

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve Soyadı: Fuat Boğaç EVREN

Doğum Tarihi: 16/03/1991

Doğum Yeri: Altındağ / ANKARA

Akademik Unvanı: Yrd. Doç. Dr.

İş Telefonu: -

Cep Telefonu: -

İş Adresi: Yakın Doğu Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yakın Doğu Bulvarı, PK: 99138
Lefkoşa / KKTC

E-postası: fuat.evren@neu.edu.tr - bogacevren@yahoo.com

ORCID: 0000-0003-1325-3878

Google Scholar: https://scholar.google.com.tr/citations?user=l_pXBSMAAAAJ&hl

Bildiği Yabancı Diller (Puan ve Yılı): İngilizce, 75 puan, YÖKDİL Sosyal Bilimler Alanı
(28 Ağustos 2022)

Aldığı Sertifikalar: Eğiticinin Eğitimi, Yakın Doğu Üniversitesi (12-16 Haziran 2017)

Uzmanlık Alanı: Teknoloji ve toplum, dijital sosyoloji, kullanıcı arayüz tasarımı ve dijital oyun tasarımı.

Derece	Bölüm/Program	Üniversite	Yıl
Lisans	Görsel İletişim Tasarımı	Yakın Doğu Üniversitesi	2013
Yüksek Lisans	Medya ve İletişim Çalışmaları	Yakın Doğu Üniversitesi	2016
Doktora	Medya ve İletişim Çalışmaları	Yakın Doğu Üniversitesi	2022

Yüksek Lisans Tez Başlığı (özetinde) ve Danışmanı:

Mobil İşletim Sistemleri Arayüz Tasarımlarının Görsel İletişim Açısından İncelenmesi

Danışman: Doç. Dr. Gökçe KEÇECİ

Doktora Tezi Başlığı (özetinde) ve Danışmanı:

Yeni Bir Toplumsal Olgu Olarak Dijital Emeğin Bugününe ve Geleceğine İlişkin
Ekonomi-Politik Yaklaşım

Danışman: Yrd. Doç. Dr. İzlem KANLI

Görevler:

Görev Unvanı	Görev Yeri	Yıl
Yrd. Doç. Dr.	Yakın Doğu Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü	2024-halen devam etmekte
Öğr. Gör.	Yakın Doğu Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü	2023-2024
Arş. Gör.	Yakın Doğu Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü	2013-2022

Yönetilen Yüksek Lisans Tezleri :

.....

Yönetilen Doktora Tezleri/Sanatta Yeterlik Çalışmaları :

.....

Projelerde Yaptığı Görevler:

.....

İdari Görevler:

.....

Bilimsel Kuruluşlara Üyelikler:

Ödüller ve Burslar:

Doktora yüksek başarı bursu (tam burs), 2016, *Yakın Doğu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Medya ve İletişim Çalışmaları ABD.*

İş sağlığı ve güvenliği afiş ve slogan yarışması ikincilik ödülü, 2014, *KKTC Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı.*

Yüksek lisans başarı bursu (50% burs), 2013, *Yakın Doğu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Medya ve İletişim Çalışmaları ABD.*

Bölüm birinciliğiyle ve fakülte üçüncülüğüyle mezuniyet, 2013, *Yakın Doğu Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim ve Tasarım Bölümü.*

Son iki yılda verdiği lisans ve lisansüstü düzeydeki dersler (Açılmışsa, yaz döneminde verilen dersler de tabloya ilave edilecektir):

Akademik Yıl	Dönem	Dersin Adı	Haftalık Saati		Öğrenci Sayısı
			Teorik	Uygulama	
2023-2024	Güz	GİT311 Yayın Tasarımı	1	2	8
		GİT339 Kullanıcı Arayüz Tasarımı	1	2	10
		GİT421 Video Grafiği ve Tasarımı	1	2	2
		İLF125 Bilgisayar Tasarımına Giriş	1	2	30
		GİT407 Dijital Oyun Tasarımı	1	2	11
	Bahar	GİT421 Video Grafiği ve Tasarımı	1	2	2
		GİT322 Web Tasarım	1	2	10
		GİT366 Teknoloji ve Toplum	3	0	2
		GİT388 Kampanya Tasarımı	1	2	8
		GİT382 Sembol Tasarımı	1	2	2
2024-2025	Güz	GİT343 Kullanıcı Arayüz Tasarımı I	1	2	16
		GİT366 Teknoloji ve Toplum	1	2	2
		GİT407 Dijital Oyun Tasarımı	1	2	12
		GİT341 Görsel Anlatı	1	2	5
		İLF127 Temel Tasarım I	1	2	30

ESERLER

A. Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

A1. Evren, F.B. (2025a). A critical examination of emotional labour and emotional capital in social media interaction. *AM Journal of Art and Media Studies*, (37): 57-73. <https://doi.org/10.25038/am.v0i28.626> (ESCI)

A2. Evren, F.B. (2025b). Digital game narratives as living culture: Never Alone. *Millî Folklor*, 19(146): 88-99. <https://doi.org/10.58242/millifolklor.1429467> (AHCI & Scopus)

A3. Evren, F.B. (2025c). Visual palimpsest as a theory and method: Analyzing layers of meaning in contemporary visual media. *Anadolu University Journal of Art & Design*, 15(2): 1258-1276. <https://doi.org/10.20488/sanattasarim.1828002> (ESCI).

