



**İSTANBUL BEYKENT
ÜNİVERSİTESİ**



İSTANBUL BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ

MEDYA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA İÇİN KÜRESEL AMAÇLAR ÖĞRENCİ SEMPOZYUMU

16 MAYIS 2024 İSTANBUL / TÜRKİYE

ÖZET BİLDİRİ KİTAPÇIĞI



İSTANBUL BEYKENT ÜNİVERSİTESİ

İLETİŞİM FAKÜLTESİ

MEDYA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA İÇİN

KÜRESEL AMAÇLAR ÖĞRENCİ SEMPOZYUMU

16 MAYIS 2024 İSTANBUL / TÜRKİYE

ÖZET BİLDİRİ KİTAPÇIĞI

Editör

Doç. Dr. Hilal KILIÇ

Arş. Gör. Dr. Emine SIRMALI KAYACAN

Arş. Gör. Dr. Ezgi ÇAKIR

Yayın No : 194

e-ISBN: 978-625-5950-01-7

YAYIN HAKLARI

Bu kitabın tüm yayın hakları saklıdır.

Tanıtım amacıyla, kaynak göstermek şartıyla yapılacak

kısa alıntılar dışında yayınevinden izin alınmadan

çoğaltılamaz, yayınlanamaz ve dağıtılamaz.



İSTANBUL BEYKENT
ÜNİVERSİTESİ



İSTANBUL BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
**MEDYA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR
KALKINMA İÇİN
KÜRESEL AMAÇLAR
ÖĞRENCİ SEMPOZYUMU**

MESKA-2024, İSTANBUL

16.05.2024 08.30 - 19.30

Düzenleyen: İletişim Fakültesi

Etkinlik Sorumlusu: Dr. Öğr. Üyesi Hilal Kılıç

Program Sunucusu: Emine Sırmalı Kayacan

Bildiri Gönderim Adresi: hilalkilic@beykent.edu.tr

Önemli Tarihler

► Bildiri Özetlerinin Gönderilmesi Son Tarih
05.05.2024

► Kabul Edilen Bildirilerin Açıklanacağı Tarih
10.05.2024

► Sempozyum Programının İlanı
13.05.2024

► Sempozyum Günü
16.05.2024



Prof. Dr. Emre Erdem
Sabancı Üniversitesi
Mühendislik ve
Doğa Bilimleri Fakültesi



Ece Berkürek
Communications Specialist
United Nations Joint SDG Fund



İstanbul Beykent Üniversitesi Ayazağa - Maslak Yerleşkesi
Adem Çelik Konferans Salonu
Hibrit (yüz yüze - çevrimiçi)

*Lisans ve Lisansüstü öğrencilerine açıktır.





**İSTANBUL BEYKENT
ÜNİVERSİTESİ**



Medya ve Sürdürülebilir Kalkınma İçin Küresel Amaçlar Öğrenci Sempozyumu

İstanbul Beykent Üniversitesi İletişim Fakültesi

16 Mayıs 2024, İstanbul

SEMPOZYUM PROGRAMI

Ayazağa - Maslak Yerleşkesi Adem Çelik Konferans Salonu

10:00 Kayıt

10:30 Saygı Duruşu ve İstiklal Marşı

Açılış Konuşmaları

Prof. Dr. Yalçın KIRDAR
İstanbul Beykent Üniversitesi Rektör Yardımcısı

Prof. Dr. Oğuz MAKAL
Düzenleme Kurulu Başkanı

Sunum: Arş. Gör. Emine SIRMALI KAYACAN
İstanbul Beykent Üniversitesi

10:45-12.00 Paneller / Davetli Konuşmacılar

Ece BERKYÜREK
United Nations Joint SDG Fund

Prof. Dr. Emre ERDEM
Sabancı Üniversitesi

16 Mayıs 2024 / 16 May 2024

Perşembe / Thursday



Açılış Oturumu

ADEM ÇELİK KONFERANS SALONU		
Moderatör	Prof. Dr. Oğuz MAKAL	
12:00-12:15	Aslı SEVEN Müberra AYDIN Tamay BUL Remzi ADIGÜZEL Dr. Öğr. Üyesi Onur TÜRKER	Satın Alma Davranışını Etkileyen Faktörlerin E-Ticaret Siteleri Üzerindeki Rolü ve Sürdürülebilirlik Açısından İncelenmesi
12:15-12:30	Barış AKSUOĞLU Dr. Öğr. Üyesi Aylin AYDIN KIRHAN	Tüketim Kültürü Bağlamında Sorumlu Üretim ve Tüketim ve Medya
12:30-12:45	Musa ARSLAN Doç. Dr. Sibel AKOVA HAVALI	Türkiye'de Sinema ve Dizi Sektörü: Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Bağlamında Sanayi, Yenilikçilik Ve Altyapı İle Medya Bağlamında Bir İnceleme
12:45-13:00	Dilayla KILIÇ Prof. Dr. Tuncay Ercan SEPETCİOĞLU	Ekofeminizm ve İki Yeni Kavram: Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenler
13:00-13:15	Tartışma / Discussion	

