



EDİTÖRÜN MESAJI

Değerli Araştırmacılar ve Akademisyenler,

Sizlerle bir kez daha Intermedia International E-Dergisi'nin yeni bir sayısında buluşmanın mutluluğunu yaşıyoruz. 2024 yılının son sayısı olan Aralık sayısı, bilimsel bilginin çoğunlukla dönüşüm süreci içerisinde olduğu günümüzde, alanımızın yenilikçi ve eleştirel perspektiflere ne kadar açık olduğunu bir kez daha ortaya koyuyor. Intermedia'nın hazırlanmasında muazzam bir emek harcanmıştır. Bu emeğin Aralık sayısına nasıl yansıdığını ve iletişim bilimleri alanında etkili olacağını göreceğinize inanıyorum.

Bu sayıda, iletişim bilimleri, medya çalışmaları, reklamcılık ve halkla ilişkiler gibi farklı disiplinleri kapsayan birbirinden değerli 12 makale yer alıyor. Bu makaleler, hem teorik bilgileri hem de pratikte uygulanabilecek yaklaşımları ortaya koyarak alandaki bilgi birikimine katkıda bulunuyor.

Aralık sayısının birinci makalesi, Z kuşağının dijital çağda analog medya ile kurduğu ilişkiyi ele alıyor. Çalışma, genç bireylerin gazete, kitap, radyo, televizyon ve sinema gibi geleneksel medya araçlarını hangi nedenlerle kullandığını ve bu deneyimlerden sağladıkları doyumunu araştırıyor. Elde edilen bulgular, Z kuşağının hızla akan dijital içeriklerin ötesinde bilgi edinme, kişisel gelişim ve kendini ifade etme gibi ihtiyaçlarını karşılamak için analog medyayı da önemli bir araç olarak gördüğünü gösteriyor. Bu analiz, medya tüketim alışkanlıklarının çeşitliliğini anlamak ve yeni nesillerin medya ekosistemindeki yerini değerlendirmek açısından kıymetli bir katkı sunuyor.

İkinci çalışma yapay zeka teknolojilerinin reklamcılık sektöründeki etkilerini ve bu alandaki akademik çalışmaların yönelimlerini bibliyometrik analiz yöntemiyle incelemektedir. "Journal of Advertising" dergisinde yayınlanan makaleleri temel alan çalışma, yapay zekanın programatik reklamcılık, dijital veri yönetimi, Chat bot reklamları ve yapay zeka influencerları gibi alanlarda reklamcılık pratiklerini yeniden şekillendirdiğini ortaya koymaktadır. Bulgular, yapay zekanın reklamcılık literatüründe daha çok teorik düzeyde ele alındığını, ancak saha araştırmaları ve deneysel çalışmaların son yıllarda artış gösterdiğini göstermektedir. Çalışma, reklamcılık alanında yapay zekanın metodolojik ve uygulamalı etkilerini anlamaya yönelik önemli bir çerçeve sunarak, gelecekteki araştırmalar için yol gösterici bir niteliğe sahiptir.

Bir diğer dikkat çeken konu ise, "Levi's Giyilen En Güzel Hikâye" kampanyası örneğinden yola çıkarak bütünleşik pazarlama iletişimi aracı olarak marka hikâye anlatıcılığını inceleyen çalışmasıdır. Reklam ve halkla ilişkiler çalışmaları açısından bu makale, yaratıcılığın stratejik önemi üzerine çarpıcı bulgular sunuyor.

Dördüncü makale, İtalyan siyasi hiciv dergisi L'Asino üzerinden Trablusgarp Savaşı'na ilişkin savaş karşıtı söylemleri incelemektedir. Çalışma, İtalya'da savaşın hem ekonomik hem de insani boyutlarına yönelik eleştirileri ortaya koyarken, savaş karşıtı bir perspektifle barış çağrıları yapıldığını göstermektedir. Dergide yer alan görsel ve yazılı içerikler, savaşı destekleyen milliyetçi ve çıkar gruplarını hedef alırken, İtalyan ve Türk halklarının barış içerisinde bir arada yaşaması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Bu çalışma, savaş karşıtı basın Trablusgarp Savaşı bağlamında nasıl bir söylem geliştirdiğini gözler önüne sererek, dönemin İtalyan basınına dair önemli bir perspektif sunmaktadır.

