

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ



SosyoCom

AYLIK ETKİNLİK VE HABER BÜLTENİ

MART 2026 | SAYI 63

İçindekiler



Tekno-Gündem

- 4 Sosyal Medya Bağımlılığı ve Yaş Sınırı
Tartışmaları

Ekonomik-Gündem

- 5 Küreselleşme Ölmüyor, Kabuk Değiştiriyor

Kültür Sanat ve Edebiyat

- 6 "İz": Geçmişin Bugüne Bıraktığı Sessiz
Anlatı

Sosyocom Raf

- 7 Bir Film: Zardoz (1974)
8 Bir Kitap: Nerden Geliyo?
9 Bir Dizi: Çok Farklı Bir Dizi Önerisi:
Bates Motel (2013-2017)
10 Ayın Kitap İncelemesi: Çalınan
Dikkat: Neden Odaklanamıyoruz?
11 Akademik Playlist

Eğitim-Araştırma

- 12 Eğitimde Yapay Zeka Dönemi:
Dijitalleşmeden Zihniyet Dönüşümüne

Girişimcilik ve İnovasyon

- 13 Podcast Kültürünün Yükselişi: Dijital
Ses Medyasının Dönüşümü ve
Kurumsal İletişimde Yeni Bir Alan

İçindekiler



Siyasi - Gündem

- 15 Tarihte Kritik Bir An: ABD/İsrail- İran Savaşı

Sağlık - Psikoloji

- 16 Dijital Yorgunluk: Sürekli Bağlı Olmanın Psikolojisi ve Dijital Çağda Sağlıklı Medya Kullanımı

Sosyal - Gündem

- 18 Hakikat-Sonrası Çağda Halkla İlişkileri Yeniden Değerlendirmek

Sosyalleşme Zamanı

- 19 Sosyalleşme Zamanı
20 İstanbul'da Nisan
21 İGÜ-Öğrenci
22 İGÜ-Mezun
23 Çift Anadal
24 Erasmus + Güncesi
25 Yerel Lezzetler

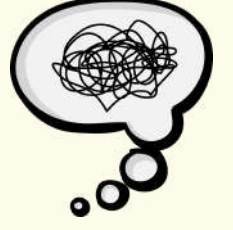
Akademik Yaşama Dair

- 26 Yayınlarımız
27 Akademik Kadro Atamaları / Akademik İdari Atamalar / Akademik Kadro Ayrılmaları
28 İGÜ İş Bulma Platformu

Künye

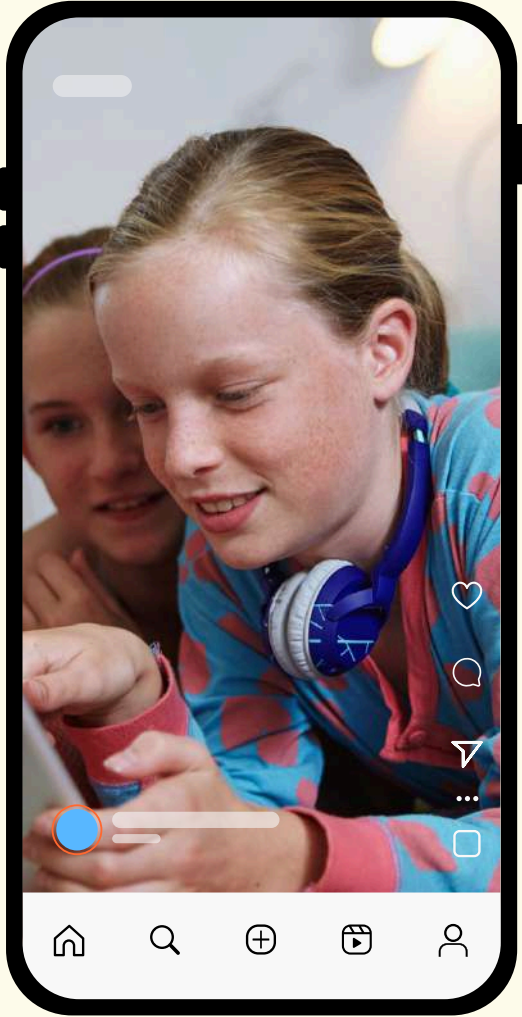
- 29 Künye

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE YAŞ SINIRI TARTIŞMALARI



Arş. Gör. Emre ERGEN
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

Sosyal medyada gezinirken, şaşkınlık yaratan eski televizyon yayınlarına denk gelip de, "RTÜK gibi düzenleyici kurumlar bu tür içeriklerin yayınlanmasına geçmişte nasıl izin vermiş olabilir?" sorusunu sorduğunuz olmuştur.



Bu sorunun cevabı, teknolojik gelişim tarihimizdeki temel bir örüntüyü, yani "düzenleyici gecikme" olgusunu vurgulamaktadır. Yeni bir mecra veya inovasyon ortaya çıktığında, doğası gereği denetimsiz bir şekilde genişler. Kaçınılmaz olarak bir toplumun hassas sosyokültürel sınırlarına çarpma kadar kitleler arasında serbestçe yayılır. Dolayısıyla düzenleme, inovasyonla birlikte kendiliğinden oluşmaz. Aksine, toplumsal yapının aldığı hasarla tetiklenen tepkisel bir mekanizmadır.

Bugün, sosyal medya alanında tam da bu tepkisel döngünün yeniden canlandığına tanık oluyoruz. Sosyal medya platformlarının bir zamanlar denetimsiz olan genişlemesi, çocukların sağlıklı gelişimine dair kritik bir toplumsal sinire dokunmuş durumda. Sonuç olarak, 16 yaş altı bireyler için sosyal medyanın kısıtlanması veya tamamen yasaklanmasına yönelik tartışmalar küresel çapta ivme kazanıyor. Bu durumun aktif yansımalarını başta Türkiye'deki güncel düzenleme tartışmaları ve önlemleri olmak üzere; Avustralya'nın yaş sınırı belirlemeye yönelik yasal hamlelerinde, Birleşik Krallık'taki Çevrimiçi Güvenlik Yasası süreçlerinde ve ABD'de Florida ile Utah gibi eyaletlerde kabul edilen yasa tasarılarında açıkça görüyoruz.

Eş zamanlı olarak, bu devasa platformların mimarları da oluşan bu toplumsal tepkinin yasal sonuçlarıyla yüzleşmeye başladılar. Dev teknoloji şirketleri giderek artan sıklıkta mahkemelere çağırılıyor. Meta CEO'su Mark Zuckerberg'in, platformunun algoritmik tasarımı ve gençlerde bağımlılığı teşvik etmedeki kasıtlı rolü nedeniyle yoğun bir sorgulama altına girmesi ve bu iddialar kapsamında ilk kez Şubat 2026'da mahkeme karşısına çıkması, gidişatın ciddiyetini gözler önüne seriyor.

Acaba televizyon dönemindeki tarihsel döngüyü bir kez daha tekrarlıyor ve düzenleyici sınırları çizmek için toplumsal hasarın inkâr edilemez bir hale gelmesini mi bekliyoruz? Akademisyenler ve toplumsal gözlemciler olarak "İnsanlık, inovasyonu bir sosyolojik kırılma noktasına gelmesini beklemeden, henüz doğuş aşamasındayken düzenleyebilme refleksine sahip olabilir mi?" sorusunu sürekli sormak ve tartışmak elzem bir mesele olarak karşımızda beliyor.



Küreselleşme Ölmüyor, Kabuk Değiştiriyor

Zeynep Sare AĞCA

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü 2. Sınıf Öğrencisi

Küreselleşme, sıklıkla iddia edildiği gibi sona ermemiş yahut tamamen şekil değiştirmiş değildir. 1990'lar ve 2000'li yıllarda hâkim olan "her şeyi ucuza üretilip dünyaya satalım" anlayışına dayanan hiper-küreselleşme rüyasından ise 2008 Küresel Finans Krizi'nin ardından uyanılmıştır. Peki, bu durum ülkelerin tamamen yerel ticarete yöneldiğini mi gösteriyor? Hayır, sadece ticaretin şekli değişiyor. Yani veriler; küreselleşmenin durmadığını, fiziksel mal ticaretinin yerini giderek veri, hizmet ve bilgi akışlarına bıraktığını göstermektedir. Küreselleşme artık daha hafif, daha görünmez ama bir o kadar da her yerde.

Günümüz küreselleşmesinin en belirgin yönlerinden biri, dijital malların akışının fiziksel mal ticaretinden daha hızlı büyümesidir. Sınır ötesi bant genişliği kullanımı katlanarak artmakta; dijital veri ile bilgi akışları artık küresel mal ticaretinden daha fazla ekonomik değer yaratmaktadır. Bu da aslında küreselleşmeyi daha demokratik ve daha geniş tabanlı bir hale getiriyor. Yani sistem çökmüyor; aksine fizikselden dijitale doğru evrilerek daha geniş bir kitleyi oyunun içine çekiyor.

COVID-19 pandemisinin tedarik zincirlerinde yarattığı ağır aksamalar ve Rusya'nın Ukrayna'yı işgali, ülkelerin ticari güvenlik arayışlarını en üst seviyeye çıkarmıştır. Artık şirketler "Nerede en ucuz üretim?" diye değil, "Nerede en güvenli üretim?" diye soruyor. İşte tam burada "komşudan tedarik" ve "müttefikten tedarik" gibi kavramlar hayatımıza giriyor. Şirketler için büyük pazarlardan (örneğin Çin'den) kopmak maliyetli olacağı için riskleri azaltmak adına mevcutlara alternatif ekleme ("Çin + 1") yoluna gidiyorlar.

Ek olarak, dünya için artık dev bir mesele haline gelmiş olan iklim krizi, şirketleri ve pazarları da etkiliyor. Avrupa Birliği'nin Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması gibi uygulamalar, pazarlarına girmek isteyen şirketleri temiz üretim konusunda uyarıyor. Bu da demek oluyor ki yeşil dönüşüme ayak uyduramayan şirketlerin küresel sistemde kendine yer bulması giderek zorlaşıyor.

Sonuç olarak dünyada küreselleşme yok olmamakta, önceliklerini değiştirerek mutasyona uğramaktadır. Karşılaştırmalı üstünlük ve ekonomik verimlilik teorileri geçerliliğini korusa da küresel ekonomik sistem artık sadece "en ucuz üretimi" bulmakla ilgilenmemektedir. Yeni küreselleşme çağı; dijitalleşmenin yoğunlaştığı, tedarik zincirlerinin jeopolitik güvenliğe ve çevresel sürdürülebilirliğe göre yeniden tasarlandığı, daha bölgesel ve stratejik bir entegrasyon modeline doğru gitmektedir.



