



The Turkish
Online Journal
of Design
Art and
Communication

APRIL 2012

Volume 2 – Issue 2

Editors

Prof.Dr.Rengin Küçükerdoğan

Prof.Dr.Bülent Küçükerdoğan

ISSN: 2146-5193

Message from the Editor

Greetings Dear readers of TOJDAC,

TOJDAC is appeared on your screen now as Volume 2, Issue: 2. In this first issue it is published 18 articles from 22 authors.

TOJDAC is a member of the Publishers International Linking Association (PILA) and has been indexed by CrossRef. All the other publications of TOJDAC and papers published in TOJDAC have a Digital Online Identifier (DOI). DOI is a multi-access and numbering system which allows easy access to online publications. In a nutshell, all you need is to “analyze” the DOI number of any numbered online book, paper, essay or any content within these publications (such as a photograph, a graphic chart etc.) All you need to do is enter the DOI number to the analytical search engine at <http://dx.doi.org/>. Online content will appear on your computer without you having to enter any other information or know any other website. Today many online journal articles have a DOI number.

In TOJDAC’s new issue, a compilation of articles on “New Media” have been put together. This term which is a new trend in nowadays has been molded according to the needs of the digital age. Is there such a thing as “old media”? What are the differences, if any, between the “old” and the “new”? What are the advantages and disadvantages? These questions automatically pop into the mind no doubt. This issue of TOJDAC searches for the answers to these questions, as it opens a platform for discussion. In this issue, new media which is digital is scutinized (film, internet, photography, social networks etc.) with works relating to individualism, technology, image, film, advertisement and design. The articles which are informative and multifaceted can be found in the latest issue of TOJDAC.

Dear readers, you can receive further information and send your recommendations and remarks, or submit articles for consideration, please contact TOJDAC Secretariat at the below address or e-mail us to info@tojdac.org

Hope to stay in touch and meeting in our next Issue, 1st of July 2012
Cordially,

Editor

Prof. Dr. Bülent Küçükerdoğan

İstanbul Kültür University Ataköy Campus 34156-İstanbul TURKEY

Tel: +90 212 4984100 ext. 4148 or 4574,

Emails: b.kucukerdogan@iku.edu.tr

URL: <http://www.tojdac.org>

Editors

Prof.Dr.Rengin Küçükerođan, İstanbul Kültür University, Turkey
Prof.Dr.Bülent Küçükerođan, İstanbul Kültür University, Turkey

Associate Editor

Assoc.Prof.Dr. Işıl Zeybek, İstanbul Kültür University, Turkey
Assist.Prof.Dr. Deniz Yengin, İstanbul Kültür University, Turkey

Editorial Board

Prof.Dr. Bülent Küçükerođan, İstanbul Kültür University, Turkey
Prof.Dr. Christine I. Ogan, University of Indiana, U.S.A.
Prof.Dr. Donald L. Shaw, University of North Carolina, U.S.A.
Prof.Dr. Douglas Kellner, UCLA University, U.S.A.
Prof.Dr. Farouk Y. Seif, Antioch University, U.S.A.
Prof.Dr. Ferhat Özgür, İstanbul Kültür University, Turkey
Prof.Dr. Filiz Balta Peltekođlu, Marmara University, Turkey
Prof.Dr. H.Hale Künüçen, Başkent University, Turkey
Prof.Dr. Haluk Gürgen, Bahçeşehir University, Turkey
Prof.Dr. Hülya Yengin, İstanbul Aydın University, Turkey
Prof.Dr. Jean-Marie Klinkenberg, Liege University, Belgium
Prof.Dr. Judith K. Litterst, St. Cloud State University, U.S.A.
Prof.Dr. Lev Manovich, University of California, U.S.A.
Prof.Dr. Lucie Bader Egloff, Zurich University, Switzerland
Prof.Dr. Maxwell E. McCombs, University of Texas, U.S.A.
Prof.Dr. Mesut İktu, İstanbul Kültür University, Turkey
Prof.Dr. Murat Özgen, İstanbul University, Turkey
Prof.Dr. Mutlu Binark, Başkent University, Turkey
Prof.Dr. Rengin Küçükerođan, İstanbul Kültür University, Turkey
Prof.Dr. Selçuk Hünerli, İstanbul Kültür University, Turkey
Prof.Dr. Solomon Marcus, Romanian Academy, Romania
Prof.Dr. Stanislav Semerdjiev, NATFA, Bulgaria
Prof.Dr. Sung-do Kim, Korea University, South Korea
Prof.Dr. Turan Sađer, İnönü University, Turkey
Prof.Dr. Uğur Demiray, Anadolu University, Turkey
Prof.Dr. Ümit Atabek, Yaşar University, Turkey
Prof.Dr. Yasemin Giritli İnceođlu, Galatasaray University, Turkey
Prof.Dr. Zafer Ertürk, İstanbul Kültür University, Turkey

Assoc.Prof.Dr. Banu Manav, İstanbul Kültür University, Turkey
Assoc.Prof.Dr. Cem Sütçü, Marmara University, Turkey
Assoc.Prof.Dr. Işıl Zeybek, İstanbul Kültür University, Turkey
Assoc.Prof.Dr. Mehmet Üstünipek, İstanbul Kültür University, Turkey

Assist.Prof.Dr. Arzu Eceoğlu, İstanbul Kültür University, Turkey
Assist.Prof.Dr. Deniz Yengin, İstanbul Kültür University, Turkey
Assist.Prof.Dr. Ezgi Öykü Yıldız, İstanbul Kültür University, Turkey
Assist.Prof.Dr. Ruken Kılanç, İstanbul Kültür University, Turkey
Assist.Prof.Dr. Volkan Ekin, İstanbul Kültür University, Turkey

Table of Contents

A NEW FILM LANGUAGE: "AMATEUR VIDEO" <i>H. Hale KÜNÜÇEN, Kağan OLGUNTÜRK</i>	1
BELGESEL SİNEMANIN ALTERNATİF DAĞITIM VE GÖSTERİM OLANAĞI OLARAK İNTERNET <i>Hakan ERKILIÇ, Ayşe Gül TOPRAK</i>	10
CONSTRUCTION OF THE SACRED IN THE MOVING IMAGE <i>Inês GIL</i>	17
DİJİTAL EVRENDE MİMESİSİ YENİDEN DÜŞÜNMEK; AVATAR FİLMİ <i>Rana İğneci SÜZEN</i>	22
DİJİTALLEŞME VE TÜRK SİNEMASI <i>Okan ORMANLI</i>	32
DYNAMICS OF VIRAL ADVERTISING <i>Ayşe Binay KURULTAY</i>	39
KURUMSAL KİMLİK TASARIMI BAĞLAMINDA WEB TASARIMININ DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE KİMLİK SORUNSAĞI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİLİK <i>Dide Akdağ SATIR</i>	46
NEW CULTURAL HORIZONS: 3D <i>Ioana MISCHIE</i>	55
PELİKÜLDEN DİJİTALE SİNEMADA SEYİR KÜLTÜRÜ VE SEYİRCİNİN DEĞİŞEN KONUMU <i>Perihan Taş ÖZ</i>	65
REINTERPRETATION OF İSTANBUL'S İMAGE THROUGH LIGHT MAPPING <i>Rana KUTLU, Banu MANAV</i>	74

SAVAŞ FOTOĞRAFI TARİHİNDE DİJİTALLEŞME SÜRECİ VE FOTOGRAFİK ETKİSİ <i>Uğur Günay YAVUZ</i>	79
TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN MİMARLIK MESLEĞİNE YANSIMALARI VE SİMÜLASYON PROGRAMLARI'NIN MEKAN TASARIMINA ETKİSİ <i>Arzu ECEOĞLU</i>	89
TÜRKİYE'DE SİNEMA SALONLARININ DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ <i>Hakan ERKILIÇ</i>	94
UNDERSTANDING THE “HYBRID” MEDIA IN DESIGN EDUCATION <i>Barış ATİKER</i>	100
VISUAL CULTURE: ANTENNA AND ROOTS <i>Maria Celeste de Almeida WANNER, Valter Luis Dantas ORNELLAS</i>	108
VISUAL EFFECTS CINEMATOGRAPHY THE CINEMATOGRAPHER'S FILMIC TECHNIQUE FROM TRADITIONAL TO DIGITAL ERA <i>Nawal Mohamed Salah ELDIN</i>	115
WHEN OPINION LEADERS TWEET: FRAMING ANALYSIS OF KUWAITI PARLIAMENT MEMBERS' TWEETS <i>Fatima Al SALEM</i>	123
ZAMANSIZ BİR GÖRSEL KÜLTÜR ÜRÜNÜ OLARAK KAYBEDENLER KULÜBÜ <i>Gül YAŞARTÜRK</i>	136

DOI Numbers of TOJDAC
April 2012 Volume 2 Issue 2
(10.7456/10202100)

