

Yeni Medya Dolayımli Uçucu Sinematik İmge

Volatile Cinematic Image in the Mediation of New Media

Sezer Ahmet Kına, Arş. Gör., Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, sezerkina@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0814-6915>

Öz

Sosyal paylaşım ağları, konvansiyonel medya işlevlerini üstlenmesinin yanı sıra hareketli görüntü içeriklerinin dolaşıma girdiği bir kamusalılık yaratmıştır. Anılan kamusalılık sinemanın ontolojik olarak tarihsel süreç içerisinde evrimiyle kesişen bir nitelik taşımakta ve dijital sinemayı aşan bir sinematik imge kavrayışını gerekli kılmaktadır. Buradan hareketle çalışmada sinematik imgenin yeni medya ortamlarındaki seyri, süreli gönderi paylaşımı özelinde tartışılmakta ve biçimsel çözümleme tekniği benimsenmektedir. Yeni medya ortamlarından biri olan sosyal paylaşım ağlarının araştırma evreni seçildiği çalışmada, güdümlü olarak Instagram örneklem belirlenmiştir. Ağ bünyesindeki Hikâye uygulaması çözümleme birimi olarak seçilmiştir. Buna göre yeni medya

ortamlarında dolaşıma sokulan görsel işitsel metinler olarak Hikâyelerin sinematik niteliği sorgulanmış ve yeni medya dolayımli sinematik imge tamlaması, anılan imgenin kalıcı olmayan ve kaybolan niteliği üzerinden tanımlanmıştır. Bu niteliğin sinematik imgenin yeni medya dolayımında edindiği yeni bir ontolojik özellik olduğu savunulmuştur. “Uçuculuk” olarak tanımlanan bu özelliğin sinema ile yeni medya etkileşiminden doğduğu tartışılmıştır. Böylece yeni medya ve sinematik imge bağlamli tartışmaların genel uğrakları ortaya konulmuş ve bu tartışmaların sosyal teoriden beslendiği düşünsel izleklere başvurulmuştur. Sonuç olarak yeni medya dolayımli sinematik imgenin, zaman referanslı uçucu özelliğinin geleceğe dönük vaat ve endişelere yansması değerlendirilmiştir.

Abstract

Social networks have created a publicness in which moving image content circulates as well as takes on conventional media functions. This circumstance has a feature that links with the historical process of cinema’s ontological growth and necessitates a cinematic image comprehension that goes beyond digital cinema. In the study, the course of the cinematic image in new media environments has been discussed in terms of periodic post-sharing and the heuristic figural analysis technique has been adopted. Social networks, which constitute one of the new media environments, are the research universe and Instagram has been purposively determined as the sample. The Stories application within the network was chosen as the analysis unit. Accordingly, the cinematic quality of the Stories as audio-visual texts circulated in new media environments has been questioned. In

addition, the phrase of the new media-mediated cinematic image has been defined through the non-permanent and disappearing quality of these images. This property has been claimed to constitute a novel ontological trait of the cinematic image obtained through new media. It has been argued that the interplay between film and new media is what revealed this characteristic, which is known as “volatility”. As a result, the common elements of the literature in the context of new media and cinematic images have been clarified, and emphasis has been placed on the philosophical ideas derived from social theory by these debates. Finally, the reflection of the time-referenced volatile feature of the new media-mediated cinematic image on the promises and concerns for the future has been interpreted.

Anahtar Kelimeler

Keywords

Uçucu Sinematik İmge, Yeni Medya, Sosyal Medya, Instagram, Hikâye
Volatile Cinematic Image, New Media, Social Media, Instagram, Stories

Giriş

Yirminci yüzyılın son çeyreğiyle birlikte sanat alanında kavramsal ve çağdaş önadlarıyla anılan düşünsel ve pratik yapılanmalar ile sinema alanında anlatı ve biçim bakımından modernist uyuşmaların aşılma çabasına dönük üretimlerin ortaya çıkardığı paradigmatik dönüşümler, toplumsal öznelerin gündelik yaşamlarında yer tutan her olayın, olgunun ve oluşun sanatın nesnesine dönüşebileceği düşüncesinin tartışılmasına ve akademik çevrelerden de destek bulmasına yol açmıştır. Alışlageldik kalıpların yıkıldığı, salt fikir odaklı üretimin konvansiyonel çıktılarının yerini aldığı, anlatının kavramsal referanslarının metin üzerinde görünür biçimde cisimleştiği bu üretim düzleminde sinematik imgelemin kaynakları sayısızca çeşitlenmiştir. Bu durumu Susan Sontag (1996) sinematik imgenin artık her boyutta ve çeşitli yüzeylerde görünür olmasının, sinemanın standartlarını istikrarlı bir şekilde zayıflatması olarak yorumlamıştır. Bununla birlikte gerçekçi hikâye, doğrusal akış ve devamlılığa dayalı kurgunun oluşturduğu sacayağı üzerinden yükselen anaakım sinematik üretimin karşısında yeni sinemada perdedeki imge; toplumsal öznelerin hem yaşamlarında yer tutan ve doğrudan yahut dolaylı bir işleve sahip olan hem de fark edilme ihtimali giderek azalan ve/veya kendinden menkul bir önemi bulunmayan her türlü anlatı nesnesini öne çıkarmıştır. Hakan Erkılıç'ın (2017) "akışkan sinema" (*liquid cinema*) olarak tanımladığı bu türden bir sinema anlayışının yeni bin yıl itibariyle söz konusu nesnelere hareketle anlatı kurma çabasını sürdürdüğü ve son kertede onları bir ilham kaynağı olarak kabul ettiği söylemsel eğilimi, hem sanat alanının hem de medya ve iletişim sistemlerinin içerisinde internet teknolojisi temelli düşünsel ve pratik bir değişim dizgesinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Anılan değişimin genel kavramsal ifadesini bulduğu yeni medya, hem iletişimin dolaylanmış biçimlerinin dönüştüğü hem de sanatın kendini ifade olanağı bulduğu bir alan olmuştur.

Yeni medyanın iletişim bilimleri içerisinde ele alındığı çalışmalarla şekillenen alanyazında kavrama, genellikle internet teknolojisinin ve onun beraberinde getirdiği dijital altyapının yaygınlaşması temelinden hareketle yaklaşmakta ve yeni medyayla iletişimin bilgisayar tabanlı, dijital nitelikli ve etkileşim temelli örgütlendiği yönünde bir yaklaşım eğilimiyle karşılaşılmaktadır (Lister vd., 2009: 11). Bu tanım, yeni medyanın sanat alanındaki karşılığı ile yalnızca yirminci yüzyılın son çeyreğinde başlayıp yeni bin yıllarla yükselişe geçen bilişim teknolojilerine dönük referansları bakımından kesilmektedir. Zira bir sanatsal üretim alanı olarak yeni medya; ekonomik işleyişte, kültürel alanda ve en belirgin olarak da estetik ilkelerin şekillenmesinde birtakım yeni kavrayış biçimleri ve kanaat alternatifleri sunması bakımından daha bütüncül bakış açısıyla ele alınması gereken bir nitelik taşımaktadır. Öyle ki, yeni medya sanatı, sanatçıların nesne ve biçim bağlamında melez bir eklektizmi benimsediği bir üretim dizgesini içermektedir. Anılan üretim Christiane Paul'ün (2008: 4) altını çizdiği gibi (i) farklı disiplin ve akımların kesiştiği bir konumda gerçekleşmekte ve bu nedenle ortak çalışmaya dayalı şekillenmekte (ii) değişkenlik taşımakta (iii) zaman odaklı ve gerçek zamanlı olmakta, dolayısıyla süreç yönelimli işlemekte (iv) dinamik, katılımcı, edimsel nitelikleri sayesinde yeniden üretilebilir ve kişiselleştirilebilir özellikler barındırmaktadır.

Bu özellikler genel bir çerçeve sunsa da yeni medya sanatının kesin bir sınıflandırma içerisinde sınırlı bir çerçevede değerlendirilmesinin olanağının bulunmadığının altını çizmek gerekir. Bilgisayar ve/veya internet teknolojisi temelli bir sanat eseri üretimi, bir diğer ifadeyle bir sanat eserinin yaratımında yeni medya altyapısının ve imkânlarının kullanılması, söz konusu eserin yeni medya sanatı çatısı altında değerlendirilmesinin yeter koşulunu sağlamamaktadır. Yeni medya sanatının bilişim teknolojilerinin numerik devingenliğine, çoklu medya ortamına erişime izin vermesine ve kullanıcılar arası etkileşim sağlamasına bağlı olarak gelişen, konumsal,

sürükleyici, taktik ve medyalar arası nitelikleri bulunmaktadır (Graham & Cook, 2010: 4). Bu nedenle eserlerin salt yaratımında değil, sergilenmesinde de bu niteliklerin belirgin olması beklenmekte, hatta konvansiyonel bir eserin dijital manipülasyonu da bir yeni medya sanatı eserinin yaratımı veya yapılandırılması söz konusu olabilmektedir. Bu çerçevede yeni medya çıktıları “nesne” ve “sanat eseri” olarak ayıran Lev Manovich (2001: 28) bunların bilgisel boyutlarıyla ortaklaştıklarını ancak nesnelere analog medya çıktıları ile sayısal temsillere dönüştürülmesiyle dijitalleştirildiğini açıklamakta; sanat eserlerinin bilgiyi nesneleştiren kümülatif bir tasarım olmasının ötesinde, sanatsal statülerini öne çıkaran deneyimsel ve estetik boyutlara da sahip olduğunu ifade etmektedir.