“İz”: Geçmişin Bugüne Bıraktığı Sessiz Anlatı

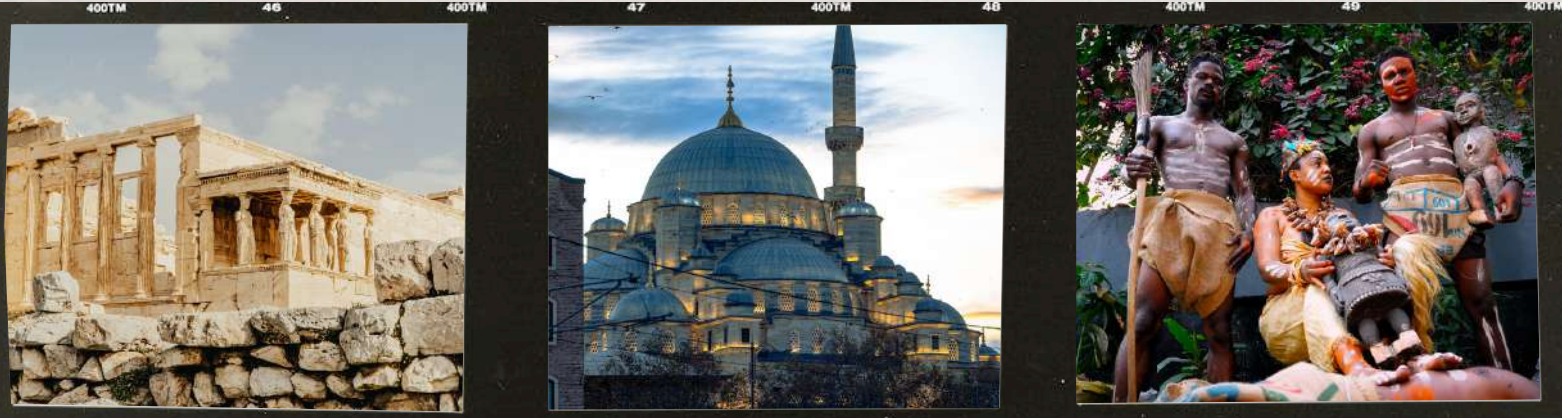
Kültür
Sanat
Edebiyat

Beyza KOCAOĞLU

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü 4. Sınıf Öğrencisi

“İz” kelimesi, çoğu zaman fark edilmeden yanından geçtiğimiz ama aslında bir şeylerin var olduğunu hatırlatan sessiz bir tanıktır. Bir ayak izi, oradan birinin geçtiğini; eski bir yapının duvarı ise orada bir hayatın yaşandığını anlatır. İz, yalnızca fiziksel bir işaret değil, aynı zamanda hafızanın ve kültürün taşıyıcısıdır. Bu yönüyle bakıldığında, kültür ve sanat da toplumların bıraktığı en anlamlı izler arasında yer almaktadır.

Tarihi yapılar, müzeler, sanat eserleri ve kültürel mekânlar, geçmişten bugüne ulaşan izlerin en somut örnekleridir. Bir medresenin avlusunda durmak, bir sergi salonunda eski bir esere bakmak ya da tarihi bir sokağın içinde yürümek, bireye yalnızca görsel bir deneyim sunmaz; aynı zamanda o izlerin taşıdığı anlamı hissetme fırsatı verir. Bu deneyim, özellikle genç bireylerin kültürel farkındalık kazanmasında önemli bir rol oynamaktadır; çünkü gençlik dönemi, bireyin hem kendini hem de ait olduğu toplumu tanımaya başladığı bir süreçtir.



Bu bağlamda gençlerin kültürel izlerle buluşmasını sağlayan etkinlikler, onların kültür ve sanatla daha güçlü bir bağ kurmasına katkı sağlamaktadır. Türkiye’de bu alanda gerçekleştirilen kültürel geziler ve sanat etkinlikleri, gençlerin farklı şehirleri, tarihi mekânları ve kültürel alanları yerinde deneyimlemelerine olanak tanımaktadır. Bu noktada Gençlik ve Spor Bakanlığı gibi kurumlarımız tarafından düzenlenen kültürel gezi ve etkinlikler, gençlerin yalnızca yeni yerler görmesini değil, aynı zamanda bu yerlerin taşıdığı kültürel izleri fark etmesini de sağlamaktadır.

Bu tür deneyimler, gençlerin geçmiş ile bugün arasında bir bağ kurmasına yardımcı olurken, aynı zamanda onların sanata ve kültüre karşı bakış açısını da geliştirmektedir. Daha önce yalnızca bir fotoğrafta görülen bir yapıyı gerçekte görmek ya da bir sanat eserinin karşısında durmak, bireyin o esere ve onun temsil ettiği döneme farklı bir gözle bakmasını sağlar. Böylece kültür ve sanat, gençler için yalnızca bir bilgi alanı olmaktan çıkar, aynı zamanda hissedilen ve deneyimlenen bir gerçekliğe dönüşür.

Sonuç olarak, kültür ve sanat, toplumların geçmişten bugüne bıraktığı en güçlü izlerden biridir. Bu izleri fark etmek ve anlamlandırmak ise bireyin kültürel gelişiminin önemli bir parçasıdır. Genç yaşta bu izlerle karşılaşan bireyler, hem kendi kültürlerini daha yakından tanıma fırsatı bulmakta hem de geleceğe daha bilinçli bir bakış açısıyla ilerleyebilmektedir.

“Çünkü her iz, yalnızca geçmişi değil, aynı zamanda geleceğin nasıl şekilleneceğini de sessizce anlatmaktadır.”



Zardoz (1974)

*Doç. Dr. Sarp BAĞCAN
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü*

1970'ler... İkinci Dünya Savaşı sonrası bağımsızlık hareketlerinin, ırkçılık ve çok çeşitli eşitsizlik karşıtı hareketlerin, sorgulamaların, kültürlenmenin, toplumsal hareketlerin yükselişe geçtiği bir tarihsel dönem. Bu dönemin orta yerinde bambaşka bir film: Zardoz.

İnsanlık, gelecekte soyut bir zamanda ölümsüzlüğü keşfetmiş; yüksek teknoloji ve varlıklı bir azınlık ile onun manipüle ettiği avcı toplayıcı düzeye inmiş, vahşiler arasında iki parça.

"Teknoloji-güç kim için, medeniyet ne, insan olmak ne, insan ölümsüz olduğu vakit hayata bakış ne?" gibi sorulara cevap veren şahane bir düşünme molası.

John Boorman'ın yazıp yönettiği 1974 yapımı bu yapım, kimilerine göre sıkıcı gelse de oldukça anlamlı. Sembolik bilimkurgu-fantastik filmin başrollerinde Sean Connery, Charlotte Rampling, Sara Kestelman ve John Alderton var. Müzikleri David Munrow tarafından yapılmış. Tabi benim daha yıllar evvel bir ortaokul öğrencisiyken seyrettiğim ve çok etkilendiğim bu filmin bir de bana keşfettirdiği, filmin orijinal müziğine ek olarak bir müzikal eser var: Beethoven'ın "La majör Op.92." adlı eseri. Büyüldür...

Kaos dolu ve hırsın, vahşetin yine yükseldiği zamanlarda insan neden var? Ölümsüzlük, insan ve insanlık ne? Büyülü, anlamlı bir sinema yolculuğuyla hayata kısa bir mola vermek için, öneririm.



Bir Kitap: Nerden Geliyo?

Dr. Öğr. Üyesi İlnur GÜMÜŞ
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü



Ocak 2026'da Kronik Yayınevi'nden basılan bu çalışma; iletişim uzmanı ve metin yazarı Yiğit HadiİRde'nin kaleminden.. Nerden Geliyo? adlı online etimoloji projesi ile 10 yıldır kelimeleri kovalayanİRde; bizi sıradışı bir etimolojik yolculuğa davet ediyor:

'Tenis nereden geliyor biliyor musunuz? Bir İngiliz ve Bir Fransız genişçe bir alana bel hizasında bir ip germişler. Sonra ipin bir yanına biri diğer yanına biri geçmişler. Ellerine aldıkları yassı tahta sopalarla, birbirlerine o ipin üzerinden portakal büyüklüğünde elastik bir top fırlatmaya başlamışlar. Fransız topu atmandan önce diğerine tenez diyormuş. Yani kendi dilinde tutunuz. İngiliz de Fransız'dan öğrendiği bu kelimeyi tennis diye telaffuz etmiş. Oyundan sonra İngiliz memleketindeki arkadaşlarına topu tennis diye fırlatmış. Neticede Fransız'ın tutunuz'u. İngiliz dilinden tennis olarak sekip bütün dünyaya yayılmış (İRde, 2026, s. 11).

Eser 40 bölümden oluşmakla birlikte bölümlerin aralarına 'İhtiyaç Molası' başlıklarıyla ara bölümler açılmıştır. Doğduğumuz andan itibaren ilk çıkan senelerden başlayarak, günümüze kadar kelimeler serüvenini sürdürüyor. Kelimelerinde geçmişi olduğundan, zaman ve mekân içerisinde dönüşerek hareket ettiği fikrinden yola çıkanİRde, karşılaştığımız her kelimedeki anlam hazinelerini keşfetmek için de yolculuğa çıktığını dile getiriyor:

'...Sonra yine İngilizce dersinde geçen brother kelimesinin birader ile benzerliğinin farkedildiği an: Bir dakika! Birader de erkek kardeş demek değil miydi?... Meğer o pek batılı İngilizce pek Ortadoğulu Farsça ile aynı yerden gelmiş. Ve bunlar en eski kelimeleri ortak olan akraba dillermiş (İRde, 2026, s. 12).

Yazar çalışmayı; şimdiye dek 1200 yazı ve 500 videoluk bir mesafenin katedildiği bir keşif yolculuğunun basılı seyahatnamesi olarak tarif ederken ne güzel de dile getirmiş.İRde'nin bu kıymetli eserinin; özellikle iletişim bilimleri alanlarında çalışanların, bu alanlarda çalışmak isteyen sevgili öğrencilerin kütüphanelerinde bulunması temennisi ile..

Kaynakça

İRde, Y. H. (2026). Nerden Geliyo? İstanbul: Kronik Kitap.



Çok Farklı Bir Dizi Önerisi: Bates Motel (2013-2017)

Doç. Dr. Sarp BAĞCAN
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

Alfred Hitchcock'u bilir misiniz? Hani şu sinema tarihinde neredeyse tek başına gerilim türünü, hele de psikolojik gerilim türünü kurmuş denebilecek o ünlü yönetmen. Sinemayla ilgili olanlar illa ki bilir bazı eserlerini. Ölüm Korkusu (Vertigo), Sapık (Psycho), Arka Pencere (Rear Window), Gizli Teşkilat (North by Northwest), Rebeka (Rebecca), Kuşlar (The Birds), Aştan da Üstün (Notorious), Trendeki Yabancılar (Strangers on a Train), Şüphenin Gölgesi (Shadow of a Doubt), 39 Basamak (The 39 Steps) en bilinen eserleridir.

