5TH CULTURAL INFORMATICS, COMMUNICATION&MEDIA STUDIES

EDITOR:
DOÇ.DR. M. ÖZGÜR SEÇİM

ISBN: 978-625-00-0741-9



CICMS2022

16-18 MAY, 2022

5th Cultural Informatics, Communication&Media Studies Conference E-Book

5th Cultural Informatics, Communication&Media Studies Conference Abstract E-Book
16-18 May 2022, (ONLINE)

Editor:
Assoc.Prof.Dr. Mustafa Özgür SEÇİM

Co-Editor:
Dr. Türker SÖĞÜTLÜLER

ISBN:
978-625-00-0741-9

Publish Date:
01/06/2022

Contact:
cicms2022@gmail.com
+90256 2125894

Organized by;
Aydın Adnan Menderes University Faculty of Communication
Erciyes University Faculty of Communication
Cyprus International University Faculty of Communication

CICMS 2022 sessions were televised by ADÜTV on YouTube.
1st day sessions: https://youtu.be/M3lXT17dCj4
2nd day sessions: https://youtu.be/RlYfo63cnp0

-Organizing Committee–

Dr. Hatice Hale Bozkurt (Aydın Adnan Menderes University)
Dr. Hikmet Seçim (Cyprus International University)
Dr. Adem Yılmaz (Atatürk University)
Dr. Hakan Aydın (Erciyes University)
Dr. Mustafa Özgür Seçim (Aydın Adnan Menderes University)
Dr. Aysel Çetinkaya (Kocaeli University)
Dr. Vahit İlhan (Erciyes University)
Dr. Fikret Yazıcı (Erciyes University)
Dr. M. Sena Kösedağ (Erciyes University)

-Scientific Committee-

Dr. Hatice Hale Bozkurt (Aydın Adnan Menderes University)
Dr. Mehmet Aydın (Aydın Adnan Menderes University)
Dr. M. Bilal Arık (Aydın Adnan Menderes University)
Dr. Ebru Uzunoğlu (Izmir University of Economics)
Dr. Filiz Tiryakioğlu (Anadolu University)
Dr. Ayhan Oğuz Ünlüer (Uşak University)
Dr. Tüba Karahisar (Uşak University)
Dr. Hikmet Seçim (Cyprus International University)
Dr. Elif Yıldız (Ege University)
Dr. Hakan Aydın (Erciyes University)
Dr. Kenan Demirci (Fırat University)
Dr. Burak Doğu (Izmir University of Economics)
Dr. Alper Gedik (Izmir University of Economics)
Dr. Behiç Alp Aytekin (Aydın Adnan Menderes University)
Dr. Pelin Erdal Aytekin (Aydın Adnan Menderes University)
Dr. Mustafa Özgür Seçim (Aydın Adnan Menderes University)
Dr. Emre Ali Dingin (Aydın Adnan Menderes University)
Dr. İçten Duygu Çallı (Aydın Adnan Menderes University)
Dr. Mehmet Özbek (Aydın Adnan Menderes University)
Dr. Ebru Ural (Beykent University)
Dr. Asaf Varol (Fırat University)
Dr. Lyndon Way (University of Liverpool)
Dr. Pantelis Vatikiotis (Panteion University)
Dr. Christos Kalloniatis (University of the Aegean)
Dr. Turan Akkoyun (Aydın Adnan Menderes University)
Dr. Aslı İcil Tuncer (Aydın Adnan Menderes University)
Dr. Hicabi Arslan (Aydın Adnan Menderes University)
Dr. Suat Gezgin (Yeditepe University)
Dr. Korkmaz Alemdar
Dr. Arthur Harmann (Bremen University)
Dr. Jordi Sancho (Barcelona University)
Dr. Selin Metin Türkel (Izmir University of Economics)
Dr. Benan Dondurucu Dede (Kocaeli University)
Dr. Emel Baştürk (Kocaeli University)
Dr. Gamze Yetkin Cılızoğlu (Kocaeli University)
Dr. Umut Tuncer (Aydın Provincial Culture and Tourism Directorate)
Dr. Mert Gürer (Kocaeli University)
Dr. Vahit İlhan (Erciyes University)
Dr. Fikret Yazıcı (Erciyes University)
Dr. M. Sena Kösedağ (Erciyes University)
Dr. Ali Günay Balım (9 Eylül University)
Dr. Kemal Yürümezoğlu (9 Eylül University)
Dr. Burak Karabey (9 Eylül University)
Dr. Çınla Şeker (9 Eylül University)
Dr. Sibel Almelek İşman (9 Eylül University)
Dr. Bahar Soğukkuyu (9 Eylül University)
Dr. Hadiye Küçükkaragöz (9 Eylül University)
Dr. Kenan Demirci (Fırat University)
Dr. Tuba Gültekin (9 Eylül University)
Dr. Bilgehan Gültekin (Ege University)
Dr. Christos Kalloniatis (University of the Aegean)
Dr. Yelda Özlem Kölgelier (Aydın Adnan Menderes University)