A NEW FILM LANGUAGE: "AMATEUR VIDEO"
H. Hale KÜNÜÇEN, Kağan OLGUNTÜRK 10.7456/10202100/001

BELGESEL SİNEMANIN ALTERNATİF DAĞITIM VE GÖSTERİM
OLANAĞI OLARAK İNTERNET
Hakan ERKILIÇ, Ayşe Gül TOPRAK 10.7456/10202100/002

CONSTRUCTION OF THE SACRED IN THE MOVING IMAGE
Inês GIL 10.7456/10202100/003

DİJİTAL EVRENDE MİMESİSİ YENİDEN DÜŞÜNMEK; AVATAR FİLMİ
Rana İğneci SÜZEN 10.7456/10202100/004

DİJİTALLEŞME VE TÜRK SİNEMASI
Okan ORMANLI 10.7456/10202100/005

DYNAMICS OF VIRAL ADVERTISING
Ayşe Binay KURULTAY 10.7456/10202100/006

KURUMSAL KİMLİK TASARIMI BAĞLAMINDA WEB TASARIMININ
DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE KİMLİK SORUNSALI VE
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİLİK
Dide Akdağ SATIR 10.7456/10202100/007

NEW CULTURAL HORIZONS: 3D
Ioana MISCHIE 10.7456/10202100/008

PELİKÜLDEN DİJİTALE
SİNEMADA SEYİR KÜLTÜRÜ VE SEYİRCİNİN DEĞİŞEN KONUMU
Perihan Taş ÖZ 10.7456/10202100/009

REINTERPRETATION OF ISTANBUL'S IMAGE THROUGH
LIGHT MAPPING

Rana KUTLU, Banu MANAV

10.7456/10202100/010

SAVAŞ FOTOĞRAFI TARİHİNDE DİJİTALLEŞME SÜRECİ VE
FOTOGRAFİK ETKİSİ

Uğur Günay YAVUZ

10.7456/10202100/011

TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN MİMARLIK MESLEĞİNE YANSIMALARI
VE SİMÜLASYON PROGRAMLARI' NIN MEKAN TASARIMINA ETKİSİ

Arzu ECEOĞLU

10.7456/10202100/012

TÜRKİYE'DE SİNEMA SALONLARININ DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ

Hakan ERKILIÇ

10.7456/10202100/013

UNDERSTANDING THE "HYBRID" MEDIA
IN DESIGN EDUCATION

Barış ATİKER

10.7456/10202100/014

VISUAL CULTURE: ANTENNA AND ROOTS

Maria Celeste de Almeida WANNER,

Valter Luis Dantas ORNELLAS

10.7456/10202100/015

VISUAL EFFECTS CINEMATOGRAPHY

THE CINEMATOGRAPHER'S FILMIC TECHNIQUE FROM TRADITIONAL
TO DIGITAL ERA

Nawal Mohamed Salah ELDIN

10.7456/10202100/016

WHEN OPINION LEADERS TWEET: FRAMING ANALYSIS OF KUWAITI
PARLIAMENT MEMBERS' TWEETS

Fatima Al SALEM

10.7456/10202100/017

ZAMANSIZ BİR GÖRSEL KÜLTÜR ÜRÜNÜ OLARAK KAYBEDENLER
KULÜBÜ

Gül YAŞARTÜRK

10.7456/10202100/018

A NEW FILM LANGUAGE: “AMATEUR VIDEO”

H. Hale KÜNÜÇEN
Başkent Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Ankara
kunucen@baskent.edu.tr

Kağan OLGUNTÜRK
Bilkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Ankara
kagan@bilkent.edu.tr

ABSTRACT

Film making has been a very expensive hobby for amateurs from the day it was discovered. Also it has not been taken as a professional tool for years. Especially after Griffith's approaches on camera movements, camera angles, framing techniques such as medium shot or close-up. The quality level of filmmaking between amateurs and professionals has been highly spread. Today, by the help of new technologies these two fields got closer. Now we can make near-professional films by using amateur equipments; we can edit them at our home computer, we can even prepare some music at home by using the help of some softwares. Also we can freely share it by using websites such as Youtube, Vimeo or some others. So for amateurs its not only easy and cheap to produce a film but also it is easy and cheap to distribute it. The number of amateur movies produced today are much more then professional movies. The enormous number of amateur productions also affected the audience and created “**a new way**” of story telling like shaked camera movements, deficient lighting, grainy look. This way of story telling first was discomforting and disorienting for the audience, but later they got used to it. This also affected the professionals: lots of production firms started to make professional films which used ‘**amateur way**’ of story telling. This study intends to discuss this new way of telling a story and implications associated with this new approach. The discussion will focus on three selected professional films using this new approach, namely “District 9” (2009), “Cloverfield” (2008) and “Paranormal Activity” (2007). These films use jump-cuts, deficient lighting and grainy pictures, contrasting strongly with traditional way of story telling. Thus, the study will explore the important points of using editing applications, lighting, image composition and camera movements with their relationship to the existing cinematography, trying to find an explanation to this new perception of reality in digitalization.

Keywords: The elements of cinema, language of traditional cinema, Amateur video, Digital moviemaking.

1. INTRODUCTION

Filmmaking has been a very expensive hobby for amateurs from the day it was discovered. Also it has not been taken as a profession for years, until D.W. Griffith's approaches on camera movements, editing, camera angles and framing techniques such as medium shot or close-up. The quality level of film making between amateurs and professionals has been highly spread. Today, by the help of new technologies these two fields got closer. Now we can make near-professional films by using amateur equipments: we can edit them at our home computer, we can even prepare some music at home by using the help of some softwares. Also we can freely share it by using websites such as *Youtube*, *Vimeo* or some others. So, for amateurs it is not only easy and cheap to produce a film, but also it is easy and cheap to distribute it. The number of amateur movies produced today is much higher than the number of professional movies. The enormous number of amateur productions also affected the audience and created “**a new way**” of story telling like shaky camera movements, deficient lighting and grainy look. This way of story telling first was discomforting and disorienting for the audience, but later they got used to it. This also affected the professionals; lots of

production firms started to make professional films, which used ‘**amateur way**’ of story telling.

2. CLASSICAL NARRATIVE

Classical narrative is based on continuity editing. In continuity editing the cuts should not take the attention of audience, that’s why best cut was used to be the invisible cut where film editing was also called the invisible art. To construct a lucid continuity the first aim is to find a way to make a smooth cut. Making a smooth cut means cutting two neighbor frames in a way that the cut should not take unnecessary attention (1). Especially, the word “seamlessness” has become a popular term in effective film editing. An invisible cut is the first goal of a director or an editor. It is not easy to describe the appropriate cut point but the audience definitely understands when it is inappropriate. Filmmakers call these inappropriate cuts “jump-cuts” and the director must take care of “matching action”, “matched framing”, “screen direction”, “similar setting” and “tone, rhythm and pace” (2).

2.1 Matching action

If a man is shot when walking into a room and if we see him sat on a chair the other frame that cut would definitely take attention and the illusion of continuity will be broken (3). That’s why the director should show the man while sitting down for not letting his audience to be interrupted by the cut.

2.2 Matched framing, similar setting, screen direction

Cutting someone from long shot to a mid-shot, the director should think about how to frame his actor. Cutting from long shot of a man to another long shot of the same character would be noticeable because the visual information would not be changing enough. Cutting the neighbor framings would not be enough as the director should choose from long shot to medium, close up to get enough change in the visual information. Another thing that should not be forgotten is to change the position of the camera to at least 30 degrees. That’s how we can change the visual information in the background (4). The light and color should not change in between shots for continuity editing. The exposure and the color temperature for each shot should be similar. Also, the screen direction is very important for continuity editing. The character should move to the same direction in each shot unless he changes his walking direction, and even if he changes his direction the change should be shown to the viewer. If a director shoots a film b using a classical narrative style he or she should take the topics which were told above into consideration. The purpose of classical narrative is to create and emotinoal reaction on the audience when its first screening. Thats why the viewer should forget that he or she is watching a film. When ever there is a noticable cut it will not be easy to create the desired emotinal reaction.

3. “A NEW WAY” OF STORY TELLING

From the director’s point of view there seems like having two main problems; first one is the reason for using amateur video look in a professionally produced film. The second one is to legalize the usage of amateurish camera movements and editing. Before answering these questions we should discuss what the principles of amateur approach are. As most filmmakers know, classical narrative is based on continuity editing. One of the most important purposes of using continuity editing is to convert real time into screen time without distracting the audience or confusing them (3). That’s why the audience will be seeing fragments from a scene but still will not lose the illusion of continuity. By the help of continuity editing the viewer can feel emotionally connected to the main character, then he would feel the tension and in the end of the film the director will be able to get the emotional reaction from the viewer. The main purpose of filmmaking, which uses classical narrative, is to get an emotional reaction from the audience not a critical one.