"Sosyal Dinleme Platformu Kullanımının Dijital Halkla İlişkiler Alanına Sağlayabileceği Katkılar: Sprinklr Örneği" adlı çalışma, sosyal dinleme uygulamalarının dijital halkla ilişkilere sağladığı katkıları inceleyerek, yapay zekâ destekli sosyal dinleme platformlarının sunduğu olanakları kapsamlı bir şekilde ele almaktadır. Vaka çalışması yöntemiyle Sprinklr platformu üzerinden gerçekleştirilen araştırma, hedef kitlelerin duygu durumlarını, konuşma konularını ve demografik özelliklerini anlamaktan, hashtag ve influencer analizlerine kadar geniş bir veri yelpazesine erişim sağlandığını ortaya koymaktadır. Çalışma, sosyal dinlemenin dijital halkla ilişkilerdeki rolüne dair önemli içgörüler sunarak hem akademik literatüre hem de uygulayıcılara rehberlik etme potansiyeli taşımaktadır.

6. sırada yer alan makale; dijitalleşmenin, gazetecilik pratiklerini köklü biçimde dönüştürürken, bir dönem araştırmacı gazeteciliğin simgesi olan haber dergilerinin etkinliğini kaybetmesine yol açmıştır. Bu çalışma, haber dergilerinin dijitalleşme sürecine uyum sağlayamamasını ve bu kaybın gazetecilik mesleği ile basın-demokrasi ilişkisine etkilerini, gazetecilerin deneyimlerinden yola çıkarak ele almakta ve medya tarihine ilişkin önemli bir tartışma sunmaktadır. Geleneksel gazetecilik pratiklerinin dönüşümünü ve bu dönüşümün basın-demokrasi ilişkisine olan yansımalarını tartışan bu araştırma, medya tarihine ilişkin akademik literatüre değerli bir katkı sunmaktadır.

“Eleştirel Irk Kuramı Bağlamında Yapısöküm İncelemesi: “Ötekiler (THEM)” adlı çalışmada “Ötekiler (Them)” dizisi, 1950’lerin Amerika’sında siyah-beyaz çatışmasını ve ırkçılığın toplumsal yaralarını çarpıcı bir şekilde ele alıyor. Bu çalışmada, dizinin ilk sezonu Eleştirel Irk Kuramı ve Jacques Derrida’nın dekonstrüksiyon yöntemiyle incelenerek, görünürdeki çatışmaların ardındaki derin ideolojik mesajlar ortaya çıkarılmıştır. ırkçılığın hukuki ve toplumsal boyutlarını sorgulayan bu analiz, medya metinlerine eleştirel bir bakış sunmaktadır.

Bir diğer çalışmada sokak köpekleri meselesi, Türkiye’de hem toplumsal bir sorun hem de basının tartışma platformlarında şekillendirdiği çatışmalı bir alan olarak dikkat çekmektedir. Bu çalışmada, sokak köpeği saldırılarının yazılı ve görsel medyada nasıl çerçvelendiği incelenerek, basının insan ve hayvan mağduriyetlerini ele alış biçimindeki eksiklikler ortaya konmuştur. Hürriyet, Cumhuriyet ve T24’te yayımlanan haberlerin içerik çözümlemesiyle, yasal sorumlulukların göz ardı edilmesi ve hayvan hakları savunucularının sesine yer verilmemesi gibi sorunlar belirlenmiştir. Araştırma, medyanın haber dilindeki taraflı çerçevelerin toplumsal çatışmaları derinleştirme potansiyeline işaret ederken, insan ve hayvan haklarını gözetilen sağlıklı bir tartışma ortamının oluşturulmasında basının rolünü tartışmaya açmaktadır.