Yeni medyanın görüntü ve sesin yanı sıra kullanıcılar arasında iletilen linklere eklenmiş metin ve veri içeriklerinin oluşturduğu bir yapay bellek bileşimi niteliği taşıması (van Dijk, 1999: 7) onun nesnel ve sanat eseri formundaki çıktıları arasındaki bu ayrımı haklı çıkarmaktadır. Bu durum modernist estetik içerisinde içerik ile biçimin birlikteliği ve ayrılığı tartışmalarında olduğu gibi bir tartışma zemini yaratmakta ve yeni medya çıktıları ile niceliksel verilere erişme ve bunlar hakkında düşünme deneyimini içermesinden dolayı “içerik” ve “arayüz” düzeyinde farklı seviyeleri olduğu kabulünü ortaya koymayı gerektirmektedir. Buna göre içerik düzeyi; çıktının uzam, zaman, yüzey yapılanmasını ve bu yapılanmaya dahil olan kullanıcı deneyimlerini içermekte, arayüz düzeyi ise tüm bunların gerçekleştiği ve kullanıcının erişim sağladığı aracı içermektedir (Manovich, 2001: 66-67). Dolayısıyla yeni medyada üretimin ve yaratımın tamamlanmamış, devingen, süregelen, değiştirilebilir, yeniden üretilebilir özellikleri hem içerik hem de arayüz çerçevesinde günden güne farklı alternatiflerin ortaya çıkmasını beraberinde getirmektedir. Sanatsal ve medyatik üretimin yer yer buluştuğu yer yer kesiştiği yer yer ise sadece aynı uzamda gerçekleşmek dışında bir ortaklığı bulunmadığı bu birlikteliğini sağlayan ise politik, ekonomik, kültürel, sanatsal, ideolojik ve sair düzeyde yeni kamusal alanların inşasına olanak sağlayan ağ ortamı olmaktadır.

Yeni medyanın, sanatı dönüştüren veya sanatın yeni açılımlarla dönüşümüne olanak sağlayan yapısı ile konvansiyonel medyanın ve doğrudan aracısız iletişim faaliyetlerinin yeni medyayla birlikte edindiği işlerliğin karşılaşması; sanat ile medya ve iletişim alanlarının birbirini beslediği ve birbirinden öykündüğü pratiklerin yaygınlaşmasını ve hiç olmadığı kadar kitleselleşmesini beraberinde getirmektedir. İnternetin *web* temelli çevrimlerinin çıktılarından biri olan sosyal paylaşım ağları, bu ağların altyapısı kullanılarak geliştirilen uygulamalar ve bu uygulamaların tüm kullanıcılarına sunduğu birtakım uygulama deneyimleri; sözü edilen yeni kamusal alanların inşasına olanak sağlayan ağ ortamının günümüzdeki en yaygın biçimini teşkil etmektedir. Sosyal paylaşım ağları, öncelikle konvansiyonel veya dijital sanatsal üretimlerin fragmente edilmiş kopyaları dahi olsa, bu üretimlerin dolaşıma sokulduğu ve yaygınlaştırıldığı bir imkânlar dizisi sunmasının yanı sıra kullanıcı türevli içeriklerin görsel işitsel biçimini de artırmakta ve Anna De Fina ile Sabina Perrino'nun (2017: 210) vurguladığı gibi dijital hikâye anlatımı kavrayışına ilişkin önemli bir teknik katkı oluşturmaktadır.

Hikâye anlatımı ile yeni medyanın yarattığı dijital kamusal alan yakınsaması, anlatımın sosyal medyada tezahürünün ve dijital yeniden yaratımının yükselişini göstermektedir (Mpofu, 2021). Bu çalışmada da anılan yükselişten hareket edilerek sinemanın ve sinematik imgenin dijital çevriminden miras kalan tartışmalar bağlamında sosyal paylaşım ağlarında üretilen ve yaygınlaştırılan görsel işitsel metinler ele alınmaktadır. Böylelikle benimsenen amaç ve tercih edilen yöntemsel izlek doğrultusunda sosyal paylaşım ağlarının kullanıcılara sunduğu teknik altyapının filtrelemeleriyle dönüşen görsel işitsel metinlerin sinematik niteliği ve bu çerçevede sinematik imge kavramının yeni medya dolayımı serencamı izlenmektedir. Bu durum sinema

ile sinematik imgeyi analitik bir çözümlene için birbirinden ayıran bir epistemolojik kavrayışla yapılmakta, böylece sinematik imgenin “niteliği ve izleme pratikleri gibi noktalarda, başka medya ve sanat formlarıyla benzerli[ğinin] fazlasıyla açık hâle gel[mesi]” (Çelenk, 2015: 241) dikkate alınmaktadır. Nitekim yeni medya ortamları, sinematik imgenin varlık gösterdiği kitlesel katılımlı kamusalılıkların içerisinde yer almaktadır.

Kapsam, Amaç ve Yöntem

Sosyal paylaşım ağları kullanıcı sayıları milyonları bulan ve konvansiyonel medya ve iletişim sistemlerinin bilgilendirme, eğitime, toplumsallaştırma, eğlendirme ve gündem belirleme gibi anaakım işlevlerini üstlenen niteliklerinin yanı sıra, olgusal veya kurgusal görsel işitsel metinler olarak (hareketli) görüntü içeriklerinin dolaşıma girdiği bir kamusalılığı oluşturduğundan sinemanın ontolojik olarak tarihsel süreç içerisindeki evrimiyle kesişen kitlesel bir nitelik taşımaktadır. Etkileşim, geçicilik, kısalık gibi öğelerin bir araya getirdiği “bu kısa ve parçalı yapı[nın] artık başat film biçimi hâline geldi[ği]” (Yaren, 2017: 29) yönündeki görüşler; yeni medya dolayımı çıktılarının nesnel veya sanatsal üretim niteliği taşıması fark etmeksizin, görüntünün ontolojik seyrinin bu ağlar üzerinde yansılar bulmasıyla ilişkilendirilebilir bir durum yaratmıştır. Bu durum “dijital sinema” tamlamasının referans verdiği “kayıt, sıkıştırma, kodlama, depolama (...) ve gösterim” gibi (Erkılıç, 2006: 65) pratik içeriğini ve sınırsız bir işleyiş kapasitesine sahip olduğu yönündeki (Monaco, 2010: 512) teorik karşılığını aşan bir sinematik imge kavrayışını gerekli kılmaktadır. Nitekim geleneksel kuramsal alanyazında da “özel bir sembol türü olarak” sinematik imgenin, hem izleyicinin bakarak tanımayı öğrenmeyi sürdürdüğü temsiller sunduğu hem de tekniğin olanakları çerçevesinde yapılandırılabilir bir hareket algısı yaratarak dilsel gelişimini sürdürdüğü savunulmaktadır (Carroll, 1988: 139-140).

Bu çalışmada da kapsam olarak sinematik imgenin yeni medya ortamlarındaki seyrinin açıklanması, sosyal paylaşım ağlarının konjonktürel kullanıcı deneyimlerinden biri olan süreli gönderi paylaşımı özelinde tartışılmaktadır. Buradan hareketle çalışmada biçimsel çözümlene tekniği benimsenmektedir. Biçimsel çözümlene tekniğinin dijital görsel öğelere ve bu öğelerin dolaşıma sokuldukları ortamlar olarak arayüzlere yönelik yapılacak keşifsel değerlendirmelere imkân tanınmasından (Nielsen & Molich, 1990: 249) ve bununla birlikte oyun temelli öğrenme (Ebner & Holzinger, 2007), ürün tasarımı ve insan etkileşimi (Pruitt & Adlin, 2010), arayüz tasarımı (Johnson, 2021), kamusal veri görselleştirme (Simonofski vd., 2022) gibi konu ve alanlarda da kullanılıyor olmasından hareket edilmektedir. Ayrıca Robert Stam’in (2021: 304, 307) hareketli görüntünün ve sesin yeni medya ortamlarındaki kayıt ve depolama işleyişinin yarattığını söylediği “dijital tek plan çekim estetiği” ile veri işleme ve çoklu görüntüleme pratiklerinin ortaya çıkardığını savunduğu “arayüz estetiği” fenomenleri; çalışmada odağa alınan araştırma nesnesinin biçim bazlı çözümlenmesine dair gerekliliğin altını çizmektedir. Bunların yanı sıra biçimsel çözümlene tekniğinin erişim, dolaşım, güncellik ve tasarım biçiminde formüle edilen yapısal işleyişinin (Schweitzer, 2005: 333-334) hem sosyal paylaşım ağlarının hem de bu ağlarda dolaşıma giren sinematik imgenin karşılıklı etkileşiminin ve dönüşümünün çözümlenmesine imkân sağladığı değerlendirilmektedir.