A4. Evren, F.B. (2024a). X (Twitter) Türkiye evreninin dikkat ekonomisi ve ekonomi politik eleştirisi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 12(2): 764-792. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.1406473> (Diğer uluslararası indeksler)

A5. Evren, F.B. (2024b). Instagram'ın ve Tiktok'un ekonomi-politik eleştirisi ve katılımcı kültür olanakları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34(2): 961-974. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.1383291> (TR Dizin-Ulakbim ve diğer uluslararası indeksler)

A6. Evren, F.B. (2024c). Toplum 5.0'da toplumsal iktidarın yeniden inşası: Foucaultcu bir yaklaşım. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 19(3): 923-935. <https://doi.org/10.17153/oguiibf.1429457> (ESCI)

A7. Evren, F.B. (2024d). Açık dünya oyunlarında oyuncu odaklı hikâye anlatımı: The Witcher 3: Wild Hunt örneği. *Anadolu Üniversitesi Sanat & Tasarım Dergisi*, 14(2): 147-171. <https://doi.org/10.20488/sanattasarim.1602401> (ESCI)

A8. Evren, F.B. & Kanlı, İ. (2022a). Folklorun dijitalleşmesine ilişkin temel sorunlar ve sınırlılıklar. *Millî Folklor*, 17(136): 126-139. <https://doi.org/10.58242/millifolklor.1087825> (AHCI & Scopus)

A9. Evren, F.B. (2022). Yeni medyada nefret söylemi ve Türkiye'deki futbol kültürü. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Kültür Araştırmaları Dergisi*, 1(1): 1-22. <https://doi.org/10.32955/neuissar202211482> (Diğer uluslararası indeksler)

A10. Çiftçi, D. & Evren, F.B. (2019). Küresel çağ tartışmaları altında milliyetçiliğe yeniden bakmak: Yeni Osmanlıcılık söylemi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18): 2965-2995. <https://doi.org/10.26466/opus.536362> (TR Dizin-Ulakbim ve diğer uluslararası indeksler)

A11. Çiftçi, D. & Evren, F.B. (2018). A new creative culture example: The case of the 'What will be Happen News Bulletin' in North Cyprus. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 8(4): 385-398. <https://doi.org/10.12973/ojcm/3959> (ESCI)

A12. Evren, F.B. (2017). Dijital oyunlarda ideolojinin sunumu: GTA IV örneği. *The Turkish Journal of Design, Art and Communication*, 7(2): 264-284. <https://doi.org/10.7456/10702100/010> (ESCI)

A13. Evren, F.B. (2016). Grafik arayüzlerin tasarım ve kullanılabilirlik açısından incelenmesi: Android ve IOS. *The Turkish Journal of Design, Art and Communication*, 6(4): 400-418. <https://doi.org/10.7456/10604100/004> (ESCI)

A14. Evren, F.B. (2015). Bir siyasal iletişim aracı olarak internet sitesi kullanımı: 2014 Cumhurbaşkanı seçimi. *Journal of Yasar University*, 10(39): 6555-6611. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jyasar/issue/19153/203357> (TR Dizin-Ulakbim ve diğer uluslararası indeksler)

B. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (proceedings) basılan bildiriler:

B1. Evren, F.B. (2025d). Üretken yapay zekâ çağında sanatın aurası ve sanatçı kimliği. 5. *Uluslararası Medya ve Toplum Sempozyumu Bildiri Özetleri Kitabı*. 21-24 Mayıs, İstinye Üniversitesi, İstanbul.

B2. Evren, F.B. (2025e). Yeni bir yabancılaşma biçimi olarak dijital kapitalizmde emek ve oyunlaştırma. 7. *Kültürel Bilişim, İletişim ve Medya Çalışmaları Konferansı Bildiri Özetleri Kitabı*. 2 Mayıs, Yakın Doğu Üniversitesi, Lefkoşa.

