

Yeni Medya ve Sanat İlişkisi: Sinemanın Dönüşümü

Hasan Gürkan¹

Öz

Müzeler, sanat galerileri, tiyatro, sinema ve performans sanatları her daim nesnelere oryante edilmektedir ve sunumları gerçekleştirilmektedir. Özellikle, son on yılda sanat çalışmaları alanında kendine yer bulan yeni medya, sanatın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Sanat, geleneksel araçlar ile olduğu kadar yeni medya ile bütünleşerek kendi sunumunu gerçekleştirir. Daha önceki diğer sanat çalışmalarından farklı olarak, yeni medya, sanatı nesnenin odağından alarak daha dinamik ve aşamalar kaydeden bir yapı kazandırdı. Yeni medya ile şekillenen sanat çalışmalarını dinamik, interaktif, değişken olarak sınıflandırmak mümkündür. Bununla birlikte yeni medya, sanat nesnesinin geleneksel kavramlarının nesnelleştirilmesini engellemektedir.

Bu çalışmada amaç; geçtiğimiz on yıl içerisinde sanatın içerisine nüfus eden yeni medya ve sanat ilişkisini tartışmaktır. Yeni Medya Sanatı (New Media Art), Dijital Sanat (Digital Art) ve Medya Sanatı (Media Art) kavramları bu çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Günümüzde sanat, bu tanımlar ile anılmaktadır. Çalışmada bu kavramların birer sanat türü mü yoksa sanat hareketi mi oldukları sorusunun yanıtları örnek çalışmalar üzerinden irdelenmektedir. Bununla birlikte yedinci sanat sinemanın yeni medya araçları ile uğradığı dönüşüm de literatür taraması aracılığıyla tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya Sanatı, Dijital Sanat, Medya Sanatı, Sinema

The Relationship between New Media and Art: The Transformation of Cinema

Abstract

Museums, art galleries, theatre, cinema and performance arts are orientated and presented to the objects. New Media, which has gained a position in the art studies area for ten years, has become an integral part of art. Art has made its own presentation with traditional means in addition to the new media. Apart from other art works, the new media has taken art from the focal point of the object and given it a more dynamic and progressing structure. The art studies shaped by the new media can be classified as more dynamic, interactive, changeable. Furthermore, the new media prevents objectification of traditional notions of the art piece.

The purpose of this study is to discuss the relationship between the art and the new media, which has diffused in art in the last 10 years. New Media Art, Digital Art and Media Art concepts form a basis for this study. Today, these concepts come to mind

¹ Yrd.Doç.Dr., İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi, RTS Bölümü

when art is considered. The study also questions whether or not these notions are art genres or art movements through sample studies. Moreover, the study discusses the transformation of cinema, referred to as the seventh art, as a result of the new media tools through literature review.

Key Words: New Media Art, Digital Art, Media Art, Cinema

Giriş

Yeni Medya Çağında Sinemanın Rolü

Yeni medyaya dair, günümüzde, oldukça fazla söylem bulunuyor. Bloglar, twitter ve facebook hesapları gibi tüm sosyal medya araçlarını yeni medya olarak kabul edenlerin yanı sıra, içinde yaşadığımız dönemi tam anlamı ile bir yeni medya çağı olarak tanımlayanlar da mevcut. Özellikle son birkaç yıldır filmlerin şiddetli bir şekilde değiştiklerini görmek mümkün. Yönetmen David Cronenberg ile yapılan bir söyleşide (An Evening with David Cronenberg, 2015) Cronenberg kendi cep telefonunu göstererek, “bir sonraki filmimi bu cep telefonu ile çekme konusunda tereddüt yaşamam” diyor. Söz konusu bu söylem, hiçbir şekilde abartı içermiyor. İnternet ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, sanat ve kültür alanlarında bizlere konuşma hakkı vermiyor olsa da, bu alanların üretimi ve dağıtımını konularında yeni yollar sunuyor. Büyük bütçeli filmler, dijital sinematografinin bir avantajına tanıklık ediyor ve 3 boyutlu çalışmaların artış göstermesi de, yine sinema alanına farklı katkılar sağlıyor. Ünlü İngiliz film kuramcısı Laura Mulvey (2012: 19-23) Saniyede 24 Kare Ölüm adlı kitabında, dijital teknolojinin ortaya çıkması ile gerçekliğin temsiline yeni bir anlam kazandığını belirtir. Mulvey, yeni teknoloji ile eski sinemaya erişim olanaklarının arttığını; çokanamlılık, bozulmuş saflık, belirsizliğin geleneksel karşıtlıklarını yerinden ettiğinin ve yeni türde bir ontolojinin ortaya çıkmasının da muhtemel olduğunun altını çizer. Yeni medya ile sinemada meydana gelen bu değişim, diğer sanat dallarında da değişimi kaçınılmaz kılmıştır.

Yeni Medya Sanatı, şiddetin ve neredeyse Darwin’in doğal seçim sürecinin² bir ürünüdür. Yeni Medya Sanatının karmaşık zemini, hem başvurduğu alanın belirsiz tanımını hem de kendi stratejilerinin güçsüzlüğüne etki eder. Dijital Sanatın tanımı, dijital medya alanını daraltır ve tüm medya (kitle iletişim) araçlarına uzanır: yazılı basın, radyo, faks, telefon, uydu iletişim sistemleri, video ve televizyon, film, fotoğraf ve bilgisayar, yazılım, internet ve video oyunları. Medya Sanatı ile ilgili olarak açıklama getiren Rudolf Frieling ve Dieter Daniels; bu kavramın “Man Ray³’den Nam June Paik⁴’e kadar uzanan, günümüz internet ve bilgisayar kullanımına kadar giden bir geleneği adreslediğini; Digital Sanatın ise sanat yapmak için ilk olarak bilgisayarların kullanıldığı 60’lı yılların sonlarında başlayan bir hikâyeyi kapsadığını” belirtirler. Bu nedenle dijital sanatın, her tür dijital medya araçları aracılığı ile ürettiğini söylemektedirler. Bu araçları da dijital illüstrasyondan içerik tasarımlarına ve photoshop uygulamalarına, 3D modelleme olarak tanımlarlar. Ayrıca dijital sanat, geleneksel sanatlarla yapılmaktan ziyade daha çok ekstrem (aşırı) sanatlar ile yapılmaktadırlar (akt. Quaranta, 2013: 23-24).

Yeni Medya Sanatı kavramı, medya teknolojilerinin kullanımı ve bu teknolojilerin

2 Darwin, kuramını doğal seçim adını verdiği sürece dayandırmaktadır. Türdeşlerine göre daha faydalı niteliklere/özelliklere sahip canlılar (daha hızlı koşanlar gibi) hayatta kalma sürecinde daha avantajlı duruma geçmektedir; bu vesile ile soyunun devamını sağlayabilmektedir (Encyclopedia Britannica, 2015).

3 Man Ray, 1890-1976 yılları arasında yaşamış, Amerikalı sanatçıdır. Çalışmalarının büyük çoğunluğunu Fransa’da gerçekleştirmiştir. Daha çok Dada ve gerçeküstücü hareketler ile çalışmalarını temellendirmiştir (Herschthal, 2009).

4 Nam June Paik, 1932-2006 yılları arasında yaşamış Kore asıllı Amerikalı bir sanatçıdır. Sanatçı, video sanatının kurucusu olarak kabul edilir ve çok çeşitli araçları kullanarak sanat performansları gerçekleştirmiştir (Danzico ve O’Brein, 2012).

