



İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ

I. ULUSLARARASI İLETİŞİM, İNOVASYON VE TASARIM KONGRESİ





İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ

I.ULUSLARARASI İLETİŞİM, İNOVASYON VE TASARIM KONGRESİ

İstanbul, 2022

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ

I.ULUSLARARASI İLETİŞİM, İNOVASYON VE TASARIM KONGRESİ

Yayın Kurul Başkanı

Doç. Dr. Mustafa AYDIN

Yayın Kurulu

Doç. Dr. Mustafa AYDIN

Prof. Dr. Yadiğar İZMİRLİ

Prof. Dr. Selahattin YILDIZ

Editör: Doç Dr. Ayşegül Akaydın Aydın

Koordinatör

Arş. Gör. Selin YILMAZ

Katkıda Bulunanlar

Arş. Gör. Metin ENES DÖNMEZ

Kapak ve Sayfa Tasarım: İstanbul Aydın Üniversitesi Görsel Tasarım Birimi

Basım Yılı: 2022

E- ISBN: 978-625-7783-52-1

Copyright © İstanbul Aydın Üniversitesi

Bu yapının tüm hakları saklıdır. Yazılar ve görsel malzeme izin almadan tümüyle veya kısmen yayımlanamaz.

**Bu kitabın tüm hakları İstanbul Aydın Üniversitesi'ne aittir.
Editör Kurulu**

Doç. Dr. Ayşegül AKAYDIN AYDIN

Doç. Dr. Ayten ÖVÜR

Doç. Dr. Deniz AKBULUT

Doç. Dr. Gonca YILDIRIM

Dr. Öğr. Üyesi Nur Emine KOÇ

Dr. Öğr. Üyesi Veli BOZTEPE

Hakem Kurulu

| | | |
|-----------------|--------------------|--|
| Prof. Dr. Üyesi | Selahattin YILDIZ | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Prof. Dr. Üyesi | Mehmet Reşat BAŞAR | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Prof. Dr. Üyesi | Okan ORMANLI | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Prof. Dr. Üyesi | Ceyhan KANDEMİR | İstanbul Üniversitesi |
| Prof. Dr. Üyesi | Emilia STOEVA | Academika 21 |
| Prof. Dr. Üyesi | Gernot WOLFRAM | Macromedia Üniversitesi |
| Prof. Dr. Üyesi | Ahmad JAMAL | Cardiff Üniversitesi |
| Prof. Dr. Üyesi | Gülay ÖZTÜRK | İstanbul Ticaret Üniversitesi |
| Prof. Dr. Üyesi | Neşe KARS | Fenerbahçe Üniversitesi |
| Prof. Dr. Üyesi | Deniz YENGİN | Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi |
| Prof. Dr. Üyesi | Hatice Öz PEKTAŞ | İstinye Üniversitesi |
| Prof. Dr. Üyesi | Yeşim GÜÇDEMİR | İstanbul Üniversitesi |
| Prof. Dr. Üyesi | Selahattin GANİZ | İstanbul Arel Üniversitesi |
| Prof. Dr. Üyesi | Emre İKİZLER | Marmara Üniversitesi |
| Prof. Dr. Üyesi | Melihat TÜZÜN | Trakya Üniversitesi |
| Prof. Dr. Üyesi | Ali Murat KIRIK | Marmara Üniversitesi |
| Prof. Dr. Üyesi | Sefa ÇELİKSAP | İstanbul Aydın Üniversitesi |

| | | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------------------|
| Prof. Dr. Üyesi | Mine DEMİRTAŞ | Beykent Üniversitesi |
| Prof. Dr. Üyesi | Mehmet ÜSTÜNİPEK | İstanbul Kültür Üniversitesi |
| Prof. Dr. Üyesi | Nazan ALİOĞLU | Beykent Üniversitesi |
| Doç. Dr. Üyesi | Frédéric LESAGE | Simon Fraser Üniversitesi |
| Doç. Dr. Üyesi | Laze TRIPKOV | Uluslararası Balkan Üniversitesi |
| Doç Dr. Üyesi | Deniz AKBULUT | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Doç Dr. Üyesi | Sarp BAĞCAN | İstanbul Gelişim Üniversitesi |
| Doç Dr. Üyesi | Gonca YILDIRIM | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Doç Dr. Üyesi | Yelda YANAT KAPKIN | Yıldız Teknik Üniversitesi |
| Doç Dr. Üyesi | Hasan GÜRKAN | İstinye Üniversitesi |
| Doç Dr. Üyesi | Dilek ÇULHA | Yalova Üniversitesi |
| Doç. Dr. Üyesi | Ayşegül AKAYDIN AYDIN | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Doç Dr. Üyesi | Gizem PARLAYANDEMİ | İstanbul Üniversitesi |
| Doç Dr. Üyesi | Harun TÜRKMENÖĞLU | Selçuk Üniversitesi |
| Doç Dr. Üyesi | Hale TORUN | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Doç Dr. Üyesi | Turan ASAN | İstanbul Ayrıansaray Üniversitesi |
| Doç Dr. Üyesi | Nihat DURSUN | Beykent Üniversitesi |
| Doç Dr. Üyesi | Burcu ZEYBEK | Doğuş Üniversitesi |
| Doç Dr. Üyesi | Seda AKTAŞ | İstanbul Esenyurt Üniversitesi |
| Doç Dr. Üyesi | Olçay UÇAK | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Doç.Dr. Üyesi | Ceyda DENEÇLİ | Nişantaşı Üniversitesi |
| Doç.Dr. Üyesi | Sevda DENEÇLİ | Nişantaşı Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Veli BOZTEPE | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Köksal BİLİRDÖNMEZ | Kastamonu Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Begüm Aylin ÖNDER | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Nur Emine KOÇ | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Tuğçe ÇEVİK | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Selin Kiraz DEMİR | İstanbul Aydın Üniversitesi |

| | | |
|----------------|----------------------------------|--|
| Dr. Öğr. Üyesi | Umur BEDİR | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Müge ÖZTUNÇ | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Müge İRFANOĞLU | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Fatma Nazlı KÖKSAL | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Naciye Beril EKŞİOĞLU SARILAR | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Sertaç KAYA | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Ozan GÜNEL | Beykent Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Ayşe Bengi ÖZÇELİK | İstanbul Bilgi Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Gülen KURT ÖNCEL | İstanbul Bilgi Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Volkan ÇETİN | İstanbul Bilgi Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Cem YILDIRIM | Topkapı Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Eser LEVI | İstanbul Bilgi Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Özge ÖZDÜZEN | University of Sheffield |
| Dr. Öğr. Üyesi | Engin BAŞCI | İstanbul Aydın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Stoyko PETROV | Ortadoğu Amerikan Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Emira LİMANİ | Ortadoğu Amerikan Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Cihan BECAN | Üsküdar Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Begümhan GÖKTÜRK | Nişantaşı Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Meltem ÖZEL | İstanbul Esenyurt Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Beste Gökçe PARSEHYAN | İstanbul Kültür Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Muharrem ÖZDEMİR | Girne Amerikan Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Ziyad GULIYEV | Nişantaşı Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Moldiyar YERGEBEKOV | Ahmet Yesevi Uluslararası Türk Kazak Ü. |
| Dr. Öğr. Üyesi | Ece Kahraman BULUT | Girne Amerikan Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Stoyko PETKOV | Yeni Bulgaristan Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi | Azmiye YINAL | Girne Amerikan Üniversitesi |

3 EKİM 2022

AÇILIŞ KONUŞMACILARI

10:00-10:15

Prof Dr. Selahattin Yıldız, İstanbul Aydın Üniversitesi,
İletişim Fakültesi Dekanı

10:15-10:30

Prof. Apha Sharma,
SCERT – Delhi
The Future of Education in the Digital World

10.30-11.00

Prof. Dr. Sahure Gonca TELLİ – GOUN Project Team Leader

SİNEMA VE DİJİTAL SEYİR DENEYİMİ

OTURUM BAŞKANI: DR. ÖĞR. ÜYESİ VELİ BOZTEPE

Saat: 11:00-12:30

“DİJİTAL PLATFORMLARDA YAYINLANAN DİZİ SÜRELERİNİN
İZLENİRLİĞE OLAN ETKİSİ”

Arif Can GÜNGÖR / Prof. Dr. – İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar
Fakültesi, Çizgi Film ve Animasyon – acangungor@aydin.edu.tr

“DERİNLİKLİ KAMERA KULLANILAN ETKİLEŞİMLİ SANAT
YAPITLARINDA LACANYEN BEDEN”

Furkan RUŞEN/ Öğr. Gör. – İstanbul Aydın Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu-
Fotoğrafçılık ve Kameramanlık Bölümü - furkanrusen@aydin.edu.tr

“SİNEMA, TARİH, SANAL GERÇEKLİK ÜZERİNDEN “İSTANBUL’UN
FETHİ” (1951) İLE “FETHİH 1453” (2012) FİLMLERİNİN
KARŞILAŞTIRILMASI”

“BÜYÜLÜ FENERDEN, SANAL GERÇEKLİĞE: DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN
TÜRK KORKU FİMLERİ ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ”

Orhan EMEK / Yönetmen – oremek@gmail.com

“TÜRK SİNEMASINDA ŞARKICI FİLMLERİNİN DEĞİŞİMİ”

Yasemin BARLAN / Araştırmacı - yaseminbarlan@gmail.com

“NETFLIX ÖZGÜN YAPIMLARINDA İDEOLOJİNİN KULLANIMI:
STRANGER THINGS DİZİSİ ÖRNEĞİ”

İbrahim Tarkan DOĞAN/ Öğr. Gör.- İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Radyo-TV Sinema Bölümü- ibrahimtarkandogan@aydin.edu.tr

TÜRKİYE’DE MODA TASARIMI YÜKSEK ÖĞRETİMİNDE ARTIRILMIŞ
GERÇEKLİK ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK TEKNOLOJİSİ KULLANIMININ
YAYGINLAŞTIRILMASI

Cengiz KASTAN /Dr. Öğr. Üyesi – İstanbul Aydın Üniversitesi Ayakkabı Tasarım
ve Üretim Programı – ckastan@aydin.edu.tr

DİJİTALLEŞME VE TEKNOLOJİ ÇAĞI

OTURUM BAŞKANI: Dr. Öğr. Üyesi Nur Emine KOÇ

Saat: 13:30-15:30

“DİJİTAL MESLEKLER”

Sahure Gonca TELLİ / Prof. Dr. – GOUN Project Team Leader

“FOR A MORE INCLUSIVE INTERACTION: DOING GENDER: NORM-
RELEVANCY OR PERFORMATIVITY?”

Tuğba GÜLAL, İstanbul Aydın Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu İngilizce
Mütercim Tercümanlık Bölümü – tugbagulal@aydin.edu.tr

“DİJİTAL İLETİŞİM VE ALTERNATİF KİMLİK ARAYIŞLARI ÜZERİNE BİR
DEĞERLENDİRME: “GİBİ” DİZİSİ ÖRNEĞİ”

Nurbahar YILDIZ / Doktora öğrenci – İstanbul Aydın Üniversitesi, Televizyon ve
Sinema doktora öğrencisi - nurbaharyildizz@gmail.com

Selin KİRAZ DEMİR / Dr. Öğr. Üyesi - İstanbul Aydın Üniversitesi, Radyo-TV
Sinema Bölümü-selinkirazdemir@aydin.edu.tr

“ZAMAN – MEKÂN BAĞLAMINDA DİJİTAL MANİPÜLASYON
UYGULAMALARI VE YANSIMA OLGUSU”

Mahmut Rıfki ÜNAL/ Arş. Gör. – Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Görsel
İletişim Tasarımı Bölümü-mrifkiunal@hotmail.com

“TEKNOLOJİK CİHAZ KULLANIMININ DÖNÜŞMESİYLE OLUŞAN
PLAGOMANİ HASTALIĞI ÜZERİNE BİR İNCELEME”

Onur DOĞAN / Yüksek Lisans öğrencisi- Yeni Medya Bölümü-
onurdogan3@stu.aydin.edu.tr

Ayten ÖVÜR/ Doç. Dr. - İstanbul Aydın Üniversitesi, Televizyon Haberciliği ve
Programcılığı Bölümü – aytenovur@aydin.edu.tr

“BİR PERFORMANS MEKÂNI OLARAK DİJİTAL SAHNE ÖRNEĞİ:
“YENİPERFORM” PLATFORMU ÜZERİNE BİR İNCELEME”

Aslınur SARICA ÜNAL/ Arş. Gör. – Nişantaşı Üniversitesi Sahne Sanatları
Programı- aslinur.sarica@gmail.com

“MEDYA ÇALIŞANLARININ DİJİTAL BAĞIMLILIK DÜZEYLERİNİN
İÇERİK ÜRETME BECERİLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ”

Deniz AYAS / YL Öğrenci - İstanbul Aydın Üniversitesi Yeni Medya Yüksek
Lisans Öğrencisi Begüm Aylin ÖNDER / Dr.

