmesi gerekmektedir. Türk İş Hukuku daha çok işçi haklarının korunmasına yönelik olsa da yapay zekânın sinema sektörü çalışanlarında bir endişe kaynağı haline geldiği inkâr edilemez. Teknolojinin işgücüne yönelik artan müdahalesi karşısında çalışma mevzuatında ilerleme kaydedilmesinin önemi daha da artmış bulunmaktadır. Netice itibariyle sinema sektörü dahilinde yapay zekânın kullanımı ile birlikte iş kayıpları yaşanması ve işçilerin çalışma koşullarının kötüleşmesi karşısında çalışanların ekonomik ve sosyal durumlarının bozulmaması için acilen harekete geçilmesi gereken noktaya gelinmiş bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Çalışma mevzuatı, sinema emekçileri, yapay zekâ, dönüşüm, ekonomi.*

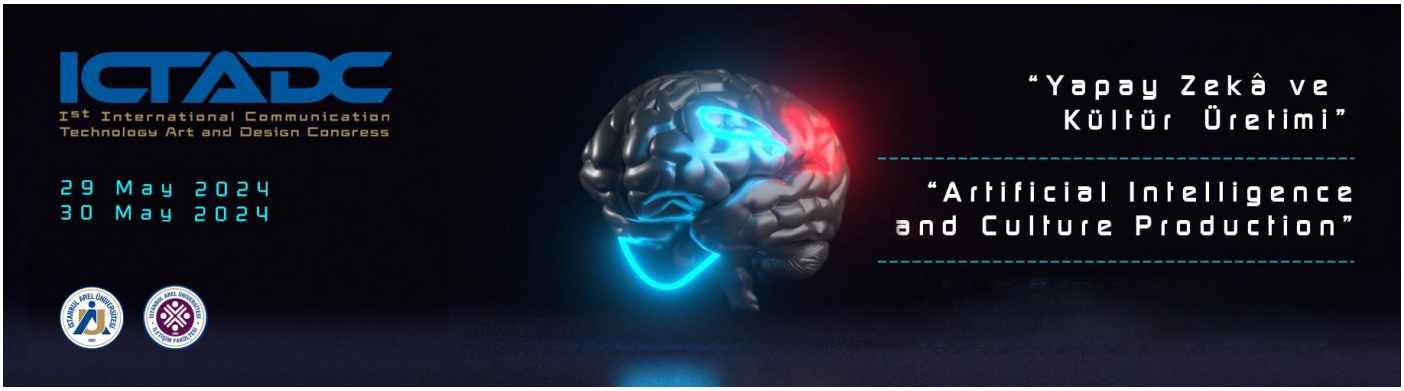
USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IMPACT ON THE RIGHTS OF CINEMA INDUSTRY WORKERS

Özgür BAŞYİĞİT[1]

ABSTRACT

Technology, robotics, artificial intelligence, internet of things and big data are terms adapted to natural language, and they all actually refer to the Industry 4.0 revolution. Although these terms are used in many areas of visual communication, especially in the cinema industry, it is not always understood what they cover. With the strike of cinema industry workers against the use of artificial intelligence in the USA, everyone in the sector has included these in their vocabulary. Nowadays, it is not possible to talk about creative arts without including these terms in the discussion. In view of the increasing use of artificial intelligence and its perception by cinema industry employees as a threat to their jobs, it has become necessary to analyze these factors in terms of labor legislation. In this context, first of all, there is a need to develop a conceptual framework. It is extremely important to define artificial intelligence and determine its effects on the workforce in the cinema industry. Determining the legal framework for protecting the rights of cinema workers against artificial intelligence and defining the relevant international agreements will reveal the current framework for the protection of workers' rights. When this entire structure is revealed, it will be seen that the current labor legislation provisions are relatively far from determining the framework of labor substitution between artificial intelligence and the workforce and ensuring the protection of the rights of cinema workers. Within Labor Law, there are still a limited number of cases explaining the impact of artificial intelligence on the rights of cinema workers. That is why difficulties are encountered in the analysis of theoretical documentation. Since there are not many precedents on this issue, the legal framework must be designed to ensure the balance between current technological requirements and the protection of the labor of cinema employees. Although Turkish Labor Law is more focused on protecting workers'

[1] *Assist. Prof. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal University, Faculty of Law, Department of Private Law, Department of Labor and Social Security Law, ozgur.basyigit@ibu.edu.tr, ORCID:0000-0003-4307-4539.*



rights, it is undeniable that artificial intelligence has become a source of concern for cinema industry employees. The importance of making progress in labor legislation has increased in the face of the increasing intervention of technology into the workforce.

Keywords: *Labor legislation, cinema workers, artificial intelligence, transformation, economy.*

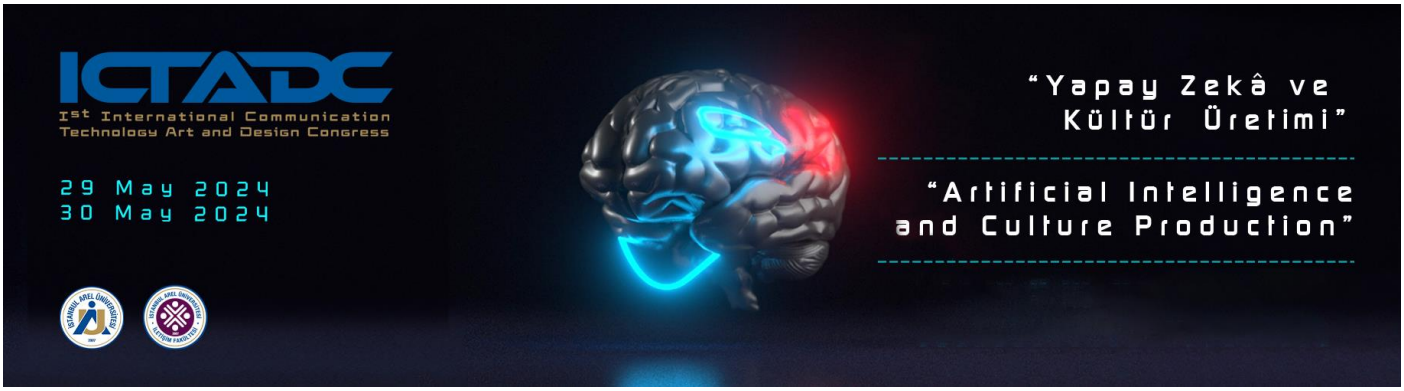
BENLİK SUNUMUNDA YAPAY ZEKÂ KULLANIMI: BEDENİ İDEALİZE ETMEK

Ufuk TÖRÜN[1]

ÖZ

Benlik Sunumu, benliğin imajı veya fikri ya da bu imajı çeşitli sosyal amaçlar için yaratma süreci olarak da düşünülebilir. Batı kültüründe bu imaj, kişilik özelliklerine bağlıdır (Cousins, 1989) ve bu özelliklerin öz sunumları psikoloji ve sosyolojide bir yüzyılı aşkın bir süredir bilimsel araştırmalara konu olmuştur (Örn; Goffman, 1959). Tartışmasız olarak çevrimiçi sosyal ağlar, kendini tanıtmak için eşsiz bir fırsatı temsil etmektedir. Kişisel profiller bireylerin sosyal ağ deneyimlerinin önemli bir parçasıdır ve benlik sunumlarının etrafında inşa edilmiştir. Çevrim içi kendini sunma (benlik sunumu), bireyin genel bir sunumunu oluşturmak için birçok faktörün bir araya geldiği karmaşık bir konudur. Ağdaki arkadaşlar, ilgi alanları, fotoğraflar çeşitli unsurlar o kişi hakkında bir şeyler söyler. Bunların her biri için, bilginin sunumu üzerindeki kontrol odağı kullanıcıya daha yakın veya daha uzaktır ve az çok kolaylıkla 'sahte' hale getirilebilir. Teknolojik değişimler gün geçtikçe ilerliyor ve insanlara günlük faaliyetlerini ilişkilendirmek için yeni fırsatlar sunuyor. Bu süreçte gündemi meşgul eden ve etmeye de devam edecek yüzyılın gelişimi yapay zekâ aracılığıyla alışılmış uygulamalar, zaman alan pek çok görevi daha verimli hale getiren yenilikçi mercekler aracılığıyla yeni bir değer ve anlam kazanmakta. Buna öz sunumlarımızı gerçekleştirmek üzere yapay zekâ uygulamalarını kullanmak da

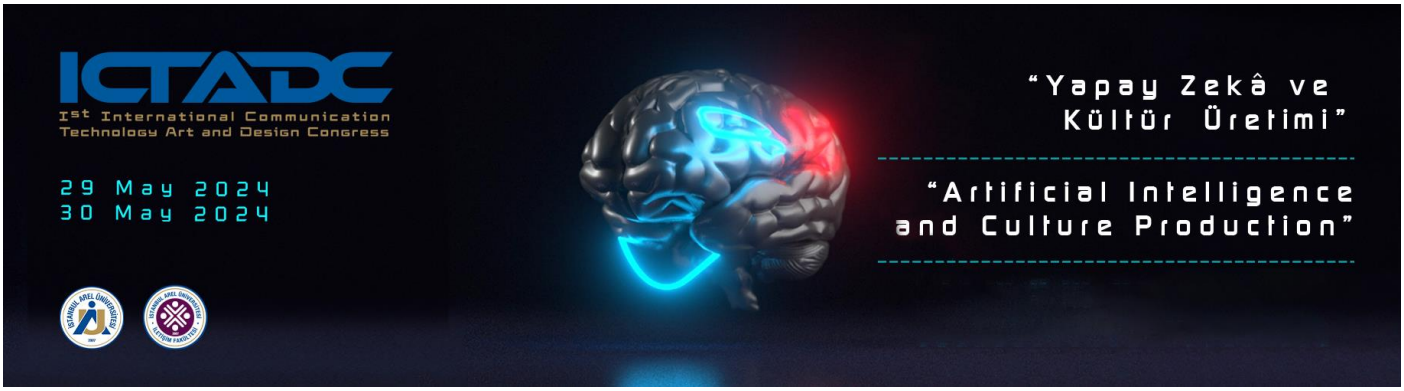
1 Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, ufuktorun@arel.edu.tr, ORCID:0000-0003-2748-9646.