kültürel, politik ve estetik imkânları ile oluşturulduğu projeleri tanımlamak için kullanılır. Yeni medya genel ve belirsiz bir kavram olmakla birlikte genellikle gazetecilik alanında kullanılır. Yeni medya kavramını tanımlayabilmek için, medya kelimesi ile ne kast edildiğine açıklık getirmek gerekmektedir. Lister (2003: 10) medyayı; “İnsanların bir kuruma bağlı olarak çalıştığı (basın, sinema, televizyon yayıncılığı, basım-yayın, vb.) ve bu kurumların kültürel ve ekonomik olarak ürettikleri haber türleri, televizyon dizileri ve filmleri, sinema filmleri, gazeteler, dergiler, vb. her bir ürünü iletişim medyası olarak” tanımlamaktadır. Bu durumda yeni medyadaki fırsatları ve olasılıkları adreslemektedir. Binark (2007: 21) yeni medyanın; geleneksel medyanın dışında, bilgisayar, akıllı cep telefonları, oyun konsolları, İ-pod veya avuç içi veri bankası kayıtçıları (PDA) gibi tüm dijital teknolojilerden oluştuğunu belirtmektedir. Yeni medya ortamları, tümüyle dijital kodlarla üretilen, tüketicinin de artık içerik üretmesine ve ürettiği içerikle ara yüze müdahil olmasına olanak tanıyan ortamlardır. Lev Manovich ise (2001: 19), yeni medya teknolojilerinin kapsamına dikkat çekmektedir. Ona göre, şu ana kadar medyada gelişime olanak sağlamış tüm teknolojik gelişimler kültürel iletişimin (metin, fotoğraf, ses gibi) ya tek bir çeşidini, ya da yalnızca dağıtım, üretim gibi tek bir aşamasını ilgilendirmektedir. Örneğin, matbaanın icadı yazılı metnin dağıtımıyla; fotoğrafın icadı ise durağan görüntülerle ilgilidir. Bilgisayar tabanlı üretim; hem yazılı metin, durağan görüntüler, hareketli görüntüler, ses, mekânsal yapımlar gibi her çeşit medyayı kapsamaktadır; hem de dağıtım, stoklama, üretme gibi iletişimin her aşamasında etkili olmaktadır. Yeni Medya teknolojik, kurumsal ve kültürel değişimin bir sonucudur. Yeni medya bu nedenle radikal bir değişimi kasteder. Yeni medya geniş çaplı toplumsal ve kültürel değişimin bir parçasıdır. Lister (2003: 10) yeni medya ile şu değişimlerin şekillendiğini belirtir:

“Moderniteden postmoderniteye doğru bir değişim; küreselleşmenin şiddetli süreçleri; Batı’da eski ile yenin yer değiştirmesi; post-endüstriyel bilgi çağı tarafından endüstriyel çağın değişimi; belirlenmiş olan jeopolitik sınırların merkezsizleşmesi...”

Bu perspektifte yeni medya bu nedenle toplumsal, kültürel ve teknolojik alanlarda meydana gelen değişimin bir parçası olarak durmaktadır. Yeni medya ayrıca üretimin, eğitim fırsatlarının, yeni yaratıcı ve iletişim ufuklarının ideolojilerini de sunar (Lister, 2003). 1990’lı yıllardan bu yana, yeni medyanın politik, ideolojik ve sanatsal faaliyetleri etkilediğini söylemek mümkündür. Yeni medya, farklı fenomenlerin geniş alanlarını destekleyen, değiştiren ve belirleyen kültürel ve ideolojik gerekliliklerin de geniş bir ifadesidir (Best ve Kellner, 2001; Couldry ve Curran, 2003).

Yeni medya ekseninde sanat dallarının durumu da değişiklik gösterir. Örneğin sinema, farklı dağıtım kanalları üzerinden gelen film yapım pratiklerinin tümünün kolektif ismidir. Bu, yeni medya aracı olarak internetin, videonun, televizyon yayıncılığının da dahil edilmesi anlamına gelmektedir. Bu nedenle sinema terimi, özel bir grup ya da kurumun birleşmiş sinematik gayretlerini tanımlamak için kullanılmaktadır. Günümüzde sinema, kitle iletişim eğlencesinin sayısız biçimlerinden biridir. İletişim teknolojisi devrimi, küresel pazarın bilgi ve üretim akışının artması ile desteklenmektedir.

Lister (2013: 12) yeni medya ve sinema arasındaki ilişkinin somut bir analizini sunar. Bu analiz, sinemanın yeni medya alanı içerisinde tartışılmasını sağlayan anahtar öğeleri de taşır. Bu anahtar öğeleri Lister şu şekilde sıralar:

- Sinemadaki yeni metinsel deneyimler, yeni türler, metinsel biçimler, eğlence, haz ve medya tüketiminin kalıpları
- Dünyanın sunumunun yeni yolları,
- Konular (kullanıcılar ve tüketiciler) ve medya teknolojileri arasındaki yeni ilişkiler,
- Kimlikli ve topluluklar arasındaki ilişkilerin yeni deneyimleri,
- Biyolojik vücudun yeni içeriklerinin teknolojik araçlarla olan ilişkisi,
- Kurumun ve ürünün yeni kalıpları

Lister (2013: 13) bu alanlarının tümünün bilgisayar destekli iletişim, dağıtımın ve tüketimin yeni yolları, görsel gerçeklik ve geleneksel medyanın tümünün dönüşümünü içerdiğini söyler.

1. Ulusötesi Sinema ve Küreselleşme

Ulusötesilik, dünyadaki ulus-devletlerin sınırlarını aşarak kişilerin ve kurumların iç içe geçen bağlarının önem kazanma sürecini ifade etmektedir. Ulusötesilik çalışmaları ulus-devletlerin ötesinde oluşan ekonomik, kültürel ve siyasi, sosyokültürel bağların oluşumuna bakar ve ulus-devletlerle bu bağların birlikte olduğunu savunur. Ulusötesi bağlar, bireylerin kimliklerinin tek bir ülkeye bağlı kalmadan oluşmasına ve kültürel, dini, etnik, faaliyetlerde bulunarak farklı ülkeler arasında köprü olmalarına yol açmaktadır (Özku, 2012: 485).

Ulusötesi alanlarda iki unsurun ön plana çıktığını vurgulayan Şahin (2010: 71), bu unsurların kimlik ve aidiyet olduğuna dikkat çekmektedir. İki ülke arasında iletişim ve ulaşım teknolojileriyle ekonomik ve kültürel bağları kaplayan sosyal ilişkilerin devam etmesi, kimlik ve aidiyetle ilgilidir. Ulusötesi kimlik, vatandaşlık, politik katılım, mekân kimliği, bireylerin kurdukları sivil toplum örgütleri ve dernekler, ulusötesi medya gibi konular ulusötesicilik konusunda yapılan çok sayıdaki araştırmalarda ulusötesi kimlik ve aidiyet bağlamında araştırılmaktadır. Günümüzde teknolojik gelişmeler, iletişim ve ulaşımındaki kolaylıklar, insanların yaşayış biçimlerini derinden etkilemektedir (Vertovec, 2004: 970). Ulusötesilik, bu gelişmelerle, insanların eskisinden farklı olarak yeni bir toplumsal düzeni oluşturduklarına işaret etmektedir. Bu toplumsal düzen çok yönlü toplumsal ilişkileri oluşturmakta, insanların yaşamlarının sadece içerisinde yaşadıkları ülkenin yerel ya da ulusal kültürü ile sınırlı olmadığını göstermektedir (Schiller vd., 1995: 51). Bu küresel hareketlilik insanlar için yeni sosyal bir alanın oluşumuna işaret etmektedir. Bu alan birden çok hayatlar yaşayan, birden fazla dil konuşan, birden fazla ülkede evleri olan ve ulus sınırları aşırı düzenli sürekli kontaklar sayesinde geçimini sağlayan, sayıları da gün geçtikçe artan insanlardan oluşmaktadır (Portes vd., 1999: 217).

Ezra ve Rowden (2006: 1) ulusötesi sinemanın küreselleşme sürecinin yanı sıra üçüncü dünya ülkeleri ve koloni ülkelerinin film yapımcılarının mevcut hegemonik düzene karşı verdikleri tepkileri dile getirme olarak tanımlamaktadırlar. Ulusötesilik kavramının uluslar ötesinde insanlar ya da kurumlar ile ilişki içerisinde olan küresel güçler olarak anlaşılabilceğine vurgu yapan Ezra ve Rowden (2006), bu durumun dünya ve sinema arasında bir ortaklık süreci oluşturduğuna dikkat çekerler. Bunlardan ilki; internet, edebiyat, televizyon ve yeni medyanın diğer birçok biçimi gibi çok çeşitli kitle iletişim araçları üzerinden eklenmektedir. Deborah Shaw (2013: 50) da ulusötesi sinema ile ilgili hazırladığı kapsamlı ve açıklayıcı çalışmasında, hemen her filmin ulusötesi

öğeler taşıdığına dikkat çekmektedir. Shaw, bu filmlerin hem uluslararası arenada tanıtımlarının yapıldığını hem de Hollywood film yapımcılarının aksine küresel pazardan ayrıştırıldıklarını ve marjinal olarak kabul edildiklerini belirtmektedir.