İÇİNDEKİLER / TABLE OF CONTENTS

Page	Name-Surname	Title
10	Aysel Çetinkaya	Bilgi Düzensizliğinin Siyasi İçeriklerle Dolaşımı ve Doğrulama Platformları Üzerine Bir İnceleme.
11	Umut Tuncer	Seçmen Davranışlarını Açıklamak: Rasyonel Seçim Teorisi ve Paradoksları
12	Murat Erdoğan, Serhat Kaya	Türk Basın Dünyasının Sembol İsmi "Şeyhü'l-Muharrirîn" Burhan Felek'in Gazeteciliğe Katkıları.
14	Emrah Gülmez	Amaç Yönelimli Pazarlama Uygulamaları: Patagonia Örneği
15	Özge Nilay Erbalaban Gürbüz	2010-2020 Arası Türkiye'de Sinema/Film Araştırmalarını İçeren Doktora ve Sanatta Yeterlik Tezlerinde Ekolojiyle İlgili Araştırma Eğilimleri.
16	Aslı İcil Tuncer	Postmodernizmin Yeni Zamanlarında Halkla İlişkilerin Yeni Tüketicileri
17	Gökhan Turhan	Sosyal Medya Etik Bildirisinin Z Kuşağı Üzerindeki Etkisinin Analizi.
18	Valerie Ifeanyichukwu Oguafor	African Women in Power: An Analysis of the Representation of Nigerian Business Women in Television.
19	Melisa Çizmecioğlu	Uluslararası Reklamcılık Bağlamında Polonya'da Reklamcılık.
20	Timur Tüker	Uluslararası Reklamcılık Bağlamında İspanya'da Reklamcılık.
21	Duygu Öğünçbilek	Uluslararası Reklamcılık Bağlamında Hindistan'da Reklamcılık.
22	Buse Akdağ	Uluslararası Reklamcılık Bağlamında İsveç'te Reklamcılık.
23	Başak Kalkan	COVID-19 Küresel Salgını ile Dijitalleşen Kadın Hareketi: Türk Üniversiteli Kadınlar Derneği Instagram Hesaplarının İncelenmesi
25	Tülay Yazıcı	Dijital Belediyeciliğin Metaverse Evreni: Bld 4.0 V22 / Ankara Büyükşehir Belediyesi Üzerine Bir İnceleme.
26	Emre Ahmet Seçmen	Klasik Anlatı Seri Filmlerde Karakterin ve Anlatının Dönüşüm Sebepleri Üzerine: 007 James Bond Filmlerine Dair Bir Araştırma
27	Cem Evrim Aslan	Sırât-ı Müstakîm Gazetesinde Bir Modernleşme İdolü Olarak Japonya
28	Tamer Bayrak	Dijital Oyun İndirme Hızının Kullanıcı Profiline Etkisi
29	Filiz Soyer, Dilan Çiftçi	Kültürel Bellek Mekanı Olarak Festivaller ve Destinasyon Pazarlaması: Kuzey Kıbrıs Örneği