dahil edilmelidir. Manuel ve rutin paylaşımların yapay zekâ yardımıyla değiştirilmesine ilişkin fikirler son tartışmalar ile iyice belirgin olmuştur. Bu perspektifler zaten kolektif söylemin içine sindirilmiş olduğundan yeni değildir: aynı zamanda kamuoyunun hayal gücünde, özellikle insanın duygusal ve bilişsel yeteneklerinin değiştirilemeyeceği fikri de desteklenmektedir. Yapay zekaya göre insana üstünlük avantajını veren de bu özelliklerdir. Son zamanlarda yapay zekânın giderek daha yaratıcı olmaya başladığı da görülmektedir. Bu anlamda en azından bazı gözlemciler tarafından duyguyu ve anlamı gerçek olarak iletebilmedeki üstünlüğü ile kabul edilen "AI" gibi yapay zekâ uygulamalarının portreleri bile daha anlamlı kıldığı gözlemlenmektedir. Yapay zekânın sanatsal türleri taklit etmek suretiyle gerçeklik ve fantezi duygularının sınırlarını aşması ile idealize edilmiş benliği sunmak hiç bu kadar kolay gerçekleşmemiştir. Çevrim içi ortamda kendini sunma yoluyla idealleştirme, özel filtreler kullanılarak düzenlenebilen fotoğraf ve video paylaşma olanağı sunan sosyal ağ hizmeti olan Instagram başta olmak üzere sosyal medya platformlarının gelişmesiyle ivme kazanan bir eylemdir. Dolayısıyla Instagram kullanıcıları sürekli olarak idealize edilmiş benliklerin sunumuna maruz kalmaktadır. Araştırmayı ilerletmek adına Dan Thu Nguyen ve Jon Alexander tarafından önerilen *dijital kimlik inşası teorisine* dayanmaktadır. Elisabeth Harris ve Aurore C. Bardey'de bu teoriye atıfta bulunarak şunu

savunmaktadırlar: Çevrim içi ortamda kendini sunmanın "bireylerin fiziksel olarak iletilebilmesi zor olan yönlerini tam olarak açığa vurmalarını mümkün kılacağını" öne sürmektedir. Tüm bu hususlar içinde bildirimizin amacı yapay zekâ uygulamaları ile idealize edilen benliklerin kişilerin duygusal tatmini ve benlik sunumu motivasyonlarına olan etkilerinin dijital kimlik inşası teorisine atıfta bulunmak suretiyle araştırılmasına yönelik olarak gerçekleştirilecektir.

Anahtar kelimeler: *Benlik sunumu, yapay zekâ, sosyal ağlar, benlik, gerçek benlik, gizli/örtük benlik, ideal benlik.*



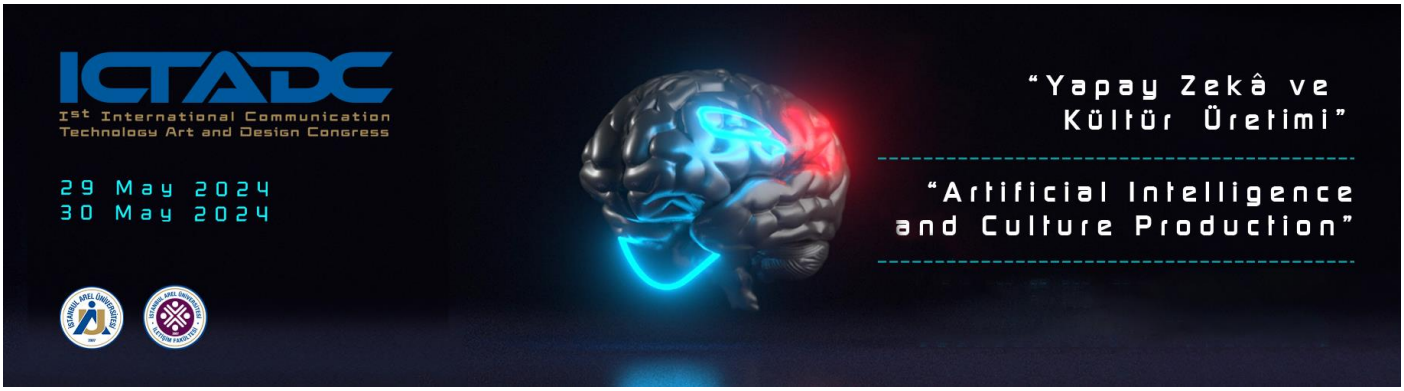
USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN SELF-PRESENTATION: IDEALIZING THE BODY

Ufuk TÖRÜN[1]

ABSTRACT

Self-presentation can also be thought of as the image or idea of the self or the process of creating this image for various social purposes. In Western culture, this image is linked to personality traits (Cousins, 1989) and self-presentations of these traits have been the subject of scientific research in psychology and sociology for more than a century (e.g. Goffman, 1959). Arguably, online social networks represent a unique opportunity for self-presentation. Personal profiles are an important part of individuals' social networking experiences and are built around self-presentations. Online self-presentation (self-presentation) is a complex issue where many factors come together to form an overall presentation of the individual. Friends in the network, interests, photos, various elements say something about that person. For each of these, the locus of control over the presentation of information is closer or further away from the user and can be more or less easily 'faked'. Technological changes are advancing day by day, providing people with new opportunities to relate their daily activities. In this process, the development of the century, which has been and will continue to be a hot topic, is taking on new value and meaning through artificial intelligence, through familiar applications and innovative lenses that make many time-consuming tasks more efficient. This includes using AI applications to realize our self-presentations. Ideas about the replacement of manual and routine sharing by artificial intelligence have become more prominent in recent debates. These perspectives are not new as they are already embedded in the collective discourse: they are also supported in the public imagination, especially the idea that human emotional and cognitive abilities cannot be changed. It is these qualities that give humans the advantage over AI. Recently, it has also been observed that AI is becoming more and more creative. In this sense, AI applications such as "AI", which is recognized by at least some observers for its superiority in conveying emotion and meaning in a real way,

[1] *Assist. Prof. Dr., İstanbul Arel University, Faculty of Communication, Department of Public Relations and Advertising, ufuktorun@arel.edu.tr , ORCID:0000-0003-2748-9646.*



is observed to make even portraits more meaningful. With AI crossing the boundaries of reality and fantasy by imitating artistic genres, presenting the idealized self has never been easier. Idealization through online self-presentation is an act that has gained momentum with the development of social media platforms, particularly Instagram, a social networking service that allows users to share photos and videos that can be edited using special filters. Therefore, Instagram users are constantly exposed to the presentation of idealized selves. To advance the research, we build on the theory of digital identity construction proposed by Dan Thu Nguyen and Jon Alexander. Referring to this theory, Elisabeth Harris and Aurore C. Bardey argue that: Self-presentation in the online environment "will make it possible for individuals to fully reveal aspects of themselves that are difficult to communicate physically". Within all these considerations, the aim of our paper will be to investigate the effects of idealized selves with artificial intelligence applications on people's emotional satisfaction and self-presentation motivations by referring to the theory of digital identity construction.

Keywords: *Self-Presentation, artificial intelligence, social networks, self, real self, hidden/implicit self, ideal self.*

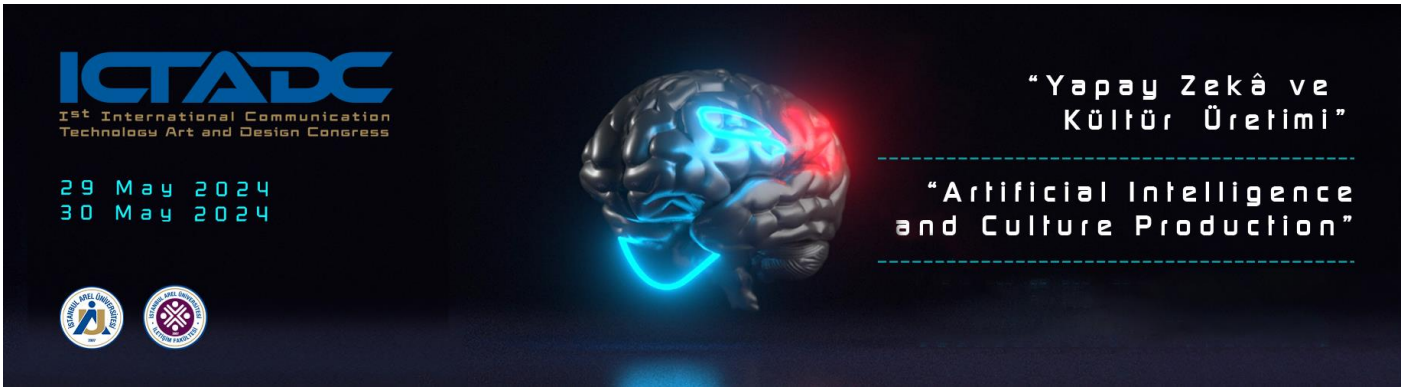
SİYASAL İLETİŞİMDE YAPAY ZEKÂ KULLANIMI: ÖRNEKLER ÜZERİNDEN BİR DEĞERLENDİRME

Fatma ŞENDOĞAN[1]

