

BELGESEL SİNEMANIN ALTERNATİF DAĞITIM VE GÖSTERİM OLANAĞI OLARAK İNTERNET

Hakan ERKİLİÇ

Mersin Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Mersin
erkilichakan@gmail.com

Ayşe Gül TOPRAK

Mersin Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Mersin
toprakaysegul@yahoo.com

ABSTRACT

During the history of cinema, documentary has been in search in terms of finance, distribution and release channels .With digital technology, non-fiction film obtains various and free field than ever before. Making low cost, speed, easy access possible ; digital technology , by this way makes the differences not only changing production mode of films but also meeting style to the audience. DVD and VoD (video on demand) systems varies vieweing platforms of consumer. Documentary films which can't find the chance to be released in movie theatres have the opportunity of meeting the audience through web sites here after. So having a film (watching or purchasing a film) through internet carries documentary beyond nation –state borders.In this notice, documentary film's usage of web based systems as an alternative distribution and release opportunity is going to be argued .This system's features such as streaming, VoD, DVD sales, information sharing will be evaluated too. Also whether this tendency in the world will be an alternative or not in documentary production and distribution in Turkey is going to be interrogated.

Keywords: Documentary Cinema, Distribution, Release, Video on Demand

1. GİRİŞ

Dijitalleşme, ikilik düzende 0 ve 1'den oluşan kodlanmış görüntü ve seslerin depolanmasına, manipüle edilmesine ve yeniden üretimine olanak sağlar. Ses, müzik, fotoğraf, video, yazı gibi her türdeki veri, 0 ve 1'lerden oluşan sayısal kodlara dönüştürülmekte ve telekomünikasyon teknolojisi, internet ve yayıncılık alanındaki yönleşmeyle farklı noktalara ulaştırılmakta ve alıcıların kullanımına sunulmaktadır. Sinema alanındaki dijitalleşmenin sonucu olarak oluşan dijital sinema kavramı, sinemanın yüzyıl önceki ilk oluşum haline özellikle de sinema endüstrisinde sesle birlikte gelişen radikal değişiklikle 70'li yılların başında gelişen dijital uygulamalar arasında benzerlikler kurulur. Sinema endüstrisi 35mm film üzerine kurulu geleneksel (konvansiyonel üretim tarzında) yapım, dağıtım ve gösterim ağında dijitalleşme sürecinde yeniden yapılanmaya başlar. Günümüzde film dağıtımı büyük bir değişim geçirdiği ya da öldüğü söylenen geleneksel eski stil sinema salonu dağıtımı ile internet web tabanlı yeni stil arasında bir geçiş dönemi olarak değerlendirilmektedir (Finney,2010:183). Standartlaşmış endüstri, yeni standart arayışları içinde değişmektedir.

Bu çalışmada belgesel sinemanın dijitalleşme sonucu internet üzerinden yakaladığı dağıtım ve gösterim olanakları, tarihsel süreç içerisinde değerlendirilecektir. Çalışma, belgesel sinema için internet üzerinden gösterimin bir alternatif olduğu savı üzerine yapılacaktır. Bu çerçevede önce sinemada endüstrisi içinde genel olarak dijitalleşmenin dağıtım ve gösterim olanakları üzerinde durulacak, sonra da belgesel sinema alanı açısından bu durum yorumlanırken örnek incelemelere yer verilecektir. İnternet üzerinden film izleme, paylaşma, indirme gibi uygulamalar “çevrimiçi sinema” (Altun,2009:379-389) olarak da değerlendirilmiştir. Bu çalışmada bu kavram kullanılmamış, genel olarak internet üzerinden film dağıtım ve gösterimi tercih edilmiştir. Yapım açısından dijitalleşme bu çalışmanın kapsamı dışında tutulmuştur.