“İzlerken AI Özellikli Ürün Yerleştirme Uygulamaları: 4N1K Yeni Başlangıçlar Örneği” adlı çalışma dijital teknolojilerin reklamcılık alanında yarattığı yeniliklerden biri olan ‘izlerken al’ özelliği, ürün yerleştirme uygulamalarını geleneksel kalıpların ötesine taşıyarak izleyicilere sahnede gördükleri ürünleri doğrudan satın alma imkânı sunmaktadır. Çalışmada, Türkiye’nin bu özelliğe sahip ilk dizisi 4N1K Yeni Başlangıçlar örneğinde, ‘izlerken al’ uygulamalarının süre, sektör, marka ve yerleştirme stratejileri bağlamında nasıl kullanıldığı içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma, görsel yerleştirmelerin baskın olduğunu ve özellikle beyaz eşya sektöründe Vestel markasının öne çıktığını ortaya koyarak, bu yenilikçi reklam formatının tüketici davranışlarına etkisi ve sektörel kullanım potansiyeli üzerine önemli bir tartışma alanı sunmaktadır.

Onuncu sırada yer alan makalede; Covid-19 pandemisinden önce ve sonra Türkiye’deki medya yatırımlarındaki değişimi inceleyerek, televizyonun baskın mecra konumunu dijital medyanın nasıl devraldığını nicel vaka analiziyle ortaya koymaktadır. 2017-2023 yıllarını kapsayan analiz, geleneksel medya kanallarının pandemiyle birlikte yaşadığı kayıpları ve dijitalleşmenin medya sektöründeki belirleyici rolünü somut verilerle gözler önüne sermektedir. Dijitalleşmenin medya yatırımları üzerindeki etkisini anlamak isteyen araştırmacılar için önemli bulgular sunan bu çalışma, sektördeki değişimin dinamiklerini anlamaya katkı sağlamaktadır.

On birinci sırada yer alan çalışmaya göre; sosyal medya, bireylerin kimliklerini inşa ettiği ve başkalarına sunduğu güçlü bir platform haline gelmiştir. Sahte ve gerçek benliklerin sergilendiği bu dijital alan, bireylerin sosyal etkileşimlerini şekillendirirken, kimlik sunumunu stratejik bir şekilde yapılandırılmalarına olanak tanır. Michikyan, Dennis ve Subrahmanyam tarafından geliştirilen ve Türkçeye uyarlanan “Sosyal Medya Benlik Sunumu Ölçeği”, bu dinamikleri incelemek için önemli bir araç sunmaktadır. Bu çalışma, sosyal medya benlik sunumlarının, psikolojik ve sosyo-kültürel etkilerini anlamak adına önemli bir katkı sağlamaktadır.

Podcastler, dijital dünyada sadece içerik sunmakla kalmayıp, bireylerin kendilerini ifade ettiği ve toplumsal bağlar kurduğu güçlü bir mecra haline gelmiştir. Samimi anlatılarla dinleyiciyi etkileyen bu platform, aynı zamanda anonimlik ve özgürlük sunarak her bireye sesini duyurma imkânı tanır. Türkiye’de henüz yeni olan bu alandaki araştırmalar, podcastlerin iletişim disiplinini nasıl dönüştürebileceğini keşfetmek adına önemli bir fırsat sunuyor. “Türkiye’deki İletişim Çalışmaları Alan Yazınında Podcast: Bir Kapsam Analizi” adlı çalışma, podcastlerin kültürel, psikolojik ve toplumsal etkilerini anlamak ve bu alandaki bilgi boşluklarını doldurmak adına katkı sağlamaktadır.

Dergimizin bilimsel niteliklerini koruyabilmesi için en büyük destekçimiz olan hakemlerimize teşekkür etmek isterim. Bu sayıda emeği geçen değerli hakemlerimizin özenli değerlendirmeleri ve bilimsel katkıları olmadan bu derginin niteliğini sürdürebilmemiz mümkün olamazdı.

Intermedia International E-Dergisi olarak, iletişim bilimleri ve medya çalışmalarının farklı boyutlarını inceleyen çalışmaları desteklemeye devam edeceğiz. 2025 yılı için şimdiden çok heyecan verici konular ve makalelerle karşınızda olacağımızı belirtmek isterim.