Yalnız biri vardır ki o meşhur duş sahnesiyle bilinir ve kült olmuştur: Sapık (Psycho). Aslında gerçek bir hayattan esinlenilmiştir. Hastalıklı sayılabilecek bir anne-oğul bağından kimilerine göre bir seri katile (ki öyle yorumlamayanlar da vardır), kimilerine göre bir akıl hastasına, kimilerine göre ikisine birden dönüşen bir insanın, Ed Gein'in Hitchcockça kurgulanmış hikâyesidir.

Temel ilişki olan anne-çocuk ilişkisinin insanı götürdüğü yeri merkezine aldığı, çok hareketli olmasa da bağların getirdiği gerilimi hissettirebildiği, hareketi eylemde değil ruh dünyasında yarattığı ve kısmen de hikâyedeki ebeveyn-çocuk ilişkisinde insanlar zaman zaman kendini görebildiği için, her kuşaktan insanı yakalayabilecek; bütün rahatsız ediciliğine karşı çekici olan bir hikâye olagelmiştir Ed Gein'in hikâyesi. Toplumsaldir, adlidir, psikanalitikdir.

Önerdiğimiz bu dizi de psikanalitik hattı baştan sona incelikle inşa eden ve koruyan, Gein'in hikâyesini romanlaştıran Robert Bloch ve Hitchcock'a yakışan bir psikolojik gerilim hattıyla güncel bir versiyondur: Bates Motel.

Tek başına kalmış, güçlü, kararlı, baskıcı bir anne, Norma ve ergenlikten gençliğe geçerken aşırı baskılanmış bir delikanlı, Norman Bates. Yani, Hitchcock'un filmindeki karakterin evveliyatı, şekilleniş süreci, başka türlü bir gerilim nasıl olur, merak edenler için... Bu diziyi meşhur "Sapık" filminin, bir ön hikâyesi; katil karakterinin geçmişini, şekillenişini gösteren bir ön bölümü gibi de düşünebilirsiniz. Hoş, gerçi filmi seyretmeden sadece diziyi seyretseniz dahi oldukça etkileyici.

Defalarca ödül almış bu dizide, ana-oğul rolünde ise olağanüstü iki oyuncu var. Anne Norma rolünde Vera Farmiga, oğul Norman Bates rolünde Freddie Highmore oynuyor. Oyunculuklarının gücü ve aralarındaki etkileşim, gerçek ve sarsıcı bir anne-çocuk ilişkisini size hissettirecek. Tabi usta yönetmenler Tucker Gates, Ed Bianchi'nin gerçekçi kurgusuyla. Bates Motel, diziler dünyasından sıkıldıysanız, size çok nitelikli ve bambaşka bir yol açacak, bizden önermesi.

“ AYIN İNCELEMESİ ”

ÇALINAN DİKKAT: NEDEN ODAKLANAMIYORUZ?

Dr. Öğr. Üyesi İlknur GÜMÜŞ
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

“Böyle az uyuyup çok çalışan, üç dakikada bir faaliyet değiştiren, zaaflarımızı öğrenip manipüle etmek için tasarlanmış sosyal medya siteleri tarafından takip edilip gözlemlenen, stres fazlalığından aşırı tetikte yaşayan, enerjinin sıçrayıp çakılmasına yol açan bir şekilde beslenen, her gün beyne zarar veren toksinlerle dolu bir kimyasal çorbası soluyan bir toplum olmaya devam ettiğimiz takdirde – ciddi dikkat sorunları yaşayan bir toplum olmaya da devam edeceğiz, evet. Ama bunun bir alternatifi var. Örgütlenip karşı koymak – dikkatimizi ateşe veren kuvvetlerle mücadele edip yerlerine iyileşmemize yardımcı olacak kuvvetler geçirmek.

(Hari, 2024, s. 16)”



Yazar Hari, İskoç asıllı Britanyalı yazar ve gazetecidir. Kendi kişisel deneyiminden yola çıkarak, tıpkı diğer insanlar gibi elini telefona götürme ihtiyacı yaşadığı bir anda kendini durdurarak bu ihtiyacı anlayabilmek için bu kitabı kaleme almaya karar vermiştir. Yolculukla birlikte eseri kaleme almıştır.

Kitap 14 bölümden oluşmaktadır. Bölümlere bakıldığında ise dikkat kayıplarının sebeplerini birkaç adımda sıralayarak toplamak mümkündür.

Bunlar:

- Dikkat Sorununun Kaynağı: Kitap, odaklanma sorununun bireysel başarısızlık değil, toplumsal ve teknolojik yapılar tarafından belirlendiğini savunmaktadır.
- Şiddet ve Empatinin Azalması: Medya maruziyeti, şiddete karşı duyarsızlaşmaya yol açmakta ve başkalarının acısına empati duyabilme yeteneğini azaltmaktadır.
- Multitasking (Çoklu Görevler) Problemi: Farklı medya cihazlarının eş zamanlı kullanımı ve birden çok platformda aynı anda aktif olma, akademik çalışmalarda bölünmüş dikkat olgusu ile ilişkilendirilmektedir.
- Akış Deneyiminin Bozulması: "Zihin gezinmesi", akışta olmak ve yavaş yavaş anlama çalışmak, zihnin berraklaşmasını ve dikkatin odaklanmasını kolaylaştırırken, teknoloji bu akışı bozmaktadır.
- Gözetim Kapitalizmi ve Veri Ticareti: Google ve sosyal medya platformları (Facebook, Snapchat, Twitter) kullanıcı verilerini toplayarak profiller oluşturmakta, bu profilleri başka şirketlere satmakta ve kişileri hedef alan reklamlar oluşturmaktadır. Kullanıcıların internette geçirdikleri süre arttıkça şirketlerin kazancı da artmaktadır.
- Teknolojik ve İnsani İlişkiler: Sanal dünyada zevk almanın patolojik bir nitelik kazandığı bu dönemde, teknolojinin insanlar arasındaki samimiyetin oluşturulmasında çok söz sahibi hale gelmesi insanlığı yıkıcı bir gerçekle karşı karşıya getirmektedir.

AKADEMİK PLAYLIST



MART AYI İÇİN BİR SEÇKİ

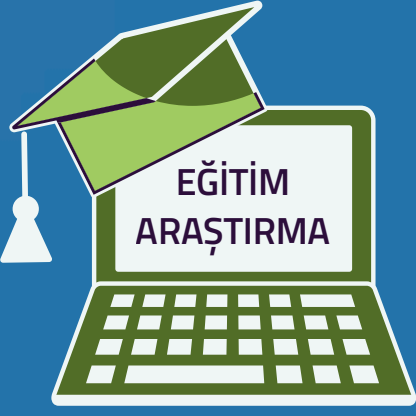
Arş. Gör Mustafa Nurkan BİTLİSLİ
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü

Mart ayı seçkimiz, özellikle bozlak geleneği ile tanınan Kırşehir yöresinin en önemli temsilcilerinden biri olan Neşet Ertaş odayında hazırlandı. Keyifli dinlemeler dileriz.

Seçkiye ulaşmak için lütfen [tıklayınız](#).

171		Zahide Neşet Ertaş	Zahidem
172		Seher Vakti Çaldım Yarın Kapı... Neşet Ertaş	Zahidem
173		Amanın Leyla Neşet Ertaş	Zahidem
174		Gönül Dağı Neşet Ertaş	Gönül Dağı
175		Yalan Dünya Neşet Ertaş	Hata Benim
176		Neredesin Sen Neşet Ertaş	Acem Kızı
177		Yolcu Neşet Ertaş	Yolcu
178		Kendim Ettim Kendim Buldum Neşet Ertaş	Kendim Ettim Kendi...
179		Garip Bülbül Neşet Ertaş	Yolcu
180		Kesikçayır Neşet Ertaş	Sözlü Oyun Havaları

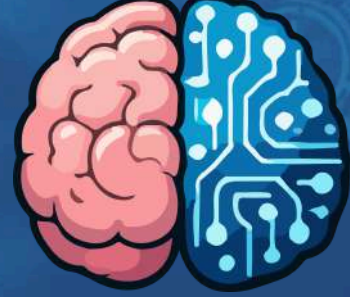




Eğitimde Yapay Zekâ Dönemi: Dijitalleşmeden Zihniyet Dönüşümüne

Bedia AYDIN

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü 4. Sınıf Öğrencisi



Eğitim artık eskisi gibi yalnızca sınıfta anlatılan derslerden ibaret değil; teknolojiyle birlikte her an ve her yerde devam eden dinamik bir yapıya dönüşmüş durumdadır. Bu değişimin somut yansımalarından biri, İstanbul Okan Üniversitesi'nin (2026) düzenlediği Yükseköğretimde Yapay Zekâ Teknolojileri Konferansı'nın Sonuç Raporu'nda açıkça görülmektedir. Dijitalleşmenin ivme kazandığı çağımızda yapay zekâ; yükseköğretim kurumlarını yalnızca bilgiyi aktaran binalar olmaktan çıkarmıştır. Üniversiteler artık yapay zekâ destekli öğrenme ekosistemleri oluşturan, veri temelli karar alma süreçlerini benimseyen ve etik sorumluluğu merkeze alan kurumsal yapılara evrilmektedir.

Bu ekosistemin en değerli çıktılarından biri, yıllardır pedagojik bir ideal olarak tartışılan "her öğrenci farklı öğrenir" gerçeğinin ilk kez bu denli somut bir karşılık bulmasıdır. Nitekim yapay zekâ; öğrencilerin bireysel öğrenme hızlarına, stillerine, güçlü ve zayıf yönlerine odaklanarak öğretim süreçlerini eşsiz bir biçimde optimize etme potansiyeli taşır. 2026 yılı itibarıyla daha da derinleşen bu kişiselleştirilmiş deneyimler, veriye dayalı başarı analizlerinin kusursuzlaşmasını sağlamakta ve eğitimin doğasını temelden değiştirmektedir.

Kurumsal Dönüşüm ve Stratejik Altyapı

Kurumsal açıdan değerlendirildiğinde yapay zekâ, yalnızca dersliklerde kullanılan teknolojik bir destek aracı olmanın çok ötesine geçmiştir. İstanbul Okan Üniversitesi'nin (2026) verilerinin de altını çizdiği gibi; üretken yapay zekâ çözümleri, operasyonel verimlilikten karar destek sistemlerine kadar kurumlara ölçülebilir iş değeri katan stratejik bir altyapıya dönüşmüştür.

Yapay zekâ öğrenme modellerini, kurumsal yapıları ve akademik rolleri yeniden tanımlarken, yükseköğretimin geleceğine dair net bir yol haritası da sunmaktadır. Kural tabanlı sistemlerden veri odaklı öğrenmeye; algılayan sistemlerden fiziksel, özerk ve nihayetinde etik sorumluluk taşıyan sistemlere uzanan bu evrim, yapay zekâyı üniversitelerin kurumsal rekabet gücünü ve akademik kalitesini belirleyen ana unsur haline getirmektedir. Yapay zekânın eğitimde bu denli kurumsal bir temele oturtulması, yaşanan ilerlemenin sürdürülebilir olacağına dair oldukça "güçlü bir işarettir".

