

## İÇİNDEKİLER

---

**İbrahim Halil YAŞAR, Mehmet ULUC** **1-21**

### Araştırma Makalesi

ALGORITHMIC STEERING AND DIGITAL SCREEN VIEWING EXPERIENCE: A STUDY OF USER PRACTICES/ ALGORİTMİK YÖNLENDİRME VE DİJİTAL EKİRAN ÜZERİNDEN İZLEME DENEYİMİ: KULLANICI PRATİKLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

---

**Erdal Taha AYDOĞDU** **22-52**

### Araştırma Makalesi

MAYMUN PUNCH FENOMENİ BAĞLAMINDA MARKA-İÇERİK ETKİLEŞİMİ VE GERÇEK ZAMANLI PAZARLAMA: NİTEL BİR VAKA ANALİZİ/ BRAND-CONTENT INTERACTION AND REAL-TIME MARKETING WITHIN THE CONTEXT OF THE MONKEY PUNCH PHENOMENON: A QUALITATIVE CASE ANALYSIS

---

**Vildan HAN, Emel POYRAZ** **53-84**

### Araştırma Makalesi

DİJİTAL DÜNYANIN YENİ DONANIMI METAVERSE'E YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: K KUŞAĞININ METAVERSE TUTUM VE FARKINDALIK DÜZEYLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ/ A STUDY ON METAVERSE, THE NEW HARDWARE OF THE DIGITAL WORLD: EVALUATING THE ATTITUDE AND AWARENESS LEVELS OF GENERATION K TOWARD THE METAVERSE

---

**Canver ÇELİK, Engin COŞKUN** **85-99**

### Araştırma Makalesi

YAPAY ZEKÂNIN HABER MEDYASINDA KULLANIMI: MUHTEMEL ETİK PROBLEMLER ÜZERİNE BİR TARTIŞMA/ THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN NEWS MEDIA: A DISCUSSION ON POTENTIAL ETHICAL PROBLEMS

**Sevil ÖCAL, Ersin DİKER**

**100-124**

**Araştırma Makalesi**

SOSYAL MEDYA REKLAMLARINA YÖNELİK ALGILANAN DEĞERLERİN MARKA BEĞENİSİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: GENÇ TÜKETİCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA / THE EFFECT OF PERCEIVED VALUES IN SOCIAL MEDIA ADVERTISEMENTS ON BRAND LIKING: A STUDY ON YOUNG CONSUMERS

**Eray ELİK, Birgül TAŞDELEN**

**125-160**

**Araştırma Makalesi**

EMİN ALPER SİNEMASI ÜZERİNE NEOFORMALİST BİR İNCELEME/ A NEOFORMALIST STUDY ON EMIN ALPER CINEMA

**Sinan ÇELİK**

**161-176**

**Araştırma Makalesi**

ALGORİTMİK KİMLİK: DİJİTAL PLATFORMLARDA ÖZNEİNİN YENİDEN İNŞASI / ALGORITHMIC IDENTITY: THE RECONSTRUCTION OF THE SUBJECT ON DIGITAL PLATFORMS