2. DİJİTALLEŞME VE SİNEMA ENDÜSTRİSİ/SEKTÖRÜ

Günümüzde geleneksel medya olarak değerlendirilen sinema, televizyon ve videonun medya gelir akışının %90'nını oluştururken, yeni medya olarak değerlendirilen online/dijital alan yeni fırsatlar açarak hızla gelişmektedir (Ulin,2010:3). Sinema endüstrisi içinde sektörün bileşenleri olarak izleyiciler, film kiralayıcıları, ev-video gelirleri, online film kiralama hizmetleri ve internet üzerinden film bedelleri olarak belirlenmiştir. Gün geçtikçe gelişmekte olan online film kiralama hizmetleri ve internet üzerinden film bedelleri, dijitalleşmenin sinema endüstrisi içindeki konumunu açıkça göstermektedir. 2007-2012 yılları arasında interaktif pazarlamada online video oranının %3'ten %12'ye çıkması öngörülmektedir (Ulrich,2010:298). Bu bağlamda Yeni Sinema İşletim Değer Zinciri, (Finney,2010:16) sinema salonu gösterimleri ve internet üzerinden video-on-demand/isteğe bağlı video (DVD, Pay-TV/Ödemeli Televizyon, Free TV/Ücretsiz Televizyon gibi önceki haklarını da içerir) oluşmaktadır. Sinema endüstrisi gelir zincirinde dijital gelirler şimdilik küçük bir oran oluştursa da büyüme potansiyeli açık olarak görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1: Küresel Dijital Gelirlerin Dağılımı

Endüstri	2008	2010
Oyunlar	%35	%32
Müzik	% 20	%27
Filmler	% 4	%5
Gazete	% 4	%4
Dergiler	%1	%2

Kaynak: IFPI Dijital Müzik raporu 2008&2010

Pricewaterhouse Coopers şirketinin Global Entertainment and Media Outlook: 2009-2013 adlı çalışmasında dünya film endüstrisine ilişkin veriler ve öngörüler yer almaktadır. Buna göre, ortak özellikler dikkate alınarak film sektörü Kuzey Amerika, EMEA (Avrupa, Orta Doğu, Afrika), Asya Pasifik ve Latin Amerika olmak üzere dört bölgeye ayrılmaktadır. Türkiye'nin de dahil olduğu EMEA bölgesinde 3-D filmlerin ve devlet desteğinin etkisiyle pazarın büyümesi beklenmektedir. Araştırma sonuçlarına göre bazı öngörüler şunlardır:

- Elden ev-video satışları ortalama %4,3 oranında artarak, 2008 yılında 12,9 milyar dolar iken 2013 yılında 14,9 milyar dolar olacaktır.
- Online film kiralama, yıllık ortalama %11,8 oranında artarak, 2008 yılında 453 milyon dolar iken 2013 yılında 791 milyon dolara yükselecektir.
- Dijital download 30 milyon dolardan 484 milyon dolara çıkacaktır (Akt.Çelik, 2011:248,249)

3. YENİ BİR PARADİGMA OLARAK İNTERNET DAĞITIMI VE GÖSTERİMİ

Sinema alanındaki yeni yapılanmanın ve yeni iş modelinin özelliklerine geçmeden önce internet üzerinde durmakta fayda vardır. 70'li yıllarda bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan internet, kendi kendine yönetilen binlerce küçük ağı, milyonlarca bilgisayarı ve insanı birbirine bağlayan dünyanın her tarafına yayılmış bir ağıdır (Engelman,1996:3). İnternet yeni bir elektronik iletişim teknolojisi, yeni bir örgütlenme biçimi ve yeni bir iletişim aracı (Castells,2006:26-27) olarak tanımlanmaktadır. İnternetin hızlı bir şekilde dünyada yaygınlaşmasında teknolojiye yeni yenilenmeler sayesinde daha hızlı enformasyon akışı ve daha küçük alanlara daha büyük veri depolama kapasitelerinin gelişmesi etkili olmaktadır. İnternet, enformasyonun metin, ses, grafik, fotoğraf ve video gibi birden çok iletişim biçimini bir araya getirerek işleyen bir süreç olarak çok farklı alanlarda kullanılabilir. Böylece bilgi depolama, yayma, interaktif iletişime olanak verme, hızlı ve ekonomik olma, elektronik ticaret potansiyeli gibi özellikler internetin yaygınlaşmasını sağlamaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2011 yılı Nisan ayında gerçekleştirilen Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre Türkiye genelinde hanelerin %42,9'u internet erişim imkânına sahiptir. 2011 yılı Nisan ayında hanelerin