Buna karşın, bu güçlü vizyonun eyleme dökülmesi sadece ileri teknolojiler üretmekle sağlanamaz. Avrupa Birliği'nin (European Commission, t.y.) çatısı altında yürütülen Dijital Eğitimde Gelecekteki İhtiyaçlar araştırmasında çarpıcı bir biçimde ortaya konduğu üzere, yapay zekâ entegrasyonunun kalıcı ve faydalı olabilmesi için sistemin merkezindeki eğitimcilerin desteklenmesi şarttır. Araştırma katılımcılarının da büyük çoğunlukla hemfikir olduğu gibi; yapay zekâ okuryazarlığının artırılması ve öğretmenlerin bu dönüşümü anlayıp yönetecek yeni nesil becerilerle donatılması, sürecin en kritik halkasıdır.

Sonuç olarak yapay zekâ, yükseköğretimde öğrenme modellerini ve kurumsal yapıları yeniden şekillendiren güçlü bir dönüşüm unsurudur. Buna karşın, bu dönüşümün etkili ve sürdürülebilir olabilmesi; etik sorumlulukların gözetilmesi, insan merkezli yaklaşımın korunması ve şüphesiz öğretmenlerin çok yönlü olarak desteklenmesi ile mümkün olacaktır. Bu nedenle yapay zekâ, eğitimde yalnızca teknolojik bir yenilik olarak değil; pedagojik ve kurumsal bir zihniyet dönüşümünün en güçlü göstergesi olarak değerlendirilmelidir.



GİRİŞİMCİLİK VE İNOVASYON



PODCAST KÜLTÜRÜNÜN YÜKSELİŞİ: DİJİTAL SES MEDYASININ DÖNÜŞÜMÜ VE KURUMSAL İLETİŞİMDE YENİ BİR ALAN

Dr. Öğr. Üyesi Merve BOYACI YILDIRIM
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

Dijital medya ekosisteminde son yılların dikkat çeken gelişmelerinden biri podcast yayıncılığının hızlı yükselişidir. Podcastler, internet tabanlı ses içerikleri olarak zaman ve mekân esnekliği sunmaları, niş kitlelere ulaşabilmeleri ve düşük üretim maliyetleri nedeniyle giderek daha yaygın bir medya formatı hâline gelmiştir (Bonini, 2015; Llinares vd., 2018). Geleneksel radyo yayıncılığından farklı olarak podcastler, kullanıcıların istedikleri zaman dinleyebildikleri “isteğe bağlı medya” formatına sahiptir. Bu özellik, podcastleri dijital medya ortamında bireyselleştirilmiş içerik tüketiminin önemli bir parçası hâline getirmiştir (Bonini Baldini, 2015; Spinelli & Dann, 2019).

Podcast yayıncılığının gelişimi aynı zamanda dijital medya ekosistemindeki dönüşümle yakından ilişkilidir. Bonini Baldini’ye (2015) göre podcasting, dijitalleşme süreciyle birlikte ortaya çıkan yeni bir kitlesel medya formu olarak değerlendirilebilmektedir. Bu yeni medya biçimi, kullanıcıların içerik üretim süreçlerine daha kolay katılmasını sağlayarak medya üretiminin daha demokratik bir yapıya dönüşmesine katkıda bulunmaktadır. Podcastlerin üretim maliyetlerinin görece düşük olması ve dağıtım süreçlerinin dijital platformlar aracılığıyla kolaylaşması, bireysel içerik üreticilerinin ve bağımsız yayıncıların da medya alanında görünürlük kazanmasına olanak tanımaktadır (Madsen & Slåtten, 2025).

Podcastlerin yükselişi aynı zamanda medya tüketim alışkanlıklarındaki değişimle de yakından ilişkilidir. Geleneksel medya tüketiminde ekran merkezli deneyim baskınken podcastler, çoklu görev yapılabilen (multitasking) ortamlarda içerik tüketimine imkân tanımaktadır. Kullanıcılar podcastleri ulaşım sırasında, spor yaparken ya da gündelik işlerini gerçekleştirirken dinleyebilmekte ve böylece medya tüketimi günlük yaşamın farklı zaman dilimlerine yayılabilmektedir. Bu durum, özellikle mobil cihaz kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte podcast dinleme alışkanlıklarının artmasına katkıda bulunmuştur. Nitekim araştırmalar, özellikle genç ve eğitilmiş kullanıcı gruplarında podcast dinleme oranlarının hızla arttığını göstermektedir (Edison Research, 2024). Bu eğilim, dijital ses medyasının medya ekosisteminde alternatif bir bilgi, eğitim ve eğlence kaynağı olarak konumlandığını ortaya koymaktadır.

Podcastlerin yaygınlaşması yalnızca medya tüketimi açısından değil, aynı zamanda medya ekonomisi açısından da önemli bir dönüşüme işaret etmektedir. Podcast reklam gelirlerine ilişkin veriler, bu alanın medya endüstrisi açısından stratejik bir pazar hâline geldiğini göstermektedir. ABD’de podcast reklam gelirlerinin son on yılda istikrarlı biçimde artması, dijital ses medyasının reklam sektörü için önemli bir iletişim kanalı hâline geldiğini ortaya koymaktadır (Interactive Advertising Bureau, 2024). Podcast reklamlarının dinleyiciler tarafından geleneksel dijital reklamlara kıyasla daha az rahatsız edici algılanması ve içerikle daha organik biçimde bütünleşmesi, reklam verenlerin bu mecraya yönelmesinde etkili olmaktadır (Moe, 2023; Perks & Turner, 2019). Geleneksel reklam modellerinden farklı olarak podcast reklamları çoğu zaman içerik üreticileri tarafından doğrudan anlatılmakta ve bu durum dinleyiciler ile içerik üreticileri arasında oluşan güven ilişkisini güçlendirmektedir (Perks & Turner, 2019; Spinelli & Dann, 2019).

GİRİŞİMCİLİK VE İNOVASYON



PODCAST KÜLTÜRÜNÜN YÜKSELİŞİ: DİJİTAL SES MEDYASININ DÖNÜŞÜMÜ VE KURUMSAL İLETİŞİMDE YENİ BİR ALAN

Dr. Öğr. Üyesi Merve BOYACI YILDIRIM
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

Podcastlerin kurumsal iletişim açısından önemi de giderek artmaktadır. Günümüzde birçok marka podcastleri yalnızca reklam alanı olarak değil, aynı zamanda stratejik bir iletişim aracı olarak kullanmaktadır. Özellikle içerik pazarlaması yaklaşımının yaygınlaşmasıyla birlikte markalar hedef kitleleriyle daha uzun soluklu ve anlamlı iletişim kurabilecekleri medya formatlarına yönelmektedir. Bu noktada podcastler, marka hikâyesi anlatımı, düşünce liderliği oluşturma ve hedef kitleyle sürdürülebilir ilişkiler kurma açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. İçerik pazarlaması literatürü de hikâye anlatımına dayalı içeriklerin markaların güvenilirliği ve algılanan samimiyeti üzerinde olumlu etkiler yaratabileceğini göstermektedir (Pulizzi, 2012; Keller, 2013).

Podcastlerin bir diğer önemli özelliği, belirli alanlarda uzmanlık temelli içerik üretimine olanak sağlamasıdır. Podcastler, niş konulara odaklanabilen yapıları sayesinde uzmanlık bilgisinin geniş kitlelere aktarılmasına katkı sağlayan alternatif dijital iletişim ortamı sunmaktadır (Llinares, Fox & Berry, 2018; Spinelli & Dann, 2019). Bu özellik, özellikle akademik ve kurumsal bilgi paylaşımı açısından önemli fırsatlar yaratmaktadır. Son yıllarda üniversiteler, araştırma merkezleri ve akademisyenler podcastleri bilim iletişimi ve akademik bilgi paylaşımı için kullanmaya başlamıştır. Podcastler karmaşık akademik konuların daha erişilebilir biçimde aktarılmasına olanak tanıyan yeni bir bilim iletişimi aracı olarak değerlendirilmektedir (Llinares vd., 2018; Berry, 2015). Bu eğilim, dijital akademik iletişim pratiklerinin çeşitlendiğini ve bilim iletişiminin geleneksel yayıncılık biçimlerinin ötesine geçtiğini göstermektedir.

Podcast yayıncılığı, dijital medya ekosisteminde hem bireysel medya tüketimi hem de kurumsal iletişim stratejileri açısından giderek daha önemli bir konum kazanmaktadır. Dijital ses medyasının sunduğu esneklik, samimiyet ve hedef kitleye doğrudan erişim imkânı; podcastleri, çağdaş iletişim ortamının kalıcı bileşenlerinden biri hâline getirmektedir. Önümüzdeki dönemde podcastlerin özellikle içerik pazarlaması, marka iletişimi ve dijital medya ekonomisi alanlarında daha fazla önem kazanması beklenmektedir.

Kaynakça

- Berry, R. (2015). A golden age of podcasting? Evaluating Serial in the context of podcast histories. *Journal of radio & audio media*, 22(2), 170-178.
- Bonini Baldini, T. (2015). The 'second age' of podcasting: Reframing podcasting as a new digital mass medium. *Quaderns del CAC*, 41, 23-33.
- Edison Research. (2024). *The Infinite Dial 2024*. Edison Research.
- Interactive Advertising Bureau. (2024). *U.S. Podcast Advertising Revenue Study. 2023 Revenue & 2024-2026 Growth Projections*, May 2024, IAB.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building Measuring, and Managing Brand Equity*, Global Edition (4th ed.). Pearson Education..
- Llinares, D., Fox, N., & Berry, R. (Eds.). (2018). *Podcasting: New aural cultures and digital media*. Springer.
- Madsen, D. Ø., & Slåtten, K. (2025). Podcasting management: how audio platforms are shaping business ideas. *Administrative Sciences*, 15(9), 342.
- Moe, M. (2023). Podvertising: Podcast listeners' advertising attitudes, consumer actions and preference for host-read ads. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 14(4), 50-66.
- Perks, L. G., & Turner, J. S. (2019). Podcasts and productivity: A qualitative uses and gratifications study. *Mass Communication and Society*, 22(1), 96-116.
- Pulizzi, J. (2012). The rise of storytelling as the new marketing. *Publishing research quarterly*, 28(2), 116-123.
- Spinelli, M. & Dann, L. (2019). *Podcasting: The Audio Media Revolution*. Bloomsbury Academic

TARİHTE KRİTİK BİR AN

ABD/İSRAİL- İRAN SAVAŞI



Doç. Dr. Sarp BAĞCAN

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

Bugünlerde ABD/İsrail-İran Savaşı'nın ikinci evresini yaşıyoruz. İlk evre, 2025 Haziran'ındaydı. İsrail'in İran'a hava saldırısı ile başlamış ve 12 gün sürmüştü. İkinci evre ise 28 Şubat 2026'da ABD/İsrail'in İran'a saldırısıyla ve İran lideri Ali Hamaney'in öldürülmesiyle başladı ve şu an bir ay dolmak üzere.