3.1 Why and how filmmakers use this approach

As mentioned before the first problem is the reason to use this new approach. Amateurs most likely shoot the way they like. Very few of them have the knowledge about composition, lighting, and basic cinematography. The word “amateur” comes from the word “love” and that’s why most of them are so passionate about their works. Especially during the screening the most important advantage of this way of story telling is that it creates the atmosphere of reality. When the audience sees this type of movies, the belief in reality occurs naturally. There seems to be a big contradiction between two different ways of story telling. In continuity editing the purpose is to create the illusion of reality but with this new approach, which does not give importance to “match cutting”, similar framing or similar setting creating this reality feeling seems very easy. That’s why filmmakers especially the ones making horror, fantastic or science fiction movies are starting to use this approach to give the feeling of reality to their audience.

3.2 Digitalization

The feeling of reality is coming from the similarity between amateur works, which are being shared in video sharing web-sites such as *Youtube* or *Vimeo* and the professional works which look like them. In 1995, Sony and Panasonic both came out with a component ¼ inch digital formats designed to be used by both professional and consumers (5). (Mini DV and DVCAM from Sony and DVC–pro from Panasonic) This format was able to record excellent component digital image on a very small tape and the DV cameras were highly compatible with fire-wire connections. Most computers used for video editing have a fire-wire port or one can be easily fitted. Fire-wire connection is also called IEEE 1394 or i-link. A fire-wire cable is able to carry video signal, time-code, and deck control information easily. (Figure 1)



Figure 1. Fire-wire port

<http://www.mycomputerclub.com/reference-cables-guide.html>

The original fire-wire port was also called fire-wire 400, which was able to carry 400 Mbps. Today most computers are equipped with fire-wire 800 ports, which are able to carry 800 Mbps. By the help of this port, the amateurs are able to produce movies with much cheaper budgets. They can easily shoot their films and easily capture their footage to their home computers and edit them easily. Then they can export their films in any format they like and can share them on the Internet. Digitalization is even easier these days by the help of technology. Most video cameras are recording on SD cards. There are even some Digital photo cameras able to record high definition videos. By using the SD card technology, the filmmakers can easily use a card reader and can import or transfer their footage to their computers easily. While capturing from DV or HDV tape, capture time was the main problem. If you have a one-hour tape then the capture was taking one hour time. But with the card technology its much faster. That’s why the amateurs can easily import their footage, edit it and export it to a certain media (1). Today almost all amateur video cameras and even new

generation DSLR photo cameras are equipped with the card technology. There are several types of recording cards such as SD , P2, XD vs. All these card formats works with more or less the same system. Codec becomes an important term for video technology. Codec is short of two words Compress/Decompress. Video cameras compresses the footage to be able to record on a card. Then to be able to edit it the filmmaker should decompress the files. For example 10:1 compression ratio means 1GB clip can be reduced to 100MB by using the particular compression. There are two types of compressions lossy and lossless. The lossless compression means what you put is exactly what you get out. In lossy codecs you lose some image, video or audio information. But in lossy codecs the good compressions are good at balancing the quality, data rate, file size, color depth and fluid motion (6). Most popular codecs today are H.264, AVCHD and AVCIntra. Almost all video editing softwares are compatible for these codecs.

The lack of information about classical narrative in those films prevent them from telling a story in a fluid way. There usually are several jump-cuts and mis-matching frames. After being watched by a huge audience those jumps cuts and mis-matching framing started to add some reality to those films. As every individual can easily produce similar films at home by himself, the feeling of reality is added to those amateur films. Then the latter problem occurs, the legalization of using this approach. In this study we are using one sample from each genre to discuss this. The film “*Paranormal Activity*” as a sample of horror films. “*Cloverfield*” as a sample of fantastic films and “*District 9*” as a sample of science fiction films. Legalization of using this approach occurs in different ways within each film.

4. SAMPLES FOR NEW WAY OF STORY TELLING

4.1 The case of *Paranormal Activity*

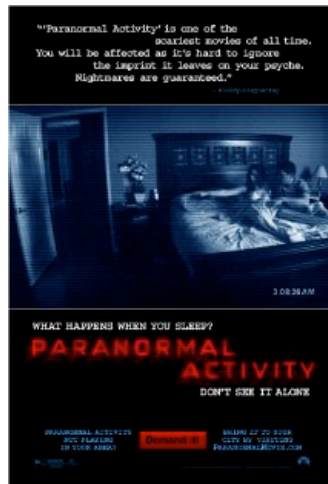


Figure 2. The poster of *Paranormal Activity*.

<http://www.imdb.com/title/tt1179904/>

The film *Paranormal Activity* is about a young, middle class couple who moves into a suburban 'starter' tract house. They become increasingly disturbed by a presence that may or may not be somehow demonic which is mostly active in the middle of the night (7). (Figure2)



Figure 3. Still from *Paranormal Activity*.

<http://kalafudra.wordpress.com/2011/02/12/paranormal-activity-2007/>

In *Paranormal Activity* the film starts with a text saying: Paramount would like to thank to families of Micah Sloat and Katie Featherston and the San Diego Police Department. Instead of opening credits, by the help of this text, the filmmaker prepares the audience to an amateur approach. Starting from the first scene, the audience starts to see a shooting of an amateur, shaking camera. Also this shooting is more like an amateur testing the camera features. Then with the second scene, by the help of a mirror, we see the cameraman shooting himself. Normally with a classical narrative, which uses continuity editing style, we don't see this type of camera movement; unbalanced color temperature and a grainy look because of low light intensity. Also the cameraman uses the top light of the camera, which erases all shadows and makes a two dimensional look at the picture.(Figure 3) Almost all professional cinematographers know that front light causes this defect and they don't prefer to use that angle as a key light. Also because of inverse square rule the light intensity drops so fast at the image, the areas away from the camera look underexposed. The duration of the first shot is 1 minute 23 seconds, which is a pretty long time to control the pace. At the first cut, we cut from the medium shot of a woman who arrives at home to medium cut of the same women inside the house. This cut can be a good example to jump cut. The film looks like documenting supernatural incidents and the camera usage is like only documenting those incidents. During the movie there is almost no transition in between shots. Both the scenes, which have been shot by the actors and the scenes which were documenting the incidents are very similar to each other. Mostly these shots are point of view shots and these shots give the impression of an "amateur video". The story of the film was mostly made from the conversations of the young couple, and being followed by the "thing" during the day and night. Besides these actions, the audience can't see any living actions of the couple. That's why the way of using the film language makes the film interesting. Although this type of narrative is very different than classical narrative, the film was accepted as, successful by its audience. This way of story telling reminds most of them their past experiences with their consumer video cameras. This feeling increased their attention more and added up more reality to this horror movie. According to the Internet Movie Database (IMBD) the film's cost was 15,000 USD and made a worldwide gross of approximately 194,000,000 USD (7).

4.2 The case of *District 9*



Figure 4. The poster of *District 9*
http://en.wikipedia.org/wiki/District_9

The storyline which was written by Kenneth Chisholm explains the movie as: “In 1982, a massive star ship bearing an alien population, nicknamed "The Prawns", appeared over Johannesburg, South Africa. Twenty-eight years later, the initial welcome by the human population has faded. The refugee camp where the aliens were located has deteriorated into a militarized ghetto called District 9, where they are confined and exploited in squalor. In 2010, the munitions corporation, Multi-National United, is contracted to forcibly evict the population with operative Wikus van der Merwe in charge. In this operation, Wikus is exposed to a strange alien chemical and must rely on the help of his only two new 'Prawn' friends” (8). (Figure 4)



Figure 5. Still from *District 9*

<http://ozgurilgin.wordpress.com/2010/02/21/yasak-bolge-9-district-9-2008/>

The movie *District 9* is quite different. Unlike *Paranormal Activity*, the film starts as a professional production and in the first scene we see the main character Wikus Van de Merwe seem like getting prepared for a TV interview. In the first shot we see an inappropriate zooming, which is done to find the right composition, in this case for the television interview. Also we see him trying to attach the microphone to his sweater while talking to the cameraman. In the first shot, he is shot at medium shot, the second one is medium close-up, third one is close-up, and then the fourth one is medium shot again. The camera position is the same in each shot. Actually these first four scenes are good examples to show jump cutting. He seems like getting bigger and smaller in the frame without the background being changed. In the fourth one the interview starts. Later during the film there is a cameraman assigned to document the evacuation of aliens from the camp they live in. (Figure 5) Although the film is closer to classical narrative than the other two samples, the shots, which are being screened all during the film, makes the film look like a semi-documentary. Those shots are like being recorded years ago and also they are being used as a reference. We also see lots of shaky camera movements and jump cuts till the end of the movie. The movie has an interesting story and very high quality cinematography. The way of visualization and especially the way of

using digitalization are highly impressive. *District 9* is an expensive production compared to *Paranormal Activity*. The total cost was 30,000,000 USD but the total worldwide gross was 115,500,000 USD (8).

4.3 The case of *Cloverfield*



Figure 6. The poster of *Cloverfield*.
<http://www.imdb.com/title/tt1060277/>

The storyline which was written by Pip Carlson explains the movie as follows: “*Cloverfield* follows five New Yorkers from the perspective of a hand-held video camera. The movie is exactly the length of a DV Tape and a sub-plot is established by showing bits and pieces of video previously recorded on the tape that is being recorded over. The movie starts as a monster of unknown origin destroys a building. As they go to investigate, parts of the building and the head of the Statue of Liberty come raining down. The movie follows their adventure trying to escape and save a friend, a love interest of the main character” (9). (Figure 6)



Figure 7. Still from *Cloverfield*.