%39,3'ünde geniş bant internet (ADSL, kablolu ve kablosuz sabit bağlantılar ile 3G bağlantı) erişim imkânı bulunmaktadır. ADSL, %34,5 ile tüm haneler, %80,2 ile internet kullanılan haneler arasında internet erişim imkanı sağlarken, 3G bağlantı, tüm hanelerin %5,3'ünde, internet kullanılan hanelerin ise %12,2'sinde internet erişim imkanı vermektedir.

Video için geliştirilen yeni erişim noktaları (internet, telefon...), televizyon ve internet arasındaki yöndeşme, streaming ve download da Dijital Haklar Düzenlemesi (Digital Rights Management/DRM) çözümlerine fırsat verilmesi ve teslim çözümlerinin gelişimi (streaming, peer-to-peer/P2P gibi) konusundaki ilerlemeler (Ulrich,2010:295) sinema sektörü açısından interneti bir çekim alanı haline getirmiştir. Dağıtımda etkili olan stüdyolar, web'te nasıl etkili olacaklarını araştırmakta; ağda markalaşma ve video on demand'da iddialı olmak için çalışmalar yürütülmektedir. VoD sisteminde kullanıcı, hizmet veren siteye üye olarak veya belli bir ücret karşılığında, doğrudan bilgisayarına aktararak ya da stream denilen yöntemle bilgisayarına dahi aktarmadan filmleri izleyebilmektedir. Youtube ve Hulu jenerasyonu; çabuk, hızlı streaming ve VOD'un ortaya çıkması; iPod ve iPhone'da video uygulamaları; uygulanabilir güvenli DRM teknolojilerinin hayata geçirilmesi ve pazarlamayı yüksek hızlı internet erişimine uyarlama (Ulrich,2010:292-293) becerileri sinema sektörünün internete yönelmesindeki önemli faktörler olarak belirlemektedir. Bu dinamiklerle geleneksel dağıtım, dijital devrim tarafından tehdit edilmekte, downloads ve VoD gibi online ve yeni medya uygulamaları sinema ve televizyonda tarihsel olarak dramatik etki ve değişiklikler yapmaktadır. Bu alandaki yeni çalışmalar Yeni Medya İş Modeli (Finney,2010:183) olarak değerlendirilmektedir. İnternet dağıtımının güçlü yanları olarak kitlesel izleyici, küresel erişim, hedef odaklı, düşük maliyet, hızlı dağıtım, uluslararası dağıtım, yayılma potansiyeli (Gregory, vd., 2007:305) saptanmıştır. 90'lardan itibaren yeni enformasyon teknolojilerinin bilgisayar ağları ile birleşmiş medya yaratarak, sayısallaştırılmış içeriklerin dağıtımını olanaklı kılması sonucu internet üzerinden filmi pazarlamak mümkün hale gelmiştir. İnternet üzerinden yalnızca dağıtım ve gösterim açısından yararlanılmamakta, filmlerin tanıtımı ve promosyonu içinde internet oldukça etkin bir ortam olarak kullanılmaktadır. Hemen hemen her filmin, yapımının resmi bir web sayfası olmakta ve genel bilgiler ile fragmanlar buradan servis edilmektedir. İnternet üzerinden gösterim için iyi bir örnek teşkil eden Hulu, ücretsiz ve yasal olarak online tv ve film, belgesel izleme olanağı sunan bir platformdur. ABD ve Japonya'da hizmet veren Hulu, reklam ve üyelik gelirlerinden yıllık 500 milyon dolar kazanmaktadır. 1 milyon kayıtlı kullanıcıya ulaşan Hulu'nun ortakları arasında eski medya devleri News Corporation, Comcast Corporation ve Walt Disney de bulunmaktadır (www.hulu.com). Hulu'nun geliri internet üzerinden dağıtım ve gösterimin boyutlarını içermektedir. İnternet üzerinden dağıtım ve gösterim için en büyük sorun korsan olgusu olarak belirlemektedir. Korsan DVD'nin yanı sıra yasal olmayan indirme ve içerik paylaşımı ciddi bir gelir kaybı olarak nitelendirilmektedir. Film endüstrisi de dijital korsanın etkilerini yaşamaktadır. Örneğin Wolverine adlı filmin ön gösterim kopyaları Nisan 2009'da bunların internete sızmasını takip eden 24 saat içinde 100,000 kez indirilmiştir. 2008 yılında Batman: Dark Knight adlı filmin yedi milyon kopyası BitTorrent üzerinden indirilmiştir. Bunun endüstri çapında, yatırım ve işler üzerinde dalgalanma etkisi bulunmaktadır. Film stüdyolarını temsil eden The Motion Picture Association/MPA, yasa dışı streaming ve dosya indirmenin şu an miktar anlamında korsan probleminin %40'ına karşılık geldiğini tahmin etmektedir (IFPI Dijital Müzik Raporu 2010).