Ulusötesilik kavramının, her alanda olduğu gibi yedinci sanat sinemayı da etkilediği tartışmasız bir gerçektir. Özellikle 1960 yılında ilk uydunun fırlatıldığından bu yana, dünyanın iletişim sistemi önemli ölçüde değişti; Marshall McLuhan'ın dünyanın küresel bir köy haline geldiği söyleminin dünyanın tüm noktalarının birleşerek birbirilerine yakın hale gelmesi durumu da bu şekilde gerçekleşmiş oldu. Küreselleşme ve ulusötesi sinema kavramları arasında doğrudan bir ilişki söz konusudur. Küreselleşme fikri, ulusötesi sınırların kalkması ve ulusların, kültürlerin, kimliklerin, ekonomilerin birleşmesi olarak tanımlanır. Bunun nedeni; küreselleşme kavramının dünyada bir benzeşmeye, aynılaşmaya vurgu yapmasından gelmektedir. Samir Amin'in (1997: 25) de belirttiği üzere, küreselleşme "genel olarak çağdaş toplumların dünya ölçeğindeki karşılıklı bağımlılığı" olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda küreselleşme süreci ile dünya çapında tek bir dünya devleti kurulması hedeflenmekte; güçsüz ve geri kalmış ülkelerin güçlü ülkelere olan bağımlılığının da artırılması amaçlanmaktadır. Barker (1997), küreselleşmenin ekonomik bir fenomen olmasının yanı sıra kültürel bir fenomen olduğuna da dikkat çeker ve kültürel kimliklerin dünya üzerindeki temsillerinin bir adlandırılışı olarak tanımlar. Lopez (2000) Facing Up Hollywood adlı makalesinde, küreselleşmenin ulusötesi sinemanın doğasına vermiş olduğu etkilerden bahseder. 1970'lerle birlikte ekonomik ve kültürel dinamiklerde meydana gelen değişim ve gelişmelerin artışının, bir takım şirketlerin kendi ürünlerini tüm dünyaya sunma fırsatı yakalama şansı elde ettiklerini belirten Lopez, teknolojik transferlerin de küreselleşmeye etki ettiğinin altını çizer. Teknolojinin gelişmesi beraberinde uluslararasıdaki sınırları ortadan kaldırarak bilgi akışına da hız kazandırır.

Dünya sinema endüstrisinde Hollywood egemenliği, klasik Hollywood stüdyoları tarafından düzenlenen endüstriyel ilkelerin izinden gitmektedir. Film yapımı, endüstriyel bir model ile organize edilmiştir. Bu model ile izleyici payını garantiye almak için kitlesel üretilmiş ürün hedef alınmaktadır ve bu sebepten önemli şekilde kazanç-fayda sağlamaktadır (Kellner, 1999: 205). Üretim, dağıtımın ve sergilemenin endüstriyel ilkeleri, stüdyo sistemi tarafından pekiştirilmektedir. Stüdyolar bu endüstriyel ilkeleri kontrol etmeye ve şirketlere maksimum fayda sağlamaya çalışmaktadır. Bu ilkelerin dikey birleşimi, sinemanın başlangıcından bu yana girişimlerde bulunmaktadır. Öncelikle Hollywood sineması, kesin kuralları olan estetik ve sanayi sistemi; uyulması gereken dilbilgisi kuralları ya da solfej kuralları gibidir. Ama bu standart yapının içerisinde, tekrarcı estetik ve ticaret kurallarının içerisinde, her defasında belli özgün sanat yapıtları yaratılmaktadır. Motion Picture Patents Company'nin 1915 yılındaki tekelliliğe karşı vermiş olduğu mücadeleye rağmen, Hollywood'da finans kaynaklı film şirketleri, şirket evlilikleri ve şirket alımları yoluyla dikey birleşimli şirketleri inşa etmek için yollar aradılar (Cook & Bernink, 1999: 4-7). 1920'lerde stüdyo sistemi kesin olarak karşılık buldu. Stüdyoların sadece popüler aktörleri kiralamak gibi bir amacı yoktu (Kellner, 1999: 207), aynı zamanda en iyi senaristleri, yönetmenleri ve görüntü yönetmenlerini de kiralyorlardı (Cook & Bernink, 1999). 1940'lı yıllarda Hollywood'u yöneten başlıca stüdyolar; Paramount, Fox Film, Warner Bros. ve RKO şirketleriydi. Bu stüdyolar ayrıca daha küçük 3 firma (Columbia, Universal ve United Artists) ile "büyük beşli" olarak adlandırılıyordu ve bu dönemde sinemanın gösterimi, dağıtımını ve üretimini ellerinde bulunduruyorlardı (Gomery, 2003: 247). Bunlardan en önemlileri,

dağıtım ve gösterimdi çünkü bu, stüdyoların kendi güç mevkilerini oluşturmalarını sağlıyordu. Stüdyo sistemi, sabit ifadelerden oluşan tür filmlerini üretmiştir ve bu filmleri popülerleştirerek geniş izleyici kitleleri tarafından da izlenmesine olanak sağlamaktadır. Daha 20. yy başında, Hollywood sinemasında standartlaşma öyle bir noktaya gelmiştir ki, Ford'un fabrikalarındaki araba üretimi gibi zincirleme film yapan büyük yapım stüdyoları (majors) doğmuştur. 1930 yıllarında, Paramount, Metro-Goldwyn-Mayer, Universal, Warner Bros., 20th Century Fox gibi stüdyolarda haftada 2 film yapılacak şekilde bir iş bölümü ve uzlaşma vardır. Sadece 1917 yılında, Paramount yapım şirketi, 120 önemli uzun metrajlı film gerçekleştirmiştir. Bu zincirleme üretimden dolayı, Paramount bir "sosis fabrikası" olarak anılmıştır (Gönen, 2006: 30).

Bu bağlamda Lopez (2000), küreselleşme süreci ile birlikte kuramsal olarak ABD'nin bir parçası olan Hollywood'da bir takım uluslararası firmalar tarafından sinema filmlerinin üretildiğini; ancak bir kısmının ise Amerika temelli üretilmediğine dikkat çeker. Bu durumu Lopez (2000: 334), küreselleşme döneminin ulusal sinemaları daha faydacı (pragmatik) hale getirdiği şeklinde yorumlamaktadır. Kültürel değerlerin hızlanması ve transferi, tüm müzik, moda, yemek gibi öğelerde aynılaştır ve bu "küresel tatlar" kisvesi altında dünyadaki tüm tüketicilere sunulur.

Günümüzde bilgisayarın ve yeni iletişim teknolojilerinin her ortamdaki etkisi, sinemada da kendisini göstermektedir. Sayısal kamera çekiminden sayısal kurgu ve görüntü düzenlemeye, özel efektlerden sayısal karakterler yaratmaya kadar pek çok özellik sinemaya hakim duruma gelmiş durumdadır. Bilgisayar teknolojisinin kullanımı ile çok pahalıya mal olabilecek filmler, çok daha ucuza mal edilmektedir. Pek çok sahne bilgisayar ile tasarlanmakta, maliyet müthiş bir derecede düşürülebilmektedir. Bunun yanı sıra zamansal açıdan da bir kar söz konusudur. Doğrusal kurgunun yerini doğrusal olmayan kurgu almış ve bu anlamda müthiş bir hız kazanılmıştır. Sinemadaki bu teknik dönüşüm, içeriği de etkilemiştir (Öğüt, 2005: 6). Küreselleşme, yeni iletişim teknolojilerindeki değişim ve ilerleme, ulusötesi sinema kavramını beslediği gibi, genel olarak bu değişim ve ilerlemeler sinemanın evrimleşmesini de beraberinde getirmektedir.

2. Yeni Medya Eğlenceleri ve Sinema

İnternetin doğası ve yeni iletişim teknolojilerinin yaygın sınırları, sinema ürünleri için yeni estetik bir dil oluşturmaktadır. Yeni medya eğlenceleri; İnternet, CD-ROM ve DVD gibi yeni medya dağıtım alanları için oluşturulan bir eğlencedir. Bu yeni dağıtım alanları, sinema ürünlerinin yeniden icadı kadar bir takım sınırlılıklar sunar. Niemand (2003: 100-110) Reinventing Cinema: A Perspective on the Implications of the Internet on the Cinema Industry adlı çalışmasında, yeni medya eğlencelerini kısa filmler, webisodes, bir dakikalık filmler, etkileşim başlıkları altında toplamaktadır:

2.1. Kısa Filmler

Kısa filmler, 60 dakikadan daha kısa olan filmlere ve video çekimlerine denir. Genellikle kısa filmler öğrenciler ya da bağımsız film yapımcıları tarafından ticari amaçlardan tamamen uzak, bir "ilk" proje olma özelliği taşırlar. Kısa filmlerin sıklıkla dünya çapındaki festivallerde gösterimi gerçekleşir. Bu festivallerden en büyük olanları ABD'deki Sundance Film (www.sundance.org), Fransa'daki Clermont Ferrand (www.clermont-ferrand.fr)

clermont-filmfest.com) ve Almanya'daki Oberhausen Short Film (www.kurzfilmtage.de) festivalleridir.

