

Editörler

Prof. Dr. M. Bilal Arık
Prof. Dr. Füsün Alver

Nisan 2016
Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi
Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi
Berlin Beuth Üniversitesi

İsbn: 978-605-4483-29-7

Bu kitabın her türlü hakkı Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi'ne aittir. Yazılı izin olmadan herhangi bir yöntemle kısmen veya tamamen kopyalanamaz, çoğaltılamaz ve dağıtılamaz. Kaynak göstererek alıntı yapılabilir.

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

Yayın Yönetmenleri

Emine Uçar İlbuğa
Tülin Sepetçi

Görsel Yönetmen

E.Onur Karataş

Kapak Tasarımı

E.Onur Karataş

Sayfa Tasarımı

E.Onur Karataş
Tülin Sepetçi
Eylül Altundaş
Aysel Tapan
Evren Doğan
Aslı İğit

Matbaa

Erciyes Ofset
Kızılsaray Mh., 65. Sk, 07040 Antalya
Telefon: 0242 248 18 57
info@erciyesofset.com

EDİTÖRDEN

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin ev sahipliğinde, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi ve BeuthHochschule für Technik Berlin Enformatik ve Medya Bölümü işbirliğinde gerçekleştirilen II.Uluslararası Medya Çalışmaları Kongresi'nin konusunu, "Yeni Medya ve Görsel Kültür" oluşturuyor. Yirmibirinci yüzyılın başında yeni medya teknolojisi, yaşamımızın tüm alanlarını kapsıyor ve serbest zamandan, mesleki faaliyetlere kadar geniş bir yelpazede etkin kullanımı gerektiriyor. Kuşkusuz Görsel Kültür, üzerinde çok tartışılan ve farklı bilim dalları perspektifinden tanımlanmaya çalışılan bir araştırma alanını ifade ediyor. İletişim ve Medya bilimi gibi Kültürel Çalışmalar, Sanat Tarihi ve Estetiğin de araştırma konularının içinde yer alması, bilimsel profilini ortaya koyamamasına neden oluyor. Bununla birlikte Kongremizde, Görsel Kültürün, İletişim Bilimi perspektifinden yeni medyanın üretim ve tasarımları çerçevesinde irdelenmesi öngörülmektedir. Bu çerçevede kitle iletişimi gibi kişilerarası iletişim alanında da önem kazanan yeni medyanın ve oluşturduğu görsel kültürün, irdelenmesi iletişim bilimi açısından anlam kazanmaktadır.

Kongremizde, "Yeni Medya ve Görsel Kültür" e odaklanarak; kuramsal perspektifler ve yöntem, medya teknolojileri, değişen yayıncılık, dijital kültür, siyasal iletişim, yeni toplumsal hareketler, temsil-kimlik, gündelik yaşam, hukuk ve etik, kurumsal iletişim, dijital oyunlar, medya endüstrisi sanatsal üretim ve kültür-ötesilik ve ulus ötesiliğe yönelik yapılan bilimsel araştırmalar sonucunda elde edilen bulguların ortaya konulmasını ve uluslararası bilimsel bir ortamda tartışılmasını amaçlıyoruz. Kongremizde yapılan bilimsel tartışmaların, akademisyenlerimize ve ülkemizde iletişim biliminin gelişimine katkıda bulunmasını diliyoruz.

II.Uluslararası Medya Çalışmaları Kongremizin düzenlenmesine katkıda bulunan tüm üniversitelerin yetkili kurullarına, kongrenin oluşumuna katkı sağlayan organizasyon komitelerimize, bildirile-riyle bu bilimsel platformun gelişimine katkı sağlayan araştırmacılara, destek olan tüm sponsorlarımıza ve kongre ana sponsoru Akdeniz Üniversitesi'nin kuruluşuna büyük katkı sağlayan Antalya Üniversite Destekleme Vakfı'na teşekkürü bir borç biliriz.