Yeni medya ortamlarından biri olan sosyal paylaşım ağlarının araştırma evrenini oluşturduğu çalışmada güdümlü örnekleme aracılığıyla ismi, anlık kamera (*instant camera*) ile telgraf (*telegram*) kelimelerinin birleşiminden türetilen (Lang, 2014) çevrimiçi anlık fotoğraf ve video paylaşım ağı Instagram örneklem olarak seçilmiştir. Diğer sosyal paylaşım ağları arasından Instagram’ın tercih edilmesinde, ağın salt görsel işitsel içerik üretimi ve paylaşımı üzerine yapılandırılmış olması belirleyici olmuştur. Instagram bünyesinde 2016’dan beri kullanımda

olan ve bu çalışmanın çözümleme birimini teşkil eden Hikâyeler (*Instagram Stories*) görsel işitsel öğelerden oluşan metinlerin, bir diğer ifadeyle bir dizi imgeler bütününe sadece bir günlük süreyle dolaşıma sokulmasını ve yaygınlaştırılmasını sağlamaktadır. Günümüz teknik olanaklarının hem donanım hem yazılım temelli sınırlılıkları veya imkânları, bu Hikâyelerin söz konusu zaman kısıdının aşılmasını her ne kadar sağlıyorsa da bu çalışmada, ağır kurduğu teknik denklemin bu yeni medya çıktılarının Hikâye bazlı zaman tünellerinden yok olmasına dönük kurulması dayanak alınmaktadır.

Buna göre çalışmada (i) yeni medya ortamlarında dolaşıma sokulan görsel işitsel metinler olarak Hikâyelerin sinematik niteliğinin ne olduğunun sorgulanması (ii) sinema ve yeni medya etkileşiminin alanyazındaki en az çeyrek asırlık kabulünden hareketle yeni medya dolayımı sinematik imge tamlamasının açıklanması biçiminde formüle edilen araştırma sorularından hareketle söz konusu tamlamanın işaret ettiği imgenin kurgusal olarak kalıcı olmayan niteliğinin tanımlanması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda anılan kalıcı olmama ve kaybolma niteliğinin, sinematik imgenin yeni medya dolayımında edindiği yeni bir ontolojik özelliği olduğu savunulmaktadır. “Uçuculuk” (*volatility*) olarak tanımlanan bu özelliğin sinemanın tarihsel gelişim seyri içerisinde yeni medya ile olan etkileşiminden doğduğu tartışılmaktadır. Böylelikle sırasıyla yeni medya ve sinematik imge temelli teorik tartışmaların tarihsel olarak genel hatlarının ortaya konulması, bu tartışmaların sosyal teori içerisindeki yansımalarının ve sosyal teoriden beslendiği düşünsel izleklerin ele alınması ve böylelikle yeni medya dolayımı sinematik imgenin zaman referanslı bu yeni özelliğinin çalışmanın kapsamı çerçevesinde serimlenmesi gerekmektedir.

Yeni Medya ve Sinematik İmge

On dokuzuncu yüzyılın sonlarında temsile dair alışılmadık bir dizge üreten sinema, bu farklılığı zaman ve mekân bağlamı işleyişinden almış, bununla birlikte sinemanın o dönemin diğer teknik olanaklarından ayrıştığı ve kitlesel bir popülerliğe kavuştuğu yönü “görselin temsili kamusal bir bilgi hâline getirmesi” olmuştur (Manovich, 2001: 50). Auguste ve Louis Lumière’in ışığın yani görsel varlığın kaydedilmesine ve bir yüzey üzerine yansıtılmasına yarayan mekanik buluşu olarak sinematografin ve ardılı teknik olanakların çerçevesinde şekillenen sinematik mekanizma; hem bilinç ve algı gibi gerçeklik ve kurgu temelli temsil boyutuyla hem de üretim bağlamında teknik boyutuyla işlemiştir. Gilles Deleuze’ün (2001: 236) görüntünün ve sesin edimsel ilişkisinin sinematik imgeler bütününe sürekli farklılaştığı bir devamlılığı ortaya çıkardığı görüşü, esasında “sinematik imgenin dünyayla kurduğumuz ilişkiyi değiştiren bir düşünce sistemi olarak karşımıza çıktığını” (Güğümcü, 2013: 87) göstermektedir. Bu nedenle sinematik imgenin yapılışında tekniğin olanakları doğrultusunda yaşanan dönüşümler, toplumsal özneler ve yapılar nezdinde yaşanan yeniliklerle doğrudan ilişkilenebilir. Nitekim “zihinde beliren nesne” olarak özce karşılık bulunabilecek imge teriminin önüne eklenen sinematik önadı (i) tekniğin olanaklarıyla kurulan görüntü ve sesin edimsel ilişkisini ifade ettiği kadar (ii) Daniel Frampton’ın (2006: 12) filme dair “bir bilgi biçimi” olarak tanımladığı “estetik yapılanma”yı da içermektedir.

Tarihsel süreç içerisinde ontolojik ve mimetik gerçekçilik anlayışının aşındığı, nesnel uzam ile anlık deneyim farkının belirginleştiği sinematik anlatı, zamansal deneyim ve akış etrafında aktarılabilir bir nitelik taşımaya başlamıştır (Bazin, 2005: 21). Dolayısıyla sinematik üretim içerisinde diğer sanat dallarındaki nesnellik – öznellik ilişkisi bağlamında konumlanmalar dayanak alınmıştır. Susan Hayward’ın (2001: 83) sinematik imgenin süregelen bir çekim veya kayıt anında ortaya çıkarıldığı yönündeki görüşü de imgenin teknik müdahaleyle, bir diğer ifadeyle montajla, yeni anlamlar ürettiğine yönelik oluşan kitlesel bilinçten kaynaklanmaktadır. Tüm bunların yanı sıra sinematik imge, bütün yönleriyle sinema ile yeni medya altyapısının deneyimlediği

karşılaşma ve birlikte yaşadıkları dönüşüm doğrultusunda açığa çıkan açılımlarla yeni veçheler kazanmaya başlamıştır. Bu çerçevede seyir deneyiminin farklılaşması, (taşınabilir) akıllı cihaz ekranlarının seyrin yeni uzamını teşkil etmesi, yeni medya ortamlarının akışları içerisinde karşılaşılan “interaktif, geçici (...) kısa filmler, fragmanlar, yeniden montajlanmış [ve] üzerine farklı ses döşenmiş parçalar, (...) kısa döngülerden oluşan hareketli klipler” yaygınlık kazanmıştır (Yaren, 2017: 29). Buna dair alanyazın ise hem sinema ve yeni medya alanlarının karşılaşmasıyla yaşanan ortaklık temelli dönüşümlere hem de doğrudan sinematik imgenin yeni niteliklerine yönelik olarak şekillenmiştir. Örneğin Manovich (2001: 50-51) (i) metindeki öğelerin aynı dijital kodu paylaşması (ii) bu kodlar bütününe oluşturduğu çoklu medya ortamının bilişimsel altyapıyla görülebilmesi (iii) sıra dizime dayalı bir depolamadan ziyade her bir veriye aynı oranda hızlı ve eşit bir erişim imkânı sunması biçiminde panoramik bir özet sunmaktadır.

Janet H. Murray (2012: 3, 176, 396-397) yeni medyanın insanların düşünme, dünyayı anlama ve iletişim kurma biçimlerini değiştirdiğini ve özellikle dijital tasarım alanında yeni medyanın sinematik çekim hareketleri, ses tasarımı ve mekân kullanımı gibi konvansiyonel öğeleri sinemadan ödünç alarak efektif bir üretimin gerçekleşmesini sağladığını çözümleyerek, sinema alanının yeni medyanın altyapısal imkânlarını beslediği bir süreci ortaya koymaktadır. Bu görüş, ağ ortamındaki yapılanışın anlatı kavrayışının odağının ve sınırlarının genişlemesi sonucunu doğurduğu biçiminde formüle olan argümanın güçlendiği tartışmaların da çıkış noktasını oluşturmaktadır. Anlatı kavramının dijital uzamda yer buluşunun ve dijital uzamın inşasında edindiği kilit rolünün kurgusal metinler ile bilişim teknolojilerinin bir uzlaşısı olarak görülmesi, Katie Salen ve Eric Zimmerman’ın (2003: 411) “genel kuralların görmezden gelindiği ve sinematik sahnelerin öne çıkarıldığı” dijital oyunların arttığı görüşlerinde de görülebilmektedir. Bu durumu, anlatının yapısına dair bir güncelleme ve “internet türevli anlatı” olarak tanımlayan Marie-Laure Ryan (2006: 157) yeni medya ortamlarındaki dijital metinlerin bu bağlamdaki benzersizliğini, etkileşim ve sinemanın doğrusal akışı içerisinde geçiş yapabilme olanağıyla açıklamaktadır. Anlatının sınırlarının genişlemesi noktasında yine Manovich (2001: 311-312) “grafik ile sinematik olanın buluşması” biçiminde “melez bir dil” olarak tanımladığı sinegratografi (*cinematography*) kavramıyla “geleneksel sinema dili[nin] değişmeden korun[duğunu]” ve grafik imkânların hem tecimsel karşılıklarının çeşitlendirilmesi hem de teknik sorunların çözülmesi için işe koşulduğunu savunmaktadır. Laura Mulvey ise (2006: 27) bu teknik referansın, filmin diegetik yapısını aşındırdığını ve yeni izleyicilikler yaratarak sinemanın yeni yönlerini ortaya çıkardığını düşünmektedir.