<http://moralpremise.blogspot.com/2010/10/cloverfield-in-pursuit-of-those-we-care.html>

The film *Cloverfield* starts in a similar way to the movie *Paranormal Activity*. The opening credits inform us about the movie production sooth where audience already knows that it is a professional production. The film *Cloverfield* seems like being professionally produced. Just after the opening credits we see a color bar in the frame and we also see the time-code running at the bottom of the frame, which does not look professional. By the help of the written texts on the screen we are informed about the camera being somewhere in the Central Park. The image fades out. With the fade in, the time-code, which is running at the bottom of the page, disappears. This time at the left bottom of the frame we see the date stamp, which is only a feature for amateur cameras. Also the first image is underexposed and not color balanced. The person who carries the camera is shaking the camera while carrying it. Duration of the first shot is about a minute long which is quite long for a movie. During this

shot, a male voice who seem like the person recording the footage, gives us information about the time and the place. During the cuts, matching almost never takes place. All during the film sometimes the actors are looking at the camera and talking. Besides that, some other times the camera seems like a candid camera intruding peoples' personal lives. The audience also hears the ambience noise like it is recorded by the camera microphones. The camera microphones are usually omni directional and record all the sounds equally. One other thing about the camera sound feature is auto gain control. This feature finds the strongest sound in the location and increases the recording sound levels accordingly. So when there is silence in the scene, the auto gain control automatically increases the ambience noise sound level and this voice becomes disturbing. Just like the other two films, in this film the camera usage is like documenting an incident by an amateur cameraman rather than telling a story. (Figure 7) This way of camera usage and editing seem like being accepted by the audience because *Cloverfield* was produced for 25,000,000 USD and the worldwide gross was 170,000,000 USD (9).

5. CONCLUSION

The purpose of using this 'new way' of story telling seems to be giving the audience a feeling of reality. That is why, the color balancing, exposure, composition, and match cutting, can be disregarded by some filmmakers, within this new way. Still today there are two ways of story telling in cinema; the first one is the classical narrative, which gives importance to lighting, framing and match cutting. And the new way of story telling, which denies almost all cinematographic elements for classical narrative. The purpose of both styles, are the same: to create an emotional effect on their audience, but they use completely opposite ways while telling their stories. The way of filmmaking has always been taught from the professionals to amateurs, but lately the direction of information seems to go backwards. By the help of the technology amateurs seem to create their own way of story telling. Instead of losing time with continuity editing, they choose to tell their stories in a much 'naïve' way, and this way of story telling seems to be accepted by the audience. May be the first time in film history the professionals started to use the same language while telling their stories. It seems like there will be a competition between these two styles and filmmakers will use the advantages of both film styles for a while. All three movies are good examples for the "amateur video" style. Their production, contents and genres make them eligible for using this new style easily. It can be seen in all three samples that horror, sci-fi and fantastic movies are more appropriate to visualize their content in this way rather than using the classical narrative or continuity editing. These type of movies are not produced in a traditional way of story telling and also during the visualization of their structure, they are produced by not using the tools of classical narrative such as classical continuity in editing, aesthetical self concern, framing, lighting and color. Therefore, it seems like the term "amateur video" is being defined as a new film language and this new approach is serving to the majority of movies especially with the genres of horror, sci-fi, and fantasy.

REFERENCES

- Gross, L. S., Ward, L. W. (2000). *Electronic Moviemaking*. Belmont (USA): Wadsworth, Thomson Learning.
- Reisz, K., Millar, G. (1989). *The Technique of Film Editing*. Focal Press.
- Dancyger, K. (2002). *The Technique of Film and Video Editing*. Focal Press.
- Sokolov, A. G. (1995). *Sinemada Görüntü Kurgusu*. Translated by S. Aslanyürek. İstanbul: Antrakt Yayınları.
- Ascher, S., Pincus, E. (2007). *The Filmmaker's Handbook*. 3rd edition. London: Plume, Pinguin Group.
- Ball, J., Carman, R., Gottshalk, M., Harrington, R. (2010) *From Still To Motion*. Berkeley CA:New Riders, Peachpit, Pearson Education

International Movie Database. Available at <http://www.imdb.com/title/tt1179904/> (04 January 2012).

International Movie Database. Available at <http://www.imdb.com/title/tt1136608/> (04 January 2012).

International Movie Database. Available at <http://www.imdb.com/title/tt1060277/> (04 January 2012).

APPENDIX

Name of the film: "Paranormal Activity"

Production year: 2007

Country: USA

Production Company: Blumhouse Productions.

Running time: 86 min.

Director: Oren Peli

Genre: Horror

Budget: 15,000 USD

Logline: After moving into a suburban home, a couple becomes increasingly disturbed by a nightly demonic presence.

Name of the film: "District 9"

Production year: 2009

Country: USA, New Zeland, Canada, South Africa

Production Company: TriStar Pictures, Block / Hanson, WingNut Films

Running time: 112 min.

Director: Neil Blomkamp

Genre: Action- Sci-Fi

Budget: 30,000,000 USD

Logline: An extraterrestrial race forced to live in slum-like conditions on Earth suddenly finds a kindred spirit in a government agent who is exposed to their biotechnology.

Name of the film: "Cloverfield"

Production year: 2008

Country: USA

Production Company: Paramount Pictures, Bad Robot

Running time: 85 min.

Director: Matt Reeves

Genre: Horror, Fantasy

Budget: 25,000,000 USD

Logline: Revolves around a monster attack in New York as told from the point of view of a small group of people.

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 kitlesele 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. Türkoğlu, 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].

CONSTRUCTION OF THE SACRED IN THE MOVING IMAGE

Inês GIL

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, ECATI, Lisbon, Portugal
ines.gil@ulusofona.pt

ABSTRACT

Contemporary moving image (film and video) is looking for a new form of expressing the sacred, after decades of refusing all kinds of explicit “religious” content. The notion of Sacred changed with the social evolution and today its representation is directly related to the image of reality, that allows a sincere and immediate contact with the viewer. The body’s image can be a strong mediator between the expression of the sacred and reality, because it questions the position of man in the world and its relation to others. Bill Viola and The Dardenne Brothers – among others, are directors who work with a totally different cinematographic form but they have the same challenge: to reveal the potential sacred of life through light and image movement.

Keywords: Film, Sacred, Realism, Body.

1.INTRODUCTION

A “new sacred” art with new forms of expression has established itself in our western contemporary culture. This sacred art shows new contents and refuses the traditional styles. The modernity of the sacred has been possible because of the rejection of the obvious religious image, and its exhausted use.

Today, the notion of sacred itself has evolved and is no longer a concept which meaning is exclusively transcendental; actually, it is often used to promote universal human values. For example, film and video have explored in very subtle ways the possibility of revealing this “new sacred”, through the new technologies. The image of the body has been decisive: since the embodiment of the Christian deity has been the key of the divine image, it is consistent that it has also been the way to express the “new sacred” in contemporary moving image. Gilles Deleuze saw the body as an element of time expression (The Time-Image); we ask if this representation couldn’t be an expression of the “new sacred”. Without God (Nietzsche), the human being has to face his finitude and his loneliness in an incomprehensible world. But the absence of God can also be a sign of the sacred. Contemporary cinema and video are also interested by the concepts of transgression and inversion to implicitly introduce the sacred. The work of video artist Bill Viola and filmmakers Dardenne Brothers among others, will allow us to show how contemporary digital filmic image can reveal a new form of the sacred through the body representation. First, we will study the notion of “new sacred” in general and after we will apply it to the contemporary video and cinema. Based on these examples, we will analyse how the new sacred is expressed, particularly through the filmic image of the body.

Secularization of western societies set aside religious practices that only interest a limited number of believers. Art itself turned away from the idea of transcendence, and to do so, for a long time it transgressed religious institution through blasphemy for example. Nowadays this transgression doesn’t make sense anymore, because the religious issue – and partly the catholic one – has run out of steam. There is a new reflection upon the notion of belief, directly linked to realism that questions human nature and its relation to the other and to the world, insisting on its limitations and on its finitude. How and what do we believe in? These are the issues that led again to religious themes such as the fall, redemption or death, and that allow artists to express their point of view in a new perspective, which focuses more on interrogations than criticism.

The body is a mediator between reality and sacredness, caught between the two, or better yet: its material nature becomes sacred when it is directly involved in consciousness. To express this revelation, new technologies can be a powerful tool, especially digital video image, because they allow the video-artist to represent the relation between the body and the sacred through the profundity of light. Bill Viola used a new optical device to represent the idea of resurrection of the body in a transcendental way. In “Ocean Without a Shore” (2007), just as reality is more connected to experience than to knowledge, it is the image of the body that brings the unknown realm of death into our reality, through its transfiguration (Fig. 1). The body, which is not material in the first, finds its materiality through light in the second for it becomes visible in its almost hyper-realistic appearance.