Bu, hedefleri rejimi devirmekten/değiştirmekten, İran halkına özgürlük getirmeye, İran'ın nükleer tehdit olduğu gerekçesiyle müdahale etmekten, ülkenin altyapısını temelli yok etmeye kadar varan şekilde geniş ve belirsiz; amacı ABD hegemonyasının tahkim edilmesi olan, hedef-yöntem ve bilinç düzeyi açısından evdeki hesapların çarşıya uymadığı bir savaş. Zira ABD artık kendine ait olmayan, olmamaya başlayan bir yüzyılda bu savaşa girişti.

Kısaca bakarsak bu savaşın arka planlarında ana hatlarıyla şunlar var: 1) Batı'nın en az 500 yıllık dünyaya egemen olma pratiği, bilinci ve refleksi, 2) ABD'nin İkinci Dünya Savaşı sonrası dünya hakimiyetine ve Batı liderliğine ilişkin bugüne kadarki somut-eylemli gücü, bunu bilinç ve bilinçaltının önemli bir parçası olarak görmesi, refleksler göstermesi, 3) ABD'nin kendi ekonomik-politik-toplumsal sorunlarının sürdürülemez hale gelmeye başlaması, 4) Bu iç ekonomik-toplumsal durumu onarmak ve lobileri ayakta tutmak için güç yoluyla kaynak/servet vb. transferine duyduğu ihtiyaç, 5) Çin, karşısında daha da yükselip küresel bir güç haline gelmeden, önünde var olduğunu düşündüğü kısıtlı zaman, 6) Rusya-Ukrayna Savaşı sürecinde Rusya'dan önemli ölçüde uzaklaştırdığı Avrupa'yı yanına çekebileceği düşüncesi, 7) ABD iç yapısındaki ve küresel düzendeki gidişatın kendisi için gittikçe olumsuz seyretmesinin getirdiği 'zaman presi', 8) Pakistan/Afganistan'dan Batı Asya'ya ve Afrika'ya uzanan küresel projesini devam ettirme motivasyonu, 9) ABD'deki evanjelist, judeo-hristiyan, Yahudi çevrelerindeki çıkar odakları ve Siyonist örgütlenmeler, İsrail'deki Siyonizm ve Netenyahu Hükümeti'nin tutumu, 10) Yakın zamanda Venezuela lideri Maduro'nun kaçırılması ve Venezuela ile ABD arasındaki ilişkilerin özellikle petrol bazlı ABD açısından iyileştirilmesi, bunun kolaylığı ve yanıtıcılığı. Bunlar artırılabilir, sadeleştirilebilir maddeler fakat çerçeve ana hatlarıyla böyle.

Her şey yoğunlaşmış ve koşullar uygun görünürken kaçırılan şeyin ise çağın, güç dengelerinin değiştiği, üretimin-ekonomilerin ne kadar enerji kaynaklı olduğu, İran'ın bin yıldan fazladır bir devlet geleneğine sahip olması, 40 yıldır ABD ve Batı baskısıyla yaşayarak bugünlere hazırlıklı olması ve benzer bazı temel unsurların atlanması olduğu bariz. Uzun insanlık tarihi içinde bakıldığında, yukarıdaki koşullar ve aşağıdaki gelişmeler ve etkiler birleştiğinde görülen şey: Bu savaş tarihte kritik bir an'a karşılık geliyor.

Kısaca, ABD'nin bugüne kadar yardım talep ettiği Avrupa ülkelerinden etkin bir katılım gelmediği gibi kamuoylarında eleştirel söylemlerin artması söz konusu. Zira savaş arttıkça beklenmedik boyutta küresel maliyetler artıyor; çünkü İran Savaşı aslında bir bölgesel savaş. Bölge ise dünyanın petrol, LNG vb. birçok yaşamsal doğal kaynağın bir üretim üssü.

Hürmüz Boğazı'ndan geçen petrol, küresel petrol tüketiminin yaklaşık %20'sine denk geliyor. Bölge, dünya deniz yoluyla petrol ticaretinin yaklaşık %25'ini etkileyen ana merkez. İran ise savaşın başından beri başta ABD olmak üzere savaşı destekleyen hiçbir ülkenin enerji taşıyan gemisine izin vermiyor ve bunun etkisi ABD'den AB'ye Pakistan, Hindistan, Tayland, Filipinler hatta bir ölçüde Japonya'ya kadar kendisini gösteriyor. ABD içinde petrol fiyatları huzursuzluk verecek ölçüde yükseliyor, ABD kendince barış anlaşmaları sunuyor, İran ise şimdilik tavizsiz ve sert şekilde kendi anlaşma koşullarını masaya sürüyor. Trump'ın görev onayı gittikçe düşüyor, yaklaşan 2026 ara seçimlerinin baskısı bir tarafta, kabinesi ve partisi içindeki tartışmalar da gün yüzüne çıkıyor, kamuoyunda ve siyasette İsrail eleştirileri veya İsrail'den bağımsız hareket etme eğilimleri görülmeye başlıyor. İsrail'de ise seçimler Ekim 2026'da ve Netanyahu yüzbinlerce kişiyi askere çağırıyor. Kaos büyüyor, İran'da başlatılan savaşın artık İran'ı neredeyse her anlamda aştığı anlaşılıyor.

DIJİTAL YORGUNLUK: SÜREKLİ BAĞLI OLMANIN PSİKOLOJİSİ VE DIJİTAL ÇAĞDA SAĞLIKLI MEDYA KULLANIMI

SAĞLIK-
PSİKOLOJİ



Dr. Öğr. Üyesi Merve BOYACI YILDIRIM
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

Dijital medya kullanımının yoğunluğu yalnızca bireysel düzeyde değil, toplumsal düzeyde de tartışılmaktadır. Özellikle çocuklar ve gençler üzerinde yapılan çalışmalar aşırı teknoloji kullanımının dikkat problemi, uyku düzensizlikleri ve sosyal izolasyon gibi sorunlarla ilişkili olabileceğini göstermektedir (Millî Eğitim Bakanlığı, 2023). Bununla birlikte bazı araştırmalar ekran süresinin tek başına çocukların ruh sağlığını doğrudan belirleyen bir faktör olmadığını; asıl önemli olanın çevrimiçi içeriklerin niteliği ve çocukların maruz kaldığı dijital deneyimler olduğunu vurgulamaktadır (UNICEF, 2025).

Dijital yorgunluk yalnızca fiziksel ve bilişsel sorunlara yol açmakla kalmamakta, aynı zamanda duygusal tükenmişlik hissini de artırmaktadır. Uzun süre çevrimiçi etkileşim içinde olmak bireylerin duygusal enerjisini tüketebilir. Dijital teknolojiler günümüzde iletişim, eğitim ve eğlence alanlarında hayatın vazgeçilmez bir parçası hâline gelmiştir. Akıllı telefonlar, tabletler ve bilgisayarlar sayesinde bilgiye erişim hızlanmış, iletişim süreçleri kolaylaşmış ve dijital medya günlük yaşamın merkezine yerleşmiştir. Ancak bu teknolojilerin yoğun ve sürekli kullanımı yeni psikolojik ve sosyal sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu sorunlardan biri son yıllarda literatürde giderek daha fazla tartışılan dijital yorgunluk kavramıdır. Dijital yorgunluk, uzun süreli ekran kullanımına bağlı olarak ortaya çıkan fiziksel ve zihinsel tükenmişlik durumu olarak tanımlanmaktadır (Tutar & Mutlu, 2024; Chen vd., 2020).

Araştırmalar dijital yorgunluğun hem fiziksel hem de psikolojik belirtilerle kendini gösterebildiğini ortaya koymaktadır. Uzun süre ekran karşısında kalmak göz yorgunluğu, baş ağrısı, boyun ağrısı, kronik yorgunluk ve uyku problemleri gibi fiziksel sorunlara yol açabilmektedir. Bunun yanı sıra konsantrasyon güçlüğü, unutkanlık, sinirlilik, anksiyete ve depresyon gibi zihinsel belirtiler de dijital yorgunluğun önemli göstergeleri arasında yer almaktadır (Abel, Buff & Burr, 2016; Milyavskaya vd., 2018). Bu belirtiler yalnızca bireyin günlük yaşam kalitesini değil, aynı zamanda akademik ve mesleki performansını da olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Dijital yorgunluğun ortaya çıkmasında birçok farklı faktör rol oynamaktadır. Bunlardan en önemlisi uzun süreli ekran maruziyetidir. Günümüzde bireyler hem eğitim hem de sosyal yaşam nedeniyle günün önemli bir bölümünü dijital cihazlar karşısında geçirmektedir. Sürekli bilgi akışına maruz kalmak, çoklu görev yapma zorunluluğu ve kesintisiz çevrimiçi olma baskısı bireylerde bilişsel yük oluşturmakta ve zamanla zihinsel tükenmişliğe yol açabilmektedir. Sosyal medya kullanımına bağlı gelişen bu durum literatürde sosyal ağ yorgunluğu (social media fatigue) olarak da ifade edilmektedir (Tuncer & Levendeli, 2023).

Dijital yorgunluk tartışmalarında öne çıkan kavramlardan biri de FOMO (Fear of Missing Out) yani "bir şeyleri kaçırma korkusu"dur. Sosyal medya platformlarında sürekli güncel kalma isteği bireylerin çevrimiçi ortamlardan uzaklaşmasını zorlaştırmaktadır. Bu durum bireylerin uyku saatlerinde bile telefonlarını kontrol etmelerine neden olabilmekte ve uzun vadede stres, kaygı ve dijital bağımlılık riskini artırabilmektedir (Przybylski vd., 2013; Vannucci, Flannery & Ohannessian, 2017). Benzer şekilde sosyal medya kullanımına ara verilmesini inceleyen çalışmalar da yoğun sosyal medya kullanımının stres ve psikolojik iyi oluş üzerinde etkili olabileceğini göstermektedir (Vanman, Baker & Tobin, 2018; Brown & Kuss, 2020).

DIJİTAL YORGUNLUK: SÜREKLİ BAĞLI OLMANIN PSİKOLOJİSİ VE DIJİTAL ÇAĞDA SAĞLIKLI MEDYA KULLANIMI

SAĞLIK-
PSİKOLOJİ



Son yıllarda literatürde dikkat çeken bir diğer kavram ise “doomscrolling” olarak adlandırılan davranış biçimidir. Doomscrolling, bireylerin özellikle kriz, felaket veya olumsuz haber içeriklerini sürekli takip etme eğilimini ifade etmektedir. Bu davranış biçimi bireylerin psikolojik yükünü artırarak stres, kaygı ve zihinsel tükenmişliğe yol açabilmektedir. Dijital çağda sürekli erişilebilir olma durumu da bu süreci hızlandıran önemli bir faktördür (Çetin, 2025; Kıran, 2025).