B3. Kanlı, İ. & Evren, F.B. (2024). Toplum 5.0'da toplumsal iktidarın dönüşümü. 4. *Dijital Çağda İletişim Sempozyumu Bildiri Özetleri Kitabı*. 28-30 Kasım, Doğu Akdeniz Üniversitesi, Gazimağusa / KKTC.

B4. Evren, F.B. & Norman, S. (2024). Toplum 5.0: Frankfurt Okulu perspektifinden teknolojik rasyonalitenin eleştirisi. 1. *Uluslararası Dijital Dönüşüm ve Yeni Medya Sempozyumu Bildiri Özetleri Kitabı*. 13-15 Mayıs, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.

B5. Evren, F.B. (2024e). İlerlemeci toplum anlayışı olarak toplum 5.0'ın eleştirisi. 4. *Uluslararası Medya ve Toplum Sempozyumu Bildiri Özet Kitabı*. 8-10 Mayıs, İstinye Üniversitesi, İstanbul.

B6. Evren, F.B., Kanlı, İ. & Norman, S. (2022). Endüstri 4.0 ve toplum 5.0 olgularıyla birlikte dijital gözetimin geleceği üzerine bir tartışma. 2. *Uluslararası İletişim Bilimleri Sempozyumu Bildiri Özet Kitapçığı (ICOMS)*. 28-29 Kasım, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.

B7. Evren, F.B. & Kanlı, İ. (2022b). Dijital emek kavramının yeni boyutu: Sosyal medya kullanımının ardından endüstri 4.0 ve dijital emek ilişkisi. *19th International Symposium Communication in the Millenium (CIM)*. 12-14 Ekim, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

C. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar veya kitaplardaki bölümler:

C1. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplar:

C1.1.

C2. Yazılan ulusal/uluslararası kitaplardaki bölümler:

C2.1.

D. Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

D1.

E. Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında basılan bildiriler:

E1.

F. Sanat ve tasarım etkinlikleri:

F1. "Spekülatif" Uluslararası Katılımlı Çevrimiçi Karma Sergi, İstinye Üniversitesi (8 Mayıs - 8 Ekim 2024), <https://www.artsteps.com/view/66372137f4f66ff4c92a353c>

F2. "Sen Hiç Öldün mü?" Yakın Doğu Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel İletişim ve Tasarım Bölümü 5. Öğretim Elemanları Sergisi (7-13 Aralık 2016), Bedesten Sanat Merkezi, Lefkoşa, KKTC.

F3. "Kitap Gibi Sessiz Ol!" Yakın Doğu Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel İletişim ve Tasarım Bölümü 4. Öğretim Elemanları Sergisi (25-31 Mayıs 2015), İsmet Vehit Güney Sanat Merkezi, Lefkoşa, KKTC.

G. Diğer yayınlar:

(Yukarıdaki maddelerde yer alan başlıklardaki kategorilere girmeyen ve belirtilmek istenen tüm eserler bu maddenin altında belirtilecektir.)

H. Yürütülen Atölyeler & Çalıştaylar:

H1. Arama motoru optimizasyonu (2023, 23 Mayıs). İstinye Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye.

H2. İki boyutlu dijital oyun tasarımı atölyesi (2023, 25 Ocak). 60. Yıl Anadolu Lisesi, İzmir, Türkiye.

H3. İki boyutlu dijital oyun tasarımı atölyesi (2022, 1-2 Aralık). İstinye Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye.

H4. İki boyutlu dijital oyun atölyesi (2022, 10-11 Kasım). Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Lefkoşa, KKTC.

H5. Yönlendirme ve işaret tasarımı atölyesi (2014, 3-5 Kasım). Yakın Doğu Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Lefkoşa, KKTC.

EK-1:

Yüksek Lisans Tez Özeti:

Mobil İşletim Sistemleri Arayüz Tasarımlarının Görsel İletişim Açısından İncelenmesi

Bu çalışma, insanların günlük hayatında önemli bir yer edinen mobil iletişim cihazlarıyla sürekli etkileşim halinde bulunması gerçeğini göz önünde bulundurarak, bu cihazlarla kullanıcıların etkileşim kurma biçimlerini ve sorunlarını, arayüz tasarımı üzerinden incelenmesi amacını taşımaktadır. Mobil iletişim cihazları, iletişim teknolojilerinin tarihsel değişimlerine ve gelişimlerine bakıldığında "yeni iletişim teknolojileri" başlığı altında değerlendirilmektedir. Bu nedenle öncelikle "Yeni İletişim Teknolojileri ve Kitle İletişimi" ile "Yeni İletişim Teknolojilerinin Temel Özellikleri" başlıkları altında gerekli literatür taramaları yapılarak, ilgili tanımlamalara ve konular hakkındaki çeşitli görüşlere yer verilmiştir. Bunlarla birlikte özelinde mobil iletişim teknolojilerine ilişkin tanımlamalar ve bu teknolojilerin tarihsel değişim ve gelişim süreçleri "Mobil İletişim Teknolojileri" başlığı altında açıklanmaya çalışılmıştır. Ayrıca yeni iletişim teknolojileriyle kullanıcı ilişkisini açıklayabilmek için teknolojik determinizm kavramıyla ve söz konusu ilişkiyi tartışan iki farklı yaklaşıma da "Mobil İletişim Teknolojileri – Kullanıcı İlişkisi" başlığı altında yer verilmeye çalışılmıştır.