“DİJİTALLEŞEN FUTBOL MAÇ YAYINCILIĞI: EXXEN ÖRNEĞİ
ÜZERİNDEN BİR İNCELEME”

Turgay YAVAŞ / YL Öğrenci - İstanbul Aydın Üniversitesi Yeni Medya Yüksek
Lisans Öğrencisi

Begüm Aylin ÖNDER / Dr.

“GLOBAL HAMMADDE KRİZİNİN BASILI KİTAP YAYINCILIĞINI DİJİTAL
YAYINCILIĞA DÖNÜŞTÜRMEŞİ “

Adem KAYA/ YL Öğrenci - İstanbul Aydın Üniversitesi Gazetecilik Yüksek
Lisans Öğrencisi- kayaadem514@gmail.com

“ADOPTION OF DIGITAL MEDIA LITERACY AS A STATE POLICY IN THE
CONTEXT OF DATA SECURITY: TURKEY-EUROPE COMPARİSON”

Metin Enes DÖNMEZ/Arş. Gör., İstanbul Aydın Üniversitesi Halkla İlişkiler
Bölümü

“İLKÖĞRETİM ÇAĞINDAKİ 10-14 YAŞ ARASI ÇOCUKLARIN DİJİTAL
MEDYAYA BAKIŞI”

Fehri ÜNVER / YL Öğrenci – İstanbul Aydın Üniversitesi Gazetecilik Yüksek
Lisans Öğrencisi

MEDYA, KÜLTÜR VE TOPLUM

OTURUM BAŞKANI: Dr. Öğr. Üyesi Ayten ÖVÜR

Saat: 15:45-17:45

“DİJİTAL PLATFORMLARDA ALT KÜLTÜR OLARAK PUNK İNŞASI:
“UYSALLAR” ÖRNEĞİ”

Buket AKDEMİR DİLEK/ Dr. Arş. Gör.- **İstanbul Aydın Üniversitesi** Radyo-TV
Sinema Bölümü

“REKLAM FİLMLERİNDE SANAT YÖNETİMİNİN ETKİSİ”

Mehmet Emin KAHRAMAN /Doç. Dr. –Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat Bölümü
mek@yildiz.edu.tr

Abdullah Burak YAMAN/ Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı

“GÖRSEL KÜLTÜR VE TEKNOLOJİ EKSENİNDE İKONİK İMGELER”

Tuba YILMAZ/Öğr. gör. - İstanbul Aydın Üniversitesi

Sevgi YILMAZ/Öğr. gör.- İstanbul Aydın Üniversitesi

“KAMUSAL ALAN OLARAK SOSYAL MEDYA VE YENİ TOPLUMSAL
HAREKETLER”

Selenay BAK / Öğrenci – Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
bakselenay1999@gmail.com

“KAMUOYU OLUŞUMUNA ETKİSİ AÇISINDAN GELENEKSEL MEDYA VE
SOSYAL MEDYA ÜZERİNE BİR İNCELEME: “KEDİLERE BULAŞMAYIN:
İNTERNETTE KATIL AVI” BELGESELİ”

Engin BAŞÇI / Dr. Öğr. Üyesi - İstanbul Aydın Üniversitesi Halkla İlişkiler
Bölümü

Ahmet YEŞİLTEPE / YL Öğrenci - İstanbul Aydın Üniversitesi Televizyon ve
Sinema Yüksek Lisans Bölümü

“HABERDE NEDENSELLİK İLİŞKİSİ ÇERÇEVESİNDE VERİ
GAZETECİLİĞİNE ELEŞTİREL YAKLAŞIM: ANADOLU AJANSI’NIN
İNOGRAFIK HABERLERİNİN ÇÖZÜMLENMESİ”

Engin BAŞÇI / Dr. Öğr. Üyesi - İstanbul Aydın Üniversitesi Halkla İlişkiler
Bölümü

Kemal ASLAN/ Dr. Öğr. Üyesi - Haliç Üniversitesi Çizgi Film ve Animasyon
Bölümü

“SINIRI OLMAYAN ŞEHİR: PLANET CITY VIDEO GÖRSELİ ÖRNEĞİNDE
EKÜMENAPOLİS KAVRAMI”

Hale TORUN / Doç. Dr. – İstanbul Aydın Üniversitesi Radyo-TV Sinema Bölümü
haletorun@aydin.edu.tr

“SINIRI OLMAYAN ŞEHİR: PLANET CITY VIDEO GÖRSELİ ÖRNEĞİNDE
EKÜMENAPOLİS KAVRAMI”

Hale TORUN / Doç. Dr. – İstanbul Aydın Üniversitesi Radyo-TV Sinema Bölümü
haletorun@aydin.edu.tr

“VERTICAL VIEWING AS A NEW PRACTICE: A CONTENT REVIEW ON
VERTICAL FILM FESTIVAL”

Oğuz ŞENTÜRK/ Uzman - İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi –
oguzsenturk@aydin.edu.tr

ÖNSÖZ

İletişim Fakültemiz tarafından gerçekleştirilen “Digital Future” temalı kongrenin açılış konuşmasını yapacak olan ve Hindistan’ dan katılan öğretim üyesi Prof. Dr. Apha SHARMA’ya; İkinci açılış konuşmasını yapacak olan Prof. Dr. Gonca TELLİ’ye, tüm katılımcılara ve kongrenin gerçekleşmesinde emeği geçen akademisyenlere teşekkürlerimi sunarım.

Dijital dünya sınır tanımıyor. Telefonla başlayıp, radyo, TV ve sinema ile devam eden interaktif iletişim biçimi bilgisayar ve internetin devreye girmesiyle yaşamımızın tüm alanlarına girmiş bulunmakta. Özellikle pandemi sonrası yaşanan kapanma sürecinde online çalışma platformlarının kullanılması, dijital iletişimi başka bir boyuta taşımaktadır. Henüz üzerimizden, alınan ilk ses titreşimlerini duyan, perdede ilk hareketli görüntüyü gören insanın şaşkınlığını atamamışken, sanal gerçeklikle karşılaşmış olmak hızlı değişen etkileşim ortamlarının algılamamızda yarattığı gelgitler kendimizi savunmasız bir av olarak hissetmemize neden olmaktadır. Her şey beden ve beden bütünlüğünün korunması ve gereksinimlerinin karşılanması için yapılmaktadır. Bu yüzden yaşadığımız doymak bilmez aç gözlülük ve cehalet kıt kaynaklarına sahip doğamız, her geçen gün biraz daha yok oluşa doğru sürüklenmektedir. Endüstri devrimi sonrası, bilişim çağına o kadar hızlı ulaşıldı ki ekosistemin gerekli düzenlemeler yapmaya zamanı kalmadı. O yüzden Mars’ın, Ay’ın ve meteorların kaynaklarına dikilmiş gözler. Bilişim çağında olmamıza karşın DNA’larımız hala Savanah’da yaşamaya devam etmektedir. Yapay zekâ, sorgulanan bilinç, aktarılan bilinç, Matrix ve Avatar’da olduğu gibi robotların hâkim olduğu bir dünyaya yelken açıyoruz. Yoksa kapitalist sistem bireyi bütün bunların içine çekerek sadece bir tüketim nesnesi olarak mı görmektedir? Özellikle gen teknolojileri ve sağlıkta yaşanan gelişmeler homosapiens içinden başka bir türü mü doğurmaktadır? Çok uzak olmayan bir geçmişte sona eren köle ticareti dijital dönüşümle sağlanan gelişmeler sonucu iki farklı insan türünden birini dijital kölelere mi dönüştürecek? Çin’de yaşanan, her bireye verilen sosyal puan ve yüz tarama sistemleri ses ve görünüş montajlarıyla bireyin varlığına dönük doğrudan müdahalesi değil mi? Birey ve kimlikler neye dönüşüyor? Günün sonunda hepimiz yapay zekâ tarafından

yönetilen merkeze bağlı birer aparat konumuna mı dönüşeceğiz? Ortak akıl dışlanır ve kolektif karar mekanizmalarının devre dışı kalırsa korkarım ki, tıpkı bizimle ilgili beynimizin verdiği kararlar gibi, bir yazılımdan ya da tek merkezden gelen kararlara uymak zorunda kalacağız Bilinç, dijital ortama ya da başka bir canlıya aktarılabilir mi?

Bilinç, yazılım yoluyla fizik ve kimya yoluyla ya da elektronik yollarla ele geçirilirse kimlik de yok olacaktır. Kimliği yok olan beden birey olmaktan çıkar. Dijital dünya bilinci ele geçirerek, bireyi kimliksiz bir “mankurt”a mı dönüştürmektedir? İyimser yönden bakacak olursak dijital devrimi; dijital ikizler yaratarak bizi daha mı özgür kılacaktır. Dijital devrim bizi her işimizi görecekt yapay robotlarla mutlak efendi konumuna mı yükseltmektedir. Dijital devrim her ortamda yarattığı sınırsız iletişim yoluyla tüm toplum bireylerinin katılımıyla gerçekleştirilecek etkileşimli bir demokrasinin öncüsü olabilecek midir?

İyi bir kongre olması dileğimle...

Selahattin YILDIZ
İletişim Fakültesi
Dekan

İÇİNDEKİLER

| | |
|--|----|
| ÖNSÖZ..... | 13 |
| DİJİTAL PLATFORMLARDA YAYINLANAN DİZİ SÜRELERİNİN İZLENİRLİĞE OLAN ETKİSİ Prof. Dr. Arif Can GÜNGÖR | 19 |
| DERİNKLİKLİ KAMERA KULLANILAN ETKİLEŞİMLİ SANAT YAPITLARINDA LACANYEN BEDEN Öğr. Gör. Furkan RUŞEN | 21 |
| BÜYÜLÜ FENERDEN, SANAL GERÇEKLİĞE: DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN TÜRK KORKU FİMLERİ ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ Orhan EMEK | 23 |
| TÜRK SİNEMASINDA ŞARKICI FİMLERİNİN DEĞİŞİMİ Yasemin BARLAN..... | 25 |
| NETFLIX ÖZGÜN YAPIMLARINDA İDEOLOJİNİN KULLANIMI: STRANGER THINGS DİZİSİ ÖRNEĞİ Öğr. Gör. İbrahim Tarkan Doğan..... | 26 |
| TÜRKİYE’DE MODA TASARIMI YÜKSEK ÖĞRETİMİNDE ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK TEKNOLOJİSİ KULLANIMININ YAYGINLAŞTIRILMASI Dr. Öğr. Üyesi Cengiz KASTAN..... | 27 |
| DİJİTAL MESLEKLER Prof. Dr. Gonca Telli | 29 |
| FOR A MORE INCLUSIVE INTERACTION: DOING GENDER: NORM- RELEVANCY OR PERFORMATIVITY? Tugba Gulal | 31 |
| DİJİTAL İLETİŞİM VE ALTERNATİF KİMLİK ARAYIŞLARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME: “GİBİ” DİZİSİ ÖRNEĞİ Dr. Öğr. Üye. Selin KİRAZ DEMİR- Nurbahar YILDIZ..... | 32 |
| ZAMAN – MEKÂN BAĞLAMINDA DİJİTAL MANİPÜLASYON UYGULAMALARI VE YANSIMA OLGUSU Arş Gör. Mahmut Rıfkı ÜNAL | 33 |