4. BELGESEL SİNEMA VE DİJİTAL DEVRİM

Belgesel sinema tarihi boyunca dağıtım ve gösterim kanalları açısından sürekli bir arayış içinde olmuştur. Dağıtım ve gösterim bir yana üretim için finansal kaynağı bulma konusunda dar bir alana sıkışmış olan belgesel sinema için televizyon yeni bir yaşam alanı yaratmıştır. Belgesellerin bir kanal olarak televizyonu kullanması finans, üretim, dağıtım ve gösterim zincirini büyük ölçüde değişime uğratmıştır. Yapımların finanse edilmesi ve geniş bir izleyici kitlesine ulaşması açısından televizyon ilk zamanlarda bir kurtarıcı olmuştur; ancak televizyonun ticari yapısı nedeniyle belgesel filmlerin anlatı ve biçimlerinde farklılaşma

eğilimleri görülmüştür. Belgeseller yayıncılar tarafından finanse edilip ve ağırlıklı olarak televizyon izleyicisini hedef alarak hazırlanmıştır. Bu durum belgesel filmlerin özgürlük alanını daraltmış, belgesel film yapımcıları filmlerini tasarladıkları haliyle seyirciyle buluşturamamışlardır. Teknolojik gelişmelerin 90'ların sonundan günümüze doğru iyice çeşitlenmesi belgesel sinema için farklı kanalların açılmasını sağlamış, belgesel sinema yeni bir yapılanmanın içine girmiştir. Bugün dijital teknoloji film yapımını çok farklı yollardan özgürleştirmiştir. Belgesel sinema bugün altın çağını yaşamaktadır (Baker, 2006:X). Bu dönem için belgesellerin yükselişini etkileyen birçok dinamik vardır. Ancak kuşkusuz dijital teknoloji üretim ve üretim sonrası süreçlerin maliyetlerini azaltması, düşük bütçeli film yapımına olanak sağlaması, dijital araçları kullanarak dağıtım ve gösterim gibi çeşitli olanaklar açısından en etkili faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüz, belgesel filmleri dağıtım için tüm zamanların en heyecan verici dönemidir. "Televizyon kanalları, geniş bantlı kanallar, yeni kitle iletişim araçları ve kurmaca film dağıtımının sayısındaki patlama her zamankinden daha büyüktür ve hızla büyümeye devam eden bir mecradır" (Glynn, 2011:201). 2000'lerde çıkış yapan belgesel filmlerin sayısı yeterli doygunluğa ulaşmış olmasa da Fahrenheit 9/11 (2004), March of the Penguins (2005), An Inconvenient Truth (2006), Touching the Void (2004) ve daha pek çok film, uluslararası film festivallerinde ses getirmeleri bir yana gişe hasılatı açısından da kurmaca filmlerle yarışabilecek düzeye gelmiştir.