Çok sayıda film yapımcısı, sanatı ve film yapım süreçlerini kısa filmler çekerek öğrenmekte ve hâkim olmaktadır. Yeni dijital teknolojilerin gelişmesi, kısa filmlerin üretiminde artış yaşanmasını sağlamıştır. Dijital kameralar, resme ve sese yüksek bir kalite sunar. Üretim sonrası aşama (post-production/kurgu süreci) daha çok uygulanabilir yazılım ve donanım ile kişisel bilgisayarlar aracılığı ile gerçekleşir. Film yapımcıları, çektikleri görüntüleri kurgulamak için yüksek bütçeli yazılımlara ihtiyaç duymazlar. Bu nedenle yeni dijital teknolojiler, çoğu film yapımcısı ve sanatçısına az bütçeli, büyük ekiple ve büyük stüdyolar tarafından üretilmeyen filmleri çekme imkânı sunmaktadır.

İnternette, kısa film türü, kendine ciddi bir yer edinmiştir. Film yapımcıları, filmleri dijital formatlarda üretirler ve 1998 yılından bu yana internette bulunan birçok online film festivalinde gösteriminin gerçekleşmesini sağlarlar (www.filmfestivals.com). İnternetteki kısa filmler çoğunlukla 10 dakikadan kısadır. Sanatçılar, bağımsız film yapımcıları ve Hollywood stüdyoları; film ve yeni medya eğlencesi ile interneti kullanarak yeni bir platform oluşturmaktadırlar.

2.2. Webisodes⁵

Webisode'ler ya da epizotlar; aynı karaktere sahip internet filminin bölümlerini akla getirir. Televizyon durum komedilerinin ya da dizilerinin bölümlerini andırır. Bu webisode'ler, yeni bölümlerle düzenli olarak yenilenen ve bölümlerin tüm dizilerini sunan web sitelerinde yayınlanır.

2.3. Bir dakikalık filmler (one-minute films)

Bir dakikalık filmler 60 saniye uzunluğundaki filmlere verilen addır. İnternette 60 saniye uzunluğundaki filmlerin birkaçına örnek olarak; Dazed and Confused (ABD, 1993) uluslararası bir grup film yapımcısının, müzisyenin, yazarın, tasarımcının ve sanatçının bir araya gelerek ürettikleri bir filmidir. Bu ve benzeri kısa film projeleri, film yapımcılarının film konularını ve biçimlerini geliştirmeleri konusunda destekleri olmuştur. Bu film projeleri bir bütünlük olarak dağıtılmakta ve izlenmektedir. İnternette kısa filmlerin gösterimi, sınırlı mevcut bant genişliğinin bir sonucudur. Ancak bu, film yapımcılarının yaratıcı, yenilikçi ve deneysel işler çıkarmaları açısından da fırsatlar sunar.

2.4. Etkileşim (interactivity)

LaPlante ve Seidner (1999: 230) etkileşim (interactivity) kavramının çift yönlü olduğunun altını çizmektedirler. Nesnelere ya da olayların karşılıklı, birbirlerini etkilemeleri sonucu etkileşimden bahsedileceğini belirten LaPlante ve Seidner, insanın olduğu her yerde etkileşimden bahsetmenin mümkün olduğuna vurgu yapmaktadırlar. Yeni medya eğlenceleri açısından etkileşim, kontrol altına alma ile ilişkilidir. Film ve

5 Türkçeye "internet tabanlı bir filmin bir bölümü" şeklinde çevirmek mümkündür. Daha fazla fikir sahibi olmak için örneğin <http://www.amctv.com/the-walking-dead/videos/the-walking-dead-webisodes-4-neighborly-advice> adresini ziyaret edebilirsiniz. (Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2015)

televizyon gibi geleneksel iletişim araçlarında ve eğlencenin tek yönlü biçimlerinde, bir kişi ya da kişiler (izleyiciler-audiences) kontrol altındadır; bir diğer kişi (iletişim uzmanı; mesajı belirleyen ve kodlayan kişiler) ise neyin, hangi sırayla görüleceğini belirler. Bununla birlikte etkileşim oyunlarda da önemli rol oynamaktadır. Daha önce, bilgisayar oyunları endüstrisi, niş bir pazardı ve hedef kitlesi yeni yetme erkek çocuklarıydı. Ancak zamanla bilgisayar temelli oyunların hedef kitlesi daha geniş kitleler haline geldi (LaPlante ve Seidner, 1999). Yeni medya eğlencelerindeki çoğu projenin odak noktası, oyunlaştırılmış doğalara odaklanmış olmalarıdır.

2.4.1. Oyunlaştırılmış Anlatıya Sahip Web Ürünleri (game-like narrative web productions)

Oyunlaştırılmış anlatıya sahip web portalları, sinemanın da dahil edilmesi ile gerçekleşir. Bu tarz ürünlerde, izler kitle, yaratıcı sürecin içerisinde dahil edilirler. www.dfilm.com portalı; karakterler, olay örgüsü, diyaloglar ve müzik gibi öğeler ile izler kitleyi kısa film oluşturma sürecine dahil etmektedirler. İzler kitle (audience) bu web sitesinde (www.dfilm.com) öğeleri kullanarak kısa film üretebilir ve bu filmi arkadaşına elektronik posta yolu ile gönderebilir. Benzer şekilde Fransız web sitesi olan www.banja.com da bir oyun tasarlayarak anlatı deneyimi sunar.

Etkileşim, insanlar arasında iletişim ya da etkileşimi de uygular. İnternet, iletişim amaçlı kurulmuştur. Online (çevrimiçi) gruplar, internet karakterinin merkezindedir. Online sohbet odaları ve grupları insanları benzer fikirler, zevkler ve bilgileri paylaşmak için bir araya getirirler.

2.4.2. Multimedya Ürünleri

Multimedya ürünleri, kullanıcıların farklı nesnelere ve bilgileri karşılaşmasına imkan sağlayan işitsel, video ve metinleri içeren ürünlerdir. Bir web sitenin Sidney Opera binasının sanal (gerçek olmayan) bir turuna yer vermesini buna örnek gösterebiliriz. Söz konusu web portalı, insanlara bilgi ve haritalar sunarak onlara 360 derece fotoğrafik bakış açıları sunar (www.soh.nsw.gov.au/virtual_tour/vrtour2.html). Bir başka web sitesi www.louvre.fr/louvre Fransa'daki Louvre sanat müzesinin gerçek olmayan bir turuna katılma imkanı sunar. Kullanıcılar 360 derece fotoğrafik görüş açısı ile müzenin her bir alanını santim santim gezme ve deneyimleme imkânı bulurlar. Bu örnekler, yeni medya eğlenceleri için yeni estetik yaratımlara ne derece etkileşim sağlandığını göstermektedir. Etkileşim, kuralları yeniden yazar ve geleneksel eğlencenin sanılarına meydan okur. Etkileşim, kullanıcıların birer üretici olmalarını ve kendilerini yeni medya eğlencelerine karşı kontrol edebilme imkanı da sunar. Etkileşim ayrıca insanlara yeni yollar yaratarak, kişilerin bir başka kişi ile etkileşimde bulunmasını; yeni eğlence pazarlarına girebilmesini ve yeni eğlence yollarını keşfetme imkanı da sunar.