| | |
|---|----|
| TEKNOLOJİK CİHAZ KULLANIMININ DÖNÜŞMESİYLE OLUŞAN PLAGOMANİ HASTALIĞI ÜZERİNE BİR İNCELEME Onur DOĞAN- Doç Dr. Ayten ÖVÜR..... | 34 |
| BİR PERFORMANS MEKÂNI OLARAK DİJİTAL SAHNE ÖRNEĞİ: “YENİPERFORM” PLATFORMU ÜZERİNE BİR İNCELEME Arş. Gör. Aslınur SARICA ÜNAL..... | 35 |
| MEDYA ÇALIŞANLARININ DİJİTAL BAĞIMLILIK DÜZEYLERİNİN İÇERİK ÜRETME BECERİLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ Dr. Öğr. Üyesi Begüm Aylin ÖNDER-Deniz AYAS..... | 37 |
| DİJİTALLEŞEN FUTBOL MAÇ YAYINCILIĞI: EXXEN ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN BİR İNCELEME Dr. Öğretim Üyesi Begüm Aylin ÖNDER-Öğr. Gör. Turgay YAVAŞ..... | 39 |
| GLOBAL HAMMADDE KRİZİNİN BASILI KİTAP YAYINCILIĞINI DİJİTAL YAYINCILIĞA DÖNÜŞTÜRMEŞİ Adem KAYA..... | 41 |
| ADOPTION OF DIGITAL MEDIA LITERACY AS A STATE POLICY IN THE CONTEXT OF DATA SECURITY: TURKEY-EUROPE COMPARISON Arş. Gör. Metin Enes DÖNMEZ..... | 43 |
| İLKÖĞRETİM ÇAĞINDAKİ 10-14 YAŞ ARASI ÇOCUKLARIN DİJİTAL MEDYAYA BAKIŞI Fehri ÜNVER..... | 45 |
| DİJİTAL PLATFORMLARDA ALT KÜLTÜR OLARAK PUNK İNŞASI: “UYSALLAR” ÖRNEĞİ Arş. Gör. Dr. Buket AKDEMİR DİLEK..... | 47 |
| REKLAM FİMLERİNDE SANAT YÖNETİMİNİN ETKİSİ Doç. Dr. Mehmet Emin KAHRAMAN-Abdullah Burak YAMAN..... | 48 |
| GÖRSEL KÜLTÜR VE TEKNOLOJİ EKSENİNDE İKONİK İMGELER Dr. Öğr. Üyesi Tuba YILMAZ-Öğr. Gör. Sevgi YILMAZ..... | 49 |
| KAMUSAL ALAN OLARAK SOSYAL MEDYA VE YENİ TOPLUMSAL HAREKETLER Selenay BAK..... | 51 |

KAMUOYU OLUŞUMUNA ETKİSİ AÇISINDAN GELENEKSEL MEDYA VE
SOSYAL MEDYA ÜZERİNE BİR İNCELEME: “KEDİLERE BULAŞMAYIN:
İNTERNETTE KATİL AVI” BELGESELİ

Dr. Öğr. Üyesi Engin BAŞÇI-Ahmet YEŞİLTEPE 52

HABERDE NEDENSELLİK İLİŞKİSİ ÇERÇEVESİNDE VERİ GAZETECİLİĞİNE
ELEŞTİREL YAKLAŞIM: ANADOLU AJANSI'NIN İNFOGRAFİK
HABERLERİNİN ÇÖZÜMLENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Engin BAŞÇI-Dr. Öğr. Üyesi Kemal ASLAN 54

“SINIRI OLMAYAN ŞEHİR: PLANET CITY VIDEO GÖRSELİ ÖRNEĞİNDE
EKÜMENAPOLİS KAVRAMI”

Doç Dr. Hale TORUN 56

VERTICAL VIEWING AS A NEW PRACTICE: A CONTENT REVIEW ON
VERTICAL FILM FESTİVAL

Uzman Oğuz ŞENTÜRK..... 57

DİJİTAL PLATFORMLARDA YAYINLANAN DİZİ SÜRELERİNİN İZLENİRLİĞE OLAN ETKİSİ

Prof. Dr. Arif Can GÜNGÖR

İstanbul Aydın Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi
Çizgi Film ve Animasyon Bölümü

Geçmiş yıllarda kullanılan geleneksel kitle iletişim araçlarının işlevlerini günümüzde sosyal medya araçları üstlenmektedir. Sosyal medya platformları haberleşme, oyun oynama, araştırma yapma, bilgi edinme, fikir paylaşma, sohbet etme, film izleme, müzik dinleme gibi çok amaçlı bir biçimde günlük yaşamın önemli bir parçası olmuştur. Her bir kullanıcı sosyal medyada günlük ortalama 2.5 saat geçirmektedir. Bu sürenin önemli bir kısmında video, televizyon şovu, dizi ve filmi izlemeyi tercih etmektedir. Günümüzün bilgi toplumunda kitle iletişim araçlarının ürettiği çeşitli içerikler dijital ve bütünlük platformlar üzerinden alıcıyla buluşmaktadır. İnternete bağlı platformların kullanım alanları ise her gün daha da artmaktadır. Dramatik özelliğe sahip sinema filmlerinin, televizyon mecrası için yapılan dizilerin, filmlerin artık internete bağlı platformlarda da yayınlanması popüler bir izlenme biçimi haline gelmiştir. Amazon Prime, Netflix, Disney+, MUBİ, HBO Max, Youtube, Vimeo, Dailymotion platformlarının bir çoğu sadece gösterim değil kendi filmlerinin üretimini de yapmaktadırlar. Bu platformların en önemlilerinden biri en çok ziyaret edilen web sitelerinin başında yer alan Youtube'dur. Youtube da geçirilen süre her gün artarak büyümektedir. Bu bağlamda YouTube iletişim araştırmaları açısından önem taşımaktadır. Bu tespitten yola çıkarak filmin önemli yapısal unsurlarından biri olan zaman olgusunun seyircinin YouTube'la olan ilişkisini incelemek için iki dizi (seri-kısa film dizisi) seçilmiştir. Biri YouTube'da 2016 yılında 28.49 dakika gösterilen ilk dizi olan "Scare Pew Die Pie" dizisinin ilk bölümü, diğeri YouTube tarafından 2022 yılında üretilen 07.06 dakikalık "In Space With Markiplier" dizisinin ilk bölümüdür. Sonuç bölümü için alternatif sahneleri de bulunan her iki dizi karşılaştırıldığında; "In Space With Markiplier" dizisinin seyirci sayısının, saatlik izlenme oranının "Scare Pew Die Pie dizisine oranla yüksek olduğu ayrıca "In Space With Markiplier" dizisinin 7. günden itibaren izleyici sayısının yükselirken "Scare

Pew Die Pie” dizisinin 7. Günden sonra izleyici sayısındaki artışın vasat kaldığı tespit edilmiştir. Bu bulgular sosyal medya platformlarında gösterilen dizilerin izleyici tarafından yoğun bir şekilde tercih edilmelerinde başka faktörlerin yanı sıra sürenin çok önemli bir belirleyen olduğu görülmüştür. Dijital platformlarda, özellikle Youtube da kullanıcıların filmsel süresi kısa dizileri klasik TV formatı süresi içerisinde çekilen dizilere göre daha çok tercih etmektedir. Bu durumun film anlatısı üzerinde yaratacağı değişimler ise gelecekte yapılacak çalışmaların temel noktası olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Film, Dizi, YouTube, İzleyici, Zaman, Dijital Medya.

DERİNLİKLİ KAMERA KULLANILAN ETKİLEŞİMLİ SANAT YAPITLARINDA LACANYEN BEDEN

Öğr. Gör. Furkan RUŞEN

Fotoğrafçılık ve Kameramanlık Programı

Lacan'ın düşlem kavramını oluşturan; gerçek, imgesel ve simgesel olmak üzere üç düzen bulunmaktadır. İmgesel, ayna evresinde çocuğun aynadaki speküler imgesiyle özdeşleşimiyle egonun kurulumuna işaret eden düzendir. Simgesel düzen ise, yasa ve yapı kavramlarını kapsayan dilsel boyuttur. Çalışmada benzetim yoluyla etkileşimli sanat içerisindeki seyircinin bedeninin ekran (perde) üzerine yansması ile bebeğin ayna yüzeyindeki görüntüsü özdeşleştirilmiştir. Ayna evresi, öznenin imgesel düzene girişini temsil etmektedir. Bebeğin aynadaki imgesini tıpkı Narkissos'un su yüzeyinde kendi imgesiyle karşılaştığı ve güzelliğine hayran olduğu ana benzer şekilde jübilasyonla (coşku) benimseyen çocuğun Başka (öteki)'nin temsili anneye, babaya ya da bir yetişkine bakışı, imgesinin onayını istemesi olarak yorumlanmaktadır. Bebek, ayna deneyimiyle yansıtıcı yüzeyin karşısında ilk kabataslak biçimleriyle bireyin müstakbel özerkliği ve denetimi hissini yaşamaktadır. Bu noktada, imgesel ve simgesel düzlemlerin etkileşimli sanatın içerisinde derinlikli kameralar sayesinde algılanan yetişkin bedenler için yeniden oluşumu mümkün olabilir mi sorusuna yanıt veren bu çalışmada, arzunun kayıp nesnesini (objet petit a) arayan seyirci meselesi üzerinde durulmuştur. Mekânın içerisinde kamera karşısında bedeni algılanan seyirci, perdede ya da yansıtılan yüzeyde kendi görüntüsü ile karşılaşmaktadır. Bu görüntü ile hareketlerinin farklılaşmaya başladığı, performans dönüşen etkileşim ile seyircinin etkileşimli sanat yapıtı içerisindeki diyalogu imgesel düzlemi; mekânın boşluğu ve seyirciyi izleyen diğer gözlemci konumlar ise simgesel düzlemi çağrıştırmaktadır. Ayna evresinde sürekli kendini bir bütün olarak görme arzusu içerisinde olan bebek gibi, derinlikli kameraların kullanıldığı yapıtlar ile diyalog kuran seyirci de yansımaları gördüğünde jübilasyon ile performansın içerisine dâhil olmaktadır. Bu bağlamda seyircinin mekânın içerisindeki varlığı ile değişen jeneratif tasarımın bedensel imgelere dönüştüğü Alp Tuğan'ın "Yeniden Tanımlanmış Gölgeler" adlı etkileşimli enstalasyonu örnek olarak ele alınmıştır.

Çalışma kapsamında veri toplamak amaçlı genel tarama modellerinden literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın seyirci meselesine farklı bir bakış açısı kazandıracığı ve seyirci kavramının yeni bağlamlar ile birlikte sorgulanmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Etkileşim, Lacan, Ayna Evresi, İngesel Düzen, Simgesel Düzen

BÜYÜLÜ FENERDEN, SANAL GERÇEKLİĞE: DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN TÜRK KORKU FİLMLERİ ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ

Orhan EMEK

Yönetmen

Sinema endüstrisinin ilk teknolojisini temelden değiştiren (anlatım, çekim, kurgu, dağıtım, gösterim) “dijital teknoloji dönüşümü”, Türk Sinemasını da 2000’li yıllardan sonra etkilemeye başlamış, bugün dünya sinemasıyla birlikte Türk sineması da teknolojik olarak üretiminin her aşamasında dijitalleşmiştir. Bu dönüşüm sinemayı, film stüdyoları ve dağıtım firmalarının tekelinden çıkartıp daha demokratik, özgür, ekonomik ve daha çok film üretilebilir hale getirmiştir.

Korku Filmleri seyirciyi korkutmak için yoğun bir efekt kullanımını gerektirmektedir. Doğa üstü yaratıklar, sıra dışı ve dışa vurumcu mekanlar, plastik makyaj, özel ses efektleri, müzik, kostüm, aksesuarlar, efekt ışık ve kamera hareketleri vb. gibi.