ÖZ

Kitle kültürünün oluşmaya başladığı dönemden günümüz postmodern döneme kadar siyaset, kimlikler ve/veya parti örgütleri üzerinden propaganda yoluyla varlığını devam ettirmiştir. Siyasi kimliklerin ya da partilerin kampanya ve propaganda faaliyetleri dönemin yaygın teknoloji araçları çerçevesinde değişime uğrayarak hedef kitleye ulaşmak adına uygun mesajlar üretilmektedir. Gelişen teknolojiler ışığında ortaya çıkan kitle ortamlarında siyasal iletişim faaliyetleri kendine yer bulmayı başarmış ve var olan teknolojilere uyumlanmıştır. Kitle iletişim araçlarının büyük etki yarattığı 2. Dünya Savaşı'nda etkin bir propaganda aracı olarak radyo kullanılmıştır. Ülkemizde 1946 yılında çok partili hayata geçişle birlikte siyasal iletişim kampanyaları afiş, radyo, gazete ve televizyondan faydalanılmıştır. Geleneksel kitle iletişim araçları siyasal iletişim kampanyalarına hızla entegre olmuş, internet teknolojisi ile birlikte ortaya çıkan ve günümüzde büyük kitlelere ulaşmayı kolaylaştıran herkesin herkesi izlemesine imkân sağlayan sosyal medya platformlarında da varlık göstermektedir. Günümüz teknolojisinin bir çıktısı olan yapay zekâ teknolojilerinin ise siyasal iletişim faaliyetlerinde kullanımına ilişkin pek çok küresel örnek mevcuttur. Yapay zekâ teknolojisi tarafından desteklenen çalışmalar arasında kişisel öneriler, Deepfake, bot hesap kullanımı, veri analizi, Chatbotlar gibi uygulamalar

[1] *Doktora Öğrencisi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, fatmasendgn@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-8209-9336.*



yer almaktadır. Bu teknoloji temelinde bireylerin kişisel verileri üzerinden duygu durumları, bakış açıları saptanarak işlenebilmekte yalan haber üretiminde ve gözetim noktasında etik sorunlar yaratabilmektedir. İnternet üzerinden ulaşılan bireysel veriler yapay zekâ teknolojileri aracılığıyla bir havuzda toplanarak işlenmesi sonucunda amaca ilişkin propaganda çalışmalarının yaratımından kullanılabilmektedir. Bu çalışmada yapay zekâ teknolojilerinin siyasal iletişim alanında kullanımına ilişkin küresel örneklerin toplanarak değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç ile ulaşılmak istenen temel hedef yapay zekâ teknolojilerinin dünü ve bugün üzerine bir çerçeve oluşturmak ve bu çerçeve üzerinden geleceğe yönelik olumlu ve olumsuz yönleri tartışmaktır. Bu doğrultuda 2016 yılı ABD başkanlık seçimi, 2020 ABD Başkanlık Seçimi, 2023 Donald Trump tutuklanma görselleri, 2016 yılında gerçekleşen Brexit (Birleşik Krallığın AB'den Ayrılması) referandumu, 2022 Deva Partisi tarafından gerçekleştirilen sanal gerçeklik mitingi gibi örnekler incelenmiştir. Son olarak küresel çapta yapay zekâ ve siyasi iletişimin entegre olarak işlendiği üniversitelere yer verilerek yapay zekâ teknolojilerinin siyasi arenada kitleleri etkilemek adına kullanım alanları aktarılma çalışmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, siyasal iletişim, propaganda.*

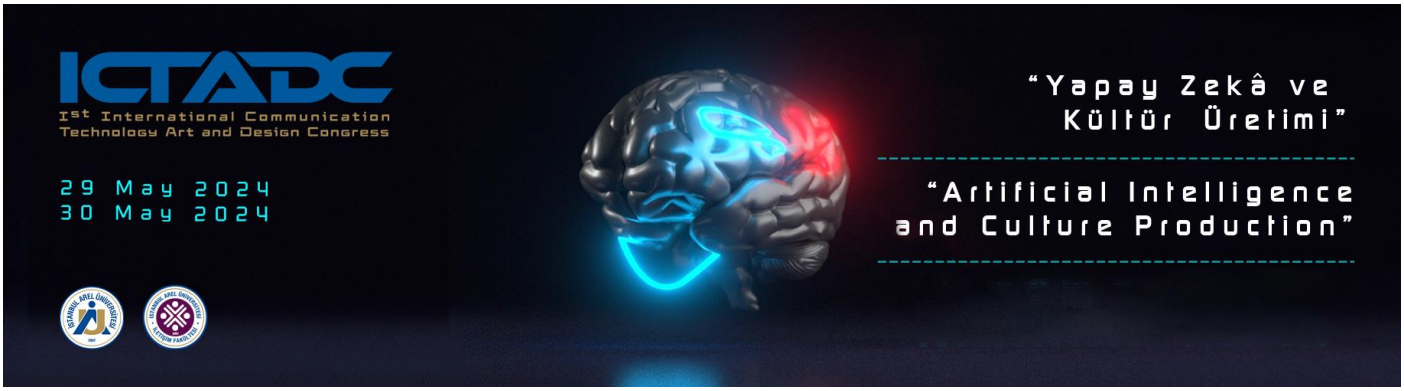
USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN POLITICAL COMMUNICATION: AN EVALUATION THROUGH EXAMPLES

Fatma ŞENDOĞAN[1]

ABSTRACT

From the period when mass culture began to form until the postmodern era, politics has continued its existence through propaganda through identities and/or party organizations. The campaign and propaganda activities of political identities or parties have changed within the framework of the widespread technological tools of the period and appropriate messages are produced to reach the target audience. Political communication activities have managed to find a place for themselves in the mass media emerging in the light of developing technologies and have adapted to existing technologies. Radio was used as an effective propaganda tool during World War II, when mass media had a great impact. With the transition to multi-party life in our country in 1946, political communication campaigns utilized posters, radio, newspapers and television. Political communication campaigns, which are rapidly integrated into traditional mass media, also take place on social media platforms, which emerged with internet technology, making it easier to reach large masses and enabling everyone to follow everyone else. There are many global examples of the use of Artificial Intelligence technologies, an output of today's technology, in political communication activities. Applications supported by Artificial Intelligence technology include personal recommendations, Deepfake, use of bot accounts, data analysis, chatbots. On the basis of this technology, individuals' personal data can be processed by determining their emotional states and perspectives, and can create ethical problems in the production of false news and surveillance. Individual data accessed over the Internet can be collected and processed in a pool through Artificial Intelligence technologies and used in the creation of propaganda studies related to the purpose. This study aims to collect and evaluate global examples of the use of Artificial Intelligence technologies in the field of political communication. The main goal of this study is to create a framework on the past and present of Artificial Intelligence

[1] *PhD Student, İzmir Kâtip Çelebi University, fatmasendgn@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-8209-9336.*

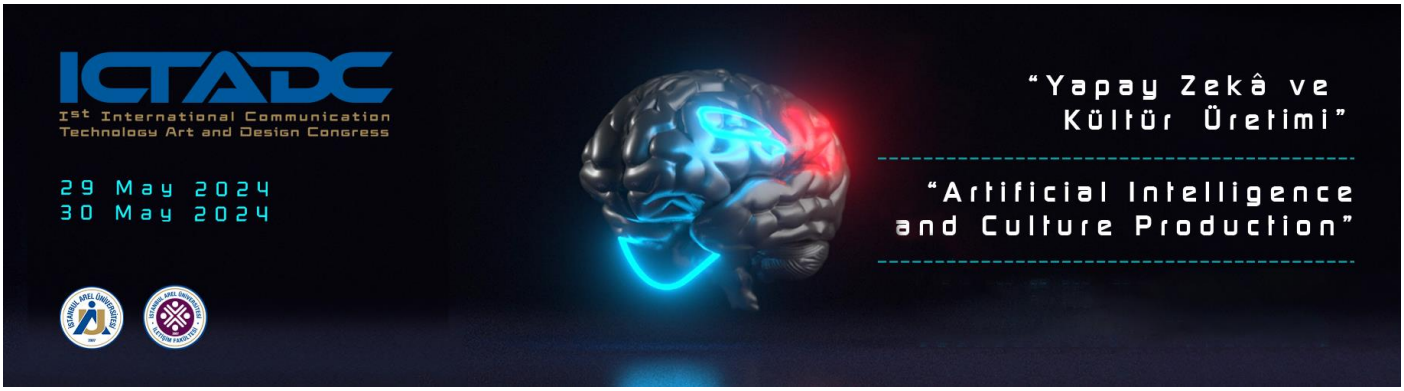


technologies and to discuss the positive and negative aspects for the future through this framework. In this direction, examples such as the 2016 US presidential elections, the 2020 US Presidential Election, the 2023 Donald Trump Arrest visuals, the Brexit referendum in 2016, the virtual reality rally held by the Deva Party in 2022 were examined. Finally, by giving place to universities where artificial intelligence and political communication are integrated globally, the usage areas of artificial intelligence technologies to influence the masses in the political arena were tried to be conveyed.