Yeni medya ile sinema buluşmasına dair ardında hacimli bir alanyazın bulunan ve sinematik imgenin dönüşümüne dair tartışmaları (da) şekillendiren bir diğer konuyu sinema-sonrası (*post-cinema*) kavrayışı oluşturmaktadır. Shane Denson ve Julia Leyda (2016: 2) yeni bin yılın medya ve iletişim sistemlerinin genel tanımının sinema-sonrası kavramıyla karşılanabileceğini savunmaktadır. Bununla birlikte sinema-sonrası kavramsallaştırmasının, medya ve iletişim sistemlerinin çoklu yapısına dair tek düze bir bakış açısının sonucu olmayacağını, bilakis yeni medyanın birikimsel etkisine odaklanan ve çeşitliliği gözetken analitik bir kavrayışı ifade ettiğini belirtmektedir. Bu kapsamda Leon Gurevitch (2016: 286-287) bilgisayar destekli tasarımın sinemaya dair etkileri arasında konjonktürel olarak en kalıcısının, tasarımın “hem bir kavram hem bir yapılanma ilkesi hem de (post-)sinematik imgenin retorik karşılığı olarak sahnenin merkezine taşınması” olduğunu ifade etmektedir. Böylelikle söz konusu retorik, salt sinematik imgenin üretiminde değil, tüm kültürel üretim kalıplarında varlık bulmaktadır. Bunun da şüphesiz Kornelia Boczkowska’nın (2021: 66) altını çizdiği gibi gerçekçiliğin gerçeküstücülük ile birleştiği ve doğrusal bir seyri olmayan veritabanı anlatılarını (*database narratives*) hatırlatan bir işlevi olmaktadır. Stephen Prince ise (2004: 32) bu dönüşümün esas odaklanması gereken etkisinin,

izleyicinin algısal deneyimlerindeki farklılıklardan kaynaklandığını ileri sürmektedir. Manovich'in (2001) "gezinilebilir alan" olarak tanımladığı yeni medya ortamlarına atıfla "doğrusal olmayan uzamsal bir gezinme" imkânı yaratan bu yeni anlatı yapısı, "geleceğin sayısız olası varyasyonunu sunan mozaik benzeri bir hikâyeye tipi"ni oluşturan sinematik imgeyi yaygınlaştırmaktadır (Pisters, 2016: 164).

Sinematik imgenin algı ve zihin arasındaki melez konumunun (Bezazoğlu, 2022: 140) imkân sağladığı tüm bu yeni biçimsel stratejiler, onun üretiminde ve izleyicilere ulaştığı zeminde sağladığı yenilikler kadar ontolojik akışkanlığını sınırlayan konvansiyonel süreklilik perspektifinin de sorgulanmasını sağlamaktadır. Böylelikle hem sinematik imgenin hem de sanatsal gerçekliğin inşa edilmesinin evrensel bir yolu hâline gelen yeni medya ortamları, imgenin hem estetik hem de ontolojik niteliğinin sınırlarının bulanıklaşmasında giderek daha fazla rol oynamaktadır. Söz konusu bulanıklığı Laura Rascaroli (2017: 17-18) "yazarlığın izleyiciyi de kapsayacak şekilde genişletilmesi" olarak "filmsel ortamın akışkanlığı" biçiminde tanımlamaktadır. Zira David N. Rodowick'in (2007: 125) ifade ettiği gibi "görüntü, zaman, mekân ve hareket kavramları klasik film kuramı kadar çağdaş hareketli görüntü kuramıyla da ilgilidir" ve bu kavramların her biri elektronik ekranlar tarafından niteliksel ve mantıksal olarak dönüştürülmüştür. Dolayısıyla sinematik görüntü, özde çağdaş hareketli görüntü kuramının, genelde ise görsel kültürün günümüzdeki niteliğine dair kesin bilgiler içermektedir. Burada esasında fotografik olan ancak hareketli niteliğiyle sinematik nitelik kazanan imgenin izleyiciyle buluşması; konvansiyonel bir çizgiselliği aşarak farklılaşan, döngüsel, "karışık, metinlerarası, parçalı ve çoklu platformlarda inşa edilen bir anlatsallık" (Çelenk, 2015: 241) kurmaktadır. Bu anlatı yapılanmasının bir boyutunu da izleyicisiyle geçici bir süreyle buluşan ve sonrasında kaybolan uçucu sinematik imge oluşturmaktadır.

Yeni Medya Dolayımı Uçucu Sinematik İmge

Yeni medya ortamlarında kullanıcı türevli görsel işitsel içeriklerin süreksiz yapılanması, bu çalışmada odağa alınan Instagram ile sınırlı değildir. Bunun ilk örneği 2010'ların başında çıkan anlık mesajlaşma uygulaması Snapchat olmuş, hatta Snapchat içeriklerinin kaybolan yapısının "uçucu" öneleyle yorumlanması da takip edilebilmiştir (Şener, 2016). Snapchat'i 2016'da Instagram, 2017'de sırasıyla WhatsApp, Facebook, YouTube, 2020 yılında ise Twitter takip ederek farklı isim ve tekniklerle ancak temelde arayüz üzerinde belirgin bir yerde konumlandırılan süreli içerik paylaşımıyla işleyen bu uygulamayı kullanıma sokmuştur. Çalışmada söz konusu sosyal paylaşım ağları veya anlık mesajlaşma uygulamaları arasında Instagram'ın tercih edilmesi, yukarıda da vurgulandığı gibi ağ içerisinde odağa alınan süreli içerikler olarak Hikâyelerin tasarımının salt görsel işitsel içerik üretimi ve paylaşımı üzerine yapılandırılmış olmasından kaynaklanmaktadır. Instagram'daki Hikâyeler için ne öykü, akış ve devamlılık gibi klasik kabullerin yer aldığı ne de anlatı nesnesi arasında bir ayırımın gözetildiği ve ilhamın sınırsız olduğu yönündeki "yeni" ve "post" söylemsel ve pratik eğilimlerin cisimleştiği yeknesak bir kavrayıştan söz edilmesi güçtür. Hem sanatsal üretimin hem medya faaliyetlerinin hem de iletişimin dolayımlanmış biçimlerinin sırasıyla dijital sanat, internet medyası ve sosyal ağ iletişimi gibi tanımlamalarla ifade edildiği yeni medya ortamlarında Instagram Hikâyeleri söz konusu üç tanımlamayla da kesişen nitelikler barındırmaktadır. Bununla birlikte fotografik imgeden nesnel ve mekanik zamansallığıyla ayrılan, hareketli görüntü ile ona eşlik eden sesin edimsel bir ilişki içinde kurulduğu sinematik imge de bu içeriklerde dolaşıma girebilmektedir.

Akışkan Toplum ve Uçucu İmgeler

Instagram Hikâyelerinde dolaşıma giren sinematik imgenin iki biçimi bulunmaktadır. Bunlardan ilki, hâlihazırda üretilmiş olup ağ içerisinde paylaşılan, bir diğer ifadeyle ağ içerisinde üretilmeyen ve sadece ağ içerisinde yaygınlaştırılmayan içeriklerde bulunan imgelerden oluşmaktadır. İkincisi olan ve bu çalışmada incelenen ise kullanıcılar tarafından uygulama üzerinden veya dışından kaydedilip işlenen ve sadece Instagram ağında paylaşılan içeriklerin sunduğu imgelerdir. Bu imgelerin ağ içerisinde kurgulanan akış doğrultusunda üstlendikleri uçucu nitelikleri bir günlük süre boyunca dolaşımda kalmalarından ve sonrasında kendiliğinden yok olmalarından ileri gelmektedir. Tekniğin olanakları bu sınırlamanın, dolayısıyla uçucu niteliğin aşılmasını ve yok edilmesini sağlayacak düzeyde hem donanımsal hem de yazılım boyutunda bir gelişkinliğe erişmiş olsa da, ağ içerisinde Hikâye kurgusunun sınırlı bir süreyle var olma ve sonrasında kaybolma veya yok olma doğrultusunda şekillendirilmiş olması; esasında uçucu olan ancak üreticisi dışında kullanıcılar tarafından kaydedilen içeriklerde bir dizi teknik deformasyonu açığa çıkarmaktadır. Bu durum uçuculuğun yerleşik olduğu dijital görüntünün (Kına, 2022: 209) Instagram Hikâyeleri özelinde farklı kullanıcılar tarafından arşivlenmesinde görülen ve tıpkı korsan endüstrisinin konvansiyonel sinema metinlerindeki piksel satırlarını tek boyutlu sinyallere indirgemesi ve renk gamında sapmalara sebep olması biçimindekine benzer deformasyonlardan oluşmaktadır (Chupeau vd., 2014: 156-157). Dolayısıyla Hikâyelerin farklı kullanıcılar tarafından haricen yapılan kayıtları, hem kullanıcı deneyimi hem de teknik yapılanma bakımından orijinal içeriğin uçucu niteliğini durduramamaktadır.