2.4.3. Animasyon, Flash Animasyon ve Animasyonlar

İnternet, animasyon için popüler bir dağıtım alanı oldu ve özellikle de kısa film özelliklerinde üretilen animasyon filmlerin dağıtımında ideal bir araç haline geldi. İnternetin animasyon piyasasında yükselişe geçmesinin bir nedeni, animasyon işlemlerini hızlandıran bilgisayar yazılımlarının gelişmesidir. Animasyonu Chapman ve Chapman (2000: 348) şu şekilde tanımlamaktadır: "Bir zaman içerisinde hareketli resimlerin yaratımı". Bu tanım, aynı zamanda aynı şekilde üretilen sekanslar anlamına

da gelmektedir. 20. yy. boyunca animasyon eğlence, propaganda, reklam, eğitim ve sanat amaçlı kullanıldı. Yüzyılın sonlarında ise video sanatında kendisine yer buldu ve daha sonra da World Wide Web (www)'da ve multimedya sunumlarda animasyona sıklıkla rastlanır oldu. Chapman ve Chapman (2000: 349) animasyonu “canlandırma, yaşamın canlandırılması” olarak tanımlamaktadırlar. Geleneksel 2 boyutlu animasyon, cell animation işlemini geliştirdi. Cell animation, hücreleri ya da katmanları içeren animasyonlardır. Örneğin Walt Disney; Snow White and the Seven Dwarfs (1937) Bambi (1942) ve Beauty and the Beast (1991) gibi yapımlarla cell animation özelliklerine sahip bir kurumdur. Bununla birlikte 2 boyutlu animasyonun devamı niteliğinde olan 3 boyutlu ya da stop animasyon denilen bir başka animasyon türü de mevcuttur. Gelişen teknoloji, 3 boyutlu animasyonun da gelişmesini sağlamıştır. Objelerin, mekanların ve efektlerin bilgisayar ortamında üretildiği 3 boyutlu animasyon sisteminde, sistem matematiksel olarak tanımlanarak oluşturulmakta ve hareket ettirilmesi sağlanmaktadır. Özel efektlerde ve simülasyonlarda da tercih edilen bu teknik, modelleme, dokulama, iskelet yaratımı gibi birçok aşamadan oluşur ve her bir aşaması ayrı bir uzmanlık alanıdır. Stop animasyona örnek olarak Tim Burton'un Nightmare Before Christmas (1993) gösterilebilir. Animasyon piyasasının gelişmesinde Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Aardman stüdyolarının yanı sıra, Sovyetler Birliği ve Çekoslovakya gibi ülkelerin de büyük katkılarının olduğunu söylemek mümkündür. 1990'lı yıllar ile birlikte Aardman stüdyolarından Wallace and Grommit (1992-2002) ve Chicken Run (2000) gibi yapımlar, animasyon sektörünün gelişimine önyak olan yapımlardır.

1990'lı yıllarda bilgisayar teknolojilerinde yaşanan değişimler ve gelişimler, bilgisayar temelli üretilen animasyon filmlerin gelişimini de sağlamıştır. Pixar stüdyoları Toy Story (1995) ve Monster (2001) gibi filmlere imza attı. Bu filmlerle animasyon alanında yeni bir dönemin başladığını söylemek mümkündür. Flash animasyon ise, vektörel grafiklerle animasyonlar hazırlayabileceğiniz, bu animasyonların birbirleriyle etkileşmesini sağlayabileceğiniz, veritabanları ile asp, php ve cgi gibi script dillerinin yardımıyla haberleşebileceğiniz bir web sayfası nesne geliştirilmesi suretiyle oluşturulan animasyon türüdür. Animasyon ise, Macromedia Flash aracılığı ile üretilen ve animasyonun estetik bir biçimini adresleyen bir animasyon türüdür. Bir yeni medya aracı olarak internet, animasyonların dağıtımında oldukça önemli bir yerde durmaktadır. İnternetteki animasyonlar, çocukların eğlenceleri ve çok yönlü sanat arasındaki sınırları kesiştirir. İnternet, üretilen filmleri değiştirir. İnternet, film yapımcılarının kendilerini ifade edebilecekleri bir ortam yaratma anlamında da önemli bir yerde durmaktadır. İnternet sayesinde yeni dağıtım kanalları oluşmaktadır. Hernandez ve Kaufman'a göre (2001) tüketici daha fazla seçenek ister ve ne/ne zaman istediklerinin de daha fazlasını isterler. Yani aslında bu durum, tüketici tarafında daha fazla eğlencenin istenmesi ve tüketilmesi anlamına gelmektedir. Yeni medya eğlenceleri, sayısı durmadan artan web siteleri ile gelişim göstermekte ve popüleriteleri de artış göstermektedir. Bu yeni web siteleri, film yapımcılarına ürettikleri işleri sunma/sergileme imkânı sunmakta ve onlara yeni kanallar açmaktadır.

3. Yeni Bir Sinema Mümkün mü?

Sinema var olduğu günden bu yana, çoğu zaman farklı zamanlarda ve farklı mekânlarda manifestolarla bezenmiştir. Manifestolar, sinema tarihinde büyük uyanışları beraberinde getiren yol göstericilerdir. Avrupa, Kuzey ve Güney Amerika ve Sovyetler Birliği'ndeki

belli başlı sanat akımları ve ulusal sinema hareketleri; toplumsal sözleşmeler ve bir grup sinema eleştirmeni ve yönetmen tanımlamalarıyla hayat bulmuştur. Biryıldız ve Erus (2007: 19); Fernando Solanas, Octavio Getino, Julio Garcia Espinosa gibi yönetmenlerin devrimci mücadele içerisinde mücadeleye destek olacak bir sinemanın teorisini oluşturma çabaları ve yayınladıkları manifesto ile üçüncü sinema kavramını oluşturduklarını belirtmektedirler. 1960'lardan bu yana dünya sinemasında önemli bir tür olarak kabul gören ve sahip olduğu ideoloji ile her daim birinci sinemanın (Hollywood-dominant sinema) karşısında duran üçüncü sinema, Hollywood'un pasif izleyici yaratma durumuna karşı izleyicinin aktive edileceği bir sinema anlayışı üzerine kurulmuştur. Bu teori çerçevesinde, Amerika'nın eğlenceye dayalı sineması ve Avrupa'nın birey odaklı sineması zararlı görülmüş; yeni bir alternatifi yaratılması için çaba harcanmıştır. Sinemayı toplumsal mücadelenin bir parçası olarak gören Üçüncü Sinemacılar diğer iki türü, toplumsal mücadeleyi işlevsizleştiren yönleri olduğu gerekçesiyle eleştirmişlerdir. Bunların yerine devrimci mücadeleye katkı sunan, militan sinemayı savunan yönetmenler, teorileriyle tutarlı çalışmalar ortaya koymuşlardır. Fernando Solanas, Octavio Getino, Julio Garcia Espinosa gibi yönetmenler bu türün başlıca temsilcileridir.

Bir diğer manifesto ile hayat bulan sinema hareketi ise, yine 1960 yılında Yeni Amerikan Sineması Topluluğu tarafından yayımlanan bir manifestoyla resmileşen Yeni Amerikan Sineması Hareketidir. Bu hareket, New York Okulu veya underground sinema (yeraltı sineması) olarak da bilinmektedir. 1960'tan itibaren Amerikan Sineması'nda köklü değişikliklere yol açan bu yaklaşım, evrensel gençlik hareketinin bir parçası olarak bütünüyle Hollywood karşıtı bir sinemayı amaçlamıştır. New York ve San Francisco'daki bağımsız film yapım hareketlerini nitelemek amacıyla ilk kez Stan VanDerBeek tarafından kullanılmıştır (Hayward, 2006: 479).

Sinema tarihindeki bir diğer manifesto ise, geleneksel sinemaya karşı çıkan Vertov'un Sinema-Göz kuramıdır. Bu anlayışta, sanat için sanat anlayışına karşı çıkılırken, diğer yandan da sinemanın salt propaganda aracı olarak kullanılması reddedilmektedir (Vincenti, 1993: 39).

Sinema tarihinde oldukça önemli bir yere sahip bir diğer sinema manifestosu ise, 1995 yılında Danimarkalı yönetmenler Lars Von Trier ve Thomas Vinterberg tarafından ortaya atılan Dogma manifestosudur. Bu manifestoda sinema filmlerinin genel özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır (Stevenson, 2005): Çekimler stüdyo dışında yapılmalıdır. Sahne donanımı ve setler içeri taşınmamalıdır. Ses, kesinlikle görüntülerden ayrı olarak üretilmemelidir. Kamera, elde taşınıyor olmalıdır. Elde taşınan kamera ile elde edilecek hareketlilik ya da hareketsizlikler serbesttir. Film, renkli olmalıdır. Özel ışıklandırma kullanılamaz. Optik numaralar ve filtreler kesinlikle yasaktır. Film, gelişigüzel aksiyon içermemelidir. Zamansal ve coğrafi yabancılaştırmalar yasaktır. Tür filmleri kabul edilemez. Film formatı 35 mm olmalıdır. Yönetmen, jenerikte belirtilmemelidir.