Sinemanın ilk yıllarından beri Amerikan Sinema Endüstrisi yukarıda sayılan konularda (special effects) uzmanlaşan özel efektçiler, ekipler ve şirketler oluşturmuştur. Tamamı mekanik ve plastik olarak atölyelerde üretilen bu özel efektler oldukça pahalı olmakta bu da korku filmlerini maliyetli bir hale getirmekteydi. Bu nedenlerden dolayı diğer ülkelerde ve Türkiye’de korku film üretimi oldukça sınırlı kalmıştır.

Türkiye’de 2000’li yılının ortalarından sonra dijitalleşmeyle birlikte çekim ve çekim sonrası maliyetler ile gösterim kopyaları maliyetlerinin düşmesi, korku unsurunu öne çıkarmak için özellikle dijital ses ve görüntü efekti imkânları sağlayan post production firmalarının artması ve yerli içerikle çekilen korku filmleri, gişede başarılı olmuş, yeni yönetmenler, onlarca film ve ağırlıklı olarak muhafazakâr ve varoş gençliğinden oluşan azımsanamayacak sayıda kendi sinema seyircisini oluşturmuştur.

Bu çalışmanın amacı sinema sektöründeki dijital dönüşümün 2000’li yıllardan sonra Türk Sinema Endüstrisinde etkisinin en fazla ortaya çıktığı “korku türünü” nasıl etkilediğini örnekler ve sayılarla göstermek ve Türk Sinema Endüstrisinde yeni bir “kült korku film” dinamiğini ortaya çıkardığını tartışmaktır.

Anahtar Kelimeler: Dijital dönüşüm, Korku filmleri, Özel efekt

TÜRK SINEMASINDA ŞARKICI FİLMLERİNİN DEĞİŞİMİ

Yasemin Barlan

Yeşilçam sinemasında Amerikan Müzikallerinin muadili diyebileceğimiz bir tür olan şarkıcı filmleri o dönemin seyircisinin ihtiyaçlarına ve taleplerine göre şekillenen bir türdür. Başlı başına bir film türü olarak çeşitli kaynaklarda adı geçse de çoğu zaman dram ve komedi filmlerine eklenen bir tür olarak var olmuştur. Seyircinin beğenilerini odak noktasına alan ve ticari kaygıları ön planda tutan Yeşilçam'da şarkıcıların başrolde oldukları filmlerin çekilmeye başlanması Yeşilçam'ın ilk yıllarına dayanır. 1930'larda henüz Türk sineması başlangıç döneminde iken Türkiye'de Mısır filmlerinin yakaladıkları popülerite, yerli film yapımcılarında halkın sinemada ne görmek istediğine dair bir fikir verdi ve şarkıcıların başrolde oldukları bu filmlerin yerli versiyonları çekilmeye başlandı. Bu filmlerin yakaladığı başarı aynı zamanda Türk sinemasında Yeşilçam'ın şekillenmesine de katkıda bulundu. Yeşilçam'ın ilerleyen dönemlerinde bu filmler, büyük şehirlerde sahne alan şarkıcıları izleyemeyen Anadolu halkı ve şarkıları TRT radyosunda yasaklı olan Arabesk şarkıcılarının hayranları için de bu şarkıcılarla buluşabildikleri bir alan görevi gördü.

Bu çalışma Yeşilçam'ın sayıca en verimli dönemi olan 1960 ve 1970'lerde çekilen şarkıcı filmlerini içerik olarak inceliyor. Araştırma için öncelikle bu dönemde çekilen tüm şarkıcı filmlerinin sayısı bulundu ve 1960-1979 yılları arasında en çok film çeviren şarkıcılardan on kişilik bir liste yapıldı. Daha sonrasında her şarkıcıdan en az üç film izlenerek toplam 30 filmlik bir örneklem oluşturuldu. Bu örneklemdeki filmler arasında 1960'lar ve 1970'lerdeki filmlerin içerik açısından farklılıkları ve hangi türlerin hangi yıllarda daha baskın olduğu incelendi ve araştırmanın sonucunda bu farklar, iki dönem arasındaki tarihsel ve sosyolojik değişimler baz alınarak açıklandı.

NETFLIX ÖZGÜN YAPIMLARINDA İDEOLOJİNİN KULLANIMI: STRANGER THINGS DİZİSİ ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. İbrahim Tarkan Doğan

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi
Radyo TV Sinema Bölümü

Netflix özgün yapımlarının içerik oluşumunda dünya siyasi ve ekonomik tarihinde etkili olan dönemlerin kullanımı görülmektedir. Bunlardan en önemlilerinden bir tanesi 1980'ler dönemidir. Egemen ekonomik sistem olan kapitalizmin dönüşmesine yol açan neo-liberal ekonomik politikaların yaygınlaştırıldığı, deregülasyon yaklaşımli bireysel ekonomik özgürleşme vurgularının ön plana çıkarıldığı ve tüm dünyada karşılık bulduğu, Doğu blokunun çöküşüne zemin hazırlayan bu dönemin Netflix yapımlarında yoğun biçimde yer alması önemlidir. Bu önem kapsamında uygun örneklem yöntemiyle araştırmaya dahil edilen 'Stranger Things' dizisi içerik analizine tabi tutulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Dijital Medya, Netflix, İdeoloji, Dijital Platform, Yeni Medya

TÜRKİYE’DE MODA TASARIMI YÜKSEK ÖĞRETİMİNDE ARTIRILMIŞ GERÇEKLIK TEKNOLOJİSİ KULLANIMININ YAYGINLAŞTIRILMASI

Dr. Öğr. Üyesi Cengiz KASTAN

İstanbul Aydın Üniversitesi
Anadolu BİL MYO
Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Programı

Makalenin amacı; moda ve eğitim sektörlerindeki dijital gelişmelere paralel olarak ülkemizde moda tasarım yüksek öğretiminde artırılmış gerçeklik (AG) uygulamalarının hayata geçirilmesi için yapılması gerekenlerin tartışılması; eğitim alt yapısının eksikliklerinin belirlenmesi, eksiklerin giderilmesi için gerekli çalışma başlıklarının (uygun müfredatın hazırlanması, öğretim elemanı yetiştirilmesi, fiziki alt yapının oluşturulması, tahmini maliyetler) ortaya konulmasıdır. Ülkemizde ilk olarak 1938 yılında, yüksek öğretim düzeyinde, bugünkü ismiyle Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi’nde moda ve tekstil tasarımı öğretimi başlamıştır. Dijital çağın gerçekliklerinden birisi olan AG kavramı 1990 yılında ortaya konulmuştur. AG; sanal objelerin çeşitli teknolojik cihazlar kullanılarak gerçek dünya ortamına eklemlendiği bir deneyimdir. Çalışma kapsamında; alan yazımı taranmakta, Türkiye’de kurulu, moda tasarımı öğretimi yapan üniversiteleri temsilen İstanbul, İzmir ve Antalya’da bulunanlar incelenmektedir. Tüme varım yaklaşımı temelinde; elde edilen veriler mevcut örneklerin sonuçları dikkate alınarak değerlendirilmekte ve ilgili tüm kurumlara önerilerde bulunulmaktadır. Nitel yöntemler ile alan araştırması yapılmaktadır: Moda tasarım bölümlerinin müfredat programları, eğitim verilmesi sırasında kullanılan dijital teknolojiler vb. konularda dokümanlar taranmakta ve uygulama örnekleri incelenmektedir. Yapılan araştırmalar dijital teknolojilerin ve bu bağlamda AG tekniklerinin uygulamalı eğitimlerde kullanılmasının olumlu sonuçlar verdiğini göstermektedir. Bu konuda sınırlı sayıda olumsuzluk belirtilmiş olsa da bunlar dijital teknolojilerin gelişimi ile ortadan kaldırılabilir niteliktedir. Veri şartlar ve teknolojinin gelişimi dikkate alındığında; moda tasarımı gibi sürekli dinamik, modern, özgün olması gereken bir alanda ve bu alanın yüksek öğretiminde en gelişmiş dijital gerçeklik teknolojilerinin verimli biçimde kullanılması kaçınılmazdır. AG

uygulamaları bu alanda, öncelikle moda tarihi, 3 boyutlu tasarım ve prototip üretimi konularında kullanılabilir. Gerek devlet gerekse vakıf üniversiteleri bu konuda gerekli çalışmaları yapmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Moda Tasarım Öğretimi, Artırılmış Gerçeklik, Dijital Gelişmeler, Sanal Gerçeklik.

DİJİTAL MESLEKLER

Prof. Dr. Gonca Telli

Yeni teknolojiler ile internet, sosyal medya, mobil ve alternatif dijital platformlar gibi birçok seçenekler gelişmiştir. Bu seçenekler vasıtasıyla işletmeler giderek farklı ve şimdiye kadar birçok uygulamasına alışkın olunmayan ortamlarla karşı karşıya gelmektedir. Bu tarz yeni uygulamalar ve aplikasyonlar ve yeni teknolojiler ise zamanımıza kadar bilinen mesleklerin yanında yeni meslekleri de beraberinde getirmektedir. Kısacası dünyanın bilgi toplumuna evrilmesiyle dijital ekonomiye geçiş mevcut mesleklerde değişime yol açmakta, klasik ve popüler olarak düşünülen bazı mesleklerin sonu gelirken bazen eski işlerin dijitale uyarlanması bazen de tamamen bu döneme kadar bilinmeyen mesleklerin ortaya çıkışı söz konusu olmaktadır. Bu durum toplumsal meslek algısı ve anlayışını da etkilemektedir. Öte yandan dijitalleşme yeni teknolojik gelişmeleri içermesi, internet, mobil gereçler, robot teknolojileri, otomasyon, sanal gerçeklik (metaverse vb) gibi unsurların eklenmesiyle üretimi, iletişimi ve iş yaşamını etkilemektedir.

Üstelik Covid-19 salgını nedeniyle 2020'den beri iş piyasasında önemli tarihi bir değişim yaşanmaktadır. Bazı şirketler bunu bir avantaj olarak evden çalışma olanlığına dönüştürmüş çoğu işletme için uzaktan çalışma bir iş prensibi haline gelmiştir. 2020 yılında yapılan öngörülere göre 2025 yılına kadar, işgücünün tahminen %70'inin ayda en az beş gün uzaktan çalışacağı beklenmektedir. Günlük, saatlik ya da proje bazlı çalışanların uzaktan çalışma yapabilen sistemler, şirketlerin sürekliliği ve operasyonları üzerindeki olumsuz etkilerin en aza indirilmesi için geliştirilen, yaratıcı maliyet tasarruflarından biri olarak görülmeye başlanmıştır.

Teknoloji güdümlü istihdamın yıkıcı etkilerinin 2025 yılına kadar yaşanacağı söylene de yeni işler, iş çözümleri ve yaşamda yeni bir dengelerin kurulacağını söylemek mümkündür.

Çalışanların daha sürdürülebilir iş fırsatlarına geçişini kolaylaştırmak için proaktif önlemler almak için yenilenmiş birtakım görüşlere ihtiyaç vardır. Üstelik bilgi çağı olarak adlandırdığımız bu çağda gelişen eskiye göre çok daha dinamik

iş yaşamına sanayi çağı çözümleriyle varmak da mümkün gözükmemektedir. Bu çalışmada dinamik iş yaşamında oluşan değişimler ele alınacak ve yeni dünya düzeninde etkin çalışma ortamı ve dijital mesleklere baz oluşturan nitelikler ve gereksinimler üzerinde durularak betimsel bir çalışma yapılacaktır.

FOR A MORE INCLUSIVE INTERACTION: DOING GENDER: NORM-RELEVANCY OR PERFORMATIVITY?