Bununla birlikte dijital iletişim ortamlarının kendine özgü bazı yorgunluk türleri de bulunmaktadır. Özellikle çevrimiçi toplantıların yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan “zoom fatigue” kavramı, ekran aracılı iletişimin bilişsel yükünü açıklamak için kullanılmaktadır. Bailenson (2021),

çevrimiçi toplantılarda yoğun sözsüz iletişim takibi ve sürekli ekran odaklı dikkat gereksiniminin bireylerde zihinsel yorgunluğu artırabileceğini belirtmektedir. mekte ve zamanla sosyal izolasyon, motivasyon kaybı ve tükenmişlik hissine neden olabilmektedir. Dijital medya kullanımıyla ilgili yapılan bazı çalışmalar da bu durumun bireylerin ruh hâli üzerinde önemli etkileri olabileceğini ortaya koymaktadır (Organik İnsan, 2025; Yalçın, 2026).

Bu noktada literatürde öne çıkan çözüm yaklaşımlarından biri dijital detoks uygulamalarıdır. Dijital detoks, bireylerin belirli sürelerle dijital cihaz kullanımını sınırlandırarak zihinsel ve fiziksel olarak dinlenmelerini sağlayan bir yaklaşım olarak tanımlanmaktadır (Korucuk, 2026).

Dijital medya bağımlılığı ve dijital detoks üzerine yapılan çalışmalar da sağlıklı medya kullanım alışkanlıklarının bireylerin psikolojik iyi oluşu açısından önemli olduğunu göstermektedir (Boyacı Yıldırım, 2024).

Uzmanlar dijital yorgunluğu azaltmak için bazı basit ama etkili stratejiler önermektedir. Örneğin ekran karşısında geçirilen süreyi sınırlamak, gereksiz bildirimleri kapatmak ve düzenli aralıklarla ekran molaları vermek bu stratejiler arasında yer almaktadır. Ayrıca spor yapmak, doğada zaman geçirmek ve yüz yüze sosyal etkileşimlere katılmak bireylerin hem fiziksel hem de psikolojik olarak dinlenmesine yardımcı olmaktadır. Sosyal medya kullanımına ara verilmesini inceleyen meta-analiz çalışmalarının da bazı bireylerde iyi oluş düzeyinin artabileceğini gösterdiği belirtilmektedir (Lemahieu vd., 2025).

Sonuç olarak dijital yorgunluk, dijital çağın önemli psikososyal sorunlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknolojinin sunduğu olanaklardan yararlanırken sağlıklı kullanım alışkanlıkları geliştirmek büyük önem taşımaktadır. Özellikle öğrenciler için dengeli ekran kullanımı, düzenli uyku ve sosyal etkileşim akademik başarı ve psikolojik iyi oluş açısından kritik bir rol oynamaktadır. Bu nedenle bilinçli teknoloji kullanımı ve dijital medya okuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesi, dijital çağda sağlıklı bir yaşam sürdürebilmenin temel koşullarından biri olarak görülmektedir.



Arş. Gör. Emre ERGEN
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü



Birçoklarına göre, içinde bulunduğumuz "hakikat sonrası (post-truth)" çağ, kamuoyunun şekillenmesinde nesnel gerçeklerden ziyade duyguların ve kişisel inançların ön plana çıktığı (McIntyre, 2019: 26), enformasyonun hızla yayıldığı ancak "hakikat" kavramının giderek aşındığı karmaşık bir iletişim ekosistemi sunmaktadır. Sosyal medya şirketlerinin etkileşimi ve verimliliği artırma amacıyla başvurdukları algoritmik sistemler, kullanıcıları zamanla yalnızca kendi seslerine ve inançlarına benzer fikirleri duydukları "yankı odalarına" (Sunstein, 2017) hapsetmektedir. Bu durum, çeşitli kaynaklardan iletişim alanına sunulan dezenformasyonla birleştiğinde, genel anlamda toplumsal güveni derinden sarsmaktadır. Tam da bu ekseninde, halkla ilişkiler disiplininin toplumsal rolü yapısal bir dönüşüm geçirmektedir.

Geleneksel olarak kurumlar ile hedef kitleler arasında bağ kurarak itibar yönetimine odaklanan halkla ilişkiler, günümüzün hızla değişen sosyal dinamiklerinde salt bir "ikna ve tanıtım" aracı olmaktan çıkmıştır. Yeni paradigma bağlamında temel misyon, şeffaflık ve iletişim etiği ekseninde sürdürülebilir bir "güven inşası" mekanizması yaratmaktır. Güncel araştırmalar ve sektörel veriler (örneğin Edelman Güven Barometresi, 2023), tüketicilerin ve paydaşların kurumlardan yalnızca kaliteli ürün veya hizmet beklemediğini; iklim krizi, ekonomik eşitsizlikler ve dijital etik gibi makro toplumsal meselelerde aktif, yönlendirici ve samimi bir duruş sergilemelerini talep ettiğini açıkça ortaya koymaktadır.

Bu süreçteki en kritik eşik, kurumların sahte duyarlılık (Vredenburg vd., 2020) tuzağına düşmeden, sahici ve değer odaklı iletişim stratejileri geliştirebilmeleridir. Yeni nesil halkla ilişkiler pratiğinde hedef kitleler, pasif mesaj alıcıları olarak değil; sosyal meselelere duyarlı, katılımcı ve aktif paydaşlar olarak konumlandırılmalıdır.

Sonuç olarak, hakikat ötesi dönemin yarattığı bilgi kirliliği ve güven erozyonu, halkla ilişkiler profesyonellerini tek taraflı birer kurum sözcüsü olmanın ötesine taşıyarak, doğruluğu savunan birer "hakikat yöneticisi" (Bıçakçı, 2019) olmaya zorlamaktadır. Kurumların sadece kendi ticari çıkarlarını değil, kamusal faydayı ve bilgi etiğini de merkeze alan simetrik iletişim modellerini benimsemesi çağımızın en temel gerekliliğidir. Dezenformasyonla mücadelenin ve şeffaf kurumsal aktivizmin iç içe geçtiği bu yeni ekosistemde; halkla ilişkiler disiplini, zedelenen toplumsal diyalogun ve güvenin onarılmasında kilit bir role sahip olmaya devam edecektir.

Faydalanılan Kaynaklar

Bıçakçı, B. (2019). Post-Truth Çağında Halkla İlişkiler'in "Hakikat Yöneticiliği" Rolü: Gıda Ve Beslenme Alanındaki Yalan Haberlere Yönelik Stratejiler",. Kurgu, Prof. Dr. Alâeddin Asna Anısına Yeni Zamanlar ve Halkla İlişkiler Sempozyumu Özel Sayısı, 27(4), 61-78.

Edelman. (2023). 2023 Edelman Trust Barometer: Navigating a Polarized World. https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2024-12/2023%20Edelman%20Trust%20Barometer_Updated.pdf

McIntyre, L. (2019). Hakikat-Sonrası. İstanbul, Tellekt.



Sosyalleşme Zamanı

Beyza KOCAOĞLU

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü 4. Sınıf Öğrencisi

Kulüp: MarkaAktif

İstanbul Gelişim Üniversitesi bünyesinde faaliyet gösteren Markaaktif Kulübü, iletişimin farklı alanlarına ilgi duyan öğrencileri bir araya getiren aktif ve üretken bir öğrenci topluluğudur. Kulüp, öğrencilerin kendilerini ifade edebilecekleri, yeni bakış açıları kazanabilecekleri ve üniversite hayatını daha verimli ve keyifli hale getirebilecekleri bir ortam oluşturmayı amaçlamaktadır.

Kulübün öne çıkan çalışmalarından biri olan münazara etkinlikleri ise öğrencilerin düşüncelerini özgürce ifade edebildiği, farklı fikirlerle tanışabildiği ve kendilerini geliştirebildiği önemli bir deneyim sunmaktadır.

Instagram: [igu_markaaktifkulubu](https://www.instagram.com/igu_markaaktifkulubu)



İGÜ'de Gündem

Kampüste Yeni Dönem Heyecanı

Mart ayının gelişi ve havaların yavaş yavaş ısınmasıyla birlikte kampüste yeni dönemin heyecanı daha da hissedilir hale geldi. Ders aralarında yapılan kısa yürüyüşler, arkadaşlarla içilen kahveler ve güneşin kendini göstermesi kampüs günlerini daha keyifli kılıyor. Yeni dönem, yeni kararlar almak ve yeni ortamlara adım atmak için güzel bir fırsat.

Sosyalleşelim

Bu bahar, kendin için yeni adımlar atmaya ne dersin?

Yeni insanlarla tanışmak, yeni deneyimler ve yeni tecrübeler edinmek bazen düşündüğünden çok daha yakındır.

Kahveni al, kampüste küçük bir mola ver. Belki de uzun zamandır ertelediğin o ilk adımı at. Bazen yeni dostluklar ve yeni deneyimler, hiç beklemediğin bir anda başlar.



İstanbul'da Nisan

İstanbul, Nisan ayında ilgi çekici etkinliklere ev sahipliği yapıyor. Bunlardan bazılarını sizler için derledik.

Arş. Gör. Asel ATAÖĞLU
İşletme (İngilizce) Bölümü

Etkinlik Türü	Etkinlik Adı	Mekan	Tarih
Konser	Mustafa Sandal	Ülker Spor ve Etkinlik Salonu	2 Nisan Perşembe
Show	Harlem Globetrotters: 100 Years World Tour	Ülker Spor ve Etkinlik Salonu	3 Nisan Cuma
Stand Up	Stand-Up Taksim	İnfiniti Sahne, Beyoğlu	5 Nisan Pazar
Stand Up	Burkanca Böyle Stand-Up Gecesi	Efsahne, Beyoğlu	10 Nisan Cuma
Konser	The Neighbourhood	KüçükÇiftlik Park	26 Nisan Pazar
Konser	Melike Şahin Konseri	Bostancı Gösteri Merkezi	28 Nisan Salı

Gamze Günde

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

3. sınıf Öğrencisi

Merhaba, ben Gamze Günde. İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım 3. sınıf öğrencisiyim. Hepimizin bu eğitim süreçlerini kendimize has, farklı yollardan geçerek yaşadığımızı biliyorum; bu yüzden kendi okul ve sosyal hayatımdan bir kesiti sizlerle paylaşmak istedim.

Aslında bu bölüme çok büyük bir tutkuyla gelmedim ama işin öncesinde oldukça bilinçli verilmiş bir karar vardı. Kendimi dünyanın en kararsız bireylerinden biri olarak tanımlarken, böyle net bir tercih yapmış olmama hala şaşırıyorum. Normalde çizim yapıyorum ve tasarım alanında ilerlemeyi çok istiyordum. Ancak benim çizime olan geleneksel yöntemlerimin, gelecekteki iş yapma kriterlerini tam karşılamayacağını düşündüğümünden o an bu isteğimden vazgeçtim. Kararsızlığımı iyi geleceğini umduğum "Halkla İlişkiler ve Tanıtım" bölümünü tercih ederek aslında ne kadar doğru bir adım attığımı, zamanla bizzat deneyimleyerek öğrendim.