13:15 -14:00 Öğle Yemeği/Lunch

16 Mayıs 2024 / 16 May 2024

Perşembe / Thursday



I. OTURUM / SESSION I

İSTİKLAL SALONU (E2-23)		
Başkan/Chairman	Prof. Dr. Mine DEMİRTAŞ	
14:00-14:15	Çağla Miray ALHAN	Mandela Etkisi ve Zaman Kavramının Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Ve Medya Açısından Değerlendirilmesi
14:15-14:30	Evrin AYDIN	Medya Okuryazarlığı Bağlamında İnternet Gazeteciliği ve Sosyal Medyada Mahremiyet Sorunu
14:30-14:45	Ali Rıza KARAHASANOĞLU	Sorumlu Tüketim Ve Üretim ve Yeni Medya: Influencer Etkisi
14:45-15:00	Yusuf Can BAYIROĞLU Ataberk ANKARA	Dijital Dönüşümde Sürdürülebilir Üretim ve Tüketim Stratejileri
15:00-15:15	Tartışma / Discussion	

CUMHURİYET SALONU (E2-22)		
Başkan/Chairman	Prof. Dr. Tuncay Ercan SEPETCİOĞLU	
14:00-14:15	Zulal GÜNAL	Nitelikli Eğitim ve Medya
14:15-14:30	Zulal GÜNAL	Sorumlu Üretim ve Tüketim ve Medya
14:30-14:45	Melike AYLA	Afet Dönemlerinde Sosyal Medya ve Etik
14:45-15:00	Kağan TEKİN Prof. Dr. Tuncay Ercan SEPETCİOĞLU	Türkiye'de Devlet ve Hükümet Algısı: Geleneksel Medya Üzerinden Bir İnceleme
15:00-15:15	Tartışma / Discussion	

İSTİKBAL SALONU (E2-11)		
Başkan/Chairman	Dr. Öğr. Üyesi Onur TÜRKER	
14:00-14:15	Ayşe Nur YÜKSEL	Kurumsal Sürdürülebilirlik, Dijital Medya ve Yeşil Halkla İlişkiler Kavramı: Türkiye'de Vodafone Grubu ve Turkcell Örnekleri
14:15-14:30	Özge KARAKAYA	İklim Eylemi ve Medya Bağlamında Coca Cola Markasının Reklamları: Global Marka Ölçeğinde İklim Eylemine Dair Bir İnceleme
14:30-14:45	Ayşegül AKSAKALLI	Yeni Medya ve Etik; Youtube Çocuk Kanalları Üzerinden Bir İnceleme
14:45-15:00	Arzu NEMLİ Dr. Öğr. Üyesi Murat BAŞAL	İşletmelerin Yenilikçi Rekabet Yaklaşımlarında Sürdürülebilirlikleri Açısından Sosyal Medya Pazarlamının Rolü
15:00-15:15	Tartışma / Discussion	

ADEM ÇELİK KONFERANS SALONU (Online) https://zoom.us/j/92698064046		
Başkan/Chairman	Doç. Dr. Sibel AKOVA HAVALI	
14:00-14:15	Cihad YÜCER Doç. Dr. Sibel AKOVA HAVALI	Sürdürülebilir Şehirler, Topluluklar ve Medya
14:15-14:30	Oktay ÖZDEMİR Doç. Dr. Sibel AKOVA HAVALI	Barış, Adalet, Güçlü Kurumlar ve Medya Bağlamında Kitle İletişim Hukukunda Lekenememe Hakkı
14:30-14:45	Kübra ÖZPINAR Doç. Dr. Gökmen KANTAR	Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Bağlamında Halide Edib Adivar'ın Türkiye'deki Kadın Hareketinin Gelişmesine Katkısı ve Medyadaki Etkisi
14:45-15:00	Osman Zeki ÖZMEN Dr. Öğr. Üyesi Aylin AYDIN KIRHAN	Ekranlar Arası Eşitlik: Medyada Toplumsal Cinsiyet Temsili ve Değişimin Katalizörleri
15:00-15:15	Tartışma / Discussion	

15:15-15:30 Çay Kahve Molası / Coffee Break

16 Mayıs 2024 / 16 May 2024

Perşembe / Thursday



II. OTURUM / SESSION II

İSTİKLAL SALONU (E2-23)		
Başkan/Chairman	Doç. Dr. Yavuz KÜÇÜKALKAN	
15:30-15:45	Büşra AKPINAR	Sürdürülebilirlik Bağlamında Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Medya
15:45-16:00	Vahide ASAL	Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Medya
16:00-16:15	Büşra DOĞANLAR Doç. Dr. Yavuz KÜÇÜKALKAN	Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Medya Bağlamında Netflix Örneği
16:15-16:30	Tunç ARDALI Doç. Dr. Yavuz KÜÇÜKALKAN	Yoksulluğa Son ve Medya
16:30-16:45	Tartışma / Discussion	