Gelişen teknoloji filmlerin üretimini değiştirdiği gibi artık bu filmlerin izleyiciye ulaşma yollarını çeşitlendirmektedir. Filmler sinema salonlarından, DVD ve Blue-Ray çeşitli formatlarda tüketiciye sunulan homevideo/ev sineması sistemine, farklı özelliklere sahip kanalları içine alan ödemeli televizyondan, internet platformlarına kadar geniş bir gösterim alanına sahip olmuştur (Tablo II).

Tablo 2: Film dağıtımında pazarlar, formatlar ve versiyonlar

Pazarlar	Formatlar	Versiyonlar
Sinema salonları	Film baskı (35mm, 70mm, 16mm)	Orijinal sinema salonu gösterim kopyası
Video ve DVD	D-sinema için dijital master kopya	DVD için geliştirilmiş özel kopyalar (yönetmenin kurgusu, silinmiş sahneler, sesli yorumlar, fragmanlar gibi)
Ödemeli Televizyon	Videokaset	Çerçeve oranının Altan-üstten ve sağdan-soldan kaşlamaya karşı geniş perde
Pay-peer-view Tv / video on demand (PPV/VOD)	DVD, Blue-ray	
Ücretsiz ve kablo TV	Televizyon için yeniden kurgu ve formatlama	
Hotel	İnternette download için sıkıştırma	
Havayolları		
Özel Gösterimler (okul, gemi vs.)		
İnternet/taşınabilir aygıtlar		

(Kaynak: Ulrich, 2010:6,7)

Tablo 2.'den de anlaşılacağı üzere, dijital teknoloji film dağıtımında ağırlığını hissettirmektedir. Özellikle internet teknolojilerindeki gelişim neredeyse bütün dünyaya ulaşabilen bir paylaşım alanı yaratmıştır. Ev sinemasından sonra teknoloji artık filmlerin internet üzerinden izlenmesine de olanak tanımıştır. Maliyeti düşük olan bu platformlar (DVD, Video on Demand, vs.) seyircinin izleme deneyimlerini, dağıtım kanallarını ve belgesel için iş modellerini çeşitlendirmiştir. 2006 yılından itibaren belgesel alanında da gözlemlenen ve geleneksel modellerin yetersiz kaldığı yerleri dolduran bu yeni platformların

Vicente'a göre (2008:275) üç temel yararı vardır: ürünün geniş alanda mevcut olması; hak sahibi için kullanılabilir ekonomik bir model oluşu ve film yapımcısının film üzerinde elde ettiği kontrol.