Figure 1. Bill Viola, Ocean Without a Shore, 2007.

In his images, the American video artist creates atmospheres that transform the perception of time (and space) but at the same time, and through the perception, the presence of the viewer is reinforced toward the work of art. Bill Viola shows that if knowledge, that is a western concept, illuminates us, and makes reality perceptible and intelligible, mystery allows us to go further, to an unknown place where we can discover something new. The endlessness of mystery leads us to infinite discovery and contact with something new. Video art gave a new energy to the image through the representation of movement but also of time. It's not like a painting that remains the same throughout time: when a video ends, it no longer conveys life. It's its visibility and experience that are at stake. Bill Viola asks himself why do we exist at the same time inside our body and outside from it. His work is based on this tension, between the external image of the body (and its sensations) and the internal world (rational and emotional). That is why he says that his work is about “the realism of emotions and sensations, perceptions or experiences (...) realism of the perceptions of the objects, not of the object in itself” [1].

In contemporary cinema, the representation of the fall refers to consciousness and to the ordeal of human condition. It places the human in a regressive state and leads to disorder: it provokes chaos. The fall can also help one to experience humility through consciousness of human finitude, with ultimately a desire of being saved [2]. More and more, it is reality that is summoned by the cinema for it is through life experience that directors strive to approach and question the world. No artifice, just reality in and of itself. Cinematographic social realism (that is not exactly Bazin's realism) allows a meeting between the image and the intimate

experience of the world as life experience. The form of reality almost always goes through the representation of man. Directors even refuse to intervene in the image as if the image itself were capable to express reality in its purest state. Therefore, there is no need to stylize the world. It's a matter of "speaking" reality so that the viewer can "hear" it better. The contact between the image and the viewer is instantaneous. The sacred has moved: it's no longer in the expression of transcendence for it is in reality that the immanent truth reveals itself.

The expression of suffering is best represented by realistic cinema because the image of reality deeply touches the viewer who doesn't feel the screen between himself and the film: he's a part of the reality of the image. In a way, reality replaced the catholic institution, which imposed its dogmas. Since there is no need to keep fighting religious tradition (it doesn't have very much impact on society anymore), lack of faith, which had been an expression of freedom before, is today felt as a missing path for man to relate to the world. Because it creates a new form of communication, that is individual and collective, profound and infinite, transcendence allows an experience that goes beyond the surface of reality and urges man to reach consciousness. Nowadays, cinema shows that religion is implicit in reality, because it is in this reality that the truth is genuinely and directly expressed.

In *My Joy*, directed in 2010 by the Ukranian Sergei Loznitsa, the main character, the truck driver Georgy, is a victim of the inhumanity of man. After a serial of bad encounters, Georgy's mind lost its capacities and his body is reduced to a passive being. This is the discontinuity of the narrative that is looking for a coherent world, but doesn't find it. As in *Au Hasard Balthazar*, directed by Robert Bresson in 1966, alienation and evil are part of reality, and the image of reality allows the questioning of it. How is it possible to live in a reality that lost its humanity and privileged the idea of an objective to reach, without regarding to the means that have to be used? Since the body is a mediator between the spirit and the world, it is its consequences that have an impact on reality. When, at the end of *My Joy*, the characters truly become savages, having completely lost the sense of humaneness, it is Georgy, or rather Georgy's body, that not being able to stand it any longer, ends the violence through the extreme violence of murder. However this is also his way of saving a world that had lost its humanity. The challenge here is to find where the sacred can hide, in a world without rules and compassion... Maybe it stands into the compassion that the viewer feels for Georgy, when he finally ends with the unbearable human insanity and frees both of them.



Figure 2. Georgy's body, in *My Joy*, Sergei Loznitsa, 2010.

The Dardenne Brothers work with the notion of "pure realism". They use the camera, not to build reality, but to unveil it. It is also in material deputation that spiritual disarray manifests itself [3]. It is therefore human fragility that is at stake, in its quest for survival and immortality. We always wonder, whether the main characters of their stories are fighting to

live, or fighting against existence. And it is there that lies the mystery: if images must not be a destiny (such as reality could be to man), man has to take care of himself in order to discover himself and to bloom. In realistic films, bodies express their suffering and make the viewers react; this is why they cannot be sentimental. Sentimentalism, just like morbid pity anesthetizes the viewer instead of urging him to act. There is no indulgence in suffering in the image. Bodies are never mute; they scream their outrage.

The body is a reflection of the relation between man and world. For example, a sick body reveals a malaise that is also a rupture between oneself and reality; in their movie, *The Son*, directed in 2002, The Dardenne Brothers show us that “salvation” is necessary and that it is possible through the recognition of others and with others. Olivier, a carpenter who works as an employer at a rehab Center, happened to take his son’s murderer as an apprentice, by chance. The relation that grows between the two men is ambiguous, and Olivier is definitely divided between hatred and forgiveness. The violence that exists between the two is created through a physical distance produced by an optical figure: the lack of depth of field secludes each character in his own external and internal space. Olivier’s body is massive, strong and always dynamic; the camera follows his movements and his restless breathing. In this cruel situation, it looks like that there is no place and no way to be at peace. Dardenne Brothers hate the idea of a fatalist void as a human condition. They believe that man has the possibility of finding oneself, and this capacity is sacred: for example, even if forgiveness is transcendent feeling, it is a real liberating process. In any case, “salvation” is essentially terrestrial since it must happen in the “here and now” and not on a transcendental level. The way in which the bodies are filmed, without ever being overwhelmed, emphasizes the idea of the body as a mediator between reality and desire. Often, behind the characters, the camera does not try to dramatize the action using emotions. The Dardennes Brothers refuse stereotype and respect reality and its mysteries. The world’s ambiguity, so important to Bazin, should be present in the image and leave the viewer interpret what he sees, in his way, with his subjectivity.



Figure 3. Olivier and Francis, in *The Son*, Dardennes Brothers, 2002.

With realism as revealing of the sacred, the image changed its status: it is no longer perceived as a simulacrum but on the contrary, it brings into mind of a transcendental expression in its purest form, turning into its referent. Cinematographic realism sets man in the heart of the world and provides him with a right relation. The trivial, death and the meaning of existence are themes that re-establish a link with spirituality, based on the conception that the human being lives through its body and has a profound relationship with everything that surrounds him. Gilles Deleuze showed that the body is a truly mediator between reality and time because it manifests the experience of life [4]. Contemporary film and video are each time more

interested by the expression of the sacred based on the image of reality because it is through the realistic image that humanity reveals itself, in its immediacy and sincerity. Modernity has been fundamental to transform the notion of sacred in arts; after its denial as an intangible entity, it is now reconsidered as a concept that is immanent to man's existence, as he passes through it.

REFERENCES

- [1] Townsend, C.(2004). The Art of Bill Viola. London: Thames & Hudson Publishing.
- [2] Grenier, C.(2003). L'art contemporain est-il chrétien ? Nîmes: Jacqueline Chambon Publishing.
- [3] Dardenne, L.(2008). Au dos de nos images 1991-2005. Paris: Seuil Publishing.
- [4] Deleuze, G.(1985). L'Image-temps. Paris: Minuit Publishing.

DİJİTAL EVRENDE MİMESİSİ YENİDEN DÜŞÜNMEK; AVATAR FİLMİ

Rana İğneci SÜZEN
Akdeniz Üniversitesi G.S.F Sinema-TV, Antalya
ranaigneci@hotmail.com

ABSTRACT

Cinema, with its unique way of expression, states a wide range area of capabilities. This is a “narrative” form that conveys a strong sense and discourse which includes its own unique codes and techniques. Even if this narrative form houses infinite contingencies, basically, it is based on showing and performing. While the Modernist or the Avant-garde cinemas, which are experiencing the modern narrative techniques, are on the other side of these narrational contingencies, the Classical Cinema has always managed to protect its ties with the mimesis concept which exists since Aristotle thanks to its practices on generally used forms of dramatic narration which are showing and performing. Mimesis, accordingly, states the form in which the narrator is excluded and in which the events are re-fictioned and relived in a present time. Here, the context of making the events ‘lived’ without a mediator, establishes a virtual reality which is over the feelings of “katharsis” and “identification” with the application of digital 3D effects in the cinema of today. This study argues how the “mimesis” concept is evolutionized by the digital capabilities of the cinema or what this new form has added to the narrative capabilities of the cinema. Accordingly, the 3D movie Avatar directed by James Cameron will be analysed in accordance in the cinematic narrative forms.