Prof. Dr. M. Bilal ARIK

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Füsün Alver

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

Kongre Düzenleme Kurulu Başkanları / Chairs of Congress Regulatory Committee

Prof. Dr.Füsun Alver

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

Prof. Dr. M. Bilal Arık

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Kongre Düzenleme Kurulu / Congress Regulatory Committee

Prof. Dr. Jürgen Lohr

Beuth Hochschule für Technik Berlin

Prof. Dr. Robert Strzebkowski

Beuth Hochschule für Technik Berlin

Doç. Dr.Emine Uçar İlbuğa

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Doç. Dr. Figen E布伦

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Doç. Dr. Merih Taşkaya

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Doç. Dr. Tülay Şeker

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Yrd. Doç. Dr. Aslı İcil Tuncer

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Yrd. Doç. Dr. Ayşad Güdekli

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Yrd. Doç. Dr. Emel Arık

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Yrd. Doç. Dr. Gül Coşkun Değirmenci

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Yrd. Doç. Dr. Gül Yaşartürk

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Yrd. Doç. Dr. Yeşim Çelik

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Aslı İğit

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Aysel Çetinkaya

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Aysel Tapan

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

Uzm. Banu Karademir Arun

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Başak Özçarıklı

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Beril Dilcan

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Betül Akbulutgiller

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Deniz Keba Ekinci

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Emre Gül

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Evren Doğan

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Eylül Altundaş

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Gülten Adalı Aydın

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Hediye Aydoğan

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Işıl Demir

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. İremcan Güngör

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Kıvanç Türkgeldi

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Mehmet Umut Tuncer

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Mustafa Akbayır

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Neslihan Yolcu

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

Öğr. Gör. Onur Karataş

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Pelin Ügümü

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Uzm. Rıdvan Yücel

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Uzm. Rıza Eren Bozkurt

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Seda Erhül

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Selda Saral Güneş

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Şükrü Aydın

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Tülin Sepetci

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Zuhal Gök Demir

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Arş. Gör. Yusuf Bahadır Doğru

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

Bilim Kurulu Üyeleri / Scientific Committee

Prof.Dr. Andreas Hepp	University of Bremen
Prof. Dr. Ayşen Akkor Gül	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Başak Solmaz	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Dimitri Gavra	Sanit-Petersburg State University
Prof. Dr. ElisabethKlaus	Universität Salzburg
Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Jennifer Daryl Slack	Michigan Technological University
Prof. Dr. JürgenLohr	Beuth Hochschule für Technik Berlin
Prof. Dr. Lale Kabadayı	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Yüksel	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Mete Çamdereli	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. MiaConsalvo	ConcordiaUniversity
Prof. Dr. Nilgün Tural Cheviron	Galatasaray Üniversitesi
Prof. Dr. Robert Strzebkowski	Beuth Hochschule für Technik Berlin
Prof. Dr. Serdar Öztürk	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Zakir Avşar	Gazi Üniversitesi
Dr. Elke Hemminger	University of Education Schwaebisch Gmuend

Hakem Kurulu Üyeleri / Members of Advisory Board

Prof. Dr. Ayşen Akkor Gül	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Başak Solmaz	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Bülent Diken	Mardin Artuklu Üniversitesi
Prof. Dr. Celalettin Aktaş	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Elisabeth Klaus	Universität Salzburg
Prof. Dr. Elke Grittmann	Leuphana Universität Luneburg
Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Haluk Geray	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Jennifer Daryl Slack	Michigan Technological University
Prof. Dr. Jürgen Lohr	Beuth Hochschule für Technik Berlin
Prof. Dr. Lale Kabadayı	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. M. Bilal Arık	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Yüksel	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Mete Çamdereli	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Mine Gencil Bek	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa Şeker	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Mutlu Binark	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Nilgün Tural Cheviron	Galatasaray Üniversitesi
Prof. Dr. Nilüfer Timisi	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Nurcan Törenli	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Nurdan Akıner	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Özlen Özgen	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Robert Strzebkowski	Beuth Hochschule für Technik Berlin
Prof. Dr. Ruken Öztürk	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Serdar Öztürk	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Sevda Alankuş	Kadir Has Üniversitesi
Prof. Dr. Songül Sallan Gül	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Yasemin İnceoğlu	Galatasaray Üniversitesi
Prof. Dr. Zafer Özden	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Zeynep Tül Akbal	Bahçeşehir Üniversitesi
Doç. Dr. Ahmet Taylan	Mersin Üniversitesi
Doç. Dr. Ali Büyükaşlan	Medipol Üniversitesi