Online platformlar sayesinde hem yeni filmler hem de daha önceki yapımlara ve klasik filmlere ulaşmak daha kolay olmaktadır. Örneğin John Grierson ve Robert Flaherty'nin Industrial Britain (1931) ya da Frank Capra'nın Why We Fight (1942-45) filmleri www.archive.org sitesinden izlenip indirilebilir. Bu platformların bir diğer avantajı, düzenlenen yasalardan dolayı sinema ya da televizyonda sansürlenmiş filmlerin internet dağıtımlarında sansürsüz haliyle izleyiciye ulaşabilmesidir. Bu özellik, kontrol mekanizmalarının daha esnek hale gelmesi, film yapımcısının tasarladığı haliyle filmini izleyicisine ulaştırabilmesi ve daha özgür olması açısından diğer platformlara kıyasla oldukça değerlidir. Son yıllarda bir çok şirket gişe başarısı elde etmiş filmlerin olduğu kadar bağımsız belgesellerin de satışını ya da gösterimini online platformları kullanarak yapmaya başlamıştır. Şirketlerin sunduğu bu servislerden kimisi film yapımcısının/yönetmeninin filmini almak için sadece bir kez ücret talep ederken kimisi de filmin kullanıcılar tarafından her indirilişinden gelir paylaşımı talep edebilmektedir (Glyne,2011:203, 204) Bu servisler film izlemek için ödeme yapan seyirci yoluyla belgesel film yapımcılarına finansal bir yol açarlar. DocsOnline.tv, Documen.tv, Onlinefilm bu imkanı sunan sitelerden bazılarıdır. Bu gibi sitelerin hem izleyiciye hem de filminin dağıtımını ve gösterimini yapmak isteyen film yapımcısına sağladığı olanaklar ve ücretlendirmeler birbirinden farklıdır. Örneğin gelişme aşamasında olan sitelerden Docsonline interaktif bir on-demand sistemidir. Sitenin tüm içeriğine aylık 8.99 euro ile ulaşmak mümkündür. Bu siteden herhangi bir filmi izleyenlerin kullandığı her dakika için ödenen ücretin %50'si doğrudan telif hakkı sahibine diğer %50'si web sitesi yönetimine gitmektedir (docsonline.tv). Documen.tv ise, \$ 4.99 karşılığında herhangi bir filmi izleyicisine gün içinde beş kez izleme olanağı sunmaktadır. Filmin her satılışından hak sahibine ödeme yapılır (documen.tv).Bu hizmetlerin en büyük avantajı, film yapımcısının filmini kişisel olarak gönderip parayı doğrudan alması, tüketicilerin gerekli şartları sağlaması koşuluyla anında filmi edinebilmesidir. Bu özellikler, kullanıcılar arasında filmin ve film üzerine tartışmaların daha hızlı yayılmasına yardımcı olmaktadır. Aslında bütün çevrimiçi alanlarda durum böyledir çünkü filmi yakın çevreyle paylaşmak ya da film hakkında görüş bildirmek isteyen tüketiciler filmin URL linkini çeşitli mesaj panolarına koymakta, kolayca mail göndermektedir. Bu şekilde film binlerce kişiye ulaşmış olmaktadır.

Türkiye'den örnekler baktığımızda belgesel film yapımcılarının/yönetmenlerinin interneti gösterim ve dağıtımdan ziyade ağırlıklı olarak filmlerin tanıtımını yapmak için kullandığını görüyoruz. Örneğin, Necati Sönmez ve Emel Çelebi ZeZe Film (www.zezefilm.com) adlı sitelerinde bugüne kadar çekmiş oldukları filmler hakkında bilgi vermektedirler. Aynı şekilde Bingöl Elmas Asmin Film Yapım (www.asminfilm.com) ile benzer bir yöntem kullanmaktadır. Bununla beraber filmlerinin gösterimini yapanlar vardır. Ümit Kıvanç gecetreni (www.gecetreni.com) adlı sitesinde çekmiş olduğu filmleri ücretsiz bir şekilde izleme imkanını sunmaktadır. Yönetmenin 16 Ton adlı son filmi de bu siteden rahatlıkla izlenebilmektedir. Türkiye'de yapılan bir araştırmaya göre belgesel yapımında yönetmenlerin karşılaştıkları en önemli üç sorun olarak finans, belgeler-kaynaklara ulaşma ve teknik altyapı ileri sürülmüştür. Yayın sorunu açısından meca olarak televizyon, özel gösterimler, sinema salonları, festivaller ve VCD sıralanmıştır. (Susar,2004:40-49). Araştırmanın yapıldığı tarihte belgeselcilerin interneti ve dijital alanı yeteri kadar kullanmadıkları görülmektedir.