30	Özen Çatal, Eda Hançer Akkor	KKTC-Türkiye İlişkileri Bağlamında 2020 KKTC Cumhurbaşkanlığı Seçimi.
31	Sefa Harranoğlu, Deniz Yengin	İnternet Ortamındaki Futbol Takımı Taraftarlarının Futbolculara Karşı Nefret Söylemi.
32	Esra Oğuzhan Yeşilova	Osmanlı'da Eğitim Faaliyetleri Alanındaki Düzenlemelerin Basın Okuryazarlığına Yansıması.
33	Mustafa Özgür Seçim	The Concept of Corporate Social Responsibility of Sports Clubs and Its Effect on Their Supporters: The Example of Fenerbahçe Sports Club.
34	Sena Özşirin, Hakan Koluman, Pınar Aslan	Türk Televizyonlarına Dair Retrospektif Bir Çalışma: 1990-1992 Yılları Örnek Olay İncelemesi.
35	Çilem Tuğba Koç, Yuliya Yaşar	Rusça İslamofobya: 'Kıyısında' ('Na Krayu') Dizisinin İncelenmesi.
36	Sevilay Ulaş, Zeynep Alkan	Influencerlar ve Metaverse: Metafluence Üzerine Diyalogsal İletişim İncelemesi.
37	Sevgi Kavut	Dijital Ortamlarda Kişilerarası İletişim ve İzlenim Yönetimi: Tiktok Üzerine Bir İnceleme.
38	Lan-ya Tseng	Sosyal Medyanın Türkçeye ve Yabancılara Türkçe Öğretimine Etkileri
39	Serpil Samur	Tayvan'da Türkiye İmajı
41	Nihan Yarmacı, Janet Barış	The Example of Soul Kitchen Movie in the Context of Cinema and Gastronomy
42	Burak Ünlü, Vahit İlhan	Dijital Okuryazarlık ve Mahremiyet: Kayseri Kırsalında Bir Araştırma
43	Cansu Öksüz Karademir	Dijitalleşmenin Hafızaya Etkisi Bağlamında "Dijital Amnezi": Yeni Medya Çağında Akılda Tutmaya Gerek Yok Mu?
44	Erdinç Kaygusuz	İletişimde Egemen Paradigmanın 21'inci Yüzyıldaki Görünümleri: Yeni Bir Toplum Söylemi ve İletişimin Kişiselleştirilmesi.
45	Cihan Becan	İhtiyatlı Öznellik Ekseninde Sağlıklı Bedenin İnşası: Gıda Takviyesi Reklamlarına Yönelik Göstergebilimsel Çözümleme
47	Salih Ocakoğlu	Auter'lik Perspektifinde Yılmaz Erdoğan Filmlerinin İncelenmesi.
48	Mustafa Özgür Seçim	Background of the Debates on the Concept of "Citizenship" in the Republic of Turkey.

