

contents

1	<p>Netflix's Machine Learning, Personalization, Culture Interaction and Its Evolution in Covid-19 / Review Article</p> <p><i>Netflix'in Makine Öğrenimi, Kişiselleştirme, Kültür Etkileşimi ve Covid-19 Sürecindeki Gelişimi / Derleme Makale</i></p> <p>Zeynep ERDOĞAN</p>
15	<p>Sosyal Kimlik Ürünü Olarak Kaft T-Shirtleri: Tasarım Baskıları Üzerinden Göstergebilimsel Bir Analiz / Araştırma Makalesi</p> <p><i>Kaft T-Shirts As A Product Of Social Identity: A Semiotic Analysis Through Design Prints / Research Article</i></p> <p>Selma Didem ÖZŞENLER</p>
38	<p>Covid 19 Pandemisi'nde Türkiye'de Turizm Reklamlarında Mesaj Stratejileri: Türkiye'de Güvenli Turizm Reklam Kampanyasının Göstergebilimsel Analizi / Araştırma Makalesi</p> <p><i>Message Strategies In Tourism Advertising In Turkey In The Covid 19 Pandemic: A Semiotic Analysis Of The "Safe Tourism In Turkey" Advertising Campaign / Research Article</i></p> <p>Kenan DEMİRCİ</p>
57	<p>Kâbuslar ve Rüyalar: Bilim Kurguda Siborg Temsilleri / Araştırma Makalesi</p> <p><i>Nightmares and Dreams: Representations of Cyborg in Science Fiction / Research Article</i></p> <p>Volkan EROL</p>
72	<p>Kendini İzleme ve Giyim Ürünlerine Yönelik Tüketim Davranışı İlişkisi / Araştırma Makalesi</p> <p><i>The Relationship Between Self-Monitoring and Consumption Behavior For Clothing Products / Research Article</i></p> <p>Aslı Burcu TOKU</p>
89	<p>Diderot Etkisi Bağlamında Reklamlardaki Sembolik Tüketimin Anlamlandırılması: Televizyon Reklamları Üzerine Bir İnceleme / Araştırma Makalesi</p> <p><i>Definition Of Symbolic Consumption In Advertising Within The Context Of The Diderot Effect: An Investigation On Television Advertisements / Research Article</i></p> <p>Şeyma KARA, Ersin DİKER</p>
112	<p>Dijital Bir İçerik Olarak Podcasting: Ulusal Radyoların Podcast Yayıncılığı Üzerine Bir İnceleme / Araştırma Makalesi</p> <p><i>Podcasting As A Digital Content: A Review On Podcast Broadcast Of National Radios / Research Article</i></p> <p>İsmail Mücahit AYDEMİR, Dilge KODAK</p>

contents

136	<p>Türkiye’de Genç Yetişkinlerin Sosyal Medya Kullanımları ve Paylaşım Türlerinin İncelenmesi / Araştırma Makalesi</p> <p><i>An Analysis of the Social Media Use and Content Types of Young Adults in Turkey / Research Article</i></p> <p>Özen BAŞ, Aylin SUNAM AUDRY, İrem İNCEOĞLU, Yiğit Bahadır KAYA, Gözde CÖBEK, Saygın Vedat ALKURT</p>
160	<p>Dijital Oyun Deneyimi Analizi: Ghostwire Tokyo Oyun İncelemesi / Araştırma Makalesi</p> <p><i>Digital Game Experience Analysis: Ghostwire Tokyo Game Experience Review / Research Article</i></p> <p>Çakır AKER</p>
178	<p>The TikTok Experience and Everything Everywhere All At Once: A Brief Analysis of Film Form / Research Article</p> <p><i>Tik Tok Deneyimi ve Everything Everywhere All At Once: Film Biçiminin Kısa Bir Çözümlemesi / Araştırma Makalesi</i></p> <p>Doğa ÇÖL, Ömer Said BİROL</p>
195	<p>Kullanımlar ve Doymalar Kuramı Bağlamında Astroloji ve Medya İlişkisi: Instagram Kullanımı Üzerine Etnografik Bir Araştırma / Araştırma Makalesi</p> <p><i>Relations Between Astrology and Social Media in Context Of Uses and Gratifications Theory: An Ethnographic Research on Instagram Use / Research Article</i></p> <p>Hülya TEKBIYIK, Mehmet Anıl ÜNAL</p>
216	<p>Monokromatik Reklamdan Monokromatik Markaya: Heinz Örneği / Araştırma Makalesi</p> <p><i>From Monochromatic Advertisement to Monochromatic Brand: Heinz Case Study / Research Article</i></p> <p>Nihan AYTEKİN, Mizgin AVCİ</p>
234	<p>Türkiye’de Yazılı Basının Kanser Haberlerine Yaklaşımı / Araştırma Makalesi</p> <p><i>Approach Of The Printed Press On Cancer-Related News in Turkey / Research Article</i></p> <p>Mehmet SUIÇMEZ</p>