Keywords: *Artificial intelligence, political communication, propaganda*.

"YAPAY ZEKÂ VE ETİK: TEKNOLOJİNİN SINIRLARINI BELİRLEMEK"

"ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND ETHICS: DEFINING THE BOUNDARIES"



PANDEMİ İLE HAYATIMIZA GİREN DİJİTALLEŞME

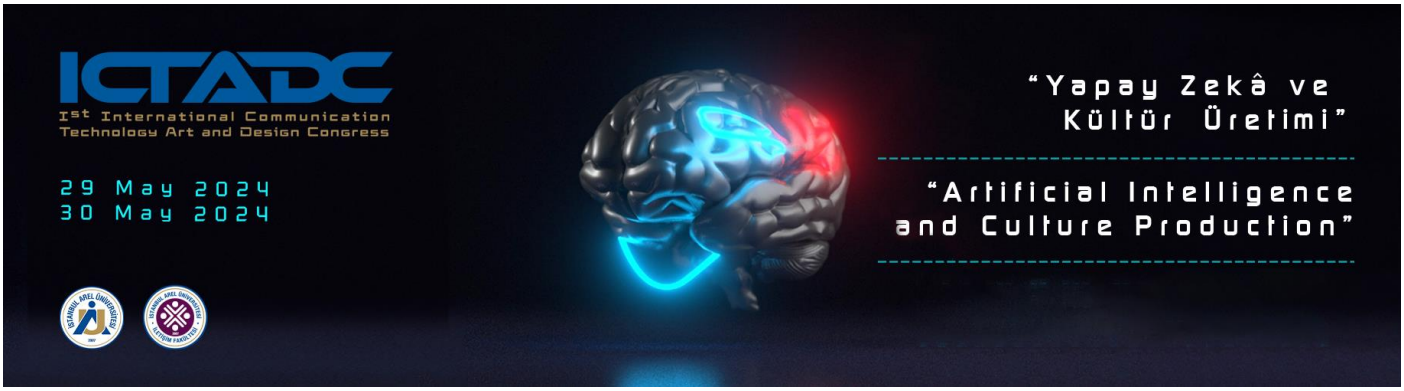
Çimen BAYBURTLU[1]- Ayşe Nuriye İŞGÖREN[2]

ÖZ

Aniden hayatımıza giren ve dünyamızı ve dünyaya bakışımızı hızla değiştiren pandemi, gelecekte sürdürülebilir bir dünyayı taşıyabilmek için tüm insanları daha duyarlı olmaya zorlamaktadır. Bu durum estetikten ve doğadan vazgeçmeden varlıklarımızı teknoloji ile zenginleştirerek onun nimetlerinden daha çok faydalanabilmek için yeni arayışlar ve yeni çözümlerle bizleri karşı karşıya bırakmaktadır. Bir giysi koleksiyonu hazırlanırken ilk adım hedef kitlenin talep ve ihtiyaçlarını araştırmaktır. Pandemi, eve uzun süre bağlı kalan insanların ihtiyaçlarını koruyucu tedbirlerle birleştirerek analiz etmeyi gerekli kılmıştır. Pandemi koşullarının kalkması bile insanların dış dünyaya ayak uydurmasında temkinli hareket etmelerini engellememiştir. Zaman içinde estetik unsurlar tekrar önemli olmaya başlasa da kişisel konfor ve hijyenik ürün talebi artık tüm tüketiciler için olmazsa olmaz konular arasına girmiştir. Gelecek nesillere sağlıklı bir dünya bırakabilmek için çaba gösteren insanlar son yıllarda sürdürülebilirlik kavramı ile yeni arayışlar içine girmiştir. Gelişen ve değişen dünya düzenine hızla uyum saylayan moda endüstrisi sürdürülebilirlik esasları içinde dünyaya verdiği zararı en aza indirebilmek için çaba sarf etmektedir. Moda tasarım süreçleri içinde yer alan prototip ürün üretme işlemi ürünün niteliğine bağlı olarak defalarca olabilmektedir. Bu durum hem ürünün

[1] *Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Kuyumculuk ve Mücevher Tasarımı Bölümü, Kuyumculuk ve Mücevher Tasarımı Anabilim Dalı, cimen.bayburtlu@marmara.edu.tr, ORCİD: 0000-0001-9284-665X.*

[2] *Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Tasarım Bölümü, Moda Tasarımı Pr., nisgoren@marmara.edu.tr, ORCİD: 0000-0001-8184-0498.*



maliyetlerinin artmasına hem de alt yapının gereksiz yere kullanılmasına neden olmaktadır. Her ikisi de sürdürülebilir kalkınma hedefleri açısından oldukça endişe verici durumların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu çalışmada pandemi ile başlayan koruyucu, konforlu, ergonomik ve estetik giysi tasarımı ihtiyacının sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda kullanılması tercih edilen dijital tasarım programları aracılığı ile tasarlanıp müşteriye sunulmaktadır. Müşteri dijital ortamlarda görüp beğendiği hatta istediği değişiklikleri belirttiği tasarımları çevreye en az zarar verecek şekilde ve en kısa sürede tasarlanıp kendine sunulmasına şahitlik edecektir. 10 looktan oluşacak "Pandemi ve Dijital Giysi Tasarımı Koleksiyonu" Audaces İDEA 4D programı sayesinde tasarlanıp, sunularak üretime hazırlanacaktır. Koleksiyonun temasına uygun olarak seçilen doğal esaslı lifler sürdürülebilirlik özelliğinin en fazla söz edildiği Lyocell ve bambu liflerinden elde edilen kumaşlardır. Yaz sezonu için tasarlanan koleksiyonda liflerin nem absorbsiyonu ve anti bakteriyellik özellikleri büyük önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Pandemi, giysi koleksiyonu, Audaces İDEA, moda tasarımı, sürdürülebilirlik.*

DIGITALIZATION THAT ENTERED OUR LIVES WITH THE PANDEMIC

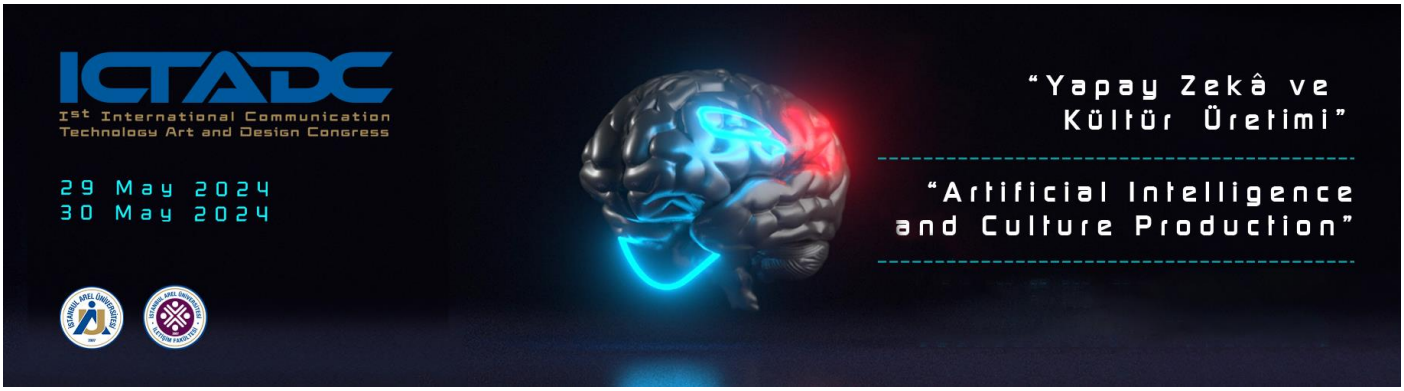
Çimen BAYBURTLU[1]- Ayşe Nuriye İŞGÖREN[2]

ABSTRACT

The pandemic, which suddenly entered our lives and rapidly changed our world and our view of the world, forces all people to be more sensitive in order to carry a sustainable world in the future. This situation confronts us with new searches and new solutions in order to benefit more from its blessings by enriching our assets with technology without giving up aesthetics and nature. The first step when preparing a clothing collection is to research the demands and needs of the target audience. The pandemic has made it necessary to analyze the needs of people who are tied to the house for a long time, combining them with protective measures. Even the lifting of pandemic conditions has not prevented people from acting cautiously in keeping up with the outside world. Although aesthetic elements have become important again over time, personal comfort and hygienic product demand have now become indispensable issues for all consumers. People who strive to leave a healthy world to future generations have been in search of new ways with the concept of sustainability in recent years. The fashion industry, which rapidly adapts to the developing and changing world order, strives to minimize the damage it causes to the world within the principles of sustainability. The process of producing prototype products, which is included in the fashion design processes, can be many times depending on the nature of the product. This situation causes both the increase in the costs of the product and the unnecessary use of the infrastructure. Both lead to very worrying situations in terms of sustainable development goals. In this study, the need for protective, comfortable, ergonomic and aesthetic clothing design, which started with the pandemic, is designed and presented to the customer through digital design programs that are preferred to be used in line with the principles of sustainability. The customer will witness that the designs that he sees and likes in digital environments and even indicate the changes he wants are designed and presented to him in a way that will cause the least harm to the

[1] *Assoc. Prof., Marmara University, Faculty of Applied Sciences, Department of Jewelry and Jewelry Design, cimen.bayburtlu@marmara.edu.tr, ORCİD: 0000-0001-9284-665X.*

[2] *Prof. Dr., Marmara University, Vocational School of Technical Sciences, Department of Design, Fashion Design Pr, nisgoren@marmara.edu.tr, ORCİD: 0000-0001-8184-0498.*



environment and as soon as possible. The "Pandemic and Digital Clothing Design Collection", which will consist of 10 looks, will be designed, presented and prepared for production thanks to the Audaces IDEA 4D program. The natural-based fibers selected in accordance with the theme of the collection are fabrics obtained from Lyocell and bamboo fibers, where the sustainability feature is most mentioned. In the collection designed for the summer season, the moisture absorption and antibacterial properties of the fibers are of great importance.