Jean Baudrillard'ın "geriye kalan şey olarak kalıntı" kavrayışı, yukarıda sözü edilen orijinal olmayan kayıtları açıklamak için önemli bir bakış açısı sunmaktadır. Buna göre neyin, diğerinin kalıntısı olduğunun anlaşılmadığı bir düzen, yeni medya ortamlarının uçucu içeriklerinde de bulunmaktadır: "Gerçek, yerini gerçekten daha gerçek olan bir imgeye bırakarak ortadan kaybolmaktadır" (Baudrillard, 2011: 195). Sinematik imgenin de taşıdığı bu niteliğin ortaya çıkmasında ve uçuculuk biçiminde yorumlanabilir bir görünüme bürünmesinde, tekniğin olanaklarının gelişimi kadar dönüşen toplumsal yaşamın tüm yapı ve bileşenleriyle yorumlanmasını sağlayan sosyal teorinin sunduğu düşünsel izleklerin de etkisi bulunmaktadır. Bu doğrultuda modernite eleştirisi üzerinde yükselen ve hem sanatsal hem de medyatik üretimin nesne, zaman ve mekân ölçeklerindeki sınırsızlığını imleyen bir dizi perspektifle karşılaşılabilmektedir. Norman K. Denzin (1991: 1) sinematik bakışın, dolayısıyla sinematik imgenin yaygınlığını; içerisinde yaşanan dönemin "görsel ve sinematik bir çağ olduğu" ve bu çağın benliğinin "kamera merceğinden akan yansımalarla" şekillendiği yönündeki görüşleriyle açıklarken böyle bir bakış açısını paylaşmaktadır. Instagram Hikâyelerindeki günlük, sıradan, alelade içeriklerin bu çalışmada olduğu gibi akademik bir yordamla incelenmesi de benzer bir kabulden kaynaklanmaktadır. Nitekim Thomas Elsaesser'in (1990) yeni medyanın, enformasyonun depolanmasına ve yayılmasına dair yeni biçimler sunmasının yanı sıra sinematik imgenin tarihsel rolüne dair katkısını, toplumsal deneyimin kaydedilmesi ve özneliğin inşası olarak görmesi; kullanıcıların öznel üretimlerinde ve bu üretilere birtakım uygulama içi dijital tasarım araçlarıyla sundukları katkılarda somutlaşmaktadır. Bununla birlikte ağın sunduğu bu imkânların tüm kullanıcılar için aynı olması, özneliğin esnekleşmiş ifade imkânlarının yanı sıra standartlaşmış görünümünde ortaklaşması ihtimalini, hatta "bireysel yaratının daha az mümkün hâle gelmesini" (Stam, 2000: 319) ortaya çıkarabilmektedir.

Hikâyelerin nesnelere dönüştürdüğü bu esneklik (ve tekdüzelik) Zygmunt Bauman'ın (2000: 2) modernitenin günümüzdeki mevcut durumunu incelemek ve açıklamak için kullandığı "akışkanlık" kavramında karşılık bulmaktadır. Buna göre akışkanlığın, tıpkı maddenin katı ve sıvı

hâllerinin ontolojik sınırlılıklarında olduğu gibi tüm boyutlarıyla toplumsal yaşamı imlemesi, bu yaşamın ne sınırları belli bir uzamsal karşılığı olduğunu ne zamanda belli bir ritim içerisinde sürdüğünü ne de mevcudiyetinin sabit kaldığını anlatmaktadır. Bu durumda yeni medya ortamlarının Stam'in (2000: 319) ifade ettiği gibi kendinden önceki araçları kapsayan yapısı; bu ortamlarda üretilen dijital görüntünün etkileşimli bir dizge içinde kendi akışını elde ettiği ve konvansiyonel birer kopya olmaktan uzaklaştığı düzlemi kalıcılaştırmaktadır. Dolayısıyla Instagram Hikâyelerinin uçucu niteliğinin hem toplumsal olarak bir karşılığının bulunduğu hem de yeni medyanın özelde sinema ile, genel olarak ise kendinden önceki tüm görsel ve/veya işitsel içerik üretim pratikleri ile girdiği etkileşimden doğduğunu, bir diğer ifadeyle yeni medya dolayımı sinematik imge tanımlamasının esasında tarihsel bir sürekliliğin ifadesi olduğunu savunmak mümkün hâle gelmektedir. Sinematik üretimin varoluşunun tesis edilmesinde, gerçekliğin zamansal süreklilikle bağlantılı olan temsili nasıl sinematik teknikler ve cihazlar yardımıyla yapılıyorsa (Kracauer, 1997: 41) uçucu sinematik imgenin varlığı da yeni medyanın altyapısal örgütlenmesi belirleniminde ve "akışkan modernite" kavrayışının sunduklarıyla anlam kazanmaktadır.

Instagram'ın Mike Krieger ile birlikte kurucusu olan Kevin Systrom'un Instagram Hikâyeleri deneyimine ilişkin "dünyanın tüm anlarını yakalama" (Newton, 2016) biçiminde ifade ettiği yaklaşımı, yeni medya ortamlarının konvansiyonel medya işleyişinin sunduğu gündem takibi imkânını sağladığı da düşünüldüğünde, akışkanlık içerisinde ona uygun içerik yapılarının dolaşıma sokulmasını, bütünün bir parçası kılmaktadır. Öte yandan tüm anları yakalama yönündeki hedef, kullanım deneyimi bakımından içeriğin, dolayısıyla imgenin yerini başka içeriklerin alması durumunu doğal olarak ortaya çıkarmaktadır. Bauman (2017: 14, 36-37) siber uzamda beden, bir diğer ifadeyle öznelerin değil, doğrudan uzamın kendisinin önemli olması durumunun "güvensiz ve belirsiz bir günlük varoluş" yarattığını, buna karşılık olarak ise "hareket hâlindeki hayat"ın imgelerinin bir denge kurduğunu ifade etmektedir. Yeni medya dolayımı sinematik imgenin hem siber uzam bağlantılı devingen yapısının hem de "dünyanın tüm anlarını yakalama" hedefine paralel olarak uçucu niteliğinin bu düzlemde teknik ve felsefi bir referansı bulunmaktadır. Etienne de La Boétie'nin yurttaşlıktaki "gönüllü kulluk" düşüncesine referansla sosyal medya kullanımını "insanların gönüllü iletişimi" olarak gören Michael Hardt ve Antonio Negri ise (2012: 9) sosyal medya iletişimiyle dolaşıma sokulan içeriklerin ve ifadelerin çokluğunun, aynı oranda biyopolitik bir denetime olanak sağladığını, zira yaşamın her anını kapsadığını, bununla birlikte bu içeriklerin ve ifadelerin niteliklerinin ise aynı oranda çokluk arz etmediğini savunmaktadır.

Siber Yaşam ve Hareketli Görüntünün Uğrakları

Yeni medya ortamlarının kapsayıcılığının bir boyutunu da sosyalleşmenin hem biçiminde hem de uzamında bu ortamların giderek artan biçimde fark edilen görünümü oluşturmaktadır. Toplumsal özneler olarak bireylerin zaman içerisinde fiziksel ve ruhsal gelişimleriyle aile, eğitim, iş ve sair sosyal çevrelere hazırlanması ve bu çevrelerdeki toplumsal öznelerle bütünleşmesi sürecini kapsayan sosyalleşme; iletişimin dolaylı ve aracılı biçiminin şekillendiği ağ ortamlarında fiziki karşılaşmalar kadar önem taşımaktadır. Bu nedenle yeni medya ortamlarında dolaşıma sokulan içerikler olarak Hikâyeler, kişilerin süregelen sosyalleşmelerinin taşıyıcısı araçlar olarak da işlev görmektedir. Ağların devingen yapıları içerisinde varlık bulan içeriklerin uçucu niteliği; o içeriklerin temsil ettiği nesnelere, çerçevelediği iletilerin ve aktardığı düşünsel ve/veya estetik yapıların da geçici olmasını sağladığından Hikâyelerdeki sinematik imgenin âna ve şimdije dair ontolojik açımları belirginleşmektedir. Bu açımların ekonomi-politik niteliği;

yeni medya ortamlarının kullanıcı üyeliği bakımından armağan ekonomisi temelli bir işleyişi olsa da ağ sahiplerinin yarattıkları gelir modelleri üzerinden şekillenen bir makro boyutunun da bulunmasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla medya ve iletişim çalışmaları alanyazınına Dallas W. Smythe'nin (1977) katkısı olan "izleyici metası" kavrayışının yeni medya ortamlarındaki karşılığı; ağ sahiplerinin teknolojiyi ve çalışanlarını sermaye olarak satın almaları, bu ağları kullanıcılara ücretsiz olarak sunmaları, bu kullanıcıların ise ağ içerisinde ürettikleri ve yaygınlaştırdıkları içeriklerle ücretsiz emek faaliyetleri gerçekleştirmeleri olmaktadır (Fuchs, 2012: 712-713).