Tugba Gulal

Wuhan University School of Philosophy, Graduate Students, China

Yeditepe University Media Studies, PhD Candidate Turkey

Gender and gender terms are widely discussed in social sciences. Still, in the frame of analytic philosophy, this has much to discuss about. One of the most important contribution for this is Jenkins' argument on gender identity. Jenkins defends that "the norm-relevancy account" is a good candidate for the target concept of gender identity as it meets some specific desiderata argued. (Jenkins 2018) (P1) Nevertheless, Jenkins' norm-relevancy account creates a suspicion on its own account as it does not sufficiently meets all desiderata as it appears. The tension does not end here. In this paper, drawn on Jenkins' account, i follow Butler's (1999) account of performativity of gender for a wider space of gender identity. In the scope of this paper, Butler's account of performativity (O1) constructs the main objection route towards Jenkins' norm-relevancy account of gender. So long as Jenkins' account of gender identity preserves norm-relevancy account as target concept; it seems that doing gender as process and recognition of non-binary and some specific identities is not sufficiently met according to relevant social ontology. This also matters for interaction among people and how they apply their interaction standards to daily lives in relevant public domains

DİJİTAL İLETİŞİM VE ALTERNATİF KİMLİK ARAYIŞLARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME: “GİBİ” DİZİSİ ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üye. Selin KİRAZ DEMİR

İstanbul Aydın Üniversitesi
İletişim Fakültesi
Radyo-TV Sinema Bölümü

Nurbahar YILDIZ
İstanbul Aydın Üniversitesi
Televizyon Sinema
Yüksek Lisans Öğrencisi

Günümüzde postmodern süreçler, bireyler arası iletişimi dönüşüme uğrattığı gibi, sosyal kimliklerin de şekillenmesinde önemli bir yere sahiptir. Özellikle herkese ulaşabilme ve herkesin içerik üretebilme şansına sahip olunabilen bu düzen, farklı söylem alanlarının oluşmasını sağlamış, böylece alternatif kimliklerin de görünürlük kazanmasını sağlamıştır. Böylece, büyük ölçüde kültürel normlar çerçevesinde şekillenen ve içinde bulunan kişilere bir güven duygusu aşıl原因an fakat dışında bulunanları ise ötekileştirmeye karşı karşıya bırakan toplumsal kimlikler, postmodernizm anlayışına uygun olarak parçalanmaya başlamıştır. Dolayısıyla dijital platformların, kişi ve gruplar için yeni bir ifade alanı sunduğu söylenebilir. Dijitalleşme, alternatif kimlikleri oluşturmaktan ziyade görünür olmalarını sağlayarak onların suskunlukla baş başa kalmamaları açısından önemlidir. Dijitalleşmenin bugün hayatımıza dahil ettiği en etkin araçlardan biri de internet televizyonlarıdır. Bu çalışmada, Türkiye'nin yerel internet televizyonlarından biri olan Exxen platformunda yayınlanan “Gibi” dizisi üzerinden alternatif kimliklerin görünürlük kazanmasının etkilerini sorgulamak amaçlanmıştır. Çalışmada, dizi ile ilgili Twitter’da #gibidizisi etiketiyle en fazla sayıda paylaşılan 5 sahne örneklem olarak seçilerek sosyal kimlik kuramı bağlamında analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: sosyal kimlik, dijital iletişim, iletişim sosyolojisi

ZAMAN – MEKÂN BAĞLAMINDA DİJİTAL MANİPÜLASYON UYGULAMALARI VE YANSIMA OLGUSU

Arş Gör. Mahmut Rifki ÜNAL

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
İletişim Fakültesi-Görsel İletişim Tasarımı Bölümü

Toplumcu Gerçekçilik ekolünün öncülerinden olan fotoğraf sanatçısı Alfred Stieglitz'in 20. yüzyılın ilk döneminde yaptığı kent olgusu içinde doğa unsurlarını ön plana çıkarma fikri, o dönem yükselen ve kentleşmenin hızla artma durumuna dikkat çekmekti. Bunu çağdaş fotoğraf sanatçılarından Andreas Gursky'nin de kapitalizm vurgusu için fotoğraflarında ritim ve denge unsurlarını ön plana çıkararak yaptığı manipülasyon içerikli fotoğraf kompozisyonlarında görebiliriz. Bu bağlamda sanat üretiminin zaman - mekân kavramları bağlamında irdelenişi önemlidir. Bu kavramlar çerçevesinde insan etkileri görmek ve vurgulamak önemli bir husustur. Yapılan araştırmada ve uygulama projesinde olguları birleştiren ve algısal bütünlük sağlayarak düşünceyi aktaran nesne olarak yansıma (*ayna-cam*) tercih edilmiştir. Bu yansımanın sabit belirli mekânlarda olması, zamanın dinamizmini anlamlandırma adına önemlidir. Fakat bu yansıma aynı zamanda bir metafordur. Sabit mekânda değişenler yalnızca zaman değildir.

Araştırmanın uygulama projesinde ise dijital manipülasyon tekniklerinden yararlanılarak gerçekliğin de sorgulandığı kurmaca mekân oluşturulacaktır. Sabit mekân içerisinde ye alan yansıma çerçevesi değişkenliği yalnızca fiziksel değil kurgusal da olacaktır. Proje bu yönüyle sunum biçimselliği açısından da önem teşkil etmektedir. Araştırmanın uygulama projesinin ismi için "*Simulated*" tercih edilmiştir. Araştırma süresince literatür taramalarında hem bu sanatçıların yaklaşımlarından hem de Lefebvre ve Bergson gibi isimlerden yararlanılmıştır. Doğa ile kent bağlamında insanın etkileri gözleme dayalı incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Manipülasyon, Yansıma, Postmodernizm, Fotoğraf

TEKNOLOJİK CİHAZ KULLANIMININ DÖNÜŞMESİYLE OLUŞAN PLAGOMANİ HASTALIĞI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Onur DOĞAN

İstanbul Aydın Üniversitesi
Yüksek Lisans Öğrencisi

Dr. Öğr. Üyesi Ayten ÖVÜR

İstanbul Aydın Üniversitesi
İletişim Fakültesi
Televizyon Haberciliği ve Programcılığı Bölümü

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle ortaya çıkan yeni platformlarda geçirdiğimiz sürenin giderek artmasıyla, endişelerimiz ve ihtiyaçlarımız da farklılıklar göstermeye başlamıştır. Teknolojik aygıtların istikrarlı bir şekilde oluşturmuş olduğu dönüşüm bizleri yeniliklere adapte etmekte ve tüketim alışkanlıklarımızı güncellemektedir. Bağımlılığın yoğun olarak gözlemlendiği noktalardan biri de giderek artan teknolojik cihazların kullanımınıdır. Kapitalist düzenin yaygınlaştırmakta olduğu teknoloji kullanımı, bilinçsiz ve orantısız kullanımın sonucu olarak psikolojik, fizyolojik ve sosyolojik sorunlar doğurmaktadır. Yeni neslin bu düzenin içerisine doğması üzerine bu sorunlar zincirleme bir biçimde devamlılığını sürdürmekte ve kontrol altına alınması bir o kadar güçleşmektedir. Bilgiye ulaşma, gündemi takip etme, çeşitli platformlarda içerik üreticisi konumunda bulunma, giderek teknolojik aygıtlara olan bağlılığımızı arttırmaktadır. Sosyalleşme ve iletişim ihtiyacını sosyal medya platformlarında tatmin eden birey bu platformlarda geçirdiği süreyi kontrol edemez duruma gelmektedir. İnsanlar teknolojik aygıtları kullanırken, kullanım amaçlarını karıştırmış ve bu makineler bireyin bir parçası haline gelmiştir. Bu bağlılığa önemli bir örnek olarak plagomani hastalığını verebiliriz. İnsanlar bu bağlamda teknolojik aygıtlarından yoksun kalmaktan endişe duymakta ve “şarjsız” kalmaktan korkmaktadır. Dijital hastalıklar kapsamında plagomani olarak tanımlanan bu davranış şekli bireyin günlük hayatında aksamalara ve problemlere neden olabilmektedir. Plagomani hastalığının temelinde iletişimsiz kalma kaygısı

ve mobil cihazların gelişimiyle oluşan dijital ütopyadan uzak veya eksik kalma endişesi yatmaktadır. Bu çalışma kapsamında teknolojik aygıtlar aracılığı ile ortaya çıkan ‘‘Plagomani’’ hastalığı incelenecek. Teknolojik bağımlılıklar arasına giren bu hastalığın örnekleri incelenecek ve bireylerin bu endişe durumunun nedenleri irdelenecektir. Araştırmanın evrenini İstanbul Aydın Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem ise İstanbul Aydın Üniversitesi Yeni Medya yüksek lisans öğrencileri olarak belirlenmiştir. Araştırmanın yöntemi olarak odak grup görüşmesi tekniği kullanılmıştır.

BİR PERFORMANS MEKÂNI OLARAK DİJİTAL SAHNE ÖRNEĞİ: “YENİPERFORM” PLATFORMU ÜZERİNE BİR İNCELEME

Arş. Gör. Aslımur SARICA ÜNAL

Nişantaşı Üniversitesi
Konservatuarı

2019 Aralık itibariyle tüm dünyayı etkisi altına alan Coronavirüs salgını sebebi ile birçok sektör maddi olarak zor bir sürecin içerisinde girdi. En çok etkilenen sektörlerin başında gelen sahne sanatları sektöründe çalışan sanatçılar, çok kısa bir süre içerisinde seyirci ile tekrardan buluşmanın yollarını aradılar ve sosyal medya platformları aracılığıyla (Zoom, Whatsapp, Instagram, Youtube vb.) performanslarını sergilediler. Başlangıçta yeni bir proje üretmek yerine arşivlerini kullanıma açan sanatçılar ve sanatçı grupları pandeminin beklenenden daha uzun sürmesi sebebi ile yeni proje çalışmalarına başladılar ve teknolojinin desteği ile dijital sahne oluşturdular. Bu noktada sahne sanatları için oldukça önemli olan “şimdi ve burada” ve “canlı” kavramı tartışmaya açık hale gelmektedir. Bu tartışma aynı zamanda seyirci pratiklerini de değiştirerek, performansçı ve seyirci arasındaki etkileşimin yeniden ele alınmasına sebep olmuştur. Seyirci ve performansçının kurduğu aynı zaman ve mekân paylaşımı yerini tek taraflı bir mevcudiyete bırakmıştır. Pandemi ile gelişen dijital sahne, yeni bir performans formu, mekânı ve seyirci pratiği olarak ele alınmaktadır. Bu bildiride, yeni teknoloji kullanımları ile değişen seyirci pratiklerinin ve pandemi sürecinde kurulan dijital sahne mecrasının bir örneği olarak ‘YENİPERFORM’ isimli platformu içerik analizi yapılarak incelenecektir. Platform işleyiş, teknik arayüz, seyirci ve performansçı açısından oluşan deneyim farklılıkları bağlamında ele alınacaktır. Sahne sanatlarında dijital teknolojinin söz konusu kullanımlarının performans-performansçı-seyirci arasındaki ilişkiyi nasıl etkilediği sorusunun cevabı aranacaktır.

Anahtar Kelimeler: Seyirci, Pandemi, Sahne sanatları, Dijital sahne, Teknoloji

MEDYA ÇALIŞANLARININ DİJİTAL BAĞIMLILIK DÜZEYLERİNİN İÇERİK ÜRETME BECERİLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Begüm Aylin ÖNDER

İstanbul Arel Üniversitesi
Görsel İletişim Tasarımı Bölümü

Deniz AYAS

İstanbul Aydın Üniversitesi
Yeni Medya Yüksek Lisans Öğrencisi

2019'un ikinci yarısından bu yana küresel ölçekte etkisi devam eden Yeni Tip Korona Virüs (Covid-19) kaynaklı salgın kısa süre içinde tüm dünya ülkelerinde sağlık problemlerinden öteye geçerek hayatın pek çok alanında köklü değişimlere neden olmuştur. Öyle ki salgın beraberinde ekonomiden sağlığa, iş hayatından, gündelik yaşam alışkanlıklarına kadar birçok alanda yeni yaşam pratikleri ortaya çıkmıştır. Salgın kaynaklı bu değişim pek çok sektör kolunda olduğu gibi dijital medya organlarında da uzaktan çalışma sistemine geçilmesine neden olmuş, bu doğrultuda medya çalışanlarının kullandığı yeni medyadaki platformların kullanıcı sayısı da artış göstermiştir. Yeni medya platformlarının daha sıklıkla kullanıldığı bu dönemde ise bireyler dijital bağımlılık oranlarının da anlamlı ölçüde arttığı gözlemlenmiştir.