49	İkbal Bozkurt Avcı, Merve Ergüney	Bir Tahakküm Biçimi Olarak Oryantalizmin Sinemadaki İzdüşümleri: 'The Real Lies'
50	Tansu Güneş	Feminist Söylem Çözümlemesi Açısından The Last Duel Filminin İncelenmesi
51	Hatice Nur Yıldız, Semra Kotan	Reklamlarda Değişen Başörtüsü Pratiğini Okumak: Başörtülü Kadın Temsili
52	Doğuşcan Göker	Bulvarlardan İstanbul Caddelerine Sinema
53	Celal Hayır	Değişen Medya Pratikleri: Sosyal Medya İle Gelen Anlık (Anında) Haber ve İçerik Paylaşımı
54	Ayşegül Eryılmaz Çetinkaya	Kent Paryalarından Digital Hipergetto'ya: Suriyeli Göçmenlerin Sosyal Medyadaki Yansıması
55	Nilay Akgün Akan	Dijital Ses Reklamcılığı ve Güncel Gelişmeler Işığında Podcast Reklamları
56	Batu Anadolu, Emre Koparan	Bir Moda Sözcük ya da Sinemanın Geleceği: Dikey Sinemanın Olanakları ve Limitleri
58	Tamerlan H.Rustamov, Khayaladdin R.Taghiyev	The Effect of Spider Web Principle on The Application of Innovative Payment Instruments.
62	Ayşegül Çilingir, Zehra Dursun	Dijital Tayfa Çizgi Dizisinin "Dijital Okuryazarlığının Bileşenleri" Üzerinden İncelenmesi.
63	Kazım Babacan, Mehmet Sinan Tam	The Information Warfare Role of Social Media: Fake News in the Russia- Ukraine War.
64	Pınar Bayram	Siyasi Parti Programlarında Basın Özgürlüğü.
65	Daniela Alana Picazo	Influencer Marketing of K-Beauty Products in the Philippines.
66	Mustafa Cıngı, Elifnur Mirza, Kübranur Samen	Web kamerayı açmak ya da açmamak: Uzaktan senkron eğitimde derse giren öğrenciler web kameraya nasıl bir anlam yüklüyorlar?
67	Mustafa Koçer	VUCA Ortamında Çevik Liderlik Algısı: Erciyes Üniversitesi Örneği.
68	Hakan Irak	Performative Activism and Hashtag Feminism in Digital Media Mediation Strategies.
69	Umur Bedir, Müge Öztunç	Akademisyenlerin Bilim İletişimi Etkinliklerini Engelleyen Faktörler ve Arttırabilecek Koşullar.
71	İkbal Bozkurt Avcı, Derya Çetin	Uluslararası Bir Tür Olarak Melodram: Dağın Sesi ve Zambaklar Açarken.
72	Serkan Bayrak, Gül Dilek Türk	Metaverse: İletişimin Paralel Evreni.
74	Adem Yılmaz, Ceren Şahin	Tüketim Kültürü Bağlamında Netflix Üzerine Bir İnceleme.
75	Yelda Özlem Kölgelier, Zeynep Tuğçe Çiftçibaşı Güç	Reflections on Municipalities' Social Responsibility Approach: The Case of Antalya Metropolitan Municipality.
77	Sedef Efe Karataş	Medya Ürünlerinde Tekinsiz Vadi Etkisi: Raised by Wolves Dizisinin İncelenmesi
78	Ayshan Hüseynova	II. Dağlık Karabağ Savaşı'nın Basına Yansımaları
79	Mari Khozrevanidze	Habercilikte yeni içerik formatı olarak haber oyunlar
80	Deniz Elif Yavalar	Haber Ajanslarında Sosyal Medya Haberciliği
81	Buğra Kalender	Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararlarına Göre Sosyal Medyada İfade Özgürlüğü
82	Nilsu Karakışlak	The Effects and Directions UX Has in Users Lives
83	Aysel Çetinkaya, Neziha Kartal	Dijital İşitsel Mecrada Haberciliğin Yeni Biçimi: Podcast'ler
84	Burak Çeber, Emel Karayel Bilbil	Yapay Zekâ ve Halkla İlişkiler: Halkla İlişkiler Ajansları Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma
85	Derya Çetin	Cape Fear (1962) Filminin Türsel Açıdan Değerlendirilmesi
86	Demet Bayraktar	Uluslararası Reklamcılık Bağlamında Avustralya'da Reklamcılık.
89	Aidos Rymkul	Kazak Basınında Etik İhlaller.