Doç. Dr. Banu Bıçakcı	Yeditepe Üniversitesi
Doç. Dr. Derya Tellan	Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr. Ebru Uzunoğlu	İzmir Ekonomi Üniversitesi
Dr. Elke Hemminger	Schwabisch Gmünd University of Education
Doç. Dr. Emine Uçar İlbuğa	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Emrehan İnal	İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Figen Ebrin	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Gözde Yirmibeşoğlu	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Gülseren Adaklı	Ankara Üniversitesi
Doç. Dr. Günseli Bayraktutan	Başkent Üniversitesi
Doç. Dr. Hakan Ergül	Hacettepe Üniversitesi
Doç. Dr. Kemal Süher	Bahçeşehir Üniversitesi
Doç. Dr. Mine Alemdar	Ege Üniversitesi
Doç. Dr. Nahit Erdem Köker	Ege Üniversitesi
Doç. Dr. Özgür Yaren	Ankara Üniversitesi
Doç. Dr. Tülay Şeker	Akdeniz Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Aras Özgün	İzmir Ekonomi Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Aslı İcil Tuncer	Akdeniz Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ayşad Güdekli	Akdeniz Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Burak Doğu	İzmir Ekonomi Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Çiğdem Karakaya	Akdeniz Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Gonca Yıldırım	İstanbul Bilgi Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Gül Yaşartürk	Akdeniz Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Gülsüm Depeli	Hacettepe Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Tolga Çevikel	Galatasaray Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Yeşim Çelik	Akdeniz Üniversitesi
Dr. Ricarda Drüeke	Universität Salzburg

İÇİNDEKİLER

- 10.** A Three-Level Model Of The Public Sphere. The Gezi Park Protests As A Testing Ground- Elisabeth Klaus
- 22.** Interactive Video Applications Basing On The Mpeg-Dash Standard - Multiview And Hypermedia For E-Learning, Information And Entertainment- Robert Strzebkovski, Jürgen Lohr.
- 41.** Autopsy of New Media From Aspect of Social Media- Md Mahady Hasan
- 57.** Framing Collective Action in Environmental Movements: An Assessment on The Mobilization Potential of The Iztuzu - Burak Doğu
- 72.** Gündelik Yaşamda İnternet ve Sosyal Ağları Kullanım Pratikleri: Kuzey Kıbrıs Vaka İncelemesi- Nuran Öze
- 90.** Gündelik Yaşamda Medyanın “Yeni Hali”: Yoksul Gençlerin Yeni Medya Tüketim Pratikleri - Sevil Bal
- 108.** Gündelik Yaşamda Elektronik Alışverişin Satın Alma Davranışına Etkisi: Hedonik Mi Faydacı Mı?- Beyza Nur Kalaycı
- 120.** Bir Etkileşimli Reklam Aracı Olan Oyunreklam (Advergaming) Üzerine İnceleme - Taala Oskay, Sevim Koçer
- 138.** Dijital Kültürde Kişilerarası İletişim ve Farklılıklar- Ebru Çitil Gürel, Ayşe Narin
- 148.** Dokunsal İletişimi Anlamak Ya Da Dokunsalın Dokusuna Dokunmak- Mete Çamdereli, Nihal Kocabay Şener
- 160.** A Research To Determine The Usage Habits Of Instagram: The Case Of Faculty Of Communication Of Selcuk University - Z Nur Tarakçı, Bahar Urhan Torun
- 182.** Türkiye’deki Instagram Fenomenleri Ve Reklam İlişkisi Üzerine Bir İnceleme- Derya Gül Ünlü, Alev Aslan
- 194.** Sosyal Medyanın Fenomen Dünyası: Twitter Fenomenleri- Tülay Yazıcı
- 206.** The Use Of Emoticons As Nonverbal Communication Tool In Instant Messaging By The Smart Phones- Bahar Urhan Torun, Havva Nur Tarakçı
- 220.** Siyasal İletişimde Yükselen Değer: Twitter’da 24 Rus Uçağının Düşürülmesi İle İlgili Türk ve Rus Siyasi Haber Aktörlerinin Tweet İletilerinin Analizi- Selma Koç Akgül, Betül Pazarbaşı, Göktürk Yıldız
- 237.** Bilgisayar Destekli Haberciliğin Dönüşümü ve Veri Gazeteciliği- Gürsoy Değirmencioglu
- 248.** Basılı Hava Yolu Dergilerinin Elektronik Biçime Uyarlanması- Görkem Tılıç
- 263.** Geleneksel ve Yeni Medyada Haber Yayıncılığının Görsel Tasarımı- Berfi Yıldırım