Keywords: *Pandemic, garment collection, Audaces IDEA, fashion design, sustainability.*

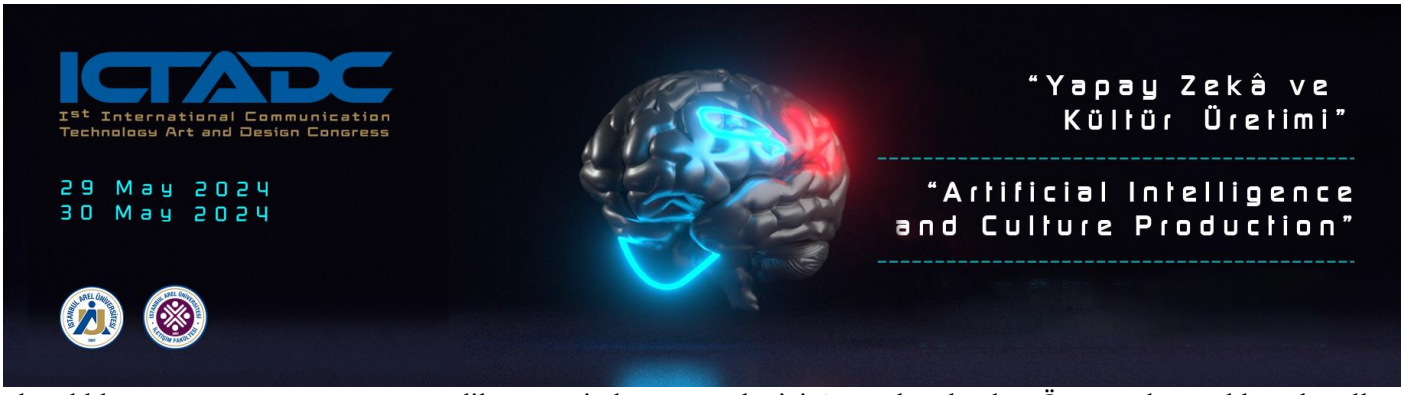
CGI (COMPUTER GENERATED IMAGERY) REKLAMLARIN ETİK AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Aslı Burcu TOKU[1]

ÖZ

Günümüz reklamcılığının çeşitli sınıflandırmaları olsa da temelde iki ana gruba ayrıldığı ifade edilebilir. Bu gruplardan birini geleneksel reklam mecraları için hazırlanan reklamlar oluştururken, diğer grupta ise dijital reklam mecraları için hazırlanan reklamlar yer almaktadır (Gençyürek Erdoğan, 2023: 30). Son zamanlarda dijital reklam mecraları için hazırlanan reklamların bir kısmını ise yapay zekâ tarafından desteklenen CGI (computer generated imagery) teknolojisiyle hazırlanan reklamlar oluşturmaya başlamıştır. CGI reklamlar, dilimize bilgisayar teknolojisiyle üretilen reklamlar olarak çevrilebilir. CGI, yeni bir teknoloji olmamakla birlikte video oyunlarında, filmlerde, televizyon programlarında uzun zamandır kullanılmaktadır. CGI, reklamcılıkta ilk defa 1990'lı yılların başında açık hava reklamlarında kullanılmaya başlanmıştır. Söz konusu dönemde, açık hava reklamlarında CGI teknolojisiyle oluşturulmuş basit animasyon ve görseller kullanılırken, günümüzde ise CGI -özellikle 2020 sonrasında- yaratıcı ve etkileyici reklam içeriklerinin hazırlanmasını sağlamıştır. Rexona, English Home, Adidas, Doğanay, Samsung gibi pek çok marka CGI teknolojisinden yararlanarak hazırladıkları reklamlar yayınlamıştır (Önder, 2023). Bu tür reklamlar, sosyal medyanın etkisi ile birlikte oldukça geniş kitleler tarafından paylaşılmakta ve marka farkındalığını yükseltmektedir. Bu nedenle, reklamcılıktaki yeni trendlerden biri CGI reklam uygulamaları olarak gösterilebilir. Bireylerin dijital platformlarda karşılaştıkları CGI reklamlar, mekânsal gerçekliğe sahip olup, adeta gerçekmişçesine algılanmaktadır (Gençyürek Erdoğan, 2023: 33). Dolayısıyla bu tür reklamların gerçek olup

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, asliburcuguler@arel.edu.tr, ORCID:0000-0003-0710-7436*



olmadıklarının zaman zaman ayırt edilememesi durumu, tüketiciyi yanıltmaktadır. Öte yandan, reklam kuralları konusunda uzman olan Ivan Preston, reklamlarda abartının da aldatmanın dolaylı şekli olduğunu ifade ederek, abartılı reklamların yasal olmadıklarının dikkate alınması gerektiğini savunmaktadır. Preston'un abartılı reklamdan kastı ise bilinçli insanların ciddiye almayacağı derecede aldatma kapasitesine sahip, büyütülmüş ve şişirilmiş reklamlardır (Karaboğa, 2017: 54). CGI teknolojisi ile üretilen reklamlarda da genel olarak abartının ön planda olduğu ifade edilebilir. Bu nedenle, CGI reklamlar çoğu kez gerilla pazarlama örneklerine benzetilmekte olup, geleneksel mecradaki gerilla reklamların abartısının, CGI sayesinde dijitale taşındığı ifade edilebilir. Son yıllarda, markaların gözdesi CGI reklamlar bazen gerçek olamayacak kadar abartılı, bazen de gerçekten ayırt edilemeyecek kadar gerçekçi olmalarıyla dikkat çekmektedir. Çalışmada, CGI reklamların etik açıdan uygun olup olmadıkları ulusal ve uluslararası yayın literatüründe yer alan çalışmalar çerçevesinde değerlendirilmektir. Kapsamı gereği çalışma, kuramsal bir yaklaşım ile sınırlı kalmaktadır. Çalışmanın amacı, CGI teknolojisiyle üretilen reklamları reklam etiği perspektifinden inceleyerek teorik bir yaklaşım sunmaktır.

Anahtar Kelimeler: *CGI reklam, CGI teknolojisi, reklam etiği.*

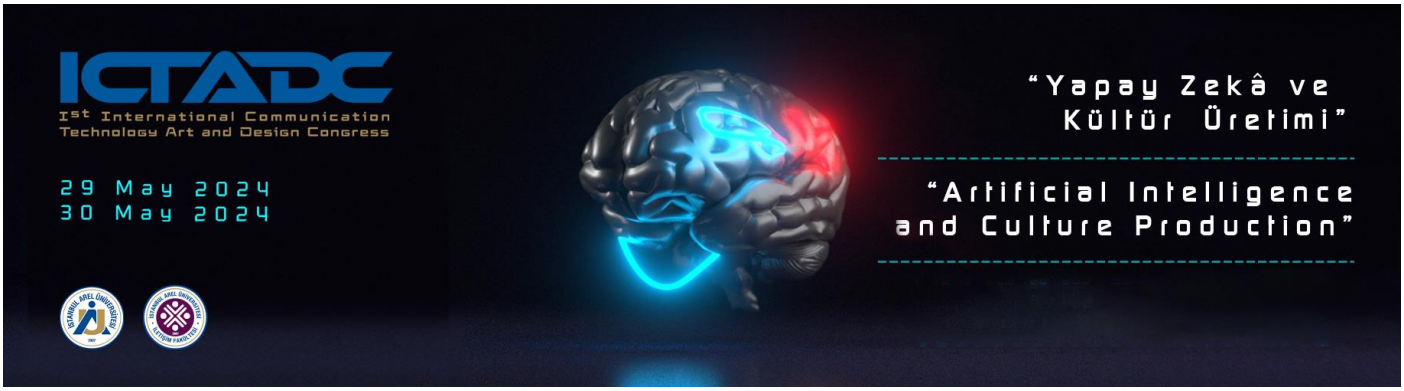
ETHICAL EVALUATION OF CGI (COMPUTER GENERATED IMAGERY) ADVERTISEMENTS

Aslı Burcu TOKU[1]

ABSTRACT

Although there are various classifications of today's advertising, it can be stated that it is basically divided into two main groups. While one of these groups consists of advertisements prepared for traditional advertising channels, the other group includes advertisements prepared for digital advertising channels (Gençyürek Erdoğan, 2023: 30). Recently, some of the advertisements prepared for digital advertising channels have started to be prepared with CGI (computer generated imagery) technology supported by artificial intelligence. CGI advertisements can be translated into our language as advertisements produced with computer technology. Although CGI is not a new technology, it has been used in video games, movies and television programs for a long time. CGI was first used in advertising in outdoor advertisements in the early 1990s. While this period, simple animations and visuals created with CGI technology were used in outdoor advertisements, today CGI -especially after 2020- has enabled the preparation of creative and impressive advertising contents. Many brands such as Rexona, English Home, Adidas, Doğanay, Samsung have published advertisements using CGI technology (Önder, 2023). With the influence of social media, such advertisements are shared by large audiences and increase brand awareness. Therefore, one of the new trends in advertising can be shown as CGI advertising.CGI advertisements that individuals encounter on digital platforms have spatial reality and are perceived as if they were real (Gençyürek Erdoğan, 2023: 33). Therefore, the inability to distinguish whether such advertisements are real or not sometimes misleads the consumer. On the other hand, Ivan Preston, an expert on advertising rules, states that exaggeration in advertisements is an indirect form of deception and argues that it should be taken into account that exaggerated advertisements are not legal. What Preston means by exaggerated advertising