Bölüme girdikten sonra iletişimin o geniş dünyasına adım attım ve taktığım çeşitli "gözlükler" sayesinde hayata çok daha farklı açılardan bakmaya başladım. Bu süreçte kendimi geliştirme isteğim daha da kabardı; şu anki tek tatlı sorunun, mezuniyet sonrası önümde uzanan milyonlarca seçenek arasından hangisine yöneleceğimi seçmek.

Çizim ise artık benim için bir hobi ve bu bana kendimi çok iyi hissettiriyor. Tabii çizerken bazen istediğim sonucu alamayınca ufak çaplı sinir krizleri yaşamıyor değilim ama işin tadı tuzu da burada. Şimdi, kelimelerin bazen yetersiz kaldığı o derin duyguları kağıda döktüğüm, Japon felsefesinden izler taşıyan çalışmalarımı sizleri başbaşa bırakıyorum.



Tsundoku: "Okurum ben bunu" diyerek aldığı kitapların, odanın bir köşesinde dağ gibi birikmesi ve senin onlara bakıp sadece iç çekmene denir.



Koi no yokan: Biriyle ilk karşılaştığında "eyvah ben bu kişiye çok fena tutulacağım" diye hissetmen o aşkın kaçınılmaz olduğunu daha en başta sezmen anlamına gelir.



Wabi-sabi: Mükemmel olmayı çalışmayı bırakıp eşyaların eskimesindeki veya hayatın kusurlarındaki o doğal güzelliği görmeye denir.

İGÜ MEZUN

Damla KAHRAMAN
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Mezunu

Merhaba, ben Damla. 2023 yılında Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nden mezun oldum. 2019 yılında Kadir Has Üniversitesi Hazırlık Programı'ndan yatay geçiş yaparak iletişim alanına adım attım. Bölüme başladığım ilk günden itibaren sektörü tanımaya, derslerde aktif olmaya ve kendimi geliştirmeye odaklandım. Üniversitenin sunduğu kütüphane imkânları, öğrenci kulüpleri ve sosyal alanlar hem akademik hem de kişisel gelişimim açısından bana güçlü bir zemin hazırladı.

Eğitim hayatım boyunca hocalarımla yönlendirmeleri benim için her zaman yol gösterici oldu. Sadece teorik bilgi edinmekle kalmadım aynı zamanda yaratıcı düşünme, stratejik bakış açısı geliştirme ve iletişim problemlerine çözüm üretme konularında kendimi geliştirme fırsatı buldum. Bu süreç, iletişim dünyasına daha bütünsel ve analitik bir perspektiften bakmamı sağladı.

Üniversite yıllarımda halkla ilişkiler stratejileri, medya ilişkileri, kriz iletişimi ve etkinlik yönetimi gibi alanlarda hem teorik hem de uygulamalı deneyimler edindim. Farklı projelerde yer almak, kamera ve içerik üretimi eğitimleri almak, tasarım araçlarını kullanmayı öğrenmek ve sektörden isimlerle bir araya gelmek, mesleki donanımımı güçlendiren önemli adımlar oldu.

Profesyonel kariyerime Mayıs 2023'te bir iletişim ve danışmanlık ajansında stajyer olarak başladım. Staj sürecimin ardından aynı ajansta marka yöneticisi olarak görev almaya devam ettim. Bugün ise kariyerime farklı bir ajans bünyesinde devam ediyor, küresel ölçekte faaliyet gösteren bir markanın çatısı altındaki farklı markaların iletişim süreçlerini yönetiyorum. Çok markalı yapılarla çalışarak farklı hedef kitleleri analiz ediyor, her birine uygun ton ve mesaj kurguları geliştiriyor ve süreçleri stratejik bir bakış açısıyla yönetiyorum.

İletişim sektörünün hızla dönüşen dinamikleri içerisinde, yapay zekânın giderek daha belirleyici bir rol üstlendiğini düşünüyorum. Bu nedenle yapay zekâyı yalnızca destekleyici bir araç olarak değil, iş süreçlerinin ayrılmaz bir parçası olarak konumlandırıyorum. Araştırma, veri analizi, içerik geliştirme ve strateji oluşturma süreçlerinde yapay zekâdan aktif şekilde faydalanyor; bu alandaki gelişmeleri yakından takip ederek kendimi sürekli güncel tutmaya özen gösteriyorum. Daha hızlı, daha verimli ve daha etkili işler üretmenin yolunun bu dönüşüme adapte olmaktan geçtiğine inanıyorum.

Üniversitede kazandığım bilgi ve deneyimleri bugün profesyonel hayatımda daha geniş kapsamlı projelere dönüştürme fırsatı buluyorum. İletişim alanında gelişimin süreklilik gerektirdiğinin bilinciyle öğrenmeye, üretmeye ve kendimi ileri taşımaya devam ediyorum.

Bu yolculukta bana destek olan ve desteklerini hâlâ sürdürmeye devam eden başta hocalarımla olmak üzere, aileme, okuluma ve arkadaşlarıma teşekkür ederim. Sevgilerimle.



Efe Arif Keskin

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Öğrencisi

Ben Efe Arif Keskin, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü 3. sınıf öğrencisiyim. İkinci sınıfa geçeceğim dönemde gerekli olan GANO (Genel Ağırlıklı Not Ortalaması) şartını sağladığımı fark edince bu fırsatı değerlendirmek isteyip Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü'nde çift anadala başlamaya karar verdim.

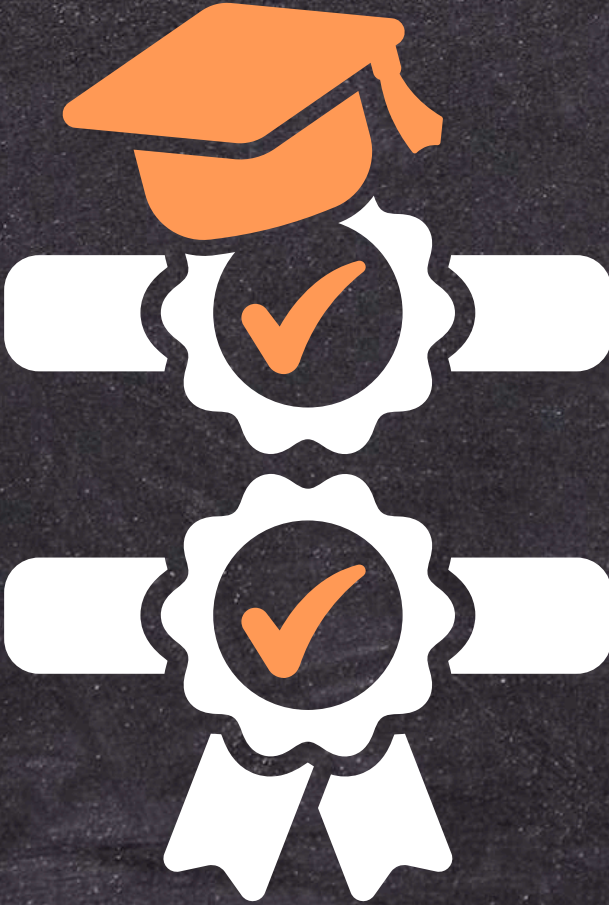
Spontane gelişen bu kararında Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü'nü seçmemin sebebi siyasete olan ilgimdi. Uluslararası ilişkiler kısmına daha ilgili olsam da Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü'nün ana bölümüm olan Halkla İlişkiler ve Tanıtım ile daha çok kesişim noktasının olması, bu seçimi yapmamda etkili oldu. İki bölümde de eğitim almaya başladıktan sonra aralarındaki bağın daha da güçlü olduğunu ve birbirlerini tamamladıklarını fark ettim. Bir tarafta devletin işleyiş şeklini, karar alma süreçlerini ve kamu hizmetlerini anlarken bir taraftan da bu hizmetlerin topluma nasıl aktarılacağı, nasıl bir iletişim stratejisi oluşturulacağı ve bunun yönetiminin nasıl yapılacağını anlıyorum. Bu kesişim noktaları derslerde öğrendiğim bilgileri birbirine bağlamamda ve geniş bir çerçevede değerlendirmeme yardımcı oluyor.



Elbette çift anadal yapmanın günlük hayatıma yoğun bir tempo getireceğini biliyordum ve bunu kabullenmişim. Ders programlarının çakışması, evimden çok okulda vakit geçirmem gerekmesi ve artan ders yükü zaman zaman beni zorlasa da; vaktimi daha verimli kullanmayı öğretilen disiplin kazandırması benim için fazlasıyla tatmin edici oldu.

Genel olarak değerlendirdiğimde çift anadal deneyimim bana beklediğimden daha fazla şey kazandırdı. Bunlar arasında en önemlisinin ise farklı bakış açıları geliştirmemi sağlaması olduğunu düşünüyorum. Aynı konuyu iki farklı alanın perspektifiyle değerlendirmek, olaylara yaklaşımımı ve düşünme biçimimi büyük ölçüde geliştirdi.

Kendini keşfetme ve geliştirme süreci olan üniversite hayatında çift anadal programının öğrencilere farklı kapılar açtığını ve gelişimi somut şekilde hissettiren bir deneyim olduğunu kesinlikle söyleyebilirim. Çift anadal fırsatını değerlendirmek isteyen öğrencilere tavsiyem, ilgi duyduğunuz bir alan veya ilgi duyduğunuz alanla ilişkili bir alanda bu adımı atmalarıdır. İlgili olduğunuz bir bölümde eğitim alırsanız bu yoğun tempo sizin için daha anlamlı, keyifli ve sürdürülebilir olur.





Erasmus GÜNCESi

Prof. Dr. Hakan YILDIRIM
Lojistik Yönetimi Bölümü

İtalyan Rönesans ve Barok tarzlarının etkisini yansıtan ve çok gösterişli bir iç mimariye sahip olan New York Café 1894 yılında hizmete açılmış olup, ziyaretçilere hem görsel hem de lezzet şöleni yaşamasında önemli bir yere sahip. Tarihsel açıdan bakıldığında edebiyat ve sanat çevrelerinin uğrak noktası olarak göze çarpan New York Café'nin, II. Dünya Savaşı ve sonrasında gelen komünist rejim sürecinde eski ihtişamını kaybederek, bir süre kapatıldığı ifade edilmektedir. 90'lı yıllara geldiği vakit yapılan bakım çalışmaları ve restorasyon neticesinde yeniden faaliyete geçmiş ve eski önemine kavuşmuştur. Mimari yapı içerisinde altın varaklı süslemelerin yanı sıra büyük kristal avizeler, fresklerle zenginleştirilmiş tavanlar ve mermer sütunlarıyla büyüleyici bir iç tasarıma sahip olduğu görülmektedir. Bu kapsamda bu yapı sadece bir kafe değil, aynı zamanda bir sanat eseri gibi tasarlanmış bir mekân olarak göze çarpmakta. Hem restoran hem de kafe olarak hizmet veren New York Café geleneksel Macar yemekleri ile Orta Avrupa mutfağının yanı sıra modernize edilmiş tatlıların da kalbi niteliğinde bir mekân olarak anılmaktadır. Bu kapsamda gastronomik bir destinasyon olarak değerlendirildiğinde tarihi atmosfer deneyimi sunarak Macar kahve ve tatlı kültürünü anlamayı hedefleyen ziyaretçiler için önemli bir nokta.