Bu bağlamda çalışmanın amacı; sosyal izolasyon kısıtlamaları dolayısıyla medya çalışanlarının dijital bağımlılık düzeylerinin incelenmesi ve bu durumun içerik üretme becerileri üzerine herhangi bir etkisinin olup olmadığının belirlenmesidir. Bu kapsamda çalışmada haber ve haber içeriği üreten editörlerin dijital bağımlılık düzeylerinin çalışma hayatlarına ve içerik üretmelerine olumlu ya da olumsuz etkilerinin olup olmadığını ortaya koymak hedeflenmiştir. Çalışmanın evrenini ise Türkiye'deki interaktif haber siteleri oluşturmaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın örneklemini, Covid-19 salgınının Türkiye'de etkili olmaya başladığı 2020 ile 2022 yılını arasında, Türkiye'nin en çok takip edilen hurriyet.com.tr, milliyet.com.tr, sozcu.com.tr, sabah.com.tr, posta.com.tr haber sitelerinde, uzaktan çalışma sistemi

içerisinde editör olarak görev yapan 100 medya çalışanından oluşmaktadır. Veriler, 40 soruluk Dijital Bağımlılık Ölçeği ile 100 medya çalışanına Google formları vasıtasıyla uygulanmasıyla anket (sormaca) yöntemi ile elde edilmiştir.

Araştırma bulgularına göre, salgının yayılımını önlemek ve bulaş riskinin azaltılmasına yönelik alınan tedbirler kapsamında evden/uzaktan çalışma sistemine geçen medya çalışanlarının yolculuk yapma zorunluluklarına bağlı zaman ve maddi kayıpların ortadan kalktığı gözlemlenmiştir. Buna karşın evden/uzaktan çalışma sisteminde iş yapış biçiminde daha fazla teknoloji kullanımına maruz kaldıkları, yemek gibi temel ihtiyaçlarını dahi interaktif yemek siparişi verilebilecek uygulama/web siteleri üzerinden gidermeye çalıştıkları gözlenmiştir. Örneklerdeki medya çalışanlarının haber yazım kuralları başta olmak üzere içerik üretme becerilerinde, dijital bağımlılıklarının arttığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda araştırmaya dahil edilen katılımcıların; haberde özgünlük, yazım tekniği, noktalama işaretleri, ilgi çekici içerik oluşturma gibi kurallara uymada zorlandıkları görülmüştür. Dahası medya çalışanlarının; ekip çalışması gerektirecek çalışmalarda zorlandıkları gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Bağımlılık, Yeni Medya, Medya Çalışanları, Gazetecilik, Haber Siteleri.

DİJİTALLEŞEN FUTBOL MAÇ YAYINCILIĞI: EXXEN ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN BİR İNCELEME

Dr. Öğretim Üyesi Begüm Aylın ÖNDER

İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarım

Turgay YAVAŞ

İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim, Televizyon ve Sinema

Teknolojide yaşanan gelişmeler, iletişimi de şekillendirmiş ve bu durum, iletişimin gerçekleştirildiği mecralardan biri olan kitle iletişim araçlarına da yansımıştır. Geleneksel kitle iletişim araçlarından biri olan televizyon sektöründe, geçmişte düşük kalitede sınırlı kanallar üzerinden yapılan analog yayınlar, dijitalleşmeyle birlikte yerini daha net ses ve görüntü kalitesiyle daha fazla kanaldan yayın yapmasını sağlamıştır. Dijitalleşmeyle birlikte hem uydu hem kablo hem de karasal yayıncılıkta kanal sayısı artmıştır. Haber, spor, belgesel, çizgi film gibi tek bir konu üzerinden tematik yayın yapan kanallar kurulmuştur. Bilgisayar teknolojileri ve internette yaşanan gelişmeler sayesinde izleyiciler artık diledikleri yerden diledikleri dijital içeriklere rahatlıkla ulaşabileceği platformları kullanmaktadır. En bilinen örneklerinden Netflix, Amazon Prime, Exxen, Gain Medya gibi platformlar dijital platformlar ürettikleri içerikleri abonelerine belirli bir ücret karşılığında kişiye özgü olarak sunmaktadır. Türkiye'nin dijital platformu sloganıyla 1 Ocak 2021 tarihinde yayın hayatına başlayan ücretli dijital içerik üreticilerinden biri olan Exxen önceleri sadece dizi ve eğlence temelli içeriklere sahipken kısa süre içinde spor yayıncılığını da bünyesine dahil etmiştir. Avrupa Futbol Federasyonları Birliği (UEFA)'nin düzenlediği Şampiyonlar Ligi, Avrupa Ligi ve Konfederasyon Kupası maçlarının her ülke için yayın hakları pazarlamaktadır. Türkiye'de yayın haklarını Star TV, Kanal D, TRT gibi ulusal yayın yapan kurumlar almış daha sonra dijital yayın yapan Digiturk'e geçmiştir. 2021-22 sezonu itibariyle üç yıllığına bir dijital platform olan Exxen, bu yayın haklarının tamamını satın almıştır. Exxen dijital platformu maç yayınları için ek bir ücret karşılığında ExxenSpor üyeliği açmıştır. Kullanıcı, Exxen platformuna üye olduğu halde maç yayınları için ek bir ücret ödemekte bu durum

kurumun marka imajını, müşteri sadakatini ve potansiyel yeni müşterilerinin üye olması önünde bir engel teşkil etmektedir. Bu araştırmanın amacı, Exxen dijital platformu kullanıcılarının kullanım pratikleri ve deneyimlerini tespit etmektir. Bu amaç kapsamında, farklı yaş gruplarına ve farklı sosyo-ekonomik duruma sahip 15 Exxen platformunu kullanıcısı ve üyeleri ile 15 Nisan – 15 Mayıs 2022 tarihlerinde, yargısal/amaçlı örnekleme tekniği olan yarı yapılandırılmış derinlemektir. Bu çalışmanın önemi, dijital platformlardaki yeni gelişmeleri, izleyici kitlesi üzerinden inceleyip, değerlendirmek ve dijitalleşen yayıncılık düzenine bilimsel yaklaşmaktır. Bu kapsamda ele alınacak çalışma; Exxen dijital platform üyeliğine ek olarak aylık veya yıllık ücret karşılığında ExxenSpor paketini de satın alınması ve futbol maç yayınlarını bu paket üyeliğinden takip edilmesi istenen kullanıcıların, bu talebe karşı oluşturdukları olumlu veya olumsuz tepkilerini, markaya karşı tutumlarını, pratik ve deneyimleriyle sınırlandırılmıştır. Bu çalışmada, Türkiye’de futbol maç yayıncılığında yapılan yeni dijital atılımların boyutlarını inceleyerek, gelecekte yapılacak benzer çalışmalar için literature katkı sağlamak istenilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, Dijital Yayıncılık, Futbol Maç Yayıncılığı, Dijital Platformlar, Exxen.

GLOBAL HAMMADDE KRİZİNİN BASILI KİTAP YAYINCILIĞINI DİJİTAL YAYINCILIĞA DÖNÜŞTÜRMEŞİ

Adem KAYA

İstanbul Aydın Üniversitesi
İletişim Fakültesi

Gazetecilik Yüksek Lisans Öğrencisi

Günümüzün bir parçası haline gelen dijitalleşme her alanda olduğu gibi kitap yayıncılığı alanında da etkisini hissettirmektedir. Geride kalan her yıl dünyada kâğıt üretiminin bir önceki yıla göre düşüş göstermesi, kitap yayıncılığında farklı yöntemlere eğilim gösterilmesini zorunlu kılmıştır. Pandemi sonrası dünyanın her yerinde olduğu gibi ülkemizde de hammadde krizi yaşanmaktadır. Son yıllarda verilerden de elde edildiği üzere selüloz krizine bağlı olarak yeterince kâğıt üretilmemesi, dünya üzerinde matbu yayıncılık yapan sektörlerin maliyetlerini artırmıştır. Selüloz krizi olarak ifade edilen bu durum kâğıt üretimini yüksek oranda aksatmaktadır. Bu aksamaya bağlı olarak yaşanan kâğıt üretimindeki sıkıntı ve azalma bir ekonomi kuralı olarak karşımıza “az olanın değerli olması” kuralı neticesinde maliyete yansiyarak kâğıt fiyatlarında fahiş artışları karşımıza çıkarmıştır. Üstelik döviz kurlarının bu kadar yükseldiği ülkemizde bu durumun maliyetlere yansıdığı görülmektedir. Pandemi öncesi kitap basım maliyetleri şimdiye oranla dövizin ve kâğıt fiyatının yükselmesi sebebiyle on kata kadar çıkmıştır. Bu durum bazı üreticilerin basılı kitaba alternatif olarak daha maliyetsiz ve risksiz bir alan olan e-kitap üretimine geçmelerine sebep olmuştur.

Gelişen teknolojik imkânlar ve dünya üzerinde baş gösteren hammadde kıtlıkları, insanların yaşam şekline direkt etki etmiştir. Bunun en belirgin örneklerini kitap yayıncılığında görmek mümkündür. E-kitap olarak üretilen eserler maliyet açısından çok daha avantajlı ve risksizdir. Kâğıdın bu kadar pahalı olmasının yanında kâğıda gelen zam ile selefona ve mücellit masraflarının da artmış olması, kitap yayıncılığının dijitalleşmeye geçmesi zorunluluğunu gözler önüne sermektedir. Ayrıca basılı bir kitapta yapılan hata düzeltilemezken dijital hatalar her zaman değiştirilebilir esnekliğe sahiptir. Bu da yayıncılık için çok büyük bir avantajdır. Yeni yeni üretilen

e-kitap okuma cihazlarının belleklerinde yüzlerce kitabın olması da taşıma konusunda okuyuculara ciddi bir kolaylık sağlamaktadır.

Selüloza bağlı kâğıt krizini avantaja dönüştürüp dijitalleşme bağlamında kitap yayıncılığına yönelim gündemden güne zorunlu hale gelmektedir.

Bu çalışmamızda dünya genelinde baş gösteren kıtlık durumu da göz önünde bulundurularak selüloz üretiminin azalması ile artan maliyetlerin basılı kitaplar üzerindeki etkileri ve bu durumun elektronik yayıncılığa etkisine yer vermekteyiz.

Anahtar Kelimeler: selüloz, yayıncılık, dijitalleşme, e-kitap

ADOPTION OF DIGITAL MEDIA LITERACY AS A STATE POLICY IN THE CONTEXT OF DATA SECURITY: TURKEY-EUROPE COMPARISON

Arş. Gör. Metin Enes DÖNMEZ

İstanbul Aydın Üniversitesi
İletişim Fakültesi
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

Today, the widespread use of digital technologies has brought with it the inclusion of many different variables in human life. Especially, the fact that internet technologies are actively used in daily life, while this new technology offers various advantages to its users, it has also brought some negativities. With the use of Web 2.0 technology, internet users, who could be said to be passive and consumer in the past, have become active and able to produce content, which can be expressed as “prosumer”. Thanks to this new technology and interactive digital platforms many different data about users are circulated in digital environments. With the use of information about internet users circulating through new media tools against people, the issue of data security has become inevitable. The fact that besides what is shared in new media tools, any behavior that people perform in digital environments is recorded and the data obtained in this direction is sold to institutions for use in marketing and advertising activities, supports the necessity of taking precautions against the inappropriate use of this big data. In today’s world, where daily life practices are being adapted to digital platforms with new applications, it is important to be informed about data security and to be able to apply this information correctly, so that individuals and institutions can avoid possible material or moral damage. Cyber attacks, which may be encountered if ignored, have the potential to cause personal, institutional or social damage. In order to achieve a certain success in data security on a social scale, it is beneficial to inform individuals and institutions about potential cyber dangers. In this context, it is important to share as little data as possible in digital environments in order to ensure data security from the individual to the entire society. In order to ensure data security and to transfer this awareness to the public in a healthy way, digital media literacy emerges as a feature that should be found in the general public.