Kullanıcıların, ağ sahiplerine konvansiyonel medya ve iletişim sistemlerinde olduğu gibi reklam temelli gelir modelinin özneleri olarak fayda sağlamalarının yanı sıra yeni medya ortamlarında kullanıcıların ürettikleri içeriklerden kendilerinin gelir elde etmeleri de mümkün olduğundan dolaşıma sokulan uçucu içeriklerin Instagram'da bu bağlamda iki görünümüyle karşılaşılmaktadır. Bunlardan ilki, Hikâyelerin üreticisi tarafından gelir elde etme amacıyla yaratılması durumunda, içeriğin alıcıların dikkatini çekecek veya estetik zevklerine hitap edecek etkileyici bir biçimle yapılmasıdır. İkincisi ise uçucu sinematik imgeler olarak Hikâyelerin birbirinden bağımsız Hikâyelerle ardışık biçimde sıralanmasından kaynaklı olarak, Hikâyelerin üreticisi tarafından tecimsel bir niyetle yaygınlaştırılmamış olsa bile diğer reklam içeriklerinin arasına sıkışan bir seyir deneyimi içerisinde varlık bulmasıdır. Bu durum sinematik imgenin bu yeni uzamdaki ontolojik biçiminin gerek sosyalleşme pratikleri gerekse de estetik üretim çabasıyla ilişkili olsun, ekonomik işleyiştten bağımsız bir alternatifliği içermediğini ortaya koymaktadır. Sinematik imgenin uçucu niteliğinin dayattığı âna ve şimdije odaklı olma hâli, Hikâyenin zımnî biricikliğinin altını çizdiği gibi yeni medyanın uçuculuk özelindeki zamansal kurgusunun da göz önüne alınmasını gerektirmektedir. Öyle ki, Fredric Jameson'un (2003: 705) "zamansallığın sonu" olarak adlandırıp "yeni iletişimsel ve dilbilimsel ya da göstergebilimsel bakış açılarının" yansıdığı yer olarak tarif ettiği yeni medya; François Hartog'a (2015: 389) göre de "canavarca şimdiki zaman" olarak tanımlanabilecek bir zaman rejimini ortaya çıkarmaktadır.

Yeni medya dolayimli sinematik imgenin uçucu niteliği, "mevcut zamansal deneyimin tekil, homojen ve giderek şimdiki zamancı olduğu fikri"nde (Ekström, 2016: 5347) oydaşılan bir teorik bakışı beraberinde getirmektedir. Bu durum içeriğin değerinin hızına göre belirlendiği, "çevrimiçi akışların ebedi şimdi"ye hapsoldüğü (Weltevrede vd., 2014: 16-17) bir üretim dizgesini açığa çıkarmaktadır. Bununla birlikte Hikâyelerin anlık aktarımın ötesinde geçmiş kayıt ve içeriklerin dolaşıma sokulmaya izin vermesi, şimdinin o âna ait olması gerektiği işleyişi bozmaktadır. Hikâyelerdeki şimdi, geçmiş veya mevcut anların aktarımını ifade edebilmektedir. Bu doğrultuda uçuculuk, özel alanla birlikte ele alınabilir bir niteliği de barındırmaktadır. Zira içeriğin hem âna ilişkin olması hem de kaybolması, gündelik toplumsal yaşamın herhangi bir bölümünün kaydını veya aktarımını mümkün kılmasının yanında, kapsam ve süre bakımından tercih edilen oranda kısıtlı bir izleyici grubuna yirmi dört saate kadar istenildiği ölçüde gösteriminin imkânını sağlamaktadır. Özel alanın bu doğrultuda içeriğin kullanıcının belirlediği öğeleri içermesi ve kullanıcının belirlediği kadar izleyiciye ulaşması biçiminde iki eksenle işlerliği bulunmaktadır. Bununla birlikte Hikâyelerin sinematik imgelerle bezeli varlığı, "sinematik üretimin resmettiğinden daha kapsayıcı bir gerçekliği çağrıştırdığı" savunusunda olduğu gibi "fiziksel dünyanın ötesini işaret ede[n]" ve "fiziksel varoluşu, sonsuzluğunda yakalama eğiliminde" olan (Kracauer, 1997: 71) bir mesaiyi de göstermektedir. Böylelikle Siegfried Kracauer'in (1997: 71) filmin genel karakteristiğini serimlerken başvurduğu bir tamlama olarak "yaşamın akışı", Instagram Hikâyelerinde de "maddi durumların, duyguların, değerlerin ve düşüncelerin iç içe geçtiği" bir akış düzlemini ifade etmeye uygun olmaktadır.

Özgür Yaren'in (2017: 30) dijital dönüşümün, hem sanat hem de medya alanlarındaki yansımalarının "medyumların karşılaşması ve melezleşmesi" kabilinden anlatılarla açıklanmasının yetersizliğini vurgularken dijitalliğin filmin doğasını soğurduğu açıklaması, ekranlara taşan sinematik imgenin yönünü de tayin etmektedir. Uçucu sinematik imgelerin bir kullanıcının yaşamının herhangi bir anından "sahneleri", başka bir kullanıcının yaşamının herhangi bir anında karşısına kısıtlı süreyle çıkarabilmesi, bu yönün mevcut durumunu ifade etmektedir. Konvansiyonel sinemanın uluslararası seyri önünde küresel piyasa ekonomisinin yol açıcı niteliğinin yanı sıra, dijital dönüşüm ve sinema – yeni medya etkileşimi, imgenin anılan seyir çizgisini takip eden ve herkes tarafından üretilebildiği esnek niteliğinin dolaşımını sürgit kılmaktadır. Bununla birlikte bir taraftan sinematik imgenin söz konusu yayılımı devam ederken diğer taraftan konvansiyonel üretim pratiklerinin de varlığını sürdürmesi, sinemanın geleceği bakımından nasıl bir üretim ve tüketim dizgesinin başat hâle geleceğine dair merak uyandırmaktadır. Rodowick'in (2007: 2) yeni medyanın endüstri ve sanat olarak ortaya çıkışının sinemanın yirminci yüzyıldaki hakimiyetine ne yapacağı biçimindeki sorusu, bu merakı desteklemektedir. Zira "estetik bir nesne olarak [konvansiyonel] 'film'in ortadan kalkması"nı "sinema ve medya çalışmaları" isimli derneklerin artmasının izlemesi ve "organizasyonun hareketli görüntü veya ekran çalışmaları gibi bir şeye genişlemesi" giderek yaygınlaşmaktadır (Rodowick, 2007: 3).

Tüm bunlar medya, sanat, sinema, iletişim alanlarının yöndeştiği; bu yöndeşmenin de söz konusu alanların yeniden yapılanmasına olanak sağlayan altyapıyı sunan internet teknolojisi üzerinden gerçekleştiği bir tarihsel sürecin çıktılarını ifade etmektedir. Zira temeli kurgusallık olan sinematik üretimin (Kına & Aşılıoğlu, 2021: 16) anılan yöndeşme deneyimleri doğrultusunda mecrası, dolayısıyla üretim pratikleri dönüşmektedir. Bu nedenle Francesco Casetti (2011: 95) gibi isimlerin söz konusu yöndeşmeye dair "ağır sonuç", "bilinmezlik", "sinemanın gerçekçi doğasının sonu" gibi yorumlarının oldukça pesimist bir ton taşıdığına altının çizilmesi gerekmektedir. Öyle ki, yeni medya dolayımı sinematik içeriğin, yer yer konvansiyonel sinemanın belki hiç olmadığı kadar hayatın içinden gelen niteliği; Hikâyelerin gerçek ile olan ilişkisini ya da imgenin temsil ettiği evrene dair referansları anlamlı kılmaktadır. Dolayısıyla yeni medya ortamlarının tartışılan niteliklerinin sinema alanından çok sinematik imgeye yönelik olduğunun teslim edilmesi gerekmektedir. Zira yirminci yüzyılın sonlarında ev sinema sistemleri ve bilgisayarlar aracılığıyla Rodowick'in (2007: 163) ifade ettiği gibi sinematik imgeye ve onun tarihselliğine dair kavrayışı değiştiren gelişmeler, yeni bin yılın başlarında sinematik imgenin parçalı, akışkan ve uçucu nitelikler edinmesinin öncülü olmuştur.