- 274.** Gazeteciliğin Değişen Mecrasında Haber Sunumlarının Karşılaştırılması: Ankara Garı Patlaması Örneği- Ali Eldiven
- 289.** Yeni Medya Kavramının Antropolojik Bir Konumlamadan Kritiği- Serdar Öztürk
- 303.** İkinci Ekran Olarak Twitter Kullanımı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama Örneği- Nacihan Tufan Yeniçiftçi.
- 316.** Bireylerin Sayısal Vatandaşlık Özyeterlik Algılarının Ölçülmesine Yönelik Bir “Likert Ölçeği” Geliştirme Çalışması- Taner Kızılhan
- 324.** Turkish Family Structure In Digital Age From Information Society Theory Perspective- İsmail Kocabaş
- 336.** Ana Haber Bültenlerinin Ahp-Topsis İle Değerlendirilmesi- Hacı Mehmet Alağaç, Neşet Bedir, Ömer Selman Mermi, Şafak Kızıltaş, Tamer Eren
- 353.** Mülteci Olgusunun Medyadaki Görünümü Üzerine Bir İçerik Analizi- Seda Topgül
- 369.** Sivil Toplum Kuruluşlarının Eşcinsellik Olgusuna Yönelik Tutum Değişimi Bağlamında Sosyal Medya Çalışmaları: Kaos Gİ Örneği- Zeynep Benan Dondurucu, Ayşe Pınar Uluçay
- 388.** Sanal Uzamda Bireysel Temsil Şekli Olarak Avatarlar- Betül Öney Doğan
- 400.** Medyada Kadının Temsili; Yeni Medya İçerisinde Feminist Örgütler- Gamze Önder
- 412.** Globalleşen Dünya İle İvme Kazanan “Çokkültürlülük Ve Ötekilik Kavramı”- Emel Özdemir
- 432.** Çevrimiçi Medya İlişkileri: Kurumsal Web Sayfalarına Yönelik Bir Araştırma- Gül Coşkun, Beril Akıncı, İbrahim Özbükerci
- 452.** Topography Of Media Related Non-Governmental Organizations (NGOs) In Turkey- Altuğ Akın, Burak Doğu
- 469.** Kurumsal Web Sayfaları ve KSS Faaliyetlerinin İletişimi- Mehmet Safa Çam
- 483.** Corporate Magazines As A Public Relations Instrument: The Case Of “Selçuk Bakış” Magazine- Havva Nur Tarakçı
- 498.** Social Responsibility Image in The Eyes of University Students: Selçuk University Sample- İsmail Kocabaş
- 511.** Gündelik Edebiyat, İktidar Ve Kitle İletişimi - Mustafa Şeker, Abdülkadir Gölcü
- 521.** Tüketim Kültürü Ve Diziler Bağlamında Bir İnceleme: Second Screen Uygulaması Olarak “Ekran-da” Örneği- Gülten Adalı Aydın, Murat Birol
- 533.** Sağlıkta Yeni Bir Gösterge: Sosyal Medya- Nurgül Soydaş, Turgay Yavaş

546. Tüketim Toplumu Değerlerinin Markalar Tarafından Sosyal Medya Aracılığıyla Globalleşmesi Ve Yeniden Üretimi: Starbucks Örneği- Deniz Yağız, Merih Taşkaya

567. Türk Siyasal Kültürü Açısından Kadının Temsil Sorunu: Temsilde Adalet Sorgulamaları- Prof. Dr. Emine Yavaşgel, Doç. Dr. Nilüfer Fatma Göksu