Manifestolarla sinema hareketleri, sinema tarihinden itibaren olagelen bir süreçtir. Bu manifestoların sayısını artırmak mümkündür. Tüm dünyada manifestolarla sinema hareketlerinin yanı sıra Türkiye'de ise "Genç Sinema" ile "Ulusal Sinema" adına yayınlanmış manifesto ve makaleler bulunmaktadır. Bu gönüllü hareketler, 'örgütlü, planlı ve organize' az sayıdaki çalışmalardır.

İletişim teknolojilerinin gelişmesi ile sinema manifestoları yeni medya alanına da uyarlanmıştır. 20. yy'ın son çeyreğine dek sinemada gerçeklik, sinemada anlatı, sinemada görüntü gibi konular üzerinden ilerleyen manifestolar, milenyum çağı ile birlikte kendilerini yeni medya ile ifade eder duruma gelmişlerdir. Bu manifestolara örnek olarak ise Plugin Manifestosu: Alternatif Bir Manifesto (1999), Vogma Manifestosu (video blog-2000), Dogma 2001: İnternet Sineması için Manifesto gibilerini saymak mümkündür. Örneğin Plugin Manifestosu'nda (Gülbey, 2011: 103-108); bilgisayarlardaki ve ağdaki filmlerin sinemadaki ve televizyondaki filmlerden farklı olduğu belirtilmektedir. Manifestoda ayrıca bilgisayardaki ve ağdaki filmlerin sadece veri iletimi yerine yazılım uygulamaları olabileceğine de dikkat çekilmektedir. Kolaylığın ve etkileşimin bilgisayar ve ağlarda kullanılmak üzere yapılmış yazılım uygulamalarının önemli yönlerinin önemine vurgu yapan manifesto; videonun bilgisayar ve ağ uygulamalarındaki gerçek yerine daha yeni bakılmaya başlandığını da belirtmektedir. Vogma Manifestosu ise (Gülbey, 2011: 111); bir "vog"⁶un transfer edilen datalarla uyum sağladığını, kişisel olduğunu, mevcut teknolojiyi⁷ kullandığını, yazılabilir video ve ses ile deneyler yapıldığını, bir mac (macintosh) ve bir modemi olan Dziga Vertov⁸ olduğunu belirtir. Dogma 2001 ise (Gülbey, 2011: 119-121); bir internet sineması önerir. Bu sinemada toplam süre 5 dakikayı geçmemeli, ilginç bir şeyler 10 saniye içerisinde oluşmalıdır. En sık kullanılan 4 eklenti programının (Flash, Real Player, Windows Media Player, Quick Time) kullanılması gerekir. Filmler indirilebilir ve ebatları 320x240 ve 640x480 arasında olmalıdır. Başkalarını filmin sayfasına yönlendiren bir URL olması gerekir ve filmin sonundaki jenerik tek çerçeve olmalıdır. Ayrıca filmin sonundaki jenerik tek çerçeve olmalı ve jeneriğe de bir elektronik posta adresi konmalıdır.

Lev Manovich, Soft-Cinema adını verdiği projesinde, önceden kaydedilmiş video parçacıkları, ses kayıtları ve çeşitli görselleri bir veri tabanında toplayarak, kullanıcıya bir ara yüz sunmaktadır. Bu ara yüz sayesinde kullanıcı, veri tabanında meta-datalar ile tanımlı ortam parçacıklarını, kendi istekleri doğrultusunda bir araya getirebilmekte ve kendi filmlerini yapabilmektedirler. Projenin bir başka özelliği de rastgele bir film oluşturulabiliyor olmasıdır. Söz gelimi kullanıcı "korkunç" bir sahne istediğinde, ara yüzle konuyla ilgili verileri girerek, yazılımın kendi kendine "korku verici" bir sahne oluşturmasını sağlamaktadır. Sonuç olarak sinemanın 1900'lü yılların başından itibaren, bugün yeni medyanın parçası olmak için geçirdiği evreleri değerlendirdiğimizde teknolojinin oldukça önemli bir rol oynadığı görülmektedir (Öğüt, 2015: 8).

Bu bağlamda sinemanın yeni medya ile dönüşümü de mümkün kılınmaktadır. Sinemada yeni arayışlar⁹ içerisine giren film yapımcıları, yeni medyanın ürettiği yeni biçimlerle sinematik anlatım tekniklerini kullanmaktadır. Yeni anlatım teknikleri yeni kültürel olgular yaratabilir, yeni iletim kanalları açabilir.

6 "Vog"dan video blog kastedilmektedir.

7 Bu özellik, dönemin mevcut ve gelişen teknolojisi ne ise film yapımcıları da otomatikman bu teknolojilerden yararlanacak anlamına gelecektir. Bu durumda aslında teknoloji değişikçe ve gelişikçe, film yapımcılarının voglarında da bir değişim/evrim söz konusu olacaktır (y.n.)

8 Dziga Vertov'un kuramı "sinema-göz"dür. Bu manifesto; insanları olduğu gibi çekme ve gerçeği bulma ve göstermeye çalışan yararlı şeyleri amaçlayan bir manifestodur (y.n.)

9 Yeni arayışlar ile film türlerinin birbirine eklenmesi, anlatıların alaşağı edilmesi, bol efekt tercih edilmesi, konularının farklılık göstermesi, vb. kast edilmektedir (Ayrıntı için bkz.: Gürkan, 2015).

4. Değişen Sinema ve Gerçeklik

Reisz ve Millar'a göre (akt. Yalın ve Güngör, 2013: 79) eylemin doğal ve kendiliğinden gelişimine izin veren yeni sinema tekniklerinin uygulanmaya başlaması Sinema-Gerçek ile en gelişmiş ifadesini buldu. Sinema-Gerçek kendiliğinden ya da Dolaysız Sinema¹⁰ gibi terimler, önceliği kendiliğindenliğe ve olayın özüne veren belli bir çekim ve sunum yöntemini tarif etmektedir.

Sinema ve fotoğraf bize nesnel gerçekliği sunar. Onları büyüdü yapan da zaten nesnenin, kendi anlamını bize göstermesidir. Buradaki gerçeklik, bizim gözlerimiz ile görerek oluşturduğumuz gerçeklikten farklı, kendi var oluşu ile betimlenen bir gerçekliktir. Bu açıdan düşünüldüğünde sinema, nesnelere kendi dilini kullanan bir araçtır. Ancak sinema dili yeniden yaratılabilir ve nesnelere kendi anlamları birbirleri ile çarpıştırarak anlam üretme sanatıdır. Her fotoğraf veya her görüntü bize gerçekliği nesnel biçimde göstermektedir. Bu gerçeklik algısı onların büyüünün temelidir. Zamanla bu algı biçimi insanın kendi gözüyle gördüklerini reddetmesi ve asıl gerçekliğin kamera ile sağlananla yer değiştirmesi haline gelebilmektedir. Kameranın izleyiciye sunduğu nesnel gerçeklik izleyicinin algıladığı gerçeklik ile yer değiştirdiği ölçüde, taşıdığı nesnellik izleyicinin hayatı anlama ve yorumlama biçimini de değiştirmektedir. Güvenlik kameraları, televizyon haberleri, sinema salonları bu gerçekliğin izleyiciyi sarmasını sağlarken insan kendi gözü ile göremez hale gelmektedir (Gürkan, 2015).

Ryan ve Kellner Hollywood filmlerinin toplumsal yaşamın söylemlerini (biçim, figür ve temsillerini) şifreleyerek sinemasal anlatılar biçiminde aktardığını belirtmektedir. Sinema, ortamının dışında yer alan bir gerçekliği yansıtan araç olmak yerine, farklı söylemsel düzlemler arasında bir aktarım gerçekleştirir. Böylece sinemanın kendisi de, toplumsal gerçekliği inşa eden kültürel temsiller sistemi içindeki yerini alır. Bu inşa süreci kısmen temsillerin içselleştirilmesiyle ortaya çıkar. Sinemada yatan politik çıkarlar son derece güçlüdür; çünkü filmler, sosyal gerçekliğin su ya da bu şekilde inşa edilmesine zemin hazırlayan psikolojik duruşları, dünyanın ne olduğuna ve ne olması gerektiğine ilişkin ortak düşüncüyü yönlendirerek toplumsal kurumları ayakta tutan daha geniş bir kültürel temsiller sisteminin bir parçasıdır (1997: 37– 38).