Sonuç

İnternet teknolojisinin *web* temelli çevrimi, salt medya ve sanat alanlarını dönüştürmemiş; dijital sanat, internet medyası ve sosyal ağ iletişimi gibi tanımlamaların birbiriyle kesiştiği bir durum yaratmıştır. Bu çalışmada Instagram ağı içerisinde incelenen süreli içerikler olarak Hikâyeler ne konvansiyonel hareketli görüntülerin klasik kabullerinin aynı oranda işler olduğu ne de anlatı nesnesi arasında ayrımların gözetildiği bir kesinliği içermektedir. Bununla birlikte Hikâyeler, hareketli görüntü ile sesin edimsel ilişkisinin siber uzamda kurulduğu, dolayısıyla sinematik imgenin de burada dolaşıma girdiği bir imkân sunmaya başlamıştır. Aplikasyon içerisinde kaydedilen veya hâlihazırda kaydedilmiş olan hareketli görüntülerin paylaşılması sınırlı süreli dolaşımın sağlanması, bu sınırlılıktan doğan biricikliğin aşılmasına dönük "korsan" çabaların teknik deformasyonla karşılaşması sonucunu doğurduğundan orijinal içeriğin uçucu niteliğinin korunduğunu göstermiştir. Sinematik imgenin uçucu niteliğinin, teknik olanakların gelişimi kadar içerisinde bulunup öznesi olduğumuz toplumsal yaşamın ekonomik, politik,

kültürel ve ideolojik dönüşümleriyle de paralellik taşıdığı görülmüştür. Bu çerçevede sanatsal ve medyatik üretimin ontolojik sınırlılıklardan sıyrılabilmesinin, sinematik bakışın ve imgenin yaygınlığını şekillendirdiği değerlendirilmiştir.

Uçucu Hikâyelerin gündelik yaşamlardan süzülüp gelen arka planının iki temel olgudan beslendiği kaydedilmiştir. Buna göre yeni medyanın enformasyonun yayılımı ve arşivlenmesine dair sunduğu alternatifler ile sinematik imgenin toplumsal deneyimin kaydedilmesi ve bu deneyim içerisinde öznel yapılanmalara olanak tanınması öne çıkarken, ağ temelli üretimin tekdüzeleştirme tehlikesine de dikkat çekilmiştir. Gündelik yaşamın nesnel niteliğinin Instagram Hikâyelerindeki imgelerde cisimleşmesinde esneklik ve standartlaşma arasında gidip gelen üretim dizgesi, toplumsal yaşamın pratik ve uzamsal anlamda sınırlarının belirsizleşmesiyle çakışmaktadır. Bu durum, uçucu sinematik imgenin varlığının yeni medyanın altyapısal örgütlenmesi kadar akışkan toplumsal yapılar bütünüyle de ilgili olduğu değerlendirilmiştir. Toplumsal yaşamın sınırlarının belirsizliği içerisinde “ânın yakalanması” ifadesinde somutlaşan hiçbir deneyim anının kaçırılmaması çabası, ağ yapılanmasının niceliksel olarak çokluk arz eden bir imge toplamına uygunluk taşımasını gerektirmiştir. Dolayısıyla yeni medya ortamlarına taşınan sosyalleşme süreçlerinin de ağın devingen yapısı içinde dolaşıma giren içeriklerin uçucu niteliğinin belirleniminde şekillendiği değerlendirilmiştir. Buna göre Hikâyelerde temsil edilen nesnelere, bu nesnelere çerçeveledikleri iletilerin, söz konusu iletilerin ise düşünsel ve estetik yapılanmalarının; sinematik imgenin âna ve şimdiye dair ontolojik yönelimini gösterdiği tartışılmıştır. Tüm bunlardan hareketle ağ kullanıcılarının uçucu içeriklerinin tecimsel olabilen görünüşleri göz önünde tutularak sinematik imgenin sosyalleşme pratikleri ya da estetik üretim dışında ekonomik işleyişten bağımsız bir alternatifte sahip olmadığı serimlenmiştir.

Âna ve şimdiye yönelen odak, yeni medyanın uçuculuk bağlamında incelikli bir zaman kavrayışı içerdiğine dikkati çekmiş ve şimdiki zamanın başat niteliğinin kalıcı bir öngörü sunduğu düşüncesini öne çıkarmıştır. Bunun yanı sıra Hikâyelerin anlık paylaşım dışında farklı bir zaman dilimi olarak geçmişten mevcut bulunan kayıtların kullanılmasına da olanak tanınması, söz konusu şimdinin salt anlık bir aktarımı imlemeyeceğini de göstermiştir. Hikâyelerin izleyicilerine hem içerik hem de zaman bağlamı filtrelerle ulaşması, içeriğin kullanıcının belirlediği öğeleri içermesi ve kullanıcının belirlediği kadar izleyiciye ulaşması biçiminde işlediğinden maddi, duygusal, değer odaklı ve düşünsel bir birlikteliğin ortaya çıktığı değerlendirilmiştir. Çalışmayla teknolojik ve toplumsal dönüşüm parantezinde sinema ve yeni medya etkileşiminin hem sinematik imgenin esnek seyrini devamlı kıldığı hem de bu seyrin somut karşılıklarının imgenin temsil ettiği evrende görülebilmesinden kaynaklı pratik bir anlam içerdiği ileri sürülmüştür. Alanyazında “bilinmezlik” ve “son” atfedilen bu etkileşimin altyapısal niteliğinin ve tarihsel karşılığının öne çıkarılmasıyla odağın konvansiyonel sinemadan ziyade sinematik imgeye yönelik olduğunun altı çizilmiştir. Bununla birlikte sinematik imgenin tekniğin olanakları çerçevesinde dönüşümünün yanı sıra konvansiyonel sinema pratiklerinin de varlığının devam etmesinin, bir bütün olarak sinemanın ilerleyen dönemlerde bürüneceği kimliğe yönelik teşvik edici soru işaretleri doğurduğu değerlendirilmiştir.

Kaynaklar

- Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve simülasyon* (O. Adanır, Çev.). Doğu Batı Yayınları.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Polity Press.
- Bauman, Z. (2017). *Globalization: The human consequences*. Polity Press.

- Bazin, A. (2005). *What is cinema?* (H. Gray, Çev.). University of California Press.
- Bezazoğlu, D. H. (2022). Arşiv imgesinin film ortamında inşası üzerine bir inceleme, *Moment Dergi*, 9(1), 136-152. <https://doi.org/10.17572/mj2022.1.136152>
- Boczkowska, K. (2021). From master narratives to DIY stories: On the post-digital sublime and database documentary in two city symphony films. *Studies in Documentary Film*, 15(1), 59-74. <https://doi.org/10.1080/17503280.2019.1696147>
- Carroll, N. (1988). *Mystifying movies: Fads & fallacies in contemporary film theory*. Columbia University Press.
- Casetti, F. (2011). Sutured reality: Film, from photographic to digital. *October*, 138, 95–106. https://doi.org/10.1162/octo_a_00069
- Chupeau, B., Baudry, S. & Doerr, G. (2014). Forensic characterization of pirated movies: Digital cinema cam vs. optical disc. *2014 IEEE International Workshop on Information Forensics and Security*, 155-160. <https://doi.org/10.1109/WIFS.2014.7084320>
- Çelenk, S. (2015). *Görsel gerçekçilik rejiminin sonu mu? "Yeni" medya döneminde sinema. Mülkiye Dergisi*, 39(1), 215-245.
- De Fina, A. & Perrino, S. (2017). Storytelling in the digital age: New challenges. *Narrative Inquiry*, 27(2), 209-216. <https://doi.org/10.1075/ni.27.2.01def>
- Deleuze, G. (2001). *Cinema 2: The time-image* (H. Tomlinson & R. Galeta, Çev.). Athlone Press.
- Denson, S. & Leyda, J. (2016). Perspectives on post-cinema: An introduction. İçinde S. Denson & J. Leyda (Editörler), *Post-cinema: Theorizing 21st-century film* (ss. 1-19). Reframe Books.
- Denzin, N. K. (1991). *Images of postmodern society: Social theory and contemporary cinema*. Sage Publication.
- Ebner, M. & Holzinger, A. (2007). Successful implementation of user-centered game based learning in higher education: An example from civil engineering. *Computers & Education*, 49(3), 873-890. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2005.11.026>
- Ekström, A. (2016). When is the now? Monitoring disaster in the expansion of time. *International Journal of Communication*, 10, 5342-5361. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/5069/1828>
- Elsaesser, T. (1990). Early cinema: From linear history to mass media archaeology. İçinde T. Elsaesser (Editör), *Early cinema: Space, frame, narrative* (ss. 1-10). BFI Publishing.
- Erkılıç, H. (2006). Elektronik/dijital sinema: Değişen üretim tarzında olanaklar ve sınırlılıklar. İçinde E. Akyazı, N. E. Dilmen & T. Kara (Editörler), *Yeni iletişim ortamları ve etkileşim* (ss. 62- 69). İBB Matbaası.
- Erkılıç, H. (2017). Dijital sinema teorisi üzerine: Akışkan sinema ve akışkan sinema teorisi. *SineFilozofi*, 2(4), 56-72. <https://dergipark.org.tr/pub/sinefilozofi/issue/33468/346378>
- Frampton, D. (2006). *Filmosophy*. Wallflower Press.

Fuchs, C. (2012). Dallas Smythe today – the audience commodity, the digital labour debate, Marxist political economy and critical theory: Prolegomena to a digital labour theory of value. *tripleC*, 10(2), 692-740. <https://doi.org/10.31269/triplec.v10i2.443>

Graham, B. & Cook, S. (2010). *Rethinking curating: Art after new media*. MIT Press.