Yeni sayımızla karşınızda olmanın heyecanını ve gururunu yaşamaktayız. Bu heyecanı paylaşırken arka planda özveriyle çalışan tüm değerli hocalarımıza ve çalışma arkadaşlarımıza en içten teşekkürlerimi sunmak istiyorum. Son sayıda emeği geçen ekip üyelerimizin gece gündüz demeden adeta bir orkestra uyumu içinde çalışmaları, derginin kalitesini ve devamlılığını sağlamaktadır. Birlikte oluşturduğumuz bu uyumlu çalışma ortamı yalnızca profesyonel bir iş birliğinden öte, akademik dayanışmanın ve ortak hedeflere olan bağlılığımızın da bir yansımasıdır. Daha iyiyi arama çabamız ve Intermedia'ya olan inancımız, dergimizi her geçen gün daha donanımlı kılıyor. Bu yolculukta emeği geçen ekip arkadaşlarıma bir kez daha teşekkür eder, dergimizin yeni sayısının akademik camiamız için ilham verici olmasını temenni ederim.

Saygılarımla,

Doç. Dr. Ayşegül Elif ÇAYCI
Editör

Intermedia
International e-journal



MESSAGE FROM THE EDITOR IN CHIEF

Dear Researchers And Academicians,

We are happy to meet you once again in a new issue of Intermedia International E-Journal. The December 2024 issue, which is the last issue of the year 2024, reveals once again how open our field is to innovative and critical perspectives in today's world where scientific knowledge is mostly in a process of transformation. A tremendous amount of work has gone into the preparation of Intermedia. I believe that you will see how this labour is reflected in the December issue and how it will be effective in the field of communication sciences.

In this issue, there are 12 valuable articles covering different disciplines such as communication sciences, media studies, advertising and public relations. These articles contribute to the accumulation of knowledge in the field by revealing both theoretical knowledge and approaches that can be applied in practice.

The first article of the December issue deals with Generation Z's relationship with analogue media in the digital age. The study investigates the reasons why young individuals use traditional media such as newspapers, books, radio, television and cinema and the satisfaction they derive from these experiences. The findings show that Generation Z sees analogue media as an important tool to meet their needs for information, personal development and self-expression beyond the fast-flowing digital content. This analysis makes a valuable contribution to understanding the diversity of media consumption habits and assessing the place of new generations in the media ecosystem.

The second study examines the effects of artificial intelligence technologies on the advertising sector and the trends of academic studies in this field through bibliometric analysis. Based on articles published in the 'Journal of Advertising', the study reveals that artificial intelligence has reshaped advertising practices in areas such as programmatic advertising, digital data management, chat bot ads and artificial intelligence influencers. The findings show that artificial intelligence is mostly discussed at the theoretical level in the advertising literature, but field research and experimental studies have increased in recent years. The study provides an important framework for understanding the methodological and practical implications of AI in the field of advertising and provides guidance for future research.

Another noteworthy issue is the study examining brand storytelling as an integrated marketing communication tool based on the example of the 'Levi's Best Worn Story' campaign. In terms of advertising and public relations studies, this article presents striking findings on the strategic importance of creativity.

The fourth article analyses the anti-war discourses on the Tripolitan War through the Italian political satire magazine L'Asino. The study reveals that while criticising both the economic and humanitarian dimensions of the war in Italy, calls for peace were made from an anti-war perspective. While the visual and written contents of the magazine target nationalist and interest groups that support the war, they emphasise the need for the Italian and Turkish peoples to live together in peace. This study provides an important perspective on the Italian press of the period by revealing how the anti-war press developed a discourse in the context of the Tripolitan War.

'Contributions of Social Listening Platform Use to Digital Public Relations: Sprinklr Case Study' examines the contributions of social listening applications to digital public relations and comprehensively discusses the possibilities offered by artificial intelligence-supported social listening platforms. The research conducted on the Sprinklr platform with the case study method reveals that access to a wide range of data is provided, from understanding the emotional states, topics of conversation and demographic characteristics of target audiences to hashtag and influencer analyses. The study has the potential to guide both academic literature and practitioners by providing important insights into the role of social listening in digital public relations.

The 6th ranked article argues that while digitalisation has radically transformed journalistic practices, news magazines, once the symbol of investigative journalism, have lost their effectiveness. This study examines the failure of news magazines to adapt to the digitalisation process and the effects of this loss on the journalism profession and the relationship between the press and democracy, based on the experiences of journalists, and presents an important discussion on media history. This research, which discusses the transformation of traditional journalistic practices and the reflections of this transformation on the press-democracy relationship, makes a valuable contribution to the academic literature on media history.