Keywords: Mimesis, 3D Cinema, Classic Cinema, Cinematic Narration, Katharsis

1. MİMESİS, KATHARSİS, ÖZDEŞLEŞME

Anlatmak temel bir ihtiyaç olarak insanlığın çok eski dönemlerinden beri var olagelmıştır. Anlatmaktan anlatı biçimlerine doğru evrilme aşamasında temel sorunlardan birini ise anlatıcının varlığı ya da konumu sorunu oluşturmuştur. Sinema kendine özgü anlatım biçimiyle günümüzün en etkili anlatım olanaklarından birini ifade eder. Bu doğrultuda, bir perde üzerine yansıyan görüntüyü -ya da artık üç boyutla daha da gerçekçi kılınan görüntüyü- her ne kadar teknolojiyle birebir olarak tasavvur etsek de, sinema anlatılarının kökenindeki estetik kalıpları teknolojik devirlerden çok eskilere, Aristoteles’e hatta Platon’a kadar götürebilmek mümkündür.

Aristoteles Poetika adlı eserinde Antik Yunanda dramatik eserleri estetik açıdan çözümlenmeye çalışmış, bu doğrultuda onları sınıflandırıp incelemiştir. Aristoteles’in üzerinde durduğu en önemli kavramlardan biri olan mimesis kavramı, Antik tragedyanın varoluşundan beri yaşamın yansınması olarak ifade edilebilecek bir sanat biçimini tanımlamaktadır. Kavram dramatik sanatlar için temel bir estetik problemi de işaret eder. Taklit anlamına gelen mimesisi, gerçekliğin kopyası hatta gerçek yaşamın yaratıcı ve öykünmeci bir biçimde kopyası olarak düşünebilmek mümkündür. Aristoteles mimesis kavramını sanat kuramının merkezine koyarak, sanatın hareket ve eylem halindeki insanın bir taklidi olduğunu ifade ederken ona yeniden yaratıcı ve yorumlayıcı özellik yükleyerek çok geniş bir alana yayar (Çalışlar,s.119).

Platon Devlet adlı yapıtında Aristo’dan da önce mimesis kavramı üzerinde durmuş ve anlatıları mimetik ve diegetik olarak ikiye ayırmıştır. Bu temel ayırım günümüze dek üzerinde düşünülen ve kuram üretilen bir ayırım olmayı sürdürmüştür. Platoncu anlamda diegesis ile mimesis arasında yapılan klasik ayırım; bir olayın bir anlatıcı tarafından anlatılması ile bir olayın aracısız sunumu yani canlandırılması arasındaki farka dayanmaktadır. Bu, anlatmak ve

göstermek arasındaki farktır (Chatman,s.29). Burada bizim ilgi alanımıza giren temsil etme, canlandırma dolayısıyla bir olayın anlatımıdır. Aynı durumu Gerard Genette yazın kuramında, mimesis (kusursuz taklit) ve diegesis (saf anlatı) ile karakterlerin konuşmalarının çeşitli şekillerde temsil edilmesini, anlatıcı ile okurun, anlatıdaki aleni bulunma biçimlerindeki mesafe sorunlarından yola çıkarak tanımlamıştır(Genette,s.18). Mimetik anlatım diegetik anlatıma göre anlatıcının aradan çıktığı ve izleyicilerin öyküdeki olayları canlandıran (taklit eden) karakterler aracılığıyla, o ana ve oraya (zaman ve mekana) götürülmesidir. Diegetik anlatıda bir anlatıcının varlığı sözkonusudur. Ancak mimetik anlatımda olaylar canlandırılır. Dolayısıyla bu olayın kurmaca bir atmosferde taklit edilerek yeniden yaratılmasıdır sözkonusu olan. Buradaki en önemli unsur, izleyenlerin, bir gerçeklik izlenimi yaratılarak bu atmosfere dahil edilmeleridir. Mimesis işte böyle bir atmosferin yaratılmasını zorunlu kılarak bir illüzyon/gerçeklik yanılması yaratır. Sevda Şener illüzyonu, seyircinin seyirci olduğunu bir an için unutup oyunu gerçekmiş gibi izlemesi yani sahnedeki olayı yaşamaması olarak yorumlamaktadır (Şener,1998,s.283). Dolayısıyla sinema gibi dramatik temsil etmeye dayalı biçimlerin mimetik anlatıların alanına girdiğini söylesek de günümüzde modern anlatıların, anlatıcı sorununa farklı biçimlerde yaklaşımları ve biçimin kendini görünür kılma isteği mimetik anlatımın sınırlarını ve bu gerçeklik yanılmasını tahrip etmektedir. Ancak klasik sinema anlatıları hala mimesise dayalı dramatik yapıyı temel alır. Ve bu, dramanın ilk gelişim evrelerinden beri oluşturduğu estetik kalıpların neredeyse aynısını içerir.

Platon mimesisi taklit anlamında kullanırken ona bir aşağılama yüklemiş, Aristo ise sanatçının benzetme işleminde yaratıcı bir güç barındırdığı için mimesisin bir yeniden yaratma işlemi olduğunu vurgulamıştır (Nutku, s.12). Tragedya eylemde bulunan kişiler tarafından temsil edilir ve bu anlamda sadece bir öykü değildir. Aristo onu, ahlaksal bakımdan ağır başlı, başı ve sonu olan, belli bir uzunluğu olan bir eylemin taklidi olarak belirtmekte ve “Tragedyanın ödevi, uyandırdığı acıma ve korku duygularıyla ruhu tutkularından temizlemektir” diyerek katharsis kavramını vurgulamaktadır (Aristo, s.22). Katharsis kavramı, özdeşleşme ile birlikte mimesisin en önemli unsurlarından kabul edilebilir. Katharsisi büyük bir coşkusal gerilimden sonra boşalma (rahatlama), estetik bir coşku olarak ifadelendiren Aristo, tragedyayı katharsis ile birlikte değerlendirerek onu psikolojik olarak temellendirmiş ve trajik olanın yeniden yaratılmasından duyulan hazla da ilişkilendirmiştir (Çalışlar, s.100). Özdeşleşme ise izleyicinin dramatik süreçle özdeşleşim kurması olarak ifade edilebilir. Bu, temsil edilen, canlandırılan yaşam kesitinin içine girerek acıma ve korku duygularının uyanmasına (katharsis) neden olan duygu durumudur (Çalışlar, s.138).

2. KLASİK DRAMATİK YAPI VE KLASİK SİNEMA ANLATISI

Klasik dramatik yapıyı, klasik sinema anlatılarının da ödünç aldığı evrensel ve yaygın bir anlatım biçimi olarak kabul edebiliriz. Klasik dramatik anlatımın kökleri ise Yunan tragedyalarına dayanır. Dramatik anlatımın günümüze dek gelen belli başlı özelliği kapalı ve neden sonuç ilişkileriyle kurulu yapısıdır. Oyun kişilerinin ilişkileri, bu gelişim ve süreklilik gösteren serim, düğüm, çatışma ve çözüm aşamalarında gelişir. Kahraman oyunun başındaki duruma tepki göstererek eylemi/aksiyonu başlatır. Bu durumu hazırlayan koşullar ise serim kısmında gösterilir. Eylemi başlatan ise genellikle kahraman ve onun karşısındaki bir anti kahramanın çatışması olabilir. Duruma razı olmayan kahraman bir çözümsüzlüğün içine girer. Bu kısım ise düğümü oluşturur. Her çatışma ortaya bir düğümü çıkarır ve her düğüm ise yeni bir çatışmayı gerektirir. Bu gelişim artan bir gerilim yaratır. Gerilimin tırmandığı en yüksek nokta ise doruk noktasıdır. Olaylar doruktan sonra hızlı bir biçimde sonuçlanacaktır (Şener 1997,s.18). Klasik dramın bu kapalı ve sıkı bir biçimde örülmüş yapısı, klasik sinema anlatılarında hala kullanılan ana dramatik eksenini oluşturmaktadır.

Bu yapı, tüm diğer anlatı biçimlerinde de varolan daha doğrusu tüm anlatıların temel bir birimi olan öykünün (fabula) şimdiki zaman yanılması içinde, şu anda ve burada sunulmasına dayanır. Bu ise ‘öykünün’ anlatılan kişiye getirilmesi değil, ‘öykünün anlatıldığı kişinin’ olayın gerçekleştiği zaman ve mekana götürülmesi olarak ifade edilebilir. Anlatımın

mimetik türü olan dramda herhangi bir anlatıcıya gerek yoktur çünkü olaylar şimdiki zaman akışı içinde oluyormuşçasına yeniden kurulur. Mimetik anlatım biçiminde olayları zaman-mekan içine yerleştirmek ve seyircinin de şimdiki zaman yanılması içinde bu olaylara doğrudan bir şekilde tanık olmasını sağlamak gerekir (Ünal, s.109). Klasik sinema işte bu bahsettiğimiz klasik dramatik anlatım biçimine uygun bir filmsel stil geliştirmiştir. Tüm optik kurallar, çekim çeşitleri, alıcı hareketleri, alıcı açıları, görüş noktaları, dekor, kostüm, oyunculuk biçimleri, hepsi birden bu dramatik etkiyi oluşturacak bir atmosfer yaratımı için oluşturulmuştur. Bir çizgi üzerinde gelişen olaylar doğrusal bir yol izler. Yay şeklinde bir gelişimin içinde bir durak noktası ve bu noktaya vardırılan gerilim ve bir sondan bahsedebiliriz. Seyirci işte bu mekanizma sayesinde olayların akışına kendini kaptırarak olaylar ya da kahramanla özdeşleşir. Burada modern anlatıların sorgulayan ve zihinsel katılım yapması beklenen seyircisinden apayrı bir seyirci aktivitesi sözkonusudur. Seyirci olayların akışına tamamen kendini kaptırıp karakterlerle duygusal temelde bir yaşantı birliğine girer. Doruğa doğru yükselen bir gerilimle başka bir hayatın içinde yer alarak, doruk noktasıyla birlikte başlayan son bölümde, olayların çözülmesiyle içine sokulduğu gerilimden kurtarılarak rahatlatılır. Haz ve rahatlama da buradan doğmaktadır. Mutlu Parkan bu özdeşleşme mekanizmasının sonucundaki hazzın, geleneksel sinemanın eğlence yönünü oluşturduğunu söyler ve eğlencenin ise, seyircinin yaşadığı yaşamdan uzaklaşarak kısa bir süreliğine başka bir yaşantının içine girip bu dünyada kendini ve kendi sorunlarını unutmamasından kaynaklandığını belirtir (Parkan, s.31).