602. İletişimde Kültür ve Kimliğin Etkisi- Seyfi Özgüzel, Sebahattin Taş, Osman Nuri Demirel

611. Creating Digital Persona Using/Through Photography in New Media Ages- Ayşad Güdekli, Cemelelioğlu Altın

623. Yerel Basında Kadın Temsili- Göksel Basmacı

640. Online Alışveriş Sitelerinde Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Sunumu: Markafoni Ve Trendyol Örneği- Aysel Yıldız, Özge Önenerk

655. Lider Fotoğraflarının Aday İmajı Oluşumundaki Önemi: 1 Kasım 2015 Erken Genel Seçimleri- Enderhan Karakoç, Onur Taydaş

672. Partilerin Seçim Bildirgelerinde Kadın Politikası (AKP, CHP, MHP Ve HDP Örneği-2015)- Emre Vadi Balcı, Özlem Duğan

685. Haberin İdeolojik Duruşu:7 Haziran Genel Seçimleri Öncesindeki Televizyon Haberlerinin İncelenmesi- Mete Kazaz, Pınar Kovacı

703. Türk Siyasal Hayatında Siyasal Propagandanın Kullanımı ve Etkisi- Eren Alper Yılmaz, Ahmet Akbulut

716. 2011/2015 Genel Seçimlerinde Kullanılan Afişlerin Siyasal İletişim Bağlamında Görsel Analizi- Ali Eldiven, Berfi Yıldırım

733. Sinemada “Gerçek” Algısı Ve Mustang Filmi’ne Yönelik “Yabancı” Yargısının Oluşumu- Lale Kabadayı, Özgür Yılmazkol

747. Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu Kapsamında Sinema Eseri Kavramı - Hediye Bahar Sayın

759. Ofset Matbaanın Atası Litografide Doku ve Dokunun Dinamizmiyle Oluşan Resimsel Tatlar: İsmail Keskin

771. Görsel Kültür ve Sosyal Adalet Bağlamında Sanat Üretimi ve Eğitimi- Elvin Karaaslan

782. Tarantino Sinemasında Metinlerarasılık: Django Unchained ve The Hateful Eight Filmleri, Faruk Aksel, E. Onur Karataş

801. Eleştirel Eylem Teorisi, Sembolik Etkileşimcilik Ve Kültürel Çalışmalar Perspektifinden, Dijital Sosyal Ağların İletişim Pratiklerini Dönüştürme Ve Demokratikleştirme Potansiyelinin Belirlenmesi Üzerine Bir Deneme - Füsun Alver