Sokak lezzetlerini merak edenler için ise Karaván Street Food Court hem lezzet hem de sosyalleşme açısından çok büyük bir öneme sahip. Açık avlu şeklinde bir alanda hizmet veren mekân yemek karavanları, küçük restoran standları ve açık oturma alanlarını içinde barındırmakta. Özellikle akşam saatlerinde kalabalıklaşan bir yer haline gelen Karaván; Budapeşte'nin en popüler gastronomi noktalarından biri olma özelliğinin yanı sıra, gençlerin ve turistlerin buluşma noktası olarak da kabul edilmektedir. Geniş bir sokak lezzeti yelpazesini içinde barındıran mekân; sarımsak, peynir ve krema ile kızarmış hamur şeklinde ikram edilen Lángos, Macar et yemeği olarak adından sıkça bahsettiren Goulash, tatlı hamur işini severlerin vazgeçilmezi olan Kürtőskalács, o ünlü Macar sosis ve burger çeşitlerinin yanı sıra, çok farklı tatları da içinde barındıran bir bölge olarak karşımıza çıkmakta.

Özetle hem tarihi yapılar açısından zengin hem de gastronomi açısından büyük bir yelpazeye sahip olan Budapeşte, görülmesi gereken önemli destinasyonlar arasında yerini almaktadır.

Uyumayan Şehir: Budapeşte

Budapeşte, doğal manzaraları ve tarihi mimarisi nedeniyle Avrupa'nın en çok ziyaret edilen şehirlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Şehir özellikle Tuna Nehri çevresinde gelişmiş tarihi yapılarıyla da tanınmaktadır. Çok sayıda destinasyona ev sahipliği yapan şehir, uyumayı reddeden yapısıyla turistlerin gözdesi bir şehir olarak karşımıza çıkmakta. Özellikle zincir köprü ve Macaristan Parlamento Binası önemli tarihi ikonlar arasında yer alırken, New York Café ve Karaván gibi gastronominin kalbi olarak kabul edilebilecek mekânlar arasında yerini almaktadır.

Öncelikle Buda ve Peşte'yi ayıran harikulade bir mimari olan zincir köprüden bahsetmeden olmaz. İngiliz mühendis William Tierney Clark tarafından tasarlanan ve iki ruhun şahidi olan zincir köprü, 1849 yılında açılmış; dönemin mühendislik harikası olarak kabul edilen ve modern Budapeşte'nin simgesi haline gelen bir ikon halini almıştır. 1945 yılında II. Dünya Savaşı'nın son döneminde havaya uçurulan köprü, 100. Yıl dönümü olan 1949 yılında yenilenerek bugünkü misyonunu hala sürdürmekte olup; köprü'nün girişlerinde yer alan ve 1852 yılında heykeltıraş sanatçısı János Marschalkó tarafından günümüze kazandırılan farklı dört büyük taş aslan heykeli, yine hayranlık uyandıran sanat eserleri arasında yerini almaktadır. Buda Kalesi ile ünlü parlamento binası arasında yer bulan zincir köprü bir yandan modern Budapeşte'nin kuruluşunu simgelerken; gece aydınlatmalarıyla hem tarihi aydınlatmakta hem de ziyaretçilerine görsel bir şölen yaşatmaktadır.

Hayranlık uyandıran başka bir eser ise Avrupa'nın en büyük parlamento binaları arasında yer alan Macaristan Parlamento Binası olduğunu ifade etmeden geçemeyeceğim. Binanın tek özelliği tatbiki büyüklüğü değildir. Siyasi ve mimari açıdan ciddi öneme sahip olan parlamento binası Neo-Gotik bir mimariye sahip olmakla birlikte, Macarların siyasi kimliğini ve özerkliğini vurgulayan bir yapı olarak göze çarpmaktadır. Bu durumu Macaristan'ın Kutsal Tacı'nın binada saklanmasıyla anlayabiliyoruz. Bu kapsamda tacın burada saklanması aslında bizlere krallığın meşrutiyeti ve devletin tarihsel sürekliliğinin yanı sıra, ulusal egemenliğin ve modern devletin simgesini gözler önüne sermektedir.





ÖZBEKİSTAN'IN YEREL LEZZETİ: ÖZBEK PİLAVI (PALOV)

DURDONA BOTİROVA
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ÖĞRENCİSİ

Orta Asya mutfağının en önemli ve en bilinen yemeklerinden biri olan Özbek Pilavı, Özbekistan'ın zengin kültürünü ve geleneklerini yansıtan bir lezzettir. Özbekçe'de "Palov" olarak adlandırılan bu yemek, sadece günlük bir yemek değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel bir sembol olarak kabul edilir.

Özbekistan'da düğünlerde, bayramlarda ve özel davetlerde büyük kazanlarda hazırlanarak misafirlere ikram edilmesi gelenek haline gelmiştir. Bu nedenle pilav, misafirperverliğin ve paylaşımın bir göstergesi olarak görülür.

Özbek Pilavı'nın temel malzemeleri pirinç, et (genellikle kuzu veya dana eti), havuç, soğan ve sarımsaktır. Pilav genellikle büyük döküm kazanlarda pişirilir ve belirli bir pişirme tekniği vardır. Öncelikle et ve soğan yağda kavrulur, ardından ince uzun şekilde doğranmış havuçlar eklenir. Daha sonra pirinç ve baharatlar ilave edilerek pilav kısık ateşte pişmeye bırakılır. Özellikle kimyon gibi baharatlar pilava kendine özgü bir aroma kazandırır.

Özbekistan'ın farklı bölgelerinde pilavın çeşitli türleri bulunmaktadır. Örneğin Taşkent Pilavı'nda genellikle nohut ve kuru üzüm kullanılırken, Semerkant Pilavı malzemelerin katmanlar halinde yerleştirilmesiyle hazırlanır. Buhara Pilavı'nda ise pirinç ve et ayrı ayrı pişirilip daha sonra birleştirilir. Fergana Pilavı ise daha yağlı ve yoğun aromalı olmasıyla bilinir. Bu çeşitlilik, Özbek mutfağının zenginliğini ve bölgesel farklılıklarını gösterir. Özbek Pilavı yalnızca bir yemek değil, aynı zamanda bir kültür mirasıdır.

Aile içinde ve toplumda önemli bir yere sahip olan bu yemek, nesilden nesile aktarılan bir gelenek olarak varlığını sürdürmektedir. Bu yönüyle Özbek Pilavı, Özbekistan'ın mutfak kültürünü tanımak isteyenler için en önemli lezzetlerden biridir.



AKADEMİK YAŞAMA DAİR



YAYINLARIMIZ

Doç. Dr. Festus Victor Bekun'un "Indian energy policies amidst urban population and economic growth: Sourcing evidence from time-frequency domain analysis" başlıklı makalesi Energy and Environment'da yayımlandı.

PERSONEL GÜNDEMİ



AKADEMİK-İDARİ ATAMALAR

Dr. Öğr. Üyesi Öznur ÇETİNKAYA, Turizm Rehberliği Bölüm Başkanlığına görevlendirilmiştir.

AKADEMİK KADRODAN AYRILANLAR

Dr. Öğr. Üyesi Ramazan İNAN, Turizm Rehberliği Bölümünden ayrılmıştır.



İGÜ
KARYON
Kariyer Yönlendirme
Uygulama ve Araştırma Merkezi



İGÜ
MMK
Mezunlar ve Mensuplar
Kordinatörlüğü

Değerli İGÜ mezunları ve öğrencileri,
iş arayanların nitelikleri ile işverenlerin
aradığı özellikleri eşleştiren yeni

İŞ BULMA PLATFORMU

erişime açıldı. Üye olarak açık pozisyonları
görüntüleyebilir ve başvuru yapabilirsin.

Detaylı bilgi ve
Başvuru için



metsis.gelisim.edu.tr

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ MEZUN TAKİP SİSTEMİ

Mezun Takip Sistemi (METSİS), mezunlarımızın istihdamı ve mezuniyet sonrası eğitimi gibi güncel durumlarını belirleyerek takip etmek, istatistik veriler oluşturmak amacıyla açılmıştır. İstanbul Gelişim Üniversitesi, mezunlar ile ilişkilerini kuvvetlendirmek ve mezunların istihdamına katkı sunmak adına METSİS'i faaliyete geçirmiştir. Mezunlarımız, METSİS'e ücretsiz üye olabilmektedir. (metsis.gelisim.edu.tr)

METSİS üye olan mezunlarımız oluşturdukları kişisel profillerini güncelleyerek iş ilanlarımızı takip edebilmektedir.

METSİS'e Nasıl Üye Olurum?

1. metsis.gelisim.edu.tr platformuna giriş yapınız.
2. Açık pozisyonlar kutucuğundan ilanlar takip edebilirsiniz.
3. İlanlara başvuru gerçekleştirmek için Yeni Aday kutucuğundan hesap oluşturabilirsiniz.
4. Hesap oluşturulduktan sonra üst sekmede yer alan ilanlar sekmesinden iş ilanlarını görebilir ve uygun olan pozisyonlara başvurabilirsiniz.

KÜNYE

İKTİSADİ İDARİ VE SOSYAL BİLİMLER FAKÜLTESİ

İİSBF Dekanı
Prof. Dr. Kenan AYDIN

İİSBF Dekan Yardımcısı
Doç. Dr. Emrah DOĞAN
Dr. Öğr. Üyesi Özlem Tuğçe KELEŞ

Koordinatör
Arş. Gör. Ahmet Can ŞENLİK

İçerik Editörü
Bölüm Başkanı
Doç. Dr. Sarp BAĞCAN (Bölüm Başkanı)
Arş. Gör. EMRE ERGEN

Çeviri Koordinatörü
Arş. Gör. Tuğçe Gül BABACAN
Arş. Gör. Dilek KIZILIRMAK
Arş. Gör. Remzi SOYTÜRK

Grafik Tasarım
Nisa Ekiz
Arş. Gör. Ahmet Can ŞENLİK

Redaksiyon
Arş. Gör. Çağlar KARAKURT
Arş. Gör. Şeyma ÖZEKİNCİ