Dış görünüşün mükemmel bir taklidini oluşturmayı amaçlayan klasik sinema anlatılarında, dramatik olayla seyirci arasında “şimdideşlik” yani seyircinin olayların olduğu zaman ve mekana götürülmesi en önemli amaçlardandır denilebilir. İşte bu nedenle onun karşı ucunda yer alan modernist anlatılardaki, dış görünüşün aşkın bir biçimde kavramsallaştırılması ve izleyicinin biçimin kurgusallığını farkedip olayla birebir özdeşleşmesinin kırılması, dramatik anlatımın temelindeki mimetik etkiyi bozar (Ünal, s.216). Oysa klasik sinema anlatılarında olayların gerçek dünyadaki gibi kesintisiz ve süregelen olduğu izlenimi yaratılmalıdır. Bu nedenle klasik anlatılarda dramatik yapıdan, teknik tüm ayrıntılara kadar, daima mimetik etkiyi güçlendiren bir yapı kurulur. Olayların bu şekilde kendiliğinden akıp gitmesi ve anlatıcının yokluğu izlenimi hepsi tek bir şeye hizmet eder; gerçeklik izleniminin güçlü bir şekilde yaratılmasına. Sevda Şener Batının dram anlayışının temelinde bu gerçeğe benzerlik duygusunun yattığını vurgulamaktadır. Akla ve mantığa uygunluk, gerçeğe benzerlik klasik dram anlayışının birbirine neden sonuç ilişkileriyle bağlanmış kapalı yapısını oluşturur (Şener, 1997,s.17). Aristoteles’in temelini attığı bu yapı, günümüze dek varlığını ağırlıklı olarak korumuştur. Burada önemli olan nokta, bu biçimin dramatik anlatımı kullanan tiyatro gibi sinema için de genel geçer ve kabul görmüş bir anlatım biçimine dönüşmüş olmasıdır.

Dramatik olay gelişiminin temeli sürekliliğe dayanır. Anlatı örgüsü varsayımsal olan ve daha çok seyircinin gözü olarak düşünebileceğimiz bir perspektife göre inşa edilir. Seyirci ise bu varolan perspektife yerleşir. Seyircinin bu perspektife yerleşebilmesi için inanması, katılımı ve özdeşleşmesi gerekir. Kısacası seyircinin burada bu perspektife inandırılması gerekir. Bu noktada olayların sürekliliğini sağlayacak ilişkilerin mantıksallığı çok önemlidir. Seyirci olay gelişimine, karakterlere inandığı yani buradaki mantıksallıktan kuşku duymadığı takdirde öyküye ilgisi yoğunlaşır ve onu içine alması gereken perspektifteki konumunu alır. Bundan sonra ise duygusal bir coşku ve heyecan yaşayarak anlatıyla özdeşleşmesi kolaylaşır (Ünal, s.134). Klasik dramatik anlatım gerek tiyatrodaki gerekse sinemadaki karşı uçlarını da var etmiştir. Tiyatrodaki Brecht’in özdeşleşmeyi kırmak ve seyircinin izlediğine kendini kaptırmasına hizmet eden biçimi yabancılaştırma efektleriyle sorgulatır hale getirmeye yönelik çabası başlı başına -Epik olarak adlandırılan- bir tiyatro anlayışı doğurmuştur. Aynı şekilde sinemada da kökleri Griffith tarafından atılan klasik sinemanın karşı ucunda bu kapalı yapıyı kıran, özdeşleşme yerine yabancılaşmayı koyan, izleyicinin zihinsel katılımını ve sorgulamasını amaçlayan bir sinema anlayışı ilk olarak Dziga Vertov ve daha sonra da Godard tarafından estetik bir biçim olarak ortaya konmuştur. Bu nedenle özdeşleşme ve katharsisin -varlığı ya da yokluğu sayesinde biçimi iki ayrı uca savurabilecek- sinemanın

temel estetik öğeleri olduğu söylenebilir. Örneğin modernist anlatılarda gerçeklik izlenimi katharsis yaratılmayacak biçimde denetim altına alınır. Daha doğrusu sinema perdesinde izlediğimiz şeyin, gerçekliğin kendisi değil kurgulanmış başka bir gerçeklik olduğu daima belirtilerek, katharsis ve özdeşleşmenin önüne geçilir.

Brecht estetiği de temel olarak bu katharsis duygusunun seyirci için tehlikeli olduğu varsayımına dayanır. Katharsisin ortaya çıkmasını sağlayan kavram “*einführung*” yani duygu temeli üzerinde yaşantı birliğidir. Seyirci sahnedeki figürler ile kurduğu duygu ve yaşantı birliği nedeniyle sonunda katharsise ulaşır. Kahramanla özdeşleşen seyirci onun içine düştüğü durumları değerlendirme, eleştirme yeteneğinden yoksun kalır (Parkan, s.48). Burada dramatik anlatımda özdeşleşmeyi sağlayan mekanizmayı; seyircinin, anlatının bu sağlam dokunmuş kapalı ve neden sonuç ilişkileriyle ilerleyen perspektifine dahil edilmesiyle olayları dışarıdan deneyimlemesi ve bir de bakış açısına ortak edildiği karakter aracılığıyla anlatıyı içerden deneyimlemesi oluşturur. Seyirci karakterlerden birini ayrıcalıklı zaman ve mekanına dahil olarak onun bakış açısıyla ve onunla özdeşleşir. Böylece olay örgüsünü artık içeriden de deneyimlemektedir. Bundan sonra olayın seyrine göre hisler yaşayacaktır. Korku, heyecan, üzüntü vs.(Ünal, s.135) Klasik anlatı sinemasında anlatıcı kendini gizlediği ve görünmez kıldığı için izleyici ile kurmaca evren arasında mesafe kalmamıştır. Burada izleyici filmin yarattığı yanılısamayı fark edemez. Filmin anlatım tekniklerinin (kurgu, ışık, dekor, kostüm, müzik, kamera hareketleri, açıları ve olay örgüsü) aslında hepsi birden bir anlatıcıdır. Ama buna görünmez ya da kendini gizleyen bir anlatıcı denilebilir. Klasik anlatı sinemasında anlatıcı anlatının kendisine dönüşmekte, izleyici de anlatı kişilerine, kahramana dönüşerek, onunla özdeşleşmektedir (Oluk, s. 37).

Yani klasik anlatı sineması tüm anlatı biçimlerinde başat olan anlatıcı sorununu, anlatım mekanizmalarını gizleme, olabildiğince görünmez kılma yönünde çözer. Mimesis bu şekilde güçlenir daha doğrusu mükemmel bir illüzyona, gerçeklik yanılısamasına ya da izlenimine ulaşılır. Klasik anlatı sinemasının mimesisi güçlendirecek biçimde geliştirilen dramatik kurgusuna, dramatik etkiyi güçlendirecek bir şekilde kurulan “stil/biçim” eşlik eder. Anlatım, hem biçimsel araçların hem de olay örgüsünün ve onun anlatım biçiminin hepsi tarafından belirlenir. Böylece, klasik bir sinema anlatısını belirleyen birçok faktör olmasına rağmen temel unsurun; anlatının daima bir gerçeklik illüzyonu yaratarak temsil edilmeye çalışılması ve bu sayede izleyicinin bir filmin içine girerek onu deneyimlemesi amacının taşınması olduğu söylenebilir. David Bordwell olası anlatıların sayısını sınırsız olarak belirtmekte ama gene de kurmaca film anlatılarında tek bir türün egemen olduğunu özellikle vurgulamaktadır. Bu egemen tarz Hollywood sinemasıdır. Bu tarz süresi, etkileri ve tarihi nedeniyle klasikleşmiştir (Bordwell, s.94). Bordwell’e göre Klasik anlatıda aksiyonun nedeni bireysel karakterlerden ortaya çıkar. Doğal nedenler aksiyonu etkileyebilir ama anlatı merkezine kararlar, tercihler ya da karakterin özellikleri gibi (Yunan tragedyelerindeki gibi aynı biçimde) kişisel psikolojik nedenleri almıştır. Anlatıyı ilerleten karakterin arzusu ya da istemleridir. Arzu bir hedefi belirler ve karakterin bu hedefe yolculuğu, bu yolda karşılaştıkları tıpkı klasik yunan tragedyasında olduğu gibi Hollywood sinemasında da anlatının seyrini belirler. Elbette burada karakterin hedefine ulaşmasında ona engel teşkil eden bir karşıt güç sözkonusu olur. Ama klasik anlatı filmlerinin çoğu güçlü bir finali içermektedirler. Bir kaç konu anlatı esnasında çözümsüz olarak bırakılsa bile sonunda tüm taşlar yerlerine oturur ve film kendi nedensel zincirini bu şekilde tamamlar. Tüm gizemler aydınlığa kavuşur, tüm çatışmalar da sonuçlanır. Bu süreç daima bir özdeşleşim mekanizmasını sağlamak zorundadır.