Media literacy, which points to the effective and wise use of the information in the new media, as in the traditional media, provides a critical perspective to the person in evaluating the accuracy of the information obtained from different sources. Media literacy, which raises awareness about the impact of the media and society on beliefs, attitudes, behaviors and values, raises people's awareness about data security and equips them against cyber violence. Regarding digital media literacy, which has a role in the protection of the assets of individuals, groups and societies, in the context of its scope, it is thought that states are responsible for informing their citizens about the subject. In this context, within the scope of the study, the official practices carried out by the states in the European Union on data security and digital media literacy will be determined by content analysis over digital indicators and will be discussed by comparing them with the practices in Turkey. Keywords: Digital media literacy, big data, data security, cyber violence.

Keywords: Digital media literacy, big data, data security, cyber violence.

İLKÖĞRETİM ÇAĞINDAKİ 10-14 YAŞ ARASI ÇOCUKLARIN DİJİTAL MEDYAYA BAKIŞI

Fehri ÜNVER

İstanbul Aydın Üniversitesi
Gazetecilik Yüksek Lisans Öğrencisi

Dünya üzerinde var olan yaşayan insan sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu artış bazı köklü değişiklikleri de beraberinde getirmektedir. İnsanoğlu her geçen gün yeni bilgi arayışına girmiş ve bilgi açlığını azaltabilmek için çeşitli araçlar geliştirmiştir. Tüm bu arayışlar günümüzde teknolojik gelişmelere zemin hazırlamıştır. Çeşitli teknolojik imkanlar insanların bilgiye daha kolay ulaşmasına yol açmakla kalmamış ayrıca sosyal ilişkilerini yürütmelerine de olanak sağlamıştır. Öyle ki günümüzde teknolojiyi kullanma yaşı gittikçe düşüş göstermiştir. İnsanların olan biten hakkında bilgi sahibi olmayı istemeleri medyanın gelişmesine zemin hazırlamıştır. Teknolojinin gelişmesi ile geleneksel medya araçları yerlerini dijital medya araçlarına bırakmaya başlamıştır.

Dijital medya araçları sadece yetişkin bireylerin değil, özellikle okul çağındaki çocukların da ilgisini büyük ölçüde çekmektedir. Son zamanlarda yaşanan pandemi tüm Dünya'daki eğitim sistemlerinin dijitalleşmesine sebep olmuştur. Bu durum küçük yaştaki çocukların dijital ortamda çok fazla vakit geçirmesine neden olmuştur. Bu olay dijital medya araçlarının kullanılma oranını da arttırmıştır. Gelişen teknolojiye ayak uyduran çocuklar, dijital medyayı sadece bilgi ihtiyaçlarını karşılamak için değil ayrıca sosyalleşme, içerik üretme, üretilen içerikleri takip etme, boş vakitlerini değerlendirme gibi amaçlarla da kullanmaya başlamıştır. Dijital ortam küçük yaştaki çocuklar için birçok tehdidi de içinde barındırmaktadır. Ebeveynler her ne kadar kontrol etmeye çalışsalar da bazı tehditlerin farkına varamamakta, bu durum çocukların gelişimi üzerinde olumsuz izler bırakmaktadır.

Bu çalışmanın amacı ilkokul düzeyindeki çocukların dijital medya kullanımını araştırarak, bu platformu ne amaçla kullandıklarını ve kullanım sürelerini inceleyerek

geleceğimiz olan çocukların dijital medyayı nasıl daha verimli kullanacaklarına yönelik farkındalık oluşturmak ve var olan dijital ortam tehditleri hakkında ebeveynlerin farkındalık düzeyini arttırmaktır.

Anahtar Kelimeler: medya, çocuk, teknoloji, dijitalleşme

DİJİTAL PLATFORMLARDA ALT KÜLTÜR OLARAK PUNK İNŞASI: “UYSALLAR” ÖRNEĞİ

Arş. Gör. Dr. Buket AKDEMİR DİLEK

Istanbul Aydın Üniversitesi
İletişim Fakültesi
Radyo-TV Sinema Bölümü

Dünden bugüne dijitalleşmenin gelişimi ile yeni iletişim ortamları doğmuştur. Geleneksel iletişim araçları arasında gösterilen televizyon, sinema, gazete gibi araçlar teknolojik gelişmeler ile birlikte yönünü dijitale doğru kaydırmıştır. İletişim teknolojilerinde olan gelişmeler dijital platformların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Dijital platformların günden güne kitlesini arttırması orada üretilen program, dizi ve filmleri popüler hale getirmektedir. Dijital platformlar sayesinde uluslararası pazarda daha rahat geniş kitlelere ulaşma imkânını sağlanmıştır. Özellikle dijital platformlarda üretilen eserlerde farklı kültürlerin hikâyeleri, alt kültür hikâyelerine değinmede gözle görülür artış yaşanmaktadır.

Kitle iletişim araçları kültür inşası için kullanılan araçların başında gelmektedir. Dijital teknolojiler ile kolaylaşan kültür inşası dijital platformlar aracılığı ile görünürlüğünü arttırmıştır. Dijital platformlarda üretilen film ve diziler ile farklı toplumların kültürler inşalarına erişim kolaylaşmıştır. Bu kolay erişim alt kültür inşalarının kendini daha rahat gösterebilme imkânını doğurmuştur. Netflix dijital platformunun Türkiye ayağının son dizi işlerinden biri olan “*Uysallar*” buna uygun örneklerden biridir.

Punk kültürü birçok farklı müzik anlayışında olduğu gibi alt kültür olarak geçmişten bugüne kendini inşa etmektedir. Bu çalışmada, Doğu ülkesi olarak tasvir edilen Türkiye’de punk alt kültürü ve onun yeniden inşa edilmesi “*Uysallar*” dizi örneğinin göstergebilim yöntemi kullanılarak analiz edilmesiyle ortaya çıkartılmaya çalışılacaktır.

Anahtar kelimeler: Dijital Platform, Netflix, Alt kültür, Uysallar

REKLAM FİLMLERİNDE SANAT YÖNETİMİNİN ETKİSİ

Doç. Dr. Mehmet Emin KAHRAMAN

Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Sanat Bölümü

Abdullah Burak YAMAN

Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı

“Reklam Filmlerinde Sanat Yönetiminin Etkisi” isimli lisans tezi çalışması kapsamında hazırlanan bildiri de öncelikle reklama dair bir çalışma ortaya konmuştur. Bu çalışma içerisinde reklamın tarihçesi, reklamın amaçları ve reklamın işlevi gibi konular ele alınmıştır. Reklam hazırlık sürecinde sanatsal etkinin önemi vurgulanmıştır. Sanatsal dile sahip sanat yönetmenlerinin reklam çekimlerindeki performanslarının reklamların başarısına etkisi incelenmiştir. Özellikle ödül alan reklamlar üzerinden yapılan incelemeler ile reklamlarda sanat yönetmenlerinin etkisi analiz edilmiştir. Reklam ödüllerinden Kristal Elma Yarışması’nda ödül alan toplam sekiz reklam filmi sanat yönetimi açısından incelenmiştir. Bu inceleme yapılırken kostüm, aksesuar, dekor, saç ve makyaj gibi sanat yönetiminin temeli olan unsurlar baz alınmıştır. Bu kriterler doğrultusunda bir inceleme yapıp sonuçlar değerlendirilmiştir.

GÖRSEL KÜLTÜR VE TEKNOLOJİ EKSENİNDE İKONİK İMGELER

Dr. Öğr. Üyesi Tuba YILMAZ
İstanbul Aydın Üniversitesi

Öğr. Gör. Sevgi YILMAZ
İstanbul Aydın Üniversitesi

Dijital çağın insan-makine ve insan-insan arası etkileşimli iletişime olanak sağlayan doğası, her türden teknolojiyi yaşamın içerisinde konumlandırmaktadır. Dijital teknolojilerin hâkim olduğu bu çağda, görüntüye dair pek çok bileşen çağın kapsayıcıları haline gelmiştir. Görüntünün üretimine, yaratımına, ağ ortamında dolaşıma sunulmasına ve yeniden yaratımına olanak sağlayan teknolojiler, görsel olan her şeyin sınırsızca paylaşımına da imkân sağlamaktadır. Bilgisayar oyunları, capsler, gifler, emojiler gibi görsel olanın yer aldığı tüm dijital platformlarda, teknolojinin kolaylaştırıcılığı dikkat çekmektedir. Dolayısıyla, görsel kültür ve teknoloji günümüzde birbirinden bağımsız olarak düşünülemez hale gelmiştir.

Görsel kültür, görüntü, imge, estetik, kültür, algılama ve işlevsellik gibi geniş bir skalayı kapsamaktadır. Teknoloji ve görselin ortak bir zeminde buluşmasıyla birlikte; sanat eserleri de, bu kesişime dahil olmakta, form değiştirmektedir. Walter Benjamin, tekniğin olanaklarıyla yeniden üretilen sanat eserinin biricikliğini, aurasını kaybettiği, tüketim endüstrisinin parçası haline dönüştüğü ve özünü kaybettiğinden söz etmiştir. Mona Lisa resmi, Frida Kahlo portresi, Che Guavera fotoğrafı gibi sayıca çoğaltılabilecek pek çok ikonik görsel imge, teknolojinin ve tüketim endüstrisinin parçası haline gelmiş örneklerdendir. Bunun yanında, geçmişteki öncü sanat yapıtlarından yola çıkarak yapay zeka teknolojileri ile yeniden üretimi yapılan çalışmalar da bulunmaktadır. Öte yandan, teknolojiler sahip olduğu niteliklerle kullanıcıyı da yaratıcı kılmaktadır. Sanat eserlerinin teknoloji dolayısıyla yeniden üretimi, tasarıma dönüşümü, sanat, görsel kültür ve teknoloji arasındaki muğlak yapıyı da oluşturmaktadır.

Bu çerçevede, çalışmanın amacı ikonik hale gelmiş sanat eserleri örneklerinden hareketle, teknolojinin görsel kültürle ve imgelerle olan kesişim noktalarının irdelenmesine yöneliktir.

Anahtar Kelimeler: Görsel kültür, teknoloji, imge

KAMUSAL ALAN OLARAK SOSYAL MEDYA VE YENİ TOPLUMSAL HAREKETLER

Selenay BAK

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
İletişim Bilimleri Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi

Kamusal alan kavramı, kamusal mekânlarda bireylerin özgürce fikirlerini sunabilecekleri ve sosyal politik konular hakkında tartışabilecekleri bir alandır. 20.yüzyılda kitle iletişim araçlarındaki tekelleşme kamusal alanın işlevlerini yitirmesine neden olmuştur. Böyle bir zamanda ortaya çıkan internet, kamusal alanın işlevlerini üstlenmiş ve bireylere sınırsız bir özgürlük alanı sağlamıştır. İnternetin gelişmesi, beraberinde Sosyal Medya kavramını da getirmiş ve sosyal medya günümüzün önemli bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medyanın günümüzde bu kadar etkin kullanılması konu ile ilgili tartışmaları beraberinde getirmiştir. Bu tartışmalardan biri de sosyal medyanın kamusal alan olup olamayacağıdır. Sosyal medya kullanıcıları, sanal alanda sosyal ve politik paylaşımlarda bulunarak kamusal alana katkı sağlamaktadırlar. Sanal kamusal alanda paylaşılan bazı düşünce ve fikirler gerçek kamusal alana taşınabilmektedir. Bu çalışmada sosyal medya aracılığıyla oluşan sanal kamusal alanın nasıl bir oluşum sürecinden geçtiği ve sanal kamusal alanda siyasi ve politik paylaşımların beraberinde nasıl büyük bir toplumsal hareketlere dönüştüğü örnek olaylar neticesinde ele alınarak tartışılmıştır. Sanal kamusal alanın, toplumsal hareketlere katkıları, Zapatistalar, Wall Street, Arap Baharı ve Gezi Parkı Olayları örnekleri kapsamında tartışılmıştır. Örnek olaylar üzerinden sosyal medyadaki kamusal alan oluşumunda söz konusu alan ile ilgili literatür taranmış ve teorik bir çalışma gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kamusal alan, sanal kamusal alan, sosyal medya, toplumsal hareketler

**KAMUOYU OLUŞUMUNA ETKİSİ AÇISINDAN GELENEKSEL MEDYA
VE SOSYAL MEDYA ÜZERİNE BİR İNCELEME:**

**“KEDİLERE BULAŞMAYIN:
İNTERNETTE KATİL AVI” BELGESELİ**

Ahmet YEŞİLTEPE

İstanbul Aydın Üniversitesi
Televizyon Sinema Yüksek Lisans Öğrencisi

Dr. Öğr. Üyesi Engin BAŞÇI

İstanbul Aydın Üniversitesi
İletişim Fakültesi
Halkla İlişkiler Bölümü

Kamunun oluşumunda ve ortak bir sorun doğrultusunda harekete geçmesinde karşılıklı etkileşim ve süreklilik iki önemli özelliktir. Kamu kavramı açısından belirleyici olan bu iki özellik iletişimle sağlanır. Bu anlamda kamu, bir sorun etrafında iletişim sayesinde bir araya gelen, etkin ve edilgen üyelerden oluşan, sorunla birlikte doğan ve sorunla birlikte dağılan grup olarak tanımlanabilir. Kamuoyu ise bir grupta baskın olan kanaati ifade eder. Bunun için grup içindeki kişilerin iletişim içinde olması, tek tek bireylerin değil, grubun ortak kanaatini içermesi ve dile getirilen bu kanaatin bir karar mekanizmasını, bir kuruluşu veya değişik toplumsal görüşleri bir amaç doğrultusunda harekete geçirebilme arzusu taşıması gerekir.

Medya, kamuoyunun oluşumu için gerekli olan iletişim ortamını sağlamaktadır. Günümüzde bu iletişim ortamı gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarından oluşan geleneksel medyanın yanında yeni medya mecralarıyla da çeşitlenmiştir. Özellikle dijital teknolojiler ve internetin giderek daha belirleyici olduğu bu yeni iletişim evreninde, Mc Luhan'ın “küresel köyü”, “küresel eve” dönüşmüştür. İnsanlar bilgisayar ya da akıllı telefonları sayesinde evlerinden, işyerlerinden ya da odalarından küresel ortamda dolaşıma çıkan enformasyona ulaşabilmektedir. Özellikle mobil cihazlarla bu enformasyonu her yerde, her an tüketebilmek olanaklı hale gelmiştir. Bu yeni iletişim dünyasında tek yönlü iletişim

olgusu, artık hem geleneksel medyanın hem de yeni medyanın üretim ve tüketim süreçlerinde çift yönlü iletişime dönüşmüştür. Etkileşim, yeni medya düzeninin mottosu haline gelmiştir. Bu süreçte sosyal medyanın sunduğu olanaklarla bireyler de içerik üreticisidir. Herhangi bir kişi, Facebook, Twitter, Instagram ya da YouTube gibi mecralar üzerinden içerik üretip paylaşabilmektedir.

Medyanın günümüzdeki bu çeşitliliği ve çok yönlü görüntüsü kamuoyu oluşumu açısından yeni iletişim olanakları yaratmaktadır. Bu çalışmada yönetmenliğini Mark Lewis'in yaptığı Türkçe'ye "Kedilere Bulaşmayın: İnternette Katil Avı" olarak çevrilen "Don't F**k With Cats: Hunting An Internet Killer" adlı 2019 yılı yapımı belgesel dizisi, geleneksel medya ve sosyal medyanın kamuoyu oluşumuna etkisi açısından incelenecektir.

"Kedilere Bulaşmayın: İnternette Katil Avı" belgeseli, Luka Magnotta isimli Kanadalı bir gencin, yavru kedileri işkence ile öldürdüğü bir videoyu paylaşımının ardından, sosyal medya üzerinden bir araya gelen grubun, katilin bulunması için ortaya koyduğu çabayı ve yakalanma sürecini konu edinmektedir.

Çalışmada "betimsel film analizi yöntemi" kullanılacaktır. Bu kapsamda üç bölümlük belgesel, kamuoyu oluşum süreçlerine geleneksel medya ve sosyal medyanın etkisi açısından karşılaştırmalı olarak incelenecektir.

Anahtar Sözcükler: Kamu, Kamuoyu, Geleneksel Medya, Sosyal Medya, Etkileşim, Belgesel

HABERDE NEDENSELLİK İLİŞKİSİ ÇERÇEVESİNDE VERİ GAZETECİLİĞİNE ELEŞTİREL YAKLAŞIM: ANADOLU AJANSI'NIN İNFOGRAFİK HABERLERİNİN ÇÖZÜMLENMESİ

Dr. Kemal Aslan

Haliç Üniversitesi Öğretim Üyesi

Dr. Öğr. Üyesi Engin BAŞCI

İstanbul Aydın Üniversitesi

İletişim Fakültesi

Halkla İlişkiler Bölümü

Veri gazeteciliği kavramı, 2000’li yıllarda yeni medya ile birlikte ortaya çıkmıştır. Geleneksel gazeteciliğin etkisinin azalması, gazetelerin araştırma bölümlerinin kapatılmasıyla eş zamanlı bir süreçte veri gazeteciliği gündeme gelmiştir. Veri gazeteciliği eleştirel bir perspektiften olguları ele alan, tarihsel süreçteki değişimleri ve nedensellikleri ortaya koyan; iktidar perspektifini sorgulayan araştırmacı gazetecilik yerine ikame ettirilmiştir.

Veri gazeteciliği özü itibariyle, olguların kolay, somut ve açık biçimde toplumun büyük kesimi tarafından anlaşılmasını sağlamak amacıyla görselleştirmekten yararlanmaktadır. Bu, olgunun ne olduğunu ortaya koymaktadır. Yani olgunun farklı boyutlarıyla tanımlanmasını sağlamaktadır. Ancak olgunun boyutlarını ortaya koymak olgunun ortaya çıkmasına yol açan nedenleri, ya da neden belirli yerlerde yoğunlaştığını açıklamakta yetersiz kalmaktadır.

Veri gazeteciliği, haberin görselleştirilmesi ve somutlaştırılması açısından işlevsellik taşımaktadır. Ancak, bu olgunun derinlemesine kavranmasını ve iktidar perspektifini ihmal ettiği gerçeğini ortadan kaldırmaz.

Bu çalışmada, veri gazeteciliğinin haberin veri olmadan yazılamayacağını gerçeğini örttüğü, haberde nedensellik ilişkisini göz ardı ettiği ve geleneksel haberciliğe karşı konumu değerlendirilecektir. Veri gazeteciliği günümüzde enformasyon

bombardımanında gerçekliğe temas eden, ama onun kavranmasını örten bir yaklaşım olduğu üzerinde durulacaktır.

Çalışmada öne sürülen görüşler, Anadolu Ajansı'nın İnfografik Haberleri üzerinden nitel bir araştırma yöntemi olarak yorumlayıcı yaklaşımla incelenecektir.

Anahtar Sözcükler: Veri, Veri Gazeteciliği, Nedensellik, **İnfografik** Haber, Gazetecilik

“SINIRI OLMAYAN ŞEHİR: PLANET CITY VIDEO GÖRSELİ ÖRNEĞİNDE EKÜMENAPOLİS KAVRAMI”

Doç Dr. Hale TORUN

Istanbul Aydın Üniversitesi Radyo-TV Sinema Bölümü

Özet

Bu çalışmada, Sanatçı Liam Young tarafından yapılmış 2021 yılı yapımı Planet City video görselinin açılımında insan – doğa ve tekno- felsefesi üzerinde durulmaktadır. Bu filmin bir diğer tamamlayıcı düşüncesi de Ekümenapolis kavramıdır. Bu kavram 1967 yılında yunanlı şehir plancısı Constantinos Doxiadis tarafından ortaya atılan, günümüzün kentleşme ve nüfus artışı hızları göz önüne alındığında, gelecekte dünyadaki bütün kentleşmiş alanların ve megapollerin kuşaklar halinde birbirleriyle birleşeceği ve tek bir şehir oluşturacağı fikrini temsil eden bir kavramdır. Young’ın anlatısına göre, dünyanın tüm nüfusu, dünya yüzeyinin bir kısmını kaplayan dev bir şehirde yaşayabilir ve dünyanın geri kalanını yeniden vahşileştirme ve çalınan toprakların iadesi için serbest bırakabilir. Liam Young, tasarım, kurgu ve gelecek arasındaki boşluklarda faaliyet gösteren spekülative bir mimardır. Los Angeles’ta bulunan film yönetmeni ve mimar Liam Young’ın çalışmaları, tasarım kurgu ve eleştirel tasarım alanlarında yer alıyor. Planet City, on milyar insanın gezegenin geri kalanını küresel bir vahşi doğaya teslim ettiği hayali bir gelecekte aşırı yoğunlaşmanın üretken potansiyelinin acil bir incelemesidir. Yönetmen tarafından hazırlanan kitap ve film, mevcut dünyamıza ters düşen bir vizyonda, insanların geniş şehir ağımızdan ve tedarik zincirlerinden hiper-yoğun bir metropole çekildiği, gezegensel yayılmanın radikal bir şekilde tersine çevrilmesini anlatıyor. Bu çalışma bir tekno-ütöpik bir fantezi değil, eleştirel mimari ve spekülative kurgu çalışmasıdır. Çalışmada, Tekno-felsefenin anlamı üzerinde durulacak ve kenti bir yığına dönüştüren insanın en ilkel biçimde doğanın içinde eriyip gitmesini anlatan Planet City filmi üzerinden dijital dünyada gelecek olanı tasarlamak fikri tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Film, dijital, teknoloji, felsefe, gelecek.

VERTICAL VIEWING AS A NEW PRACTICE: A CONTENT REVIEW ON VERTICAL FILM FESTIVAL

Uzman Oğuz ŞENTÜRK

İstanbul Aydın Üniversitesi

Güzel Sanatlar Fakültesi

Dijital Oyun Tasarımı Bölümü

Visual representation has existed in different forms and formats on scaling, setting and framing since its emergence in cave painting. When people try to embody the events and phenomena they witness through pictorial, literary and visual expression, one of the restrictions they encounter is scale. A wall in cave painting, a tablet in writing, a silver screen in cinema, a telescreen in television, a lens in photography, and finally the vertical screen in mobile devices have shaped people's point of view. Natural view, aesthetic perception and industrial production have a great share in shaping the said perspective. Such viewing perspective may found its main platform on the mobile screen easily it can also be seen in documented videos, large scale projections (such as advertising signs) and even in short and future length cinema films. Vertical Film Festival which been held in Australia since 2014 showcases films that purely shot, edited and ment to be viewed as vertical in the intended format and scale. Vertical filming that contains its own natural aesthetic and practical differences compared to horizontal filming but also has a potential of being a new consuetude in the digital era that has a predisposition and familiarity to the vertical screens. Starting from mobile screens viewing a video or an image in a 9:16 format rather than a 16:9 format is also a challenge for traditional visual content producers, editors, editing software developers and viewers but vertical format consumption is non-objecionable and easily useable by the newer generations of the society.

This study will try to review possibilities and new approaches on the new film viewing and projection habits and practices by examining the structure and content of the Vertical Film Festival. Results of the content review aims to contribute to the cinema and new media literature.

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ

I. ULUSLARARASI İLETİŞİM, İNOVASYON VE TASARIM KONGRESİ



İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
YAYINLARI