Bir Moda Sözcük ya da Sinemanın Geleceği: Dikey Sinemanın Olanakları ve Limitleri

A Buzzword or the Future of Cinema: The Possibilities and Limits of Vertical Cinema

Arş. Gör. Dr. Batu Anadolu
Çukurova Üniversitesi İletişim Fakültesi
ORCID No: 0000-0002-7420-3818

Arş. Gör. Emre Koparan
İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi
ORCID No: 0000-0002-5292-6732

Özet

Sinematik görüntü, projeksiyonlardan aktarılmaya başladığından bu yana çeşitli çerçeve oranlarına göre tasarlanmıştır. Sinemanın ilk yıllarında genellikle sonar kare formatta (1:1) biçimlenen en boy oranı, 1930 yılında Akademi oranı olarak tanımlanan (1.37:1) ölçeğinde normalleştirilmiş ve yatay dikdörtgen format yaygınlaşmıştır. Sinema dilinin içerik ve biçim olarak bu format üzerinden tanımlanmasıyla farklı çerçeve oranları deneysel bir konuma yerleşmiştir. Yatay dikdörtgen biçiminde tasarlanan perde boyutu, görüntüyü kaydeden cihazları da biçimlendirmiş ve televizyonun, kameranın ve fotoğraf makinelerinin ekranları ile çeşitli monitör aygıtlarını da bu geometriye yönlendirmiştir. 21. yüzyılın başından itibaren ise akıllı telefonların yaygınlaşması ve sosyal medya platformlarının medyadaki gücünü artmasıyla, bugüne kadar pek tercih edilmeyen dikey dikdörtgen (portre) formatı yaygın biçimde kullanılır hale gelmiştir. Görüntü formatının cep telefonu ve mobil cihazlara uygun biçimde dönüştürüldüğü bu yeni üretim biçiminde en ve boy oranları yer değiştirmiş, mobil ekran ölçülerine (9:16) dönülmüş ve yatay dikdörtgen ilk kez dikey biçimde konumlanmıştır. Günümüze kadar estetik, psikolojik ve endüstriyel temelleri bulunan yatay format; sinema kavramının dijitalleşme aracılığıyla muğlaklaştığı günümüzde, kullanıcı deneyimine odaklı ve yine köklü bir sanatsal geçmişe dayanan dikey formatın baskısını hissetmektedir. Mevcut durum "dikey sinema" kavramının endüstri ve izleyici üzerinde nasıl etki yaratacağı sorusunu ortaya çıkarmaktadır.

İlgili sorunsal bağlamında bu çalışmanın amacı; dikey sinemanın arka planındaki sanatsal, psikolojik ve en önemlisi endüstriyel yapıyı tartışmaya açarak kavramın bir moda sözcük olup olmadığını ve görsel-işitsel anlatım dili bağlamında sahip olabileceği potansiyeli incelemektir. Gün geçtikçe ikinci ekrandan birinci ekranlara terfi eden ve medyanın büyük bir kısmının tüketildiği akıllı telefonların dikey ekranları ve bu ekranlar için üretilen içerikler, izleyicilerin formattan beklentilerini değiştirme gücüne sahiptir. Sinema ve film izleme deneyimi, dijital platformlarla ortaklık ve çatışma arasında salınmaktadır. Yenilenme ve değişim sürecinin eşiğinde olma ihtimalinin tartışılması, çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Çalışma kapsamında öncelikle dikey sinemanın tarihçesine değinilecek; kronolojik gelişmelerin günümüz sinemasına olan yansımaları örneklem çerçevesinde mercek altına alınacaktır. Bu nedenle çalışmanın kapsamı "dikey sinema" başlığı ile üretilmiş filmler ile sınırlı tutulmuş, örneklem olarak ise dikey formatta üretilmiş iki adet kurmaca ve/veya deneysel film (*Stunt Double*, Yön. Damien Chazelle ve *Glass House*,

Yön. Zoe Bloff) belirlenmiştir. Bu filmlerin tercih edilmesindeki neden, sinema sanatı ve tarihi üzerine özdüşünümsel yapımlar olmalarıdır.

Tarihsel süreci kavramak amacıyla literatür taraması yöntemi kullanılmış, kronolojik bir yaklaşımla sinema öncesi ve sonrası çerçeve oranlarıyla ilgili yaklaşımlara yer verilmiştir. Filmlerin incelenmesinde ise biçem analizi yönteminden yola çıkılarak mizansen ve sinematografi öncelenmiş, bu yolla dikey sinemada görsel-işitsel anlatının nasıl inşa edildiği anlamlandırılmıştır. Çalışmanın; dikey sinema kavramı aracılığıyla sinemanın ontolojik yapısı üzerine tartışmalara katkı sağlaması hedeflenmiştir.

Key Words
Dikey Sinema, Çerçeve Oranı, Biçem Analizi, Sinema Endüstrisi, Sinema Ontolojisi.