Mobil iletişim teknolojilerinde görsel iletişim kavramını açıklayabilmek için "Arayüz Tasarımı", "Arayüz Tasarımında Kullanılabilirlik", "Kullanıcı Odaklı Arayüz Tasarımı" ve "Arayüz Tasarımında Etkileşim" başlıkları altında literatür taranarak tanımlamalar yapılmıştır. Söz konusu kavramlar doğrultusunda Android ve IOS işletim sistemleri temel grafik tasarım ilkeleri çerçevesinde incelenmiştir. Çünkü arayüzün temel grafik tasarım ilkeleri gözetilerek tasarlanması, ortaya çıkacak tasarımı başarılı ve kullanılabilir kılmayı sağlamaktadır. Ayrıca kullanıcının arayüzle direkt temas ve etkileşim halinde olması nedeniyle arayüz tasarımının mobil işletim sisteminin kullanılabilirliğini doğrudan etkilediği söylenebilir. Bu nedenle Android ve IOS işletim sistemleri arayüz tasarımlarında kullanılabilirliğin ölçülmesi amacıyla ilgili odak gruplarına yönelik saha araştırması yapılmıştır.

Temel grafik tasarım ilkeleri açısından her iki arayüzde kısmen başarılı olurken, katılımcılardan elde edilen veriler doğrultusunda arayüzlerin kullanılabilirlik açısından da kısmen başarılı olduğu görülmüştür. Ayrıca her iki arayüzde de diğerinden öne çıkacak ne işlevsel ne de görsellik açısından bir ayrıcalık bulunmamaktadır. Bu sonuçla kullanıcıya vaat edebilecekleri ve sunabilecekleri şeylerin aynı olduğu söylenebilir.

Anahtar kelimeler: arayüz tasarımı, mobil arayüz tasarımı, arayüzde kullanılabilirlik.

EK-2:

Doktora Tez Özeti:

Yeni Bir Toplumsal Olgu Olarak Dijital Emeğin Bugününe ve Geleceğine İlişkin Ekonomi-Politik Yaklaşım

Araştırmanın ana konusunu sosyal medyanın ticari temellere dayanan kapitalist yapısı, bu yapıda üretketicilerin dijital emeği ve endüstri 4.0'la birlikte üretketicilerin dijital emeğinin nasıl şekilleneceği oluşturmaktadır. Çalışmanın kavramsal çerçevesi üç ana hat üzerinden temellenmiştir. Öncelikle sosyal medyada görünür olmanın ve dikkat çekmenin temel motivasyon kaynakları üzerinde durularak sosyal medyada katılımcı kültür olanakları tartışılmıştır. Ardından ekonomi-politik kuram ekseninde sosyal medyadaki hedefli reklamcılık sistemi ve sosyal medya üretketicilerinin dijital emeği üzerinde durulmuştur. Son olarak endüstri 4.0 kavramıyla birlikte endüstri 4.0 temelli teknolojilerin kullanımında tüketicilerin dijital emeği tartışılmıştır. Araştırmada iki yöntem kullanılmıştır. İlk olarak Facebook'un, Instagram'ın, TikTok'un ve Twitter'ın ekonomi-politik eleştirisi yapılmıştır. İkinci yöntem olarak ise aktif sosyal medya üretketicilerinin, sosyal medyayı kullanma pratiklerini, hedefli reklamcılık sistemine ilişkin farkındalığını ve endüstri 4.0'la birlikte tüketimde ve toplumda yaşanması muhtemel değişimlere ilişkin farkındalığını ölçmek amacıyla alan araştırması uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda üretketicilerin hedefli reklamcılık sisteminin ve endüstri 4.0'ın yaratacağı değişimlerin farkında olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca dijital emekçilerle tekel konumundaki sosyal medya şirketleri arasında ekonomi temelli toplumsal tabakalaşmanın yaratıldığı, buna neden olan en önemli unsurun da söz konusu şirketlerin tekelci hegemonik konumu olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar kelimeler: sosyal medya, dijital emek, üretketicisi, endüstri 4.0, ekonomi-politik yaklaşım.