Popüler filmsel anlatılardaki ideolojik tavrın seyirci tarafından onaylanması için; toplumsal deneyimle bağların iyi kurulması ve söylemin inandırıcılığının sağlanabilmesi, yani gerçekmişgibi (verisimilitude) kurabilmesi önemlidir. Kendi de ideolojik bir nitelik arz eden 'gerçeğin yansıtılması' iddiası aslında sanatsal ve popüler temsiliyetlerdeki dolaylılamaları gözden saklayıcı, bir anlamda tüm iliksi biçimlerini yeniden üretmeyi hedefleyici bir nitelik taşımaktadır. Fotoğrafik görüntünün 'doğallaştırıcı' etkisi, 'insanlığın hali bu!' ile birleşerek mevcut kurumların ve ilişkilerin de, öteki doğal olaylar gibi insanı denetimin ötesine yerleştirilebilmesine yardımcı olmaktadır. Ancak, film izlemenin kendi de üretici bir toplumsal eylem olduğundan ortaya çıkacak ürün olan

¹⁰ Özgür Sinema'dan daha büyük ölçüde televizyonun sinema ile bağdaştırılmasını sağlayan bir akım olarak Yeni Dalga ile aynı sıralarda ABD'de ve Kanada'da ortaya çıkmıştır. Bir yandan televizyonun canlı yayın yapan tekniğine, bir yandan televizyon için hazırlanan filmlerin tekniğine dayanıyordu. Bu özellikleri ile sinemada daha önceden beri var olan haber filmlerinin, belgesel film çeşitlerinin tecrübelerinden de yararlanıyordu. Dolaysız sinema, görüntü ile sesin olayın meydana geldiği sırada birlikte alınmasına, olayın "dumanı üstündeyken" saptamasına büyük önem vermektedir (Özön, 1972: 200).

anlamın, ona seyircinin kendinden kattığı şeyleri de içerdiği unutulmamalıdır (Abisel, 1999: 137–138).

Hollywood filmleri, gerçeğe yaklaşma amacı gütmaz. Önemli olan filmin kurmaca dünyasının olabildiğince ‘gerçek’ dünyaya yaklaşması ve bu yolla da izleyicinin perdede gördüklerini inandırıcı bulmasıdır. Bordwell’e göre karşı sinema gerçekçi bir sinemadır ve karşı sinemayı harekete geçiren iki ilke gerçekçilik ve yaratıcıl anlatımdır (authorial expressivity). Bize Yeni Gerçekçilik ve Yeni Dalga filmlerinde olduğu gibi gerçek mekânlar gösterir, modern ‘yabancılaşma’ ve ‘iletişimsizlik’ gibi gerçek sorunlarla ilgilenir. Ayrıca karşı sinema ‘gerçeği’ psikolojik olarak karmaşık karakterle kullanır (1979: 57).

Bordwell ayrıca gerçekçilik kavramını filmin zamansal ve uzamsal yapısını da etkilediğini; fakat burada söz edilenin belgeselin gerçeklere dayanırlığından, güçlü psikolojik öznelliğe kadar bir olasılıklar spektrumunu kuşatmış olduğudur. Zaman ve mekânın klasik kavramlaştırmasını bozmak, önceden kestirilemez ve umulmadık, rastlantısal gündelik gerçeklik ya da karmaşık karakterlerin öznel gerçekliği olarak haklılık kazanır. Öykü sıralamasının olay örgüsü işleyişi (özellikle geri dönüşler) karakter öznelliğine sıkıca bağlanmış olarak kalır. Sürenin işleyişi gerçekçi ya da psikolojik biçimde doğrulanır. Aynı göstergelerle uzamsal temsil belgesel gerçekçiliği (gerçek mekân çekimleri, doğal ışık gibi) ile ya da uç noktadaki karakter öznelliği olarak uç durumlarda harekete geçirilecektir (1979: 58– 59).

Yeni medya ve sinemanın uğradığı gerçeklik ilişkisi ile ilgili olarak Özarlan (2014) şu soruları sorar: Dijital teknoloji sinemasal imgelerle gerçek arasındaki ilişkiyi bozuyor mu? Artık görüntünün üzerinde istediğimiz değişikliği yapıyor olmamız gerçeği değiştiriyor mu? Yoksa “broadcast yourself” sloganıyla ortaya çıkan Youtube’da yayınlanan amatör videolar, filmler düşünülürken acaba günümüzde gerçek daha mı iyi yakalanabilmektedir? Sallanan, titreyen bir kamerayla çekilmiş hissi uyandıran amatör bir çekim gibi duran Blairwitch Project, Paranormal Activity gibi filmleri düşünülürse Hollywood’un yeni gerçekçilik arayışından mı söz etmek gerekir? Ya da viral reklamlardaki o amatör ruhun yarattığı izleme ve paylaşma isteği, film izleme alışkanlıklarımızı nasıl değiştiriyor? Yeni toplumsal hareketler sırasında bir çok ülkede ana akım medyanın sustuğu dönemlerde “belge” ve hatta “delil” olması için cep telefonlarıyla vb. çekilen görüntülerin ham ya da kurgulanmış hallerinin yeni medya ortamlarında milyonlarca kez paylaşıldığını, müzik, efekt vb. eklenerek üzerinde oynandığını düşündüğümüzde acaba yeni medya döneminde belgesel sinema ya da sinema gerçek ilişkisi nasıl değişiyor?

Sonuç

Yeni medya eğlenceleri, dünya çapında yeni nesil film yapımcıları ve sanatçılarında olanak sağlamaktadır. Onlara yeni kanallar ile kendi fikirlerini ve yaratıcılıklarını sunma ve tanınma imkânı sunan yeni medya eğlenceleri, bir nevi Hollywood’un high-concept¹¹ filmlerine alternatif olarak daha az bütçeler ile film üretebilmeye ve bu filmlerin çeşitli kanallardan dağıtımının gerçekleştirildiği bir platform olarak karşımızda durmaktadır.

11 Yüksek bütçeli, ticari, eğlendiren ve bol efektli filmler olarak tanımlamak mümkündür (Erus, 2005 ve Gürkan, 2015).

Yeni medya özellikle de internet, anaakım Hollywood'un düzenli sisteminin dışında film yapımcılarının bir takım fırsatlarla buluşmalarına zemin hazırlamaktadır. Yeni medya, film yapımcılarına hem filmlerini üretme hem de üretilen bu filmlerini dağıtım olanakları sağlamaktadır¹². Yeni medya, film yapımcılarının işlerini küresel izler-kitleye ulaştırmada etken bir rol oynamaktadır. Film üreticilerine bir nevi filmlerini daha özgürce üretmelerini ve daha özgürce yayma ve paylaşma imkânı da sunmaktadır.

Yeni medya bunlarla birlikte, film yapımcılarına geleneksel sinemadan farklı olarak daha yeni yollarda film üretme imkânı yaratmaktadır. Özellikle internetteki ürünün kontrolü, üreticiden kullanıcıya doğru değişmektedir. Kullanıcı (tüketici), aktif bir şekilde eğlenceyi aradığı ve seçtiği için, üreticinin de tüketici taleplerinin üzerinde ufak da olsa kontrol etme durumu söz konusu olabilmektedir.

Bunlarla birlikte yeni medyanın özellikle de internetin, geleneksel sinema ya da televizyonun önüne geçeceği pek mümkün gözükmemektedir. Her ne kadar birçok film yapımcısı için internet, özellikle sinema endüstrisinin bir devrimi olarak algılsa da, bu devrim en çok Hollywood sinema endüstrisinin dağıtım kanalına darbe vurmaktadır. Yeni medyanın, sinema endüstrisi üzerindeki etkisi gün geçtikçe artış göstermektedir. Yeni medya ve araçları, hemen herkes tarafından tercih edilen/kullanılan birer kitle iletişim aracı haline gelmişlerdir. Bu bağlamda yeni medya ve özellikle internet, tüm medya endüstrilerini ciddi oranda etkilemektedir. Günümüzde ve çok yakın bir gelecekte, on-line eğlenceler herkes tarafından kullanılan bir eğlence aracı haline gelecektir. Teknoloji; sinema ürününe ulaşmada, seçmede ve değerini belirlemede potansiyel bir güce sahip önemli bir özellik olarak hayatlarımızda yer etmiştir. İnternet sayesinde küresel izleyiciye ulaşmak; ürünleri çeşitlendirmek mümkün hale gelmiştir. Ve izleyiciler küreselleşerek, bu çeşitli ürünler arasında film tercihlerini gerçekleştirmeye başlamışlardır.

Kaynakça

Abisel, Nilgün (1999). Popüler Sinema ve Türler, İstanbul: Alan Yayıncılık

Amin, Samir (1997). Capitalism in the Age of Globalization: The Management of Contemporary Society, London: Zed Books.