Ancak yakın zamanda BSB (Belgesel Sinemacılar Birliği) tarafından hazırlanan "Arşivist: Dijital Belgesel Kütüphanesi" adlı proje, dijitalleşme sürecinde belgesel sinema adına atılmış oldukça önemli bir adımdır. Bu projede amaç, Türkiye'de dağınık halde bulunan binlerce belgesel filmin dijital ortama aktarılarak korunmasını ve kayıtlı belgesellerin çeşitli yayın araçlarıyla izleyiciye ulaşmasını sağlamaktır. Arşivist belgesel sinema sektörü için bir belge-bilgi merkezi olma yolunda hazırlanmaktadır (www.bsb.org). İletişim teknolojilerinin hızla

geliştiği, dijitalleşmenin her alanda kendini gösterdiği bir dönemde bu gibi çalışmaların yapılması belgesel sinemanın geleceği açısından umut vericidir.

5. SONUÇ

Dijitalleşme süreci “dijital sinema” kavramını gündeme getirmiştir. Filmin tüm yapım aşamalarına (üretim, dağıtım, gösterim) büyük kolaylıklar getiren dijital teknolojinin en büyük ataklarından internet, kurmaca yapımlara bir kanal açtığı gibi Flaherty’den beri üretim, dağıtım, gösterim ve finans sorunu yaşayan belgesel sinemaya çeşitli olanaklar sunmaktadır. Hulu, Documen.tv, Onlinefilm gibi web tabanlı sistemler film yapımcılarına online film kiralama ya da satın alma gibi yeni ve çeşitli fırsatlar açarak hızla gelişmektedir. Web tabanlı sistemlerin bir gelir kaynağı olarak kendini göstermesi, uygulanabilir güvenli DRM teknolojilerinin hayata geçirilmesi, yüksek hızlı internet erişimi, film üzerinde denetim sağlama gibi özellikleriyle internet sinema sektörüne cazip gelmektedir. Bu gibi özellikleriyle internet, dağıtımda Hollywood şirketlerinin tekelleşmiş yapısını kırmaya başlamıştır. Ayrıca geniş bir ekip gerektiren sinemanın işbölümlerinde de değişiklik söz konusu olmuştur.

Artık bireysel yapımlar da dijitalleşmenin getirdiği olanakları kullanarak çıkış yapabilmektedir. Sınırlı imkanlarla film yapımına izin veren yeni uygulamalar film endüstrisinde demokratik bir alanın oluşması açısından oldukça önemlidir. Bu gibi gelişmeler ve çeşitli araştırmalar gösteriyor ki internet üzerinden dağıtım ve gösterim sinema alanında bir alternatif olmanın ötesine geçecektir. Gelir dağılımı ve güvenlik gibi bir takım sorunların yasal düzenlemelerle kısa zaman içinde çözüleceği açıktır. Belgesel sinema bu alanı büyük bir olanak olarak değerlendirmelidir. Bu yolla belgeselciler küçük de olsa bir gelir sağlamaktadır.

Türkiye’de internet üzerinden belgesel film dağıtım ve gösterim alanında kurumsal bir yapının olmayışı ve yalnızca kişisel çabalarla sınırlı kalınması bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla filmlerin internet üzerinden dağıtım ve gösterimi için ülkemizde gelişkin bir çalışmaya ihtiyaç vardır. “Arşivist: Dijital Belgesel Kütüphanesi” adlı projenin bu açığı dolduracağı umulmaktadır. Film yapımcıları artan bir şekilde kendi izleyicisini tanımlama, bilme ve bulma ihtiyacına girerken izleyici de daha aktif bir şekilde bu platformlar üzerinde izlemek istediği içeriği aramaya, araştırmaya yönelmektedir.

