

SİNEMA VE İLETİŞİM ÇALIŞMALARI

Editör
Beyler YETKİNER

Bilim kurulu

Prof. Dr. H. Hale Künüçen(Başkent Üniversitesi)

Prof. Dr. Suat Gezgin(İstanbul Üniversitesi)

Prof. Dr. Naci ispir (Atatürk Üniversitesi)

Prof. Dr. Adem yılmaz (Atatürk Üniversitesi)

Bu kitabın oluşumunda öneri ve eleştirileri bulunan bilim kurulu üyelerimizezi
müteşkkürüz

Kitapta yer alan çalışmalar, yazar ve yazarlara ait olup telif haklarına konu olabileceğ malî ve hukukî sorumluluğ u yazarlara aittir

© Copyright 2020

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kağıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.

ISBN

978-605-258-849-9

Kitap Adı

Sinema ve İletişim Çalışmaları

Editör

Dr. Öğr. Üyesi Beyler YETKİNER

Yayın Koordinatörü

Yasin Dilmen

Sayfa ve Kapak Tasarımı

Akademisyen Dizgi Ünitesi

Yayıncı Sertifika No

47518

Baskı ve Cilt

Sonçağ Matbaacılık

Bisac Code

BUS007000

DOI

10.37609/akya.1093

GENEL DAĞITIM

Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Halk Sokak 5 / A

Yenişehir / Ankara

Tel: 0312 431 16 33

siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

İÇİNDEKİLER

Dijital Çağda Hacker’lık: Anaakım Filmlerde Hacker Figürünün Temsili	1
Giriş	1
1. Hacker ve Cracker Kavramlarını Tanımlama Çabası	3
2. Sinemada Hacker Figürünün Temsili	10
Sonuç	24
1960–1980 Yılları Arasında Türk Sinemasında Bölge İşletmeciliği	29
Giriş	29
1. Türkiye’de Bölge İşletmeciliği	31
2. Bölge İşletmeciliğinin Sinema Seyircisi Üzerindeki Etkisi	34
3. Finansman Yöntemleri	35
Sonuç	42
“Apocalypto” Filminin Göstergibilimsel Çözümlemesi	47
Giriş	47
1. Gösterge Kavramı ve Göstergibilim	48
2. “Apocalypto” Filminin Göstergibilimsel Analizi	52
Sonuç	72
Yeni Nesil Pazarlama Stratejisi: Fenomen Pazarlaması (Influencer Marketing)	75
Giriş	75
1. Kavramsal Çerçeve	77
2. Metodoloji	84
3. Bulgular ve Yorum	86
Sonuç	93
Yeni Medya Haberciliğinde Habercilik Etik Kodlarının Uygulanmasına Yönelik Bir Değerlendirme	97
Giriş	97
1. Güvenilirliği Etkileyen Haber Değerleri ve Yeni Medya	99
Sonuç	113
Editör ve Yazarlar Hakkında	117

ÖNSÖZ

Filmlerin seyirciyle buluşmasından bugüne sinema sektöründe birçok değişiklik yaşanmıştır. Sinema, günümüzde sadece bir seyir aracı değil, aynı zamanda farklı disiplinleri içinde barındıran bir yapıya dönüşmüştür. Yaşanan değişikliklerle birlikte sinemada türler, anlayışlar, akımlar ve kuramlar ortaya çıkmış ve bu durum birçok ülkeye yayılmıştır. Bu yayılmayla birlikte bir endüstriye dönüşen film sektörü, her kesimden insanın dikkatini çekmiştir. Sinemaya ilginin artmasıyla filmler kimi zaman insanları eğlendiren bir araç kimi zaman da sanat sineması olarak izleyicinin karşısına çıkmaktadır. Bu bağlamda sinemanın ilk dönemlerinde sinemaseverleri eğlendirmek amacıyla panayır ve eğlence mekânları kullanılırken zamanla film izletme mantığı ve yerleri de farklılaşmış geniş mekânlar kullanılmaya başlanmıştır. Sinemada yaşanan bir başka değişim de filmlerle ilgilenen bilim insanlarının yaklaşımında kendisini göstermiştir. Sinemanın edebiyat, felsefe, sosyoloji ve psikoloji gibi diğer disiplinlerle olan yakın ilişkileri neticesinde araştırmacılar farklı yaklaşımları benimsemeye başlamıştır.