'Deconstruction in the Context of Critical Race Theory: 'The Others (THEM)', the series "The Others (THEM)" dramatically deals with the black-white conflict and the social wounds of racism in 1950s America. In this study, the first season of the series is analysed through Critical Race Theory and Jacques Derrida's deconstruction method to reveal the deep ideological messages behind the apparent conflicts. This analysis, which questions the legal and social dimensions of racism, offers a critical view of media texts.

In another study, the issue of stray dogs draws attention as both a social problem and a conflictual area shaped by the media in discussion platforms in Turkey. In this study, how stray dog attacks are framed in print and visual media is analysed to reveal the shortcomings in the way the press handles human and animal victimisation. Through the content analysis of news items published in Hürriyet, Cumhuriyet and T24, problems such as ignoring legal responsibilities and not including the voices of animal rights defenders were identified. The research points to the potential of biased frames in the news language of the media to deepen social conflicts, and opens the role of the media in creating a healthy debate environment that respects human and animal rights to discussion.

'Product Placement Practices with Buy While You Watch: 4N1K Yeni Başlangıçlar Örneği', the "buy while watching" feature, one of the innovations created by digital technologies in the field of advertising, takes product placement practices beyond traditional patterns and offers viewers the opportunity to directly purchase the products they see on stage. In the study, in the example of 4N1K Yeni Başlangıçlar, Turkey's first TV series with this feature, how 'buy while you watch' practices are used in the context of duration, sector, brand and placement strategies is analysed through content analysis method. The study reveals that visual placements are predominant and the Vestel brand stands out especially in the white goods sector, providing an important area of discussion on the impact of this innovative advertising format on consumer behaviour and its potential for sectoral use.

The tenth ranked article analyses the change in media investments in Turkey before and after the Covid-19 pandemic, and reveals how digital media took over the dominant position of television with a quantitative case study analysis. Covering the years 2017-2023, the analysis reveals the losses of traditional media channels with the pandemic and the decisive role of digitalisation in the media sector with concrete data. Offering important findings for researchers who want to understand the impact of digitalisation on media investments, this study contributes to understanding the dynamics of change in the sector.

According to the eleventh ranked study, social media has become a powerful platform where individuals construct and present their identities to others. This digital space, where fake and real selves are displayed, allows individuals to strategically structure their identity presentation while shaping their social interactions. The 'Social Media Self-Presentation Scale' developed by Michikyan, Dennis, and Subrahmanyam and adapted into Turkish provides an important tool to examine these dynamics. This study makes an important contribution to understanding the psychological and socio-cultural effects of social media self-presentations.

Podcasts not only provide content in the digital world, but also have become a powerful medium through which individuals express themselves and establish social bonds. This platform, which affects the listener with sincere narratives, also offers anonymity and freedom, allowing each individual to be heard. Research in this field, which is still new in Turkey, offers an important opportunity to explore how podcasts can transform the discipline of communication. The study titled 'Podcasts in Communication Studies Literature in Turkey: A Scope Analysis' contributes to understanding the cultural, psychological and social effects of podcasts and filling the knowledge gaps in this field.

I would like to thank our referees, who are our biggest supporters in order to maintain the scientific qualities of our journal. It would not be possible to maintain the quality of this journal without the careful evaluations and scientific contributions of our valuable referees who contributed to this issue.

As Intermedia International E-Journal, we will continue to support studies that examine different dimensions of communication sciences and media studies. For the year 2025, I would like to state that we will be presenting you with very exciting topics and articles.

We are excited and proud to be with you with our new issue. While sharing this excitement, I would like to express my sincere thanks to all our esteemed professors and colleagues who work devotedly in the background. The fact that our team members who contributed to the last issue worked day and night in an orchestral harmony ensures the quality and continuity of the journal. This harmonious working environment we have created together is not only a professional collaboration, but also a reflection of academic solidarity and our commitment to common goals. Our endeavour to search for the better and our belief in Intermedia make our journal better equipped every day. I would like to thank once again my team members who have contributed to this journey and hope that the new issue of our journal will be inspiring for our academic community.

Yours sincerely,

Assoc. Prof. Dr. Ayşegül Elif ÇAYCI
Editor



Intermedia
International e-journal