[1] *Assist. Prof. Dr., İstanbul Arel University, Faculty of Communication, Department of Public Relations and Advertising, asliburcuguler@arel.edu.tr, ORCID:0000-0003-0710-7436*



is enlarged and inflated advertisements that have the capacity to deceive to the extent that conscious people do not take them seriously (Karaboğa, 2017: 54). It can be stated that exaggeration is generally at the forefront in advertisements produced with CGI technology. For this reason, CGI advertisements are often compared to examples of guerrilla marketing, and it can be stated that the exaggeration of guerrilla advertisements in traditional media has been transferred to digital thanks to CGI. In recent years, CGI advertisements, which are the favorite of brands, attract attention because they are sometimes too exaggerated to be real, and sometimes so realistic that they are indistinguishable from reality. In the study, whether CGI advertisements are ethically appropriate or not is evaluated within the framework of studies in the national and international literature. Due to its scope, the study is limited to a theoretical approach. The aim of the study is to present a theoretical approach by examining advertisements produced with CGI technology from the perspective of advertising ethics.

Keywords: *CGI advertising, CGI technology, advertising ethics.*

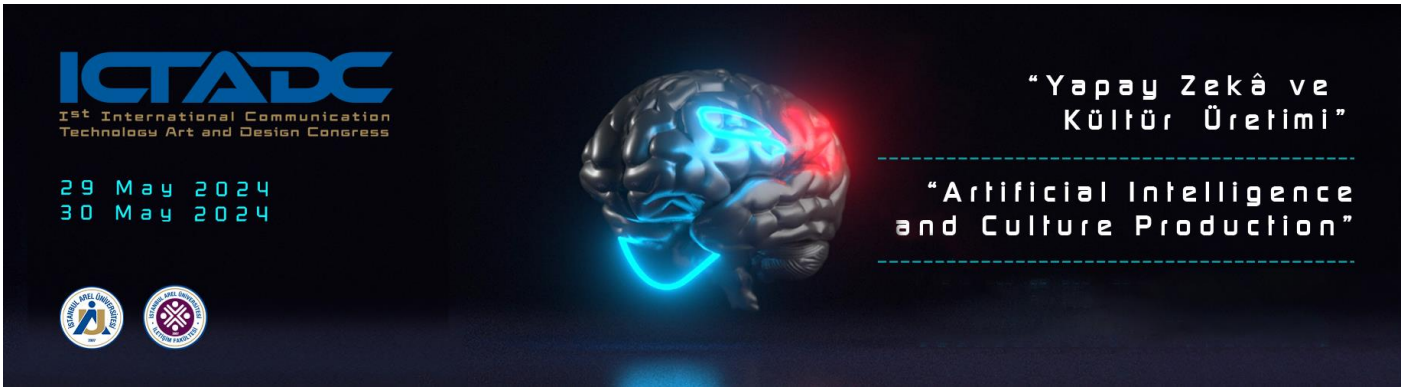
YAPAY ZEKÂ ARAÇLARININ TASARIM ALANINDA KULLANIMI: TEHDİT Mİ, FIRSAT MI?

Ahsen ÖZTÜRK[1]

ÖZ

Bu bildiri yapay zekâ araçlarının tasarım süreci ve eğitiminde kullanımını incelemektedir. Bildiri, tasarım alanında kullanılan yapay zekâ araçlarına ilişkin kapsamlı bir literatür taramasına dayanmaktadır. Bulgular, yapay zekâ araçlarının tasarım süreci boyunca yaratıcı üretimi desteklemek amacıyla kullanıldığını göstermektedir. Ağırlıklı olarak ön araştırma ve konsept geliştirme (problemin tanımlanması, kullanıcı veya pazar araştırmasının yapılması, toplanan verilerin görselleştirilmesi), tasarlama (dijital eskiz ve çizim ile fikir geliştirilmesi, görsel veya fiziksel prototiplerin oluşturulması), ve uygulama süreçlerinde (tasarımların üretilmesi) kullanılmaktadır. Ek olarak bulgular, yapay zekâ araçlarının görselleri veya materyali doğrudan işlemek yerine metin veya istek/giriş verisine (prompt) dayalı olmasıyla bağlantılı olarak tasarım sürecindeki ve eğitimdeki değişime dikkat çekmektedir. Buna göre, kullanıcıların diğer kullanıcılarla ve yapay zekâ ile görsel oluşturmada istemleri/fikirleri değiştirerek veya birleştirerek iş birliği yapması nedeniyle işbirlikçi tasarım sürecinde bir değişiklik olmuştur. Bu değişiklik aynı zamanda kullanıcılar ve kullanıcılar ile yapay zekâ arasında bir öğrenme faaliyetinin oluştuğu bir akran öğrenimi durumu olarak da yorumlanabilir. Ayrıca, bu teknolojiyle herkes ilgi çekici ve yeni içerikler üretebilmektedir. Fakat, bu durum yapay zekâ aracının yaratıcılığını

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Endüstriyel Tasarım Bölümü, Endüstriyel Tasarım Anabilim Dalı, ahsenozturk@gmail.com, ORCID:0000-0002-6439-7583.*



ve bu yaratıcı süreçte yer alan insan yaratıcılığının düzeyini sorgulamaktadır. Aynı zamanda mevcut tasarım profesyonellerinin uzmanlığına da meydan okumaktadır. Son olarak bu çalışma, yapay zekâ araçlarının tasarım alanında kullanımına ilişkin çeşitli kaygılara işaret etmektedir. Bu kaygılar eğitimsel kaygılar (yapay zekâ uygulamalarıyla geleneksel tasarım süreci arasındaki çelişkiler), mesleki kaygılar (tasarımcının tasarım sürecindeki değişen rolü) ve veri güvenliği, özgünlük ve intihal sorunları olarak sınıflandırılabilir. Bu bildiri, yapay zekâ araçlarının tasarım sürecinde ve eğitiminde kullanımının bir fırsat olarak algılanabileceği, aynı zamanda insan unsurunun ve dokunuşunun sorgulanmasına neden olabileceği sonucuna varmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, tasarım eğitimi, tasarım süreci.*

USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE TOOLS IN DESIGN: THREAT OR OPPORTUNITY?

Ahsen ÖZTÜRK[1]

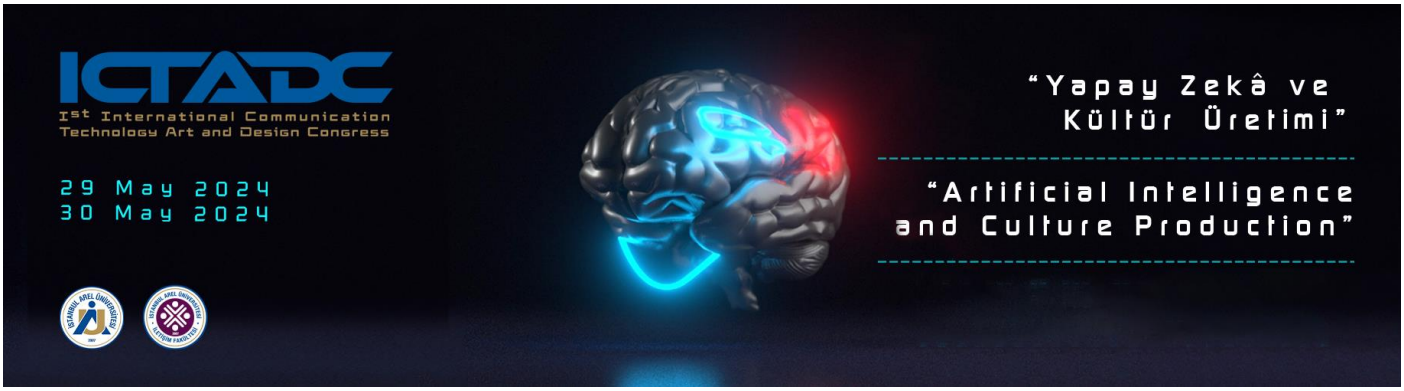
ABSTRACT

This paper investigates the usage of artificial intelligence (AI) tools within the design process and education. The paper is based on an extensive literature review of AI tools used in design. The findings indicate that AI tools are used throughout the design process to support and inspire creative production. It is mainly utilized in preliminary research and concept development (problem-definition, conducting user or market research, visualizing the collected data), design process (idea generation with digital sketching and drawing, creating visual or physical prototypes), and implementation process (production of the designs). In addition, it draws attention to the change in the design process and education in connection with the fact that AI tools are based on text or prompts rather than directly processing images or material. Accordingly, there is an alteration in the collaborative design process since users collaborate with other users and AI in image generation by changing or combining prompts/ideas. This change can also be interpreted as a peer-learning situation where a learning activity emerges between users and between users and AI. Furthermore, with this technology, everyone can produce engaging and new content. However, this situation questions the creativity of AI tools and the level of human creativity involved in this creative process. It also challenges existing design professionals' expertise. Finally, this study illustrates a variety of concerns regarding the use of AI tools in the design field. These concerns can be classified as educational concerns (contradictions between AI and traditional design process), professional concerns (the designer's changing role in the design process), and data security, authenticity, and plagiarism issues. This paper concludes that the use of AI tools in the design process and education can be perceived as an opportunity but also causes the human element and touch to be questioned.