Sinema sektörünün gelişmesiyle birlikte sinemada yapım, üretim ve dağıtım gibi unsurlar öne çıkmıştır. Yukarıda söylenenler bağlamında sinemanın ekonomi başta olmak üzere birçok sacayağından oluştuğu ifade edilebilir. Kısaca sinema denildiğinde akıllara yalnızca film izlemek değil bunun arka planı olan ekonomi politik de gelmelidir.

İletişimin bir bütün olduğu mantığıyla yola çıktığımız bu çalışmada öncelik sinemaya verilmiş olmakla birlikte iletişimin diğer alanlarını ilgilendiren araştırmalar da sunulmuştur.

Sinema çalışmalarının yanında haberciliğin özellikle de yeni medyaya yönelik bir çalışmanın ve yine iletişimde yeni uygulanan pazarlama yöntemlerinin kitapta yer alması gerektiğine karar verilmiş ve bu bağlamda kitap oluşturulurken çalışmalar sinema ve iletişim çalışmaları gibi geniş bir çerçeveden siz değerli okuyuculara sunulmuştur.

Elinizdeki kitap toplam 5 bölümden oluşmaktadır. İletişim bilimiyle ilgilenen herkesin okuyacağı şekilde hazırlanan bu kitabın içeriği akademisyenlere, öğrencilere ve iletişime ilgi duyan kişilere yönelik düzenlenmiştir. Bu çalışmanın ilk bölümünde İrfan Hıdıroğlu ve Ferhat Kaçar'ın "Dijital Çağda Hacker'lık: Anaakım Filmlerde Hacker Figürünün Temsili" isimli çalışması yer almaktadır. Sinemada haktivizmin incelendiği çalışmada, hacker kavramına ilişkin tanımlamalar tartışılmaktadır. Ayrıca çalışmada filmlerdeki dijital teknolojik gelişmeler, yeni kavramlar ve makine-insan ilişkileri de irdelenmiştir.

Ahu Gümüşkemer'in yazdığı "1960-1980 Yılları Arasında Türk Sinemasında Bölge İşletmeciliği" adlı çalışmada, Türk sinemasının 1960 ile 1980 yılları arasında yaşadığı dönüşüm ve bölge temsilcilerinin Türk sinemasına etkileri ele alınmıştır. Türkiye'de sinema alanında bölge işletmeciliğinin genel yapısını, bu yapının seyirci üzerindeki etkisini ve finans yapısını mercek altına alan Gümüşkemer, çalışmada günümüz Türk sinemasının bir dönem yaşadığı gelişimi incelemiştir.

"Apocalypto Filminin Göstergebilimsel Çözümlemesi" isimli çalışmayı birlikte kaleme alan Seray Yalçın ile Göktürk Yıldız, sinemada göstergebilim kavramını ve göstergebilimin sinemayla olan ilişkisini değerlendirmiştir. Çalışmada, Christian Metz'in göstergebilim anlayışı ile Arthur Asa Berger'in anlamlandırma yöntemi kapsamında, filminden sekanslar kullanarak üretilen yeni anlamlar irdelenmiştir.

Sibel Yağcı ile Ayça Çekiç Akyol'un birlikte kaleme aldıkları "Yeni Nesil Pazarlama Stratejisi: Fenomen Pazarlaması (Influencer Marketing)" isimli çalışmada, yeni iletişim olanakları ve fenomenlerin birer pazarlama aracı olarak faaliyet göstermelerini ele almışlar. Yazarlar çalışmada seçilen bazı fenomenlerin instagram hesaplarını içerik analizi yöntemiyle incelemiştir.

Kitabın son bölümü ise yeni medyaya ayrılmıştır. "Yeni Medya Haberciliğinde Habercilik Etik Kodlarının Uygulanmasına Yönelik Bir Değerlendirme" isimli çalışmada Tuğba Akdal, geleneksel medyadan dijital ortama geçişte haberin etik kodlarını ele alarak irdlemiştir.

Sinema ve iletişim çalışmaları kitabı farklı üniversitelerde görev yapan değerli hocalarımızın bir ürünüdür. Bu anlamda kitabın şekillenmesinde emeği geçen değerli bilim kurulu hocalarımıza ve kitapta çalışması yer alan yazarlara tek tek teşekkür ederim. İyi okumalar dileğiyle...

Dr. Öğr. Üyesi Beyler Yetkiner/Malatya