Michael Chion klasik anlatı sinemasında izleyicinin film kişisiyle özdeşleşmesinin sağlanması için çeşitli formüllerin, yöntemlerin olduğunu vurgulamaktadır. Genellikle kahramana sevilen, saygı duyulan ya da hayranlık uyandıran özelliklerin verilmesi bunlardan en belirginidir. Ya da kahramanın filmin başında büyük bir felakete karşılaşması yine oldukça etkili bir yöntemdir. Anlatıda öykü bilinçli bir şekilde bir kahramanın bakış açısıyla seyirciye aktarırsa özdeşleşme çok daha kolay sağlanır (Chion, s.134). Aristoteles’in tragedyanın

insan ruhunda temel olarak korku ve acıma duygularını uyandırdığını söylemesinde olduğu gibi, olanaklılıkları bakımından sinemanın, mekan ve zaman sınırının da olmaması (günümüzdeki üç boyutlu gelişimi de hesaba katılırsa) nedeniyle korku, endişe, acıma duygularını en etkili biçimde kullanan sanatlardan biri olduğunu söylenebilir. Robert Kolker izleyicilerin büyük bir kısmının tüm dünyada neredeyse bir filmin nasıl olması ve ne söylemesi gerektiği konusunda belli kodlar tarafından koşullandırıldığını söyler. Bu uzlaşmalar çok genel anlamıyla klasik anlatımın genel geçer unsurları olarak nitelendirilebilir. Bu unsurlar Kolker'e göre filmin şeffaf iletimi ve anlatılan öyküye erişebilmek için herhangi bir çaba sarfetme gerekliliğinin olmaması şeklinde nitelendirilebilir (Kolker, s.119). Kolker'e göre klasik stil öyküyü hızlandırır ve izleyiciyi de kesinlikle filmin içine yerleştirir (Kolker, s.132). Olay örgüsü, kurgusu, ve filmin stili izleyicinin atmosferin içine girmesini kolaylaştıracak biçimde düzenlenmiştir. Sinema salonlarının karanlık ve yalıtılmış olması da filmin atmosferine girebilmeyi, duygu birliğinin yaratılması ve özdeşleşmeyi kolaylaştırır.

Hitchcock dramayı tanımlarken "sıkıcı parçaları kesip çıkarılmış yaşam" tanımını kullanmaktadır (aktaran Armes, s.93). Bu tanım aslında bir anlamda gerçekçilik sorununu da ortaya koyar. Çünkü klasik dramatik anlatımda ve dolayısıyla klasik sinemada gerçekliğin gözlenip en gerçekçi bir şekilde perdeye aktarılması gibi bir dert asla olmamıştır. Burada amaç daha çok gerçekmiş gibi yapan kurgusal öyküler anlatmaktır. Armes bu durumu "Hollywood'da yaşam gözlenmez fakat temel malzeme olarak talan edilir" diyerek ifade etmektedir (Armes, s.93). Yönetmen gerçekliğin duygusunu, ritmini yakalamaya çalışmaz ama onun yerine onun tam bir kopyasını kurmaya çalışarak gerçeklik yanılsaması yaratır. Gerçekçi sinema teknik olanakların yalınlaştırılmasından yanayken, klasik anlatı filmi teknik ve endüstriyel ilerlemeleri tam da bir gerçeklik yanılsamasını oluşturmada büyük bir başarıyla kullanır (Armes, s.93). Aslında gerçeklik sorunu çok kapsamlı olmakla birlikte temel olarak bir stil sorunu olarak adlandırılabilir. Yani iletilen anlamdan çok o anlamın nasıl iletildiği ile ilgili bir süreçtir. Bu da biçim ve içerik sorunsalından ayrı düşünülemez. Tahsin Yücel, yazın bağlamında gerçeklik olgusunu irdelerken, en somut olguların anlatımında bile anlatım esnasında başka bir gerçeklik oluşturulduğunu ifade etmektedir. Bu gerçek bir içerik olmaktan çok bir biçimdir. Yücel'e göre yazında bir gerçeklikten söz edilebilirse, bu nesnelerin olduğu gibi yansıtılmalarında değil, bu dilin nasıl yansıtıldığının bilinmesiyle ilgilidir. Yani en gerçekçi yapıt gerçeği olduğu gibi çizen değil, dünyayı bir içerik olarak kullanarak, dilin (biçimin) gerçektışı gerçekliğini araştıran yapıttır (Yücel, s.29). Bu nedenle anlatımın biçimi onun ideolojik yansımaları olarak da okunabilir. Dolayısıyla Klasik anlatı sinemasının ideolojisi de, onun gerçeğin yerine geçerek yeni bir gerçek üretmesi ancak bunun üzerine sürekli örtetek gizlemeye çalışması olarak düşünülebilir. Günümüzde, belirli kodlar içinde filmlerin üretildiği Hollywood'da, klasik stilin olanaklarını arttıran ve sınırlarını zorlayan dijital teknolojilerin daha da yaygınlaştığı söylenebilir. Kolker'e göre görüntünün yapay olarak oluşturulması, arkadan gösterim, örtü işlemi ve görüntü üretmenin diğer biçimleri gibi eski uygulamaların çoğu artık bilgisayar üzerinde yapılmaktadır. Arka planlar üç boyutlu grafik programlarla gösteriliyor, karakterler sayısal olarak kopyalanmış insanlardan oluşan kalabalıkların ortasına yerleştirilebiliyor. Ancak burada değişmeyen çok önemli bir unsur söz konusudur. Yani tüm bu dijital teknikler aslında eski tarz optik işleme aynı amacı taşırlar; en üst düzeyde gerçeklik etkisi elde etmek (Kolker, s.159). Burada elde edilmek istenen gerçeklik Aristo'nun tarif ettiği mimesisin sınırlarını zorlamakta mıdır? Mimesis böyle bir teknoloji ile nasıl bir estetik boyuta taşınacaktır? Tüm bu teknolojilerin mimesisin kuruluşundaki gerçeklik algısını arttıracığı ya da arttırma yönünde kullanıldığını söyleyebiliriz.

3. KLASİK DRAMATİK BİR ANLATI OLARAK ÜÇ BOYUTLU BİR FİLM; AVATAR

James Cameron'un 2009 yılında çektiği filmin görüntü teknolojileri konusunda bir çığır açarak belki de yeni bir sinemasal estetiğin habercisi olduğu söylenebilir. Ancak filmin tüm bu yeni teknik olanaklılıklarına rağmen, bütünsel olarak klasik dramatik anlatımın temel

kurallarına sıkı bir şekilde bağlı olduğu görülmektedir. Filmin olay örgüsü, öykü ve nedensellik gibi ilişkilerin örülüşünde bu klasikleşmiş yapının tüm etkileri hissedilmektedir. Buna göre öncelikle öykü ve olay örgüsünün gelişme modelleri ele alınabilir;

A.Öykü; Pandora adlı gezegen içinde bulunan büyük ve değerli maden yatakları için, insanlar tarafından işgal edilir. Pandora gezegeninde ise Navi denen yerli bir ırk yaşamaktadır. Naviler, insandan fiziksel olarak çok daha güçlü ama DNA olarak da insan ırkıyla benzeşen yaratıklardır. Herhangi bir teknoloji ile tanışmamış olan Naviler ilkel kabileler şeklinde örgütlenmiş ve ritüelistik bir yaşam sürmektedirler. Doğaya ve onlara yaşamı veren enerji olan Eywa'ya saygılı bir şekilde yaşarlar. Kendilerini savunmanın dışında silah kullanmayan Naviler, doğayla ve diğer canlılarla büyük bir uyum içinde yaşamaktadırlar. Ancak bir gün Dünyalılar yani insanlar gelip yeraltındaki bazı madenler için Navilerin düzenlerini bozarlar. Onlara İngilizce öğretip, medenileştirmeye çalışmakta ve onları atalarının yurtlarından zorla çıkarmak istemektedirler. İşgalci ve savaