

İÇİNDEKİLER

řeyma Müge İBA - Sertaç GÜNEY

SÜRDÜRÜLEBİLİR MALZEME İLE TEKSTİL HEYKELDE “JOANA SCHNEIDER”
ÖRNEĞİ

*IN TEXTILE SCULPTURE WITH SUSTAINABLE MATERIAL THE EXAMPLE OF “JOANA
SCHNEIDER”*

s.1-16

Makbule Canan AKYÜZ - Halim ESEN

TÜRK SİNEMASI AYNAYI KENDİSİNE TUTUYOR

TURKISH CINEMA IS KEEPING THE MIRROR TO ITSELF

s.17-37

Gökhan KÖMÜR

KİşİLERARASI İLETİşİMDEN BİLGİSAYARLAR ARASI İLETİşİME: İNSANSIZ
İLETİşİMİN İMKÂNLARI

*FROM INTERPERSONAL COMMUNICATION TO COMPUTER-TO-COMPUTER
COMMUNICATION: OPPORTUNITIES OF UNMANNED COMMUNICATION*

s.38-60

Seher Tetik IřIK

PIERRE BOURDIEU SOSYOLOJİSİ BAĞLAMINDA TÜRK MÜZİĞİNİN YENİ
MÜCADELE ALANLARI: RADYO VE GAZİNO

NEW FIGHTING AREAS OF TURKISH MUSIC CONTEXT OF PIERRE
BOURDIEU SOCIOLOGY: RADIO AND CASINO

s.61-81

Özge DELEN - Ayhan DOĞAN

FISILTI DİPLOMASİSİ: ASMR DÜNYASINDA ULUSLARARASI BİR DİL OLARAK
TÜRKÇE İMAJI

*WHISPER DIPLOMACY: THE IMAGE OF TURKISH AS AN INTERNATIONAL LANGUAGE
IN THE WORLD OF ASMR*

s.82-104

Yunus Türksad YEGİN

“DİJİTAL SANAT” ÜZERİNE YAPILAN ARAŞTIRMALARIN BİBLİYOMETRİK
ANALİZİ

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF RESEARCH ON “DIGITAL ART”

s. 105-118

Dicle YILDIRIM

DEĞİŞEN TASARIM EĞİTİMİNDE YENİ PERSPEKTİFLER VE YÖNTEMLERE
İLİŞKİN BİR İNCELEME

*A REVIEW OF NEW PERSPECTIVES AND METHODS IN CHANGING DESIGN
EDUCATION*

s. 119-131

Zehra ATABEY

KÜRESEL BİR MARKA OLARAK IKEA’NIN BASILI REKLAM
KAMPANYALARINDAKİ TASARIM ANLAYIŞI: İSVEÇ VE TÜRKİYE ÖRNEĞİ

*IKEA AS A GLOBAL BRAND DESIGN CONCEPT IN PRINTED ADVERTISING
CAMPAIGNS: THE CASE OF SWEDEN AND TURKEY*

s.132-147