Keywords: *Artificial intelligence, design education, design process.*

---

[1] *Assist. Prof. Dr., Kütahya Dumlupınar University, Faculty of Architecture, Department of Industrial Design, Department of Industrial Design, ahsenozturk@gmail.com, ORCID:0000-0002-6439-7583.*



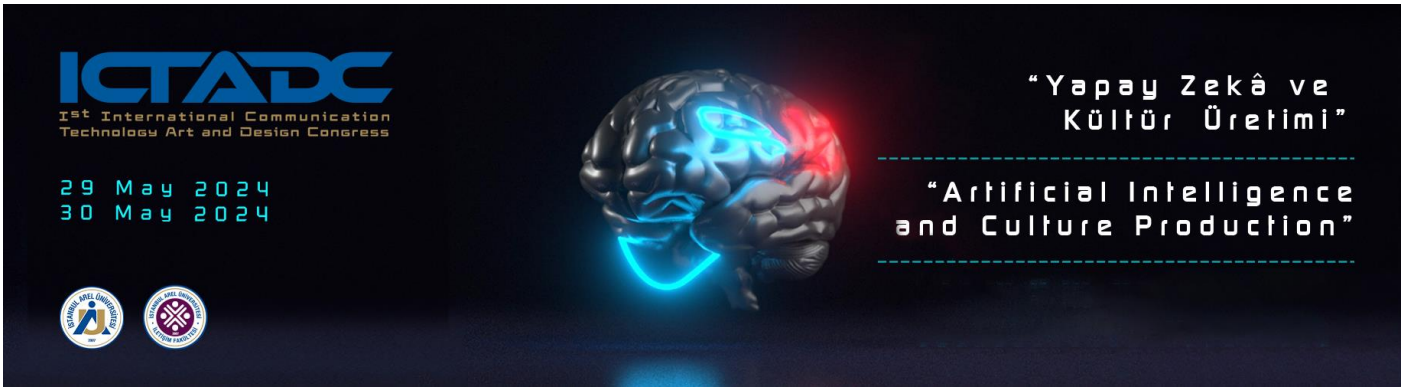
YABANCI/İKİNCİ DİL ÖĞRETİMİ SÜREÇLERİNDE MEDYA DESTEKLİ YAPAY ZEKÂ KULLANIMI VE ÖĞRETİCİLERİN ETİK SORUMLULUĞU

Ezgi İNAL[1]

ÖZ

Son yıllarda önemli bir araştırma ve uygulama alanı olan yapay zekâ, pek çok etik tartışmayı da beraberinde getirmektedir. Disiplinlerarası çalışmaların kesişiminde yer alan yapay zekâ her geçen gün kendini yenilemekte ve bu yeniliklerin insanlar tarafından deneyimlenmesiyle hemen her alanda kendisine yer bulmaktadır. Hemen her alanda yer alan yapay zekâ uygulamaları kimi fırsatlarla birlikte bazı mesleki etik hususları da tartışmaya açmaktadır. Bu bağlamda teknolojinin gelişmesi ve böylece medya araçlarının yoğun kullanıldığı alanlardan biri olan dil öğretim süreçleri ilgi çekicidir. Bu süreçlerin hem dilsel farkındalık oluşturmak hem de kültürel etkileşimi sağlamak bakımından günümüzde medya ve medya araçlarından destek almaksızın işe koşulması mümkün görünmemektedir. Temel dil becerisi olarak ifade edilen dinleme, okuma, yazma ve konuşma becerilerinin tamamına yönelik gelişim süreçleri eğitim ortamlarında ve eğitim ortamlarının dışında medya araçlarının desteği tasarlanmaktadır. Özellikle eğitim ortamlarında gerçekleştirilen ders tasarımlarında kullanılan medya araçlarının ne derecede ders hedefine uygun olarak kullanıldığı ve öğrencilerin değerlendirilme süreçlerine değin dil öğrenme süreçlerine nasıl bir katkı sağlayacağı dersi tasarlayan dil öğreticisinin sorumluluğundadır. Özellikle yapay zekânın sunmuş olduğu fırsatlardan yabancı/ikinci dil eğitiminde medya araçları

[1] *Öğr. Gör., İstanbul Aydın Üniversitesi, ezgiinal1@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1573-9401.*



kullanılırken hangi kapsamda yararlanılması gerektiği etik tartışmaları da ön plana çıkarmaktadır. Nitekim hem medya araçlarının hem de yapay zekâ uygulamalarının eğitimi destekleyici ve fayda sağlayıcı araçlar olmaktan çıkarıp eğitim dışı amaçlara yönelik farkında olarak ya da olmayarak kullanmak oldukça geniş bir problematik dizisi ile karşılaşılmasına neden olabilmektedir. Bu çalışmada yabancı/ikinci dil öğretimi süreçlerinde medya araçlarından yararlanırken yapay zekâ uygulamalarının hangi açılardan destekleyici olabileceği literatür kapsamında değerlendirilmiştir. Ayrıca nitel olarak tasarlanan bu çalışmada dil öğretimi süreçlerinde ihtiyaç analizinin önemi, yapay zekâ uygulamaları kapsamında veri güvenliği, adalet, erişilebilirlik, kullanışlılık, sorumluluk, hesap verilebilirlik, öğrenen hakları, sürdürülebilirlik, değerlendirme, toplumsal fayda gibi hususlar medya araçlarının kullanımından hareketle yabancı/ikinci dil öğreticilerinin etik sorumlulukları kapsamında irdelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Etik, ikinci dil öğretimi, yabancı dil öğretimi, yapay zekâ.*

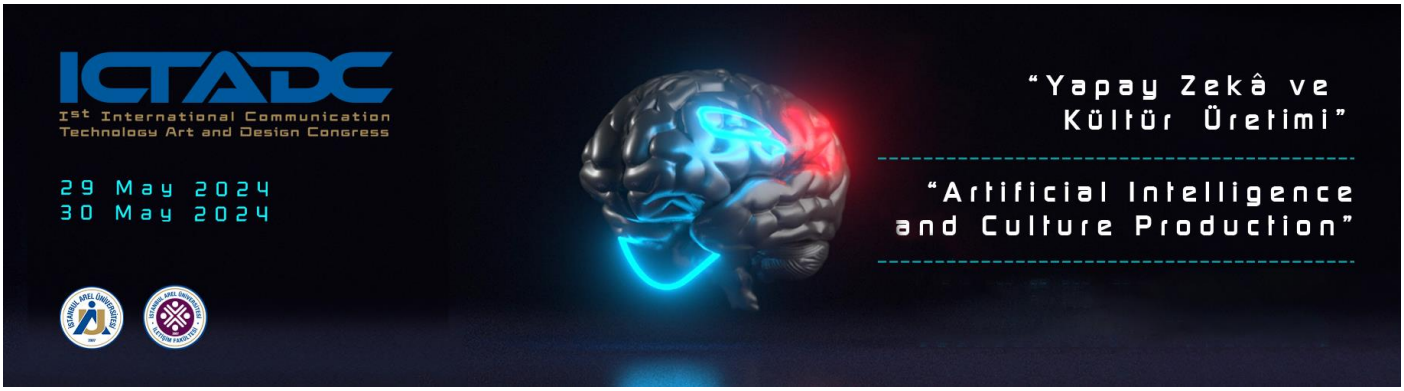
THE USE OF MEDIA-SUPPORTED ARTIFICAL INTELLIGENCE IN FOREIGN/SECOND LANGUAGE TEACHING PROCESSES AND THE ETHICAL RESPONSIBITIES OF INSTRUCTORS

Ezgi İNAL[1]

ABSTRACT

Artificial intelligence (AI), which has become an important area of research and application in recent years, brings along many ethical discussions. Positioned at the intersection of interdisciplinary studies, AI continuously renews itself and finds its place in almost every field through the experience of these innovations by humans. AI applications in almost every field not only bring some opportunities but also raise some professional ethical issues for discussion. In this context, the language teaching processes, which are one of the areas where technology is intensively used due to the development of technology and thus the intensive use of media tools, are intriguing. It seems impossible nowadays to carry out these processes without the support of media and media tools, both to create linguistic awareness and to ensure cultural interaction. Development processes directed towards all four basic language skills, namely listening, reading, writing, and speaking, are designed with the support of media tools in educational environments and beyond educational environments. It is the responsibility of the language instructor who designs the lessons, especially those conducted in educational environments, to what extent the media tools used in lesson designs are used in line with the lesson objectives and how they will contribute to the language learning processes, including the evaluation processes of the students. Especially, the opportunities offered by artificial intelligence raise ethical discussions about the extent to which media tools should be used in foreign/second language education. Indeed, both the media tools and AI applications can lead to a wide range of problematic series by not only supporting and benefiting education but also being used, whether consciously or unconsciously, for purposes outside education. In this study, the potential supportive aspects of artificial intelligence applications in utilizing media tools during foreign/second language teaching processes

[1] *Lecturer, İstanbul Aydın University, ezgiinal1@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1573-9401.*



have been assessed within the literature. Additionally, in this qualitatively designed study, the importance of needs analysis in language teaching processes, as well as various ethical responsibilities of foreign/second language instructors, including data security, justice, accessibility, usability, responsibility, accountability, learner rights, sustainability, evaluation, and social benefit, have been examined based on the utilization of media tools in the context of artificial intelligence applications.