CUMHURİYET SALONU (E2-22)		
Başkan/Chairman	Doç. Dr. Dursun BOZ	
15:30-15:45	Çiğdem YILMAZ Doç. Dr. Dursun BOZ	Çalışanların Yenilikçi Davranışlarının İşletmelerin Sürdürülebilir İhracat Performansı Üzerindeki Etkisinde Sosyal Medyanın Rolü
15:45-16:00	Çiğdem YILMAZ Doç. Dr. Dursun BOZ	Çalışanların Girişimci Davranışlarının İşletmelerin Sürdürülebilir İhracat Performansı Üzerindeki Etkisinde Sosyal Medyanın Rolü
16:00-16:15	Necip SERT Dr. Öğr. Üyesi Mehmet EMİN KEKE	Örgütsel Çatışma Yönetimi Stratejilerinin Çalışan Motivasyonu ve Bireysel İyi Oluş Üzerindeki Etkileri: Sosyal Medya ve Sürdürülebilirlik Bağlamında Bir İnceleme
16:15-16:30	Erkan DOĞAN Dr. Öğr. Üyesi Mehmet EMİN KEKE	Sağlık Çalışanlarının Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Dijital Pazarlama Stratejilerinin Sosyal Medya Üzerinde Sürdürülebilirlik Bağlamında İncelenmesi
16:30-16:45	Tartışma / Discussion	

İSTİKBAL SALONU (Online) https://zoom.us/j/94574024776		
Başkan/Chairman	Dr. Öğr. Üyesi Aylin AYDIN KIRHAN	
15:30-15:45	Görkem Batuhan ÖZÇINAR Medine ÖZDEMİR	Sanal Dünyada Sessiz Çığlık! Göçmen Üniversite Öğrencilerinin Siber Zorbalık Deneyimlerinin İncelenmesi: İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Örneği
15:45-16:00	Ayşem CANTEKİN Prof. Dr. Cenk DEMİRKIRAN	Sanayi ve Medyada Yenilikçi Bir Araç: The Cave
16:00-16:15	Melda ESEN Doç. Dr. Serkan ÖZTÜRK	Sürdürülebilir Şehirler İle Topluluklar Bağlamında Marka Şehir Konumlandırılmasındaki Yalova İli Örneği ve Medya Etkisi
16:15-16:30	Mariam NADİF Doç. Dr. Serkan ÖZTÜRK	Fas'ta, Erişilebilir ve Temiz Enerji ve Medya
16:30-16:45	Tartışma / Discussion	

ADEM ÇELİK KONFERANS SALONU (Online) https://zoom.us/j/94574024776		
Başkan/Chairman	Prof. Dr. Esmâ İGÜS	
15:30-15:45	Kaya ULUÇ Prof. Dr. Esmâ İGÜS	Amaçlar İçin Ortaklıklar ve Medya Bağlamında Yalova Belediyesi İbrahim Müteferrika Kâğıt Müzesi İletişim Kanallarının Değerlendirilmesi
15:45-16:00	Berna ERDOĞAN YOLDAŞ Doç. Dr. Gökmen KANTAR	Cam Tavan Sendromu Bağlamında Özel Dershanede Çalışan Kadın Öğretmenler Üzerine Bir İnceleme
16:00-16:15	Merve BOYACI YILDIRIM	Sürdürülebilir Liderlik ve Ceo İletişimi: Bir Marka İncelemesi
16:15-16:30	Recep KARA Doç. Dr. Esra ÇİZMECİ ÜMİT	Yeni Medyanın Etkisinde Küresel Okul
16:30-16:45	Tartışma / Discussion	

16:45-17:00 Çay-Kahve Molası / Coffee Break

ADEM ÇELİK KONFERANS SALONU (KAPANIŞ OTURUMU)		
Başkan/Chairman	Doç. Dr. Hilal KILIÇ	
17:00-17:05	Prof. Dr. Tuncay Ercan SEPETCİOĞLU Aydın Adnan Menderes Üniversitesi	
17:05-17:10	Prof. Dr. Esmâ İGÜS Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi	
17:10-17:15	Doç. Dr. Sibel AKOVA HAVALI Yalova Üniversitesi	
17:15-17:20	Doç. Dr. Hilal KILIÇ İstanbul Beykent Üniversitesi	
17:20-17:25	Dr. Öğr. Üyesi Aylin AYDIN KIRHAN Maltepe Üniversitesi	

16 Mayıs 2024 / 16 May 2024

Perşembe / Thursday

PROGRAM SONU

İstanbul Beykent Üniversitesi

İletişim Fakültesi

Medya ve Sürdürülebilir Kalkınma İçin Küresel Amaçlar Öğrenci Sempozyumu

16 Mayıs 2024 İstanbul / Türkiye

ORGANİZASYON KOMİTESİ

SEMPOZYUM ONURSAL BAŞKANI

Prof. Dr. Volkan ÖNGEL

İstanbul Beykent Üniversitesi Rektörü

SEMPOZYUM BAŞKANI

Prof. Dr. Oğuz MAKAL

İstanbul Beykent Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı

SEMPOZYUM BAŞKAN YARDIMCISI

Doç. Dr. Hilal KILIÇ

DÜZENLEME KURULU

Doç. Dr. Özge ULUĞ YURTTAŞ

Doç. Dr. Asuman KUTLU

Doç. Dr. Hilal KILIÇ

Dr. Öğr. Üyesi Alper DEĞERLİ

BİLİM VE HAKEM KURULU

Prof. Dr. Akile Reşide GÜRSOY, İstanbul Beykent Üniversitesi

Prof. Dr. Burhanettin Aykut ARIKAN, Türk Alman Üniversitesi

Prof. Dr. Cem Kağan UZUNÖZ, İstanbul Beykent Üniversitesi

Prof. Dr. Cenk DEMİRKIRAN, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi

Prof. Dr. Emre ERDEM, Sabancı Üniversitesi

Prof. Dr. Esmâ İGUS, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi

Prof. Dr. Ebru KARAMAN, İstanbul Beykent Üniversitesi

Prof. Dr. İclal GÜL BATUŞ, Maltepe Üniversitesi

Prof. Dr. Tanses Yasemin GÜLSOY, İstanbul Beykent Üniversitesi

Prof. Dr. Abdullah Şevki DUYMAZ, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi

Prof. Dr. Ebru NERGİZ, İstanbul Esenyurt Üniversitesi

Prof. Dr. Ebru URAL, İstanbul Beykent Üniversitesi

Prof. Dr. Erkut ALTINDAĞ, İstanbul Beykent Üniversitesi

Prof. Dr. Funda SAVAŞ GÜN, Doğu Üniversitesi

Prof. Dr. Gökhan UĞUR, İstanbul Beykent Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet Veysel BATMAZ, İstanbul Beykent Üniversitesi

Prof. Dr. Mine DEMİRTAŞ, İstanbul Beykent Üniversitesi

Prof. Dr. Nazan ALİOĞLU, İstanbul Beykent Üniversitesi

Prof. Dr. Suat SUNGUR, İstanbul Kent Üniversitesi

Prof. Dr. Tuncay Ercan SEPETCİOĞLU, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Doç. Dr. Ayşe Nesrin AKÖREN, Doğu Üniversitesi

Doç. Dr. Ahsen YALIN, Giresun Üniversitesi

Doç. Dr. Batuhan TUFANER, İstanbul Beykent Üniversitesi

Doç. Dr. Başak GEZMEN, İstanbul Medipol Üniversitesi

Doç. Dr. Gökmen KANTAR, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi

Doç. Dr. Gülseli Aygül ALAN, İstanbul Maltepe Üniversitesi

Doç. Dr. Fatih Fuat TUNCER, İstanbul Gelişim Üniversitesi

Doç. Dr. Merve ÇELİK VAROL, İstanbul Beykent Üniversitesi

Doç. Dr. Nur Emine KOÇ, İstanbul Aydın Üniversitesi

Doç. Dr. Özge GÜRSOY ATAR, İstanbul Beykent Üniversitesi

Doç. Dr. Sibel AKOVA, Yalova Üniversitesi

Doç. Dr. Ülke Evrim UYSAL, İstanbul Beykent Üniversitesi

Doç. Dr. Zeynep Banu DALAMAN, İstanbul Topkapı Üniversitesi

Doç. Dr. Asuman KUTLU, İstanbul Beykent Üniversitesi

Doç. Dr. Özge ULUĞ YURTTAŞ, İstanbul Beykent Üniversitesi

Doç. Dr. Tebrike KAYA, İstanbul Beykent Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ali ŞEYLAN, İstanbul Beykent Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Aybige ÖZER, İstanbul Beykent Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Burak YENİTUNA, İstanbul Beykent Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Burcu TEKAUT ÇAL, İstanbul Beykent Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Cansel POYRAZ AKYOL, İstanbul Beykent Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Eray DİNÇ, İstanbul Beykent Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Funda Hatice SEZGİN, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa
Dr. Öğr. Üyesi Hasan BOZTOPRAK, İstanbul Beykent Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hasan Sadık TATLI, İstanbul Beykent Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ozan GÜNEL, İstanbul Beykent Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Onur TÜRKER, İstanbul Gelişim Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Gözde KURT YILMAZ, İstanbul Beykent Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Gülay Selvi HANIŞOĞLU, İstanbul Beykent Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Merve GENÇ YEKDEŞ, İstanbul Beykent Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mihriban AKYOL AKIN, İstanbul Beykent Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yekta KAYMAN, Doğu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aylin KIRHAN, Maltepe Üniversitesi
Doç. Dr. Dursun BOZ, Mudanya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Esad YURTSEVER, İstanbul Gelişim Üniversitesi

SEMPOZYUM SEKRETARYASI

Arş. Gör. Dr. Ezgi ÇAKIR

ezgicakir@beykent.edu.tr

Arş. Gör. İpek KARAKOYUN

ipekkarakoyun@beykent.edu.tr

WEB SORUMLUSU

Arş. Gör. Batuhan KORKUSUZ

batuhankorkusuz@beykent.edu.tr

İçindekiler

ORGANİZASYON KOMİTESİ.....	vi
SEMPOZYUM BAŞKANI.....	vi
SEMPOZYUM BAŞKAN YARDIMCISI.....	vi
DÜZENLEME KURULU.....	vii
BİLİM VE HAKEM KURULU.....	vii
SEMPOZYUM SEKRETARYASI.....	ix
WEB SORUMLUSU.....	x
SUNUŞ.....	1
ÖZET METİNLER.....	4
SATIN ALMA DAVRANIŞINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN E-TİCARET SİTELERİ ÜZERİNDEKİ ROLÜ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK AÇISINDAN İNCELENMESİ.....	5
THE ROLE OF FACTORS AFFECTING PURCHASING BEHAVIOR ON E-COMMERCE WEBSITES AND ITS EXAMINATION IN TERMS OF SUSTAINABILITY.....	7
TÜKETİM KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA SORUMLU ÜRETİM VE TÜKETİM VE MEDYA	9
RESPONSIBLE PRODUCTION AND CONSUMPTION AND MEDIA IN THE CONTEXT OF CONSUMPTION CULTURE.....	11
TÜRKİYE'DE SİNEMA VE DİZİ SEKTÖRÜ: SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA HEDEFLERİNDEN SANAYİ, YENİLİKÇİLİK VE ALTYAPI İLE MEDYA BAĞLAMINDA BİR İNCELEME.....	13
EKOFEMİNİZM VE İKİ YENİ KAVRAM: DİJİTAL YERLİLER VE DİJİTAL GÖÇMENLER.....	17
ECOFEMINISM AND TWO NEW CONCEPTS: DIGITAL NATIVES AND DIGITAL MIGRANTS.....	19
MANDELA ETKİSİ VE ZAMAN KAVRAMININ SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA HEDEFLERİ VE MEDYA AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	21
EVALUATION OF THE MANDELA EFFECT AND THE CONCEPT OF TIME IN TERMS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS AND MEDIA.....	23
MEDYA OKURYAZARLIĞI BAĞLAMINDA İNTERNET GAZETECİLİĞİ VE SOSYAL MEDYADA MAHREMİYET SORUNU.....	25
IN THE CONTEXT OF MEDIA LITERACY PRIVACY PROBLEM IN INTERNET JOURNALISM AND SOCIAL MEDIA.....	27
SORUMLU TÜKETİM VE ÜRETİM VE YENİ MEDYA: INFLUENCER ETKİSİ.....	29
RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION AND NEW MEDIA: THE INFLUENCE OF INFLUENCERS.....	31
DİJİTAL DÖNÜŞÜMDE SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM VE TÜKETİM STRATEJİLERİ	33
DIGITAL TRANSFORMATION IN SUSTAINABLE PRODUCTION AND CONSUMPTION STRATEGIES.....	35
NİTELİKLİ EĞİTİM VE MEDYA.....	36
QUALIFIED EDUCATION AND MEDIA.....	38
SORUMLU ÜRETİM VE TÜKETİM VE MEDYA.....	39
RESPONSIBLE PRODUCTION AND CONSUMPTION AND MEDIA.....	41

AFET DÖNEMLERİNDE SOSYAL MEDYA VE ETİK.....	42
SOCIAL MEDIA AND ETHICS IN DISASTER PERIODS	43
TÜRKİYE’DE DEVLET VE HÜKÜMET ALGISI: GELENEKSEL MEDYA ÜZERİNDEN BİR İNCELEME	44
PERCEPTION OF STATE AND GOVERNMENT IN TÜRKİYE: A REVIEW OF TRADITIONAL MEDIA.....	46
KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, DİJİTAL MEDYA VE YEŞİL HALKLA İLİŞKİLER KAVRAMI: TÜRKİYE'DE VODAFONE GRUBU VE TURKCELL ÖRNEKLERİ	48
CORPORATE SUSTAINABILITY, DIGITAL MEDIA AND THE CONCEPT OF GREEN PR: VODAFONE GROUP AND TURKCELL EXAMPLES IN TÜRKİYE.....	50
İKLİM EYLEMİ VE MEDYA BAĞLAMINDA COCA-COLA MARKASININ REKLAMLARI: GLOBAL MARKA ÖLÇEĞİNDE İKLİM EYLEMİNE DAİR BİR İNCELEME.....	52
ADVERTISING OF THE COCA-COLA BRAND IN THE CONTEXT OF CLIMATE ACTION AND MEDIA: A REVIEW OF CLIMATE ACTION ON A GLOBAL BRAND SCALE.....	54
YENİ MEDYA VE ETİK: YOUTUBE ÇOCUK KANALLARI ÜZERİNDEN BİR İNCELEME.....	55
NEW MEDIA AND ETHICS: A STUDY ON YOUTUBE KIDS CHANNELS.....	57
İŞLETMELERİN YENİLİKÇİ REKABET YAKLAŞIMLARINDA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİKLERİ AÇISINDAN SOSYAL MEDYADA PAZARLAMANNIN ROLÜ.....	58
THE ROLE OF SOCIAL MEDIA MARKETING IN TERMS OF THE SUSTAINABILITY OF BUSINESSES IN INNOVATIVE COMPETITIVE APPROACHES.....	60
SÜRDÜRÜLEBİLİR ŞEHİRLER, TOPLULUKLAR VE MEDYA	62
SUSTAINABLE CITIES, COMMUNITIES AND MEDIA.....	64
BARIŞ, ADALET, GÜÇLÜ KURUMLAR VE MEDYA BAĞLAMINDA KİTLE İLETİŞİM HUKUKUNDA LEKELENMEME HAKKI	65
THE RIGHT NOT TO BE DEFAMED IN MASS COMMUNICATION LAW IN THE CONTEXT OF PEACE, JUSTICE, STRONG INSTITUTIONS AND THE MEDIA	67
THE CONTRIBUTION OF HALİDE EDİB ADIVAR TO THE DEVELOPMENT OF THE WOMEN'S MOVEMENT IN TURKEY IN THE CONTEXT OF GENDER EQUALITY AND HER INFLUENCE IN THE MEDIA	71
EKRANLAR ARASI EŞİTLİK: MEDYADA TOPLUMSAL CİNSİYET TEMSİLİ VE DEĞİŞİMİN KATALİZÖRLERİ.....	73
EQUALITY ACROSS SCREENS: GENDER REPRESENTATION IN MEDIA AND CATALYSTS FOR CHANGE.....	75
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BAĞLAMINDA TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ VE MEDYA	76
GENDER EQUALITY AND MEDIA IN THE CONTEXT OF SUSTAINABILITY	78
TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ VE MEDYA	80
SOCIAL GENDER EQUALITY AND MEDIA.....	82
TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ VE MEDYA BAĞLAMINDA NETFLIX ÖRNEĞİ...84	
THE EXAMPLE OF NETFLIX IN THE CONTEXT OF GENDER EQUALITY AND MEDIA	86

YOKSULLUĞA SON VE MEDYA	87
NO POVERTY AND MEDIA	89
ÇALIŞANLARIN YENİLİKÇİ DAVRANIŞLARININ İŞLETMELERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR İHRACAT PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ ..91	
THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN THE EFFECT OF EMPLOYEES' INNOVATIVE BEHAVIORS ON THE SUSTAINABLE EXPORT PERFORMANCE OF BUSINESSES ...93	
ÇALIŞANLARIN GİRİŞİMCİ DAVRANIŞLARININ İŞLETMELERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR İHRACAT PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ ..95	
THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN THE EFFECT OF EMPLOYEES' ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR ON THE SUSTAINABLE EXPORT PERFORMANCE OF FIRMS.....97	
ÖRGÜTSEL ÇATIŞMA YÖNETİMİ STRATEJİLERİNİN ÇALIŞAN MOTİVASYONU VE BİREYSEL İYİ OLUŞ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: SOSYAL MEDYA VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BAĞLAMINDA BİR İNCELEME	99
THE EFFECTS OF ORGANIZATIONAL CONFLICT MANAGEMENT STRATEGIES ON EMPLOYEE MOTIVATION AND INDIVIDUAL WELL- BEING: AN EXAMINATION IN THE CONTEXT OF SOCIAL MEDIA AND SUSTAINABILITY	101
SAĞLIK ÇALIŞANLARININ SATIN ALMA DAVRANIŞLARINI ETKİLEYEN DİJİTAL PAZARLAMA STRATEJİLERİNİN SOSYAL MEDYA ÜZERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BAĞLAMINDA İNCELENMESİ	103
AN EXAMINATION OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES THAT AFFECT THE PURCHASING BEHAVIOR OF HEALTH WORKERS ON SOCIAL MEDIA IN THE CONTEXT OF SUSTAINABILITY	105
SANAL DÜNYADA SESSİZ ÇIĞLIK: GÖÇMEN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SİBER ZORBALIK DENEYİMLERİNİN İNCELENMESİ: İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ.....	107
SILENT SCREAMS IN THE VIRTUAL WORLD: EXPLORING THE EXPERIENCES OF CYBERBULLYING AMONG MIGRANT UNIVERSITY STUDENTS: A CASE STUDY OF İZMİR KÂTİP ÇELEBİ UNIVERSITY.....	109
SANAYİ VE MEDYADA YENİLİKÇİ BİR ARAÇ: THE CAVE	111
AN INNOVATIVE TOOL IN INDUSTRY AND MEDIA: THE CAVE	113
SÜRDÜRÜLEBİLİR ŞEHİRLER İLE TOPLULUKLAR BAĞLAMINDA MARKA ŞEHİR KONUMLANDIRILMASINDAKİ YALOVA İLİ ÖRNEĞİ VE MEDYA ETKİSİ	115
YALOVA PROVINCE EXAMPLE AND MEDIA INFLUENCE ON BRAND CITY POSITIONING IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES	117
FAS'TA ERİŞİLEBİLİR VE TEMİZ ENERJİ VE MEDYA.....	119
ACCESSIBLE AND CLEAN ENERGY AND MEDIA IN MOROCCO	121
AMAÇLAR İÇİN ORTAKLIKLAR VE MEDYA BAĞLAMINDA YALOVA BELEDİYESİ İBRAHİM MÜTEFERRİKA KÂĞIT MÜZESİ İLETİŞİM KANALLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ.....	123
CAM TAVAN SENDROMU BAĞLAMINDA ÖZEL DERSHANEDE ÇALIŞAN KADIN ÖĞRETMENLER ÜZERİNE BİR İNCELEME.....	127
AN INVESTIGATION ON FEMALE TEACHERS WORKING IN PRIVATE TUTORING CENTERS IN THE CONTEXT OF GLASS CEILING SYNDROME.....	129
SÜRDÜRÜLEBİLİR LİDERLİK VE CEO İLETİŞİMİ: BİR MARKA İNCELEMESİ.....	130
SUSTAINABLE LEADERSHIP AND CEO COMMUNICATION: A BRAND REVIEW	132

YENİ MEDYANIN ETKİSİNDE KÜRESEL OKUL.....	134
GLOBAL SCHOOL UNDER THE INFLUENCE OF NEW MEDIA.....	136

ÇALIŞANLARIN YENİLİKÇİ DAVRANIŞLARININ İŞLETMELERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR İHRACAT PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

Çiğdem YILMAZ⁴², Doç. Dr. Dursun BOZ⁴³

ÖZ

Yenilik; yeni bir ürün, hizmet veya sürecin bir işletmenin uygulamalarında kullanılmasıdır. İş süreçlerini iyileştirmek ve faaliyet gösterdiği alanda rekabet avantajı yaratmak amacıyla yeni fikirlerin üretilmesi ve böylece işletmenin daha iyi performans göstermesi olarak da tanımlanmaktadır. Bir diğer tanımında yenilik; özgün fikirlerin, süreçlerin, ürünlerin ve hizmetlerin yaratılması ve uygulanması için tasarlanmış davranışların benimsenme süreci olduğu ifade edilmektedir. Yenilikçi davranış ise; yenilikçiliğin itici güçlerinin, sorumluluklarının ve yükümlülüklerinin tam olarak anlaşılmasından kaynaklanan bir durum olarak ifade edilmektedir.

Yenilikler sadece araştırma, geliştirme ve yeni ürünlerin üretilmesiyle sınırlı değildir. Yenilik; sunulan hizmet, üretim süreci, çalışan politikası gibi işletme uygulamalarını olumlu yönde etkileyen tüm fikirler olarak değerlendirilebilmektedir. Bu fikirler bireyin, şirketin yenilik olarak kabul ettiği ürün, hizmet veya süreçlerde yaptığı değişikliklerin kendi birimine veya işletmenin tamamına uygulanmasıdır. Bu uygulamalarda, bir sorunun tanımlanması, çözüme kavuşturulması ve çözümüyle organizasyonun kalıcı bir parçası hâline getirecek şekilde uygulama sürecidir. Örgütsel hedeflere ulaşmak için yeni fikirler, teknikler ve yöntemler geliştirmek, yeni yöntemler önermek ve test etmek işletmelerdeki yenilikçi davranışları ortaya çıkartmak önemlidir.

İhracat, ülke sınırları içerisinde üretilen ürünlerin belirli ihracat ve gümrük kurallarına tabi olarak başka ülkelere satışı olarak tanımlanmaktadır. İhracat yöntemiyle uluslararası pazara girmek, riskleri en aza indirmek ve şirket kaynaklarını doğru kullanmak anlamına gelmektedir. Yoğun rekabetin olduğu uluslararası pazarlarda şirketlerin etkin bir şekilde faaliyet gösterebilmeleri ve pazarda kalabilmeleri için başarılı olabilecekleri alanları net bir şekilde tanımlamaları gerekmektedir.

⁴² İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yüksek Lisans öğrencisi. E-mail: cigdemkacak@hotmail.com

⁴³ Mudanya Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. ORCID ID: 0000-0003-3206-8950
E-mail: dursun.boz@mudanya.edu.tr

Firmaların ihracat başarısı sadece kendilerini ilgilendirmiyor, aynı zamanda faaliyet gösterdikleri ülke ekonomisinin uluslararası rekabet yapısını da önemli ölçüde etkilemektedir. İhracatsayesinde şirketlerin büyümesini desteklenmekte, uzun ömürlü olmalarını sağlamakta ve sürdürülebilirlikleri garanti altına alınmaktadır. İşletmelerin sosyal medyayı güngeçtikçe daha fazla kullanmaları, rekabet avantajı sağlamada ve bilinirliklerin sağlanmasında önemli hâle gelmiştir. Bu bağlamda, araştırmanın amacı çalışanların yenilikçi davranışlarının işletmelerin sürdürülebilir ihracat performansı üzerindeki etkisinin belirlenmesidir. Bu amaçla İstanbul ili Avcılar ilçesi Ambarlı Gümrük Bölgesi'ndeki ihracat yapan 4 ayrı işletmenin 168 mavi ve beyaz yakalı çalışanına gönüllülük esasına göre ulaşılmıştır. İlk pilot çalışmadan elde edilen veriler ile analizler yapılmıştır. Yapılan korelasyon analizi sonucunda çalışanların yenilikçi davranışları ile işletmelerin ihracat performansı arasında ($r=0,490$) pozitif yönlü ilişkisi tespit edilmiştir. Yapılan regresyon analizi sonucunda çalışanların yenilikçi davranışlarının işletmelerin ihracat performansını üzerinde ($\beta=0,747$) etkisi tespit edilmiştir. Sosyal medya araçlarını sık kullanan işletmelerin ihracat performansı ile anlamlı ($t=8,822$) farklılığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yenilikçi Davranış, Performans, İhracat Performansı, Sosyal Medya.

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN THE EFFECT OF EMPLOYEES' INNOVATIVE BEHAVIORS ON THE SUSTAINABLE EXPORT PERFORMANCE OF BUSINESSES

ABSTRACT

Innovation is the use of a new product, service or process in the practices of an enterprise. It is also defined as the generation of new ideas in order to improve business processes and create competitive advantage in the field in which it operates, thus enabling the business to perform better. In another definition, innovation is the process of adopting behaviours designed for the creation and implementation of original ideas, processes, products and services. Innovative behaviour, on the other hand, is defined as a situation resulting from a full understanding of the driving forces, responsibilities and obligations of innovation.

Innovations are not limited to research, development and production of new products. Innovation can be considered as all ideas that positively affect business practices such as the service offered, production process, employee policy. These ideas are the application of changes in the products, services or processes that the individual, the company recognises as innovation to their own unit or to the entire enterprise. In these applications, it is the process of identifying a problem, solving it and implementing it in a way that makes it a permanent part of the organisation with its solution. It is important to develop new ideas, techniques and methods, to propose and test new methods to achieve organisational goals and to reveal innovative behaviours in enterprises.

Export is defined as the sale of products produced within the borders of the country to other countries subject to certain export and customs rules. Entering the international market through export means minimising risks and using company resources correctly. In international markets with intense competition, companies need to clearly define the areas where they can be successful in order to operate effectively and stay in the market. The export success of companies not only concerns themselves, but also significantly affects the international competitive structure of the economy of the country in which they operate. Thanks to exports, the growth of companies is supported, their longevity is ensured and their sustainability is guaranteed. Firms' use of social media more and more each day has become important in gaining competitive advantage and ensuring

awareness. In this context, the aim of the research is to determine the effect of employees' innovative behaviours on the sustainable export performance of enterprises. For this purpose, 168 blue and white collar employees of 4 different exporting enterprises in Ambarlı Customs Zone in Avcılar district of Istanbul province were reached on a voluntary basis. Analyses were made with the data obtained from the first pilot study. As a result of the correlation analysis, a positive relationship ($r=0,490$) was determined between the innovative behaviours of the employees and the export performance of the enterprises. As a result of the regression analysis, the effect of employees' innovative behaviours on the export performance of businesses ($\beta=0,747$) was determined. A significant ($t=8,822$) difference was determined between the export performance of businesses that frequently use social media tools.

Keywords: Innovative Behavior, Performance, Export Performance, Social Media.