İnternetin e-posta vb. yollarla izleyici geri dönüşleri vererek interaktif iletişime olanak tanınması bu ihtiyacı karşılayabilecektir. Dijitalleşme yapım, dağıtım, gösterim süreçlerinin dışında belgelere ulaşma açısından da belgesel sinemaya büyük olanaklar sunmuştur. Bilgi ve belgeye ulaşmak hiçbir zaman olmadığı kadar kolaylaşmıştır. Seyirciye ulaşamamış ya da kısıtlı bir biçimde ulaşmış veya çeşitli nedenlerle gösterimi engellenmiş yapımlar internet üzerinden hem ulusal hem de ulusötesi seyirciye ulaşma olanağı kavuşmuştur.

Jean Luc Godard, ilginç filmlerin seyircisi olduğu halde, genel dağıtım zincirine giremedikleri için küçük paketler halinde posta tarafından dağıtılması gerektiğini ileri sürmüştür. Günümüzde dijitalleşme, Godard’ın öngörüsünü internet üzerinden gerçekleştirmiştir. Godard’ın seyirciye ulaşmak istediği sistemin, internet üzerinden “video on demand” ve “pay to peer” sistemleri ile gerçekleştiği gözlenmektedir. Ancak dijital müzik için söylenen “bu ilerlemeye rağmen, asıl zorluk dijital müziği ticari kitle piyasasına götürebilmek ve mevcut davranışı ‘gelire dönüştürebilmektir’” düşüncesi sinema ve özellikle de belgesel filmler için de geçerlidir. Bu zorlu bir süreç olarak önümüzde durmaktadır.

KAYNAKLAR

Altun, B. M.(2009). “Alt kültür Bağlamında Çevrimiçi Sinema”. N. Türkođlu, S.T.Alayođlu (der) Karaelmas 2009 Medya ve Kültür : 379-389. İstanbul:Urban.

Baker, M.(2006). Documentary In The Digital Age. Oxford:Elsevier.

- Barnouw, E.(1993). *Documentary, A History of Non-Fiction Film*. London:Oxford University Press
- Castells, M.(2006). *Manuel Castells'le Söyleşiler*. (Çev:Ebru Kılıç). İstanbul:İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çelik Ş. A.(2011).*Kültür Endüstrisi*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- DiMaggio, P. vd. (2001). "Social Implications of The Internet". *Annual Review of Sociology*. vol:27, pp:307-346.
- Engelman, J. Linda.(1996). *Interacting on The Internet*. Times Mirror Higher Education Group
- Finney, A.(2010).*The International Film Bussiness*. London:Routledge.
- Glynne, A.(2011).*Belgeseller*. Çev. Zeynep M. Vd. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Gregory, S., vd.(2007).*Değiştirmek İçin Video*, (Çev:Duygu Dölek). İstanbul:Versus.
- IFPI Dijital Müzik Raporu 2008, www.ifpi.org/content/library/digital-music-report-2008.pdf.
- IFPI Dijital Müzik Raporu 2010, www.ifpi.org/content/library/digital-music-report-2010.pdf.
- Ulin, J.C.(2010).*The Business of Media Distribution*. UK: Focal Press.
- Nelmes, J.(2007).*Introduction To Film Studies*. London:Routledge.
- Susar, F.(2004).*Türkiye'de Belgesel Sinemacılar*. İstanbul:Es Yayınları.
- TÜİK, 2011 Yılı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=8572> [12 Aralık 2011].
- Ulin, J.(2010).*The Businness of Media Distrubition*. Oxford:Elsevier.
- Vicente, A.(2008). 'Documentary Viewing Platforms.' In: T. Austin vd. (ed.), *Rethinking Documentary*. England: Open University Pres.
<http://www.archive.org/> [20 Ekim 2011].
<http://www.asminfilm.com/> [9 Aralık 2011].
<http://docsonline.tv/> [14 Ekim 2011].
http://documen.tv/web-html/html/html_index.htm [19 Ekim 2011].
<http://www.gecetreni.com/> [18 Aralık 2011].
<http://www.hulu.com/> [10 Aralık 2011].
<http://onlinefilm.org/> [8 Aralık 2011].
<http://www.zezefilm.com/> [18 Aralık 2011].