Keywords: *Ethical, second language teaching, foreign language teaching, artificial intelligence.*

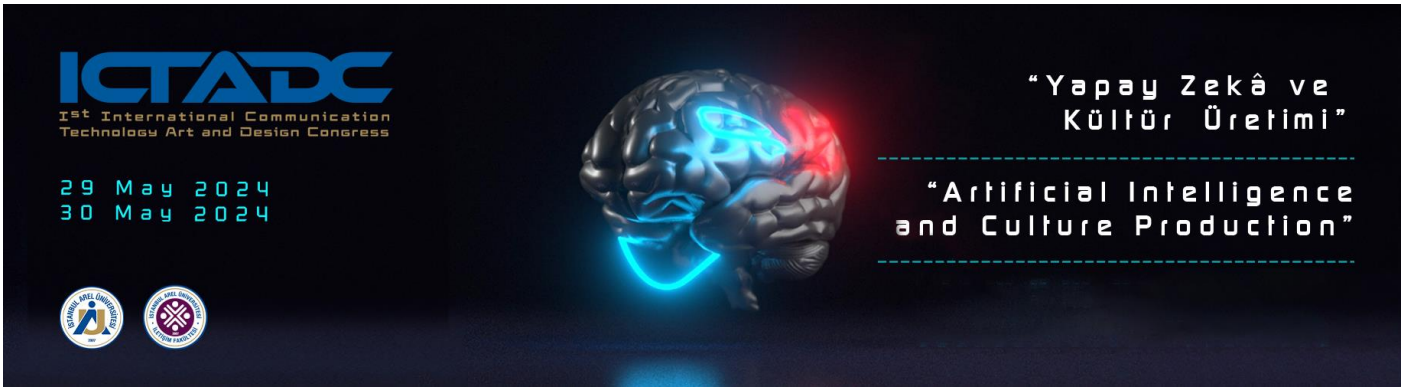
AKADEMİK ÇALIŞMALARDA YAPAY ZEKÂ KULLANIMININ ETİK BAĞLAMDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Eda ÇALGÜNER KILINÇ[1]

ÖZ

Günümüzde yapay zekâ teknolojilerinin iletişimsel süreçler, çalışma hayatı, sanatsal ve toplumsal etkileşimler gibi birçok alanda olduğu gibi akademik çalışmalarda da kullanılmakta ve hızla yayılmakta olduğu görülmektedir. Yapay zekâ teknolojilerinin akademik yazında kullanımı, araştırmacılara büyük olanaklar sağlarken, beraberinde birtakım etik konuları da gündeme getirmektedir. Özellikle son zamanlarda en popüler yapay zekâ uygulamalarından biri olarak öne çıkan ChatGPT, akademik metinler ve komplike akademik araştırma makaleleri yazma kabiliyetine sahip olmasıyla dikkat çekmektedir. Tıpkı diğer yapay zekâ uygulamaları gibi ChatGPT'nin de akademik yazında kullanılmasının neden olabileceği etik sorunların gündeme gelmesi ile, yapay zekâ kullanımının belirli standartlara bağlanmasının gerekliliği çözüm bekleyen güncel sorunlar arasında yerini almıştır. Bu kapsamda, bu çalışmada, akademik çalışmalarda yapay zekâ kullanımının ChatGPT örnekleminde etik açıdan değerlendirilmesi üzerine odaklanılmaktadır. Çalışma, akademik yazında yapay zekâ kullanımının etik boyutlarını ve sebep olabileceği etik sorunları vurgulayarak, araştırmacıları ve akademik kuruluşları bu teknolojileri kullanırken etik sorumluluklarını anlamaya ve yerine getirmeye teşvik etmeyi

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Başkent Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, Radyo, Televizyon ve Sinema Pr., calgunere@baskent.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4036-5357.*



amaçlamaktadır. Yapay zekâ teknolojilerinin etik değerlerle uyumlu bir şekilde kullanılmasının, sürdürülebilir bir bilgi toplumu için önemli bir adım olduğu göz önüne alındığında, akademik kuruluşların, araştırmacılara etik rehberlik sağlayarak yapay zekâ kullanımının belirlenen etik standartlara uygun bir şekilde gerçekleştirilmesini teşvik etmesinin önemi ortaya çıkmaktadır. Bu çalışma ile yapay zekâ teknolojilerinin potansiyel etik sorunlarına dikkat çekilerek, bu etik sorunları kapsamlı bir biçimde ele almak ve akademik yazında yapay zekâ kullanımının etik ilke ve değerler bağlamında takip etmesi gereken standartların çerçevesinin çizilmesi planlanmaktadır. Bu bağlamda, farklı akademik disiplinlerden ve sektörlerden araştırmacılar, uzmanlar ve akademisyenler ile derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiş ve böylelikle, etik sorunların belirlenmesi ve çözümlenmesi için katılımcıların görüşlerine dayalı zengin veri elde edilerek çalışmanın deneyim odaklı ve farklı bakış açılarına yer veren kapsamlı bir analiz sunması sağlanmıştır. Bu yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucunda ortaya konulan tespitler ile yapay zekâ kullanımının etik yönleri değerlendirilerek, akademik alanda yapay zekâ kullanımının sınırlarının belirlenmesi için bir adım atılması ve böylelikle bilgi toplumunun sürdürülebilirliğine katkıda bulunulması hedeflenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Yapay zekâ, ChatGPT, akademik çalışma, akademik yazın, etik standartlar, araştırma ve yayın etiği*.

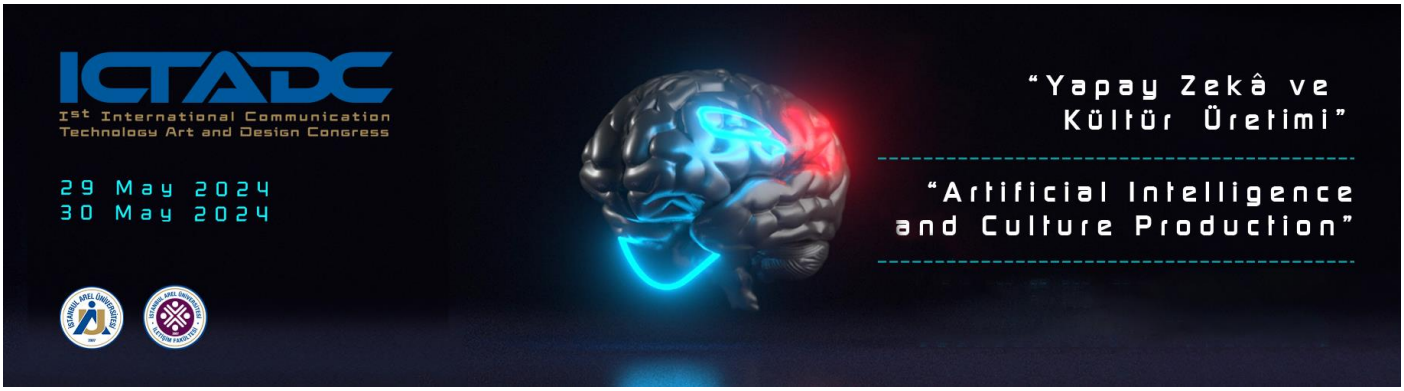
EVALUATING THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN ACADEMIC RESEARCH IN AN ETHICAL CONTEXT

Eda ÇALGÜNER KILINÇ[1]

ABSTRACT

In today's world, it is observed that artificial intelligence technologies are being used and are rapidly spreading in academic studies, as well as in many other areas such as communicative processes, work life, artistic and social interactions. The use of artificial intelligence technologies in academic writing provides great opportunities for researchers, but it also raises certain ethical issues. Especially in recent times, ChatGPT, which stands out as one of the most popular artificial intelligence applications, draws attention with its ability to write academic texts and complex research articles. Just like other artificial intelligence applications, the ethical issues that may arise from the use of ChatGPT in academic writing have brought up the necessity of regulating artificial intelligence usage according to certain standards among the current issues awaiting resolution. In this context, this study focuses on the ethical evaluation of the use of artificial intelligence in academic studies, specifically in the example of ChatGPT. By emphasizing the ethical dimensions of using artificial intelligence in academic writing and the ethical problems it may cause, the study aims to encourage researchers and academic institutions to understand and fulfill their ethical responsibilities when using these technologies. Considering that the ethical use of artificial intelligence technologies is an important step towards a sustainable knowledge society, the importance of academic institutions providing ethical guidance to researchers to ensure that the use of artificial intelligence conforms to established ethical standards becomes evident. Through this study, attention will be drawn to the potential ethical issues of artificial intelligence technologies, and it is planned to comprehensively address these ethical issues and outline the framework of standards

[1] *Assist. Prof. Dr., Başkent University, Faculty of Communication, Department of Radio, Television and Cinema, Radio, Television and Cinema Pr, calgunere@baskent.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4036-5357.*



that artificial intelligence usage in academic writing should follow in terms of ethical principles and values. In this context, in-depth interviews have been conducted with researchers, experts, and academics from different academic disciplines and sectors. Thus, by obtaining rich data based on participants' views to identify and resolve ethical issues, the study ensured to provide an experience-focused comprehensive analysis that incorporates diverse perspectives. Based on the findings presented through these semi-structured interviews, the ethical aspects of artificial intelligence usage are evaluated, aiming to take a step towards defining the boundaries of artificial intelligence usage in the academic field, thus contributing to the sustainability of the knowledge society.

Keywords: *Artificial intelligence, ChatGPT, academic study, academic writing, ethical standards, research and publication ethics*.