819. Geleneksel Bir Gazetenin Dijital Filigran ile Canlı Bir Gazeteye Dönüşümü: HT Dokun- Celalettin Aktaş

829. Sosyal Medya ve Demokrasi-. Şebnem Çağlar

- 841.** Dijital Çağda Yeni Medya Okuryazarlığının Gerekliliği- Necla Odyakmaz
- 854.** Dijital Aktivizm Platformu Change.Org'da Başarıya Ulaşmış Kampanyalara Yönelik Bir Çalışma)- Ece Karadoğan Doruk, Ayda Akbıçak
- 874.** Yeni Medya, Etik ve Mahremiyet: Sorunlar, Sınırlılıklar, Açmazlar- Derya Tellan
- 884.** Modernist Gözetimin Radikalleşmesi: Günümüz Dünyasında Devlet ve Özel Şirket Gözetimi- Uğur Yağan
- 899.** İnsan Hakları ve Medya: Haber Metinleri Üzerine Bir Çözümleme- Kadriye Şafak Tanır, Abdi Erkal, İlayda Girginer
- 912.** Gazetecilik Etiği Bağlamında 7 Haziran 2015 Seçimleri Sonrası Başlayan Koalisyon Kurma Çabalarının Haber Portallarındaki Haberlerin Analizi- Zehra Balkanoğlu
- 927.** Türkiye'de Medya Endüstrisi ve Ulusal Gazetelerin Basılı ve Elektronik Ortamdaki İçeriklerinin Haber Kavramı Üzerinden İncelenmesi- Barış Bulunmaz.
- 942.** Sultanahmet Saldırısı Haberlerinin Gazetelerdeki Söylemi- Fatma Yayla Çakmak, Ahmet Ayhan
- 958.** Haberde Önyargı Araştırmaları: Dershanelerin Kapatılması Ve Özel Okula Dönüştürülmesi Süreci Haberlerinin Analizi- Funda Çamlı
- 972.** Tecavüz Haberlerindeki Okur Yorumları Üzerine Bir Araştırma: Yurttaş Katılımı ile Şiddetin Yeniden Üretimi Arasındaki İnce Sınır- Elif Korap Özen
- 990.** Halkla İlişkiler Özel Etkinliklerinde Sosyal Medyanın Kullanımı: Beyaz Eşya Markalarının Özel Gün Etkinliklerinde Facebook Kullanımı Üzerine Bir İnceleme- Nuray Yılmaz Sert, Gizem Altun, Ayşe Peker
- 1004.** Renk, Marka, Kültür: Finans Kurumunun Web Sitesinin Renk Paletine Dayanarak, Markanın İmajını Oluşturması- Mağorzata Rabenda Derman
- 1022.** Görsel Kültür Aracı Olarak Instagram: Kadıköy Belediyesi Örneği- Yusuf Bahadır Doğru, Sema Doğru
- 1039.** Bir Sosyal Medya Pazarlaması Olarak Gerçek Zamanlı Pazarlama: #Thedress Örnek Olay İncelemesi- Berkant Yılmaz
- 1061.** Lüks Marka İletişiminde Websitesi Ve Sosyal Ağ Kullanımı: Karşılaştırmalı İçerik Analizi- Gül Coşkun Değirmen, Beril Akıncı Vural, Sevilay Ulaş
- 1082.** Arap Dünyasının Yeni İletişim Düzeni: Uydu Yayıncılığında Yeni Medyaya Toplumsal ve Politik Etki- Abdulsamet Günek
- 1093.** Instagram'ın Ülke Tanıtımında Kullanımı: "ComeSeeTurkey" Instagram Projesi- Deniz Keba Ekinci
- 1108.** Yeni Medya Ortamlarında İçerik Oluşturma Aracı Olarak Dijital/Görsel Hikayecilik Anlatımı- Nurgül Soydaş, Berkant Yılmaz

A THREE-LEVEL MODEL OF THE PUBLIC SPHERE. THE GEZI PARK PROTESTS AS A TESTING GROUND

Elisabeth KLAUS,

Prof. Dr. Universität Salzburg, elisabeth.klaus@sbg.ac.at

ABSTRACT

My talk/paper introduces a three-level model of the public sphere. There is not one single political public sphere, but very different actors from different publics are involved in the social and cultural processes by which norms and values that govern a society are debated. Theorists have often equated the public sphere with the highly organized political institutions, economic organizations and mass media. All these are situated at the complex level of the public sphere. However, at the intermediary level relatively stable groups, such as clubs, associations or counter-publics, are also pursuing their specific interests by addressing the public. Finally, everyday publics are comprised of social sub-groups that meet and interact spontaneously in everyday life.

Studies of social movements have shown that the model can be used to better understand the formation, the successes and failures of social movements. But has this changed in the digital age and how? Given performativity of today's social movements, what is the role of artistic and cultural production in their internal and external organization? The talk/paper addresses these questions. Throughout, the Gezi Park protests in 2013 serve as an example to illustrate, enhance and clarify the theoretical considerations.

Keywords: Social Media, Creating Content, Digital Story-telling, Photograph, Video, Infographic.

KAMUSAL ALANIN ÜÇ AŞAMALI MODELİ: BİR TEST ALANI OLARAK GEZİ PARKI PROTESTOLARI

ÖZET

Konuşmam/çalışmam kamusal alana yönelik üç düzeyli bir modeli tanıtmaktadır. Tek bir siyasal kamusal alan yoktur, tersine pek çok farklı alandan pek çok farklı aktör bir toplumu yöneten rol ve değerlerin tartışıldığı sosyal ve kültürel süreçlere dahil olmaktadır. Kuramcılar sıklıkla kamusal alanı hayli teşkilatlı siyasal kurumlarla, ekonomik örgütlerle ve kitle iletişim araçları ile eşit tutmuşlardır. Tüm bunlar kamusal alanın karmaşık düzeyinde konumlandırılmıştır. Ancak ara düzeyde klüpler, dernekler ya da karşı-kamular gibi kısmen istikrarlı gruplar da kamuya hitap ederek kendi özel çıkarlarının peşinden gitmektedirler. Sonuçta gündelik kamular gündelik hayatta birbiriyle karşılaşan ve birbirini etkileyen sosyal alt-gruplardan oluşmaktadır.