Gurevitch, L. (2016). Cinema designed: Visual effects software and the emergence of the engineered spectacle. İçinde S. Denson & J. Leyda (Editörler), *Post-cinema: Theorizing 21st-century film* (ss. 270-296). Reframe Books.

Güğümcü, S. (2013). *Sinematik imge üzerine düşünmek*. *sinecine*, 4(2), 85-97.

Hardt, M. & Negri, A. (2012). *Declaration*. Argo – Navis Author Services.

Hartog, F. (2015). *Regimes of historicity: Presentism and experiences of time* (S. Brown, Çev.). Columbia University Press.

Hayward, S. (2001). *Cinema studies: The key concepts*. Routledge Press.

Jameson, F. (2003). The end of temporality. *Critical Inquiry*, 29(4), 695-718. <https://doi.org/10.1086/377726>

Johnson, J. (2021). *Designing with the mind in mind: Simple guide to understanding user interface design guidelines*. Morgan Kaufmann Books.

Kına, S. A. & Aşılıoğlu, E. (2021). Takdim. İçinde S. A. Kına & E. Aşılıoğlu (Editörler), *Black Mirror: Aynadan Yansyanlar* (ss. 15-22). Nika Yayınevi.

Kına, S. A. (2022). Medyatik eğlence, dijital görüntü, yeni belgesel: 360 derece video üzerine bir inceleme. *Moment Dergi*, 9(1), 199-214. <https://doi.org/10.17572/mj2022.1.199214>

Kracauer, S. (1997). *Theory of film: The redemption of physical reality*. Princeton University Press.

Lang, A. (2014). Why is it called Instagram?. *Rewind & Capture*. <https://www.rewindandcapture.com/why-is-it-called-instagram/>

Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.

Mpofu, P. (2021). Indigenous media and social media convergence: Adaptation of storytelling on Twitter, SoundCloud and YouTube. *Journal of Asian and African Studies*, 57(6), 1199-1213. <https://doi.org/10.1177/00219096211049176>

Monaco, J. (2010). *Bir film nasıl okunur? Sinema dili, tarihi ve kuramı: Sinema, medya ve mültimedya dünyası* (E. Yılmaz, Çev.). Oğlak Yayınları.

Mulvey, L. (2006). *Death 24x a second: Stillness and the moving image*. Reaktion Books.

Murray, J. H. (2012). *Inventing the medium: Principles of interaction design as a cultural practice*. MIT Press.

Newton, C. (2016). Instagram's new stories are a near-perfect copy of Snapchat stories. *The Verge*. <https://www.theverge.com/2016/8/2/12348354/instagram-stories-announced-snapchat-kevin-systemrom-interview>

Paul, C. (2008). *New media in the white cube and beyond: Curatorial models for digital art*. University of California Press.

Pisters, P. (2016). Flash-forward: The future is now. İçinde S. Denson & J. Leyda (Editörler), *Post-cinema: Theorizing 21st-century film* (ss. 145-170). Reframe Books.

Prince, S. (2004). The emergence of filmic artifacts: Cinema and cinematography in the digital era. *Film Quarterly*, 57(3), 24-33. <https://doi.org/10.1525/fq.2004.57.3.24>

Pruitt, J. & Adlin, T. (2010). *The persona lifecycle: Keeping people in mind throughout product design*. Morgan Kaufmann Books.

Rascaroli, L. (2017). *How the essay film thinks*. Oxford University Press.

Rodowick, D. N. (2007). *The virtual life of film*. Harvard University Press.

Ryan, M.-L. (2006). *Avatars of story*. University of Minnesota Press

Salen, K. & Zimmerman, E. (2003). *Rules of play: Game design fundamentals*. MIT Press.

Schweitzer, E. J. (2005). Election campaigning online: German party websites in the 2002 national elections. *European Journal of Communication*, 20(3), 327-351. <https://doi.org/10.1177/0267323111423378>

Simonofski, A., Zuiderwijk, A., Clarival, A. & Hammedia, W. (2022). Tailoring open government data portals for lay citizens: A gamification theory approach. *International Journal of Information Management*, 65, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102511>

Smythe, D. W. (1977). Communications: Blindspot of western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1(3), 1-28.

Sontag, S. (1996). The decay of cinema. *The New York Times Magazine*. <https://www.nytimes.com/1996/02/25/magazine/the-decay-of-cinema.html>

Stam, R. (2000). *Film theory: An introduction*. Blackwell Publishing.

Stam, R. (2021). *Yıkıcı film: Medya estetiğinde anahtar sözcükler* (O. Orhangazi, Çev.). Ayrıntı Yayınları.

Şener, O. (2016). Snapchat medyayı dönüştürüyor: Yeni form, dil ve içerik. *Journo*. <https://journocom.tr/snapchat-medyayi-donusturuyor-form-dil-icerik>

van Dijk, J. (1999). *The network society: Social aspects of new media*. Sage Publications.

Yaren, Ö. (2017). Post-sinema çağına henüz girmedik mi? Sinemanın krizi ve post-sinema tartışmaları. *Varlık*, 1323, 28-31.

Weltevrede, E., Helmond, A. & Gerlitz, C. (2014). The politics of real-time: A device perspective on social media platforms and search engines. *Theory, Culture & Society*, 31(6), 125-150. <https://doi.org/10.1177/0263276414537318>

Extended Abstract

The transformation of art and cinema has brought with it productions aimed at overcoming modernist conventions in terms of narrative and form. This paradigmatic transformation, in which any event, phenomenon, and occurrence from daily life can be an object of art, has diversified the sources of cinematic imagination countless times. Realistic stories, linear flow, and continuity-based fiction have been replaced by the visibility of the cinematic image in different sizes and on various surfaces. The new media, in which the aforementioned change finds its general conceptual expression, has become an area where mediated forms of communication are transformed and art finds the opportunity to express itself. The structure of the new media that transforms art or allows art to be transformed with new expansions has encountered the operability of conventional media and direct unmediated communication activities with the new media. This encounter brought about the spread of practices in which art, media, and communication fields feed and emulate each other. Thus, these practices have become more massive than ever before. Social networks, the applications developed from these networks, and the users' experiences of these applications have become the most common form of the network environment that builds new publicness. Social networks have also increased the audio-visual form of user-generated content and have made an important technical contribution to digital storytelling understanding.

The convergence of storytelling and the digital public sphere has shown the rise of narrative manifestation and digital re-creation in social media. In this study, based on this rise, the audio-visual texts shared on social networks are discussed in the context of the debates inherited from the digital cycle of cinema and cinematic image. Since social networks establish publicness in which moving images circulate, they have a characteristic that overlaps with the ontological evolution of cinema in the historical process and becomes massive. In this study, the course of the cinematic image in new media environments is discussed in terms of periodic post-sharing, which is one of the user experiences in the networks. The study used heuristic figural analysis technique from this point of view. This technique has been adopted because it allows the evaluation of digital visual elements and the interfaces through which these elements are circulated. It has been evaluated that the figural analysis allows both the analysis of social networks and the evaluation of the transformation of the cinematic image in these networks. Through purposive sampling, the online instant photo and video sharing network Instagram was chosen as the sample. The Instagram Stories, which have been in use within the network since 2016, constituted the analysis unit of the study. It has been taken into account that Instagram Stories allows a set of images to be circulated for only a day and then these images disappear.

The study was based on the following research questions: (i) What is the cinematic quality of Stories as audio-visual texts circulated in new media environments? (ii) How can the new media-mediated cinematic image phrase be explained in light of the literature's acceptance of cinema and new media interaction for at least a quarter-century? In this direction, it has been argued that the mentioned disappearance is a new ontological feature of the cinematic image acquired through the new media. It has been argued that this feature, which is defined as volatility, arises from the interaction of cinema with new media in the course of historical development. Thus, the historical general lines of theoretical discussions based on new media and cinematic images have been put forward. Moreover, the intellectual paths that these debates feed on from social theory are discussed. This new time-referenced feature of the new media-mediated cinematic image has been revealed within the scope of the study. It has been pointed out that the new media includes a sophisticated understanding of time in the context of volatility, starting from

its' current orientation. Stories allow both instant sharing and the use of recordings from the past. For this reason, it has been determined that the "now" in the stories does not always mark an instantaneous transfer. It has been argued that the interaction of cinema and new media includes two basic meanings in the context of technological and social transformation. Accordingly, the interaction in question not only made permanent the flexible course of the cinematic image, but also enabled the concrete equivalent of this course to be seen in the universe represented by the image. The infrastructural nature and historical counterpart of this interaction, which is considered to signify a pessimistic "end" in the literature, have been highlighted. Thus, the study focuses on the cinematic image rather than conventional cinema. As a result, the transformation of the cinematic image within the framework of the possibilities of the technique has been evaluated. In addition to this transformation, it has been underlined that traditional cinema practices also continue to exist. Considering these two situations, the curiosity about how cinema will be shaped in the future in a production and consumption system has been reawakened.

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. None

Çıkar Çatışması Conflict of Interest: Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. None