Barker, Chris (1997). Global Television: An Introduction, Oxford: Blackwell Publishers

Biryıldız, Esra ve Erus, Zeynep Çetin (2007). Üçüncü Sinema ve Üçüncü Dünya Sineması, İstanbul: Es Yayınları.

Best, Steven ve Kellner, Douglas (2001) The Postmodern Adventure. New York ve London: Guilford Press ve Routledge.

Binark, Mutlu (2007). "Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu", Yeni Medya Çalışmaları, Derleyen: Mutlu Binark, Ankara: DİPnot Yayınları.

12 D.K. Holm'un Bağımsız Sinema (2010) adlı kitabında da belirttiği Lonelygirl15 adlı youtube kullanıcısının çekmiş olduğu her sinematografik ürünü, akabinde youtube'a yüklemesi ve orada yayımlaması bunun en güzel örneğidir. Kullanıcı internet ve youtube sayesinde, hem ürününü paylaşma hem de geniş kitlelere ulaşabilme imkânı bulur. Bu, ana akım sinemaya alternatif olarak bir bağımsız sinema ürünü örneği olarak adlandırılabilirken, aynı zamanda da sinema ve yeni medya ikileminde de önemli bir örnek teşkil etmektedir.

- Bordwell, David (1979). *The Art Cinema as a Mode of Film Practice*, Film Criticism
- Chapman, Nigel & Chapman, Jeny (2000). *Digital Multimedia*, New York: John Wiley & Sons.
- Cook, Pam & Mieke Bernink (1999). *The Cinema Book*, 2nd Edition, London: BFI Publishing.
- Couldry, Nick. ve Curran, James (eds) (2003) *Contesting Media Power. Alternative Media in a Networked world*. Boulder, CO ve Lanham, MD: Rowman ve Littlefield.
- Danzico, Matt ve O'Brein, Jane (2012) *Visual artist Nam June Paik predicted internet age*, <http://www.bbc.com/news/magazine-20649028>, Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2015
- Darren, How has new media affected cinema?, <http://them0vieblog.com/2010/03/25/how-has-new-media-affected-cinema/>, Erişim Tarihi: 24 Mayıs 2015
- Darren, An Evening with David Cronenberg, <http://them0vieblog.com/2010/03/24/an-evening-with-david-cronenberg/>, Erişim Tarihi: 24 Mayıs 2015
- Encyclopedia Britannica, Evolution, Erişim Tarihi: Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2015, <http://global.britannica.com/science/evolution-scientific-theory>
- Erus, Z. Çetin (2005). *Amerikan Türk Sinemalarından Uyarlamalar*, İstanbul: Es Yayınları
- Ezra, Elizabeth ve Rowden, Terry. (2006) *Transnational Cinema, The Film Reader*, Taylor&Francis.
- Gomery, Douglas, (2003), "Yeni Hollywood." *Dünya Sinema Tarihi*. Geoffrey Nowell- Smith (der.) içinde. Ahmet Fethi (Çev.) İstanbul: Kabcacı Yayınevi.
- Gönen, Metin (2007). *Hollywood Sineması*, İstanbul: Es Yayınları
- Gülbey, Gonca (ed.) (2011). *Sinema Manifestoları*, İstanbul: Altıkırkbeş Yayın
- Gürkan, Hasan (2015). *Karşı Sinema*, İstanbul: Es Yayınları
- Hayward, Susan (2006). *Cinema Studies: The Key Concepts*, 3rd Edition, New York: Routledge.
- Hernandez, Eugene & Kaufman, Anthony (11 Ocak 2001) *Future 4: Mika Salmi*, AtomFilms, Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2015, www.indiewire.com/film/interviews/int_MikaSalmi_Atom_010111.html.
- Herschthal, Eric (2009) *Man Ray's Jewish Identity: Concealing And Revealing*, http://web.archive.org/web/20100127075614/http://www.thejewishweek.com/viewArticle/c347_a17217/The_Arts/Museums.html, Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2015
- Holm, D.K., (2010) *Bağımsız Sinema*, İstanbul: Kalkedon Yayınları
- Kellner, Douglas (1999) *Culture Industries in a Companion to Film Theory*. Edited by Toby Miller and Robert Stam. Oxford: Blackwell Publishers.

Laplanche, Alice & Seidner, Rich (1999). *Playing for Profit: How digital entertainments is making big business out of child's play*. New York: John Wiley & Sons

Lister, Martin (2003). *New Media: A Critical Introduction*. London: Routledge

Lopez, Ana (2000). *Facing Up to Hollywood*. In *Reinventing Film Studies*. Christine Gledhill ve Linda Williams (ed). Londra: Arnold Publishers, s. 419-437

Manovich, Lev (2001). *The Language of New Media*, MIT Press.

Mulvey, Laura (2012). *Saniyede 24 Kare Ölüm*, Selin Dingiloğlu (Çev.), İstanbul: Doruk Yayınları

Niemand, E. C. (2003) *Reinventing Cinema: A Perspective on the Implacations of the Internet on the Cinema Industry*, Master Thesis, in the Department of Drama and Film Studies, in the Faculty of Humanities, at the University of Pretoria

Öğüt, Serkan (2015). *Yeni Medyada Sinema*, http://www.sertacogut.com/blog/wp-content/uploads/2009/03/sertac_ogut_-_yeni_medyada_sinema.pdf, Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2015

Özarslan, Zeynep (2014) *Yeni Medya Döneminde Sinemanın Geleceği*, <http://bianet.org/biamag/sanat/159421-yeni-medya-doneminde-sinemanin-gelecegi>, Erişim Tarihi: 16 Haziran 2015

Özkul, Derya. (2012) «Ulus-Ötesi Göç: Uluslararası Göç Yazınında Yeni Bir Paradigması» *Küreselleşme Çağında Göç Kavramlar Tartışmaları içinde*, S. Gülfer İhlamur-Öner ve N. Aslı Şirin Öner (der.), İstanbul: İletişim Yayınları.

Portes, Alejandro. (1999). «Conclusion: Towards a New World: The Origins and Effects of Transnational Activities», *Ethnic and Racial Studies içinde*.

Ryan, Micheal ve Kellner, Douglas (1997). *Politik Kamera: Çağdaş Hollywood Sinemasının İdeolojisi ve Politikası*, E. Özsayar (Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Schiller, Glick. Basch, Linda. Blanc, Cristina Szanton, (1995). «From Immigrant to Transmigrant: Theorizing Transnational Migration», *Anthropological Quarterly içinde*, Vol.68, No.1.

Shaw, Deborah (2013). «Deconstructing and Reconstructing: Transnational Cinema», *Contemporary Hispanic Cinema içinde*, Stephanie Dennison ed., New York: Boydell & Brewer Ltd.

Stevenson, Jack (2005) *Lars Von Trier*, Begüm Kovulmaz (Çev.), İstanbul: Agora.

Şahin, Birsen. (2010). *Almanya'daki Türkler*, Ankara: Phoenix.

Quaranta, Domenico (2013). *Beyond New Media Art*, Link Editions, Brescia

Vertovec, Steven (2004). «Migrant Transnationalism and Modes of Transformation» *International Migration Review Conceptual and Methodological Developments in the Study of International Migration içinde*, Vol.38, No.3.

Vincenti, Giorgio (1993). Sinema'nın Yüzyılı, Engin Ayça (Çev.), İstanbul: Evrensel Basım Yayın.

Yalın, C.Oktay ve Güngör, Aslı (2013). Sinema-Gerçek: Hakikatin Sineması ya da Sinemanın Hakikati, Sinema Kuramları 2, Zeynep Özarslan (ed). İstanbul: Su Yayınevi

Metin İçerisinde Yararlanılan İnternet Adresleri

www.sundance.org, Erişim Tarihi: 10 Mayıs 2015

www.clermont-filmfest.com, Erişim Tarihi: 10 Mayıs 2015

www.kurzfilmtage.de, Erişim Tarihi: 10 Mayıs 2015

<http://www.amctv.com/the-walking-dead/videos/the-walking-dead-webisodes-4-neighborly-advice>, Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2015

www.dfilm.com, Erişim Tarihi: 21 Mayıs 2015

www.banja.com, Erişim Tarihi: 21 Mayıs 2015

www.soh.nsw.gov.au/virtual_tour/vrtour2.html, Erişim Tarihi: 25 Mayıs 2015

www.louvre.fr/louvrea, Erişim Tarihi: 25 Mayıs 2015