Toplumsal hareketler konusunda yapılan çalışmalar, modelin, toplumsal hareketlerin yapısını, başarılarını ve başarısızlıklarını daha iyi anlamada kullanılabileceğini göstermektedir. Ancak bu durum dijital çağda değişmekte midir ve nasıl? Günümüz toplumsal hareketlerinin edimselliği göz önüne alındığında, bu hareketlerin iç ve dış organizasyonunda sanatsal ve kültürel üretimin rolü nedir? Çalışma/konuşma bu sorulara odaklanmaktadır. 2013 yılındaki Gezi Parkı protestoları kuramsal görüşleri sergilemek, geliştirmek ve açıklamak adına bir örnek teşkil etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, İçerik Oluşturma, Dijital Hikayecilik, Fotoğraf, İnfografik.

INTRODUCTION

In my talk I want to suggest a model of the public sphere that was developed long before the times of the internet, but seems to be moderately modified – especially adequate to capture changes prompted by digital media. When I was thinking of an example to illustrate my points at a conference in Turkey, not surprisingly the Gezi Protests came into my mind. With the great international resonance, its focus on public spaces, its performativity, and its reliance on digital as well as traditional media and communication, it seems a very fitting testing ground for the stability of the model.

At the same time, this endeavour is presumptuous. I have not been at Gezi and I have not followed the development of the movement very closely, as is also true for the characteristics of the Turkish public sphere. However, there is much literature from German and English-American communication research now pondering the character, significance and repercussions of the protests (e.g. David/Toktamış 2015; Guttstadt 2014; Özkırmlı 2014).

The main thesis I am following here is that the internet and digital media are supporting social movements in their quest to stage protest events, among others through performativity and visualization. At the same time protest movements become more instable as internet and digital media are completely tied to the social hierarchies.

In order to discuss my thesis I will ask three questions:

Firstly, how do we conceptualize the public sphere in order to understand counter-publics and their ability to rally people for a cause and prompt individual, cultural or social changes?

Secondly, what is the role of art and cultural production in introducing new topics into the public debates and establish counter-hegemonic meanings?

And thirdly, how did the internet and social media change the conditions for the formation of social movements and its characteristics?

1. A THREE-LEVEL MODEL OF THE PUBLIC SPHERE

For a long time now I am interested in public sphere theory and social movements as well as in Gender Studies and feminist communication theories. Reading Habermas and other theorists of the public sphere, I stumbled across a paradox. Habermas' theory is based on the assumption that *one* political public exists, that is clearly distinguished from the private realm. Furthermore it rests on the assumption that only those who are allowed to voice their interests in the political debates can be heard. But then, how was it possible that women gained their voting rights in the beginning of the 20th century and were able to conquer the public when at the same time they were almost completely excluded from participating in the public sphere? They could not vote, they were not allowed to form political groups, when married they could do little in public without the consent of their husbands, but still, the historical women's movements achieved many of their goals. How could these changes be achieved?

To find an answer to this paradox, we have to assume that the public sphere is much more open and dynamic as many theorists have assumed. This entails several challenges to the dominant theories of the public sphere: We need to question the dualism between the private and the public realm as feminist theory has done. We need to question a narrow definition of politics that restricts political actions to the dominant organizations and institutions and instead open it up to our everyday negotiations of how we want to live. And connected to this, we need to broaden our understanding of the actors in the public sphere and open our perspective from the one dominant public to the multiple publics articulating their interests.

In my conceptualization, the three-level model of the public sphere consists of four components that are closely intertwined (cp. Klaus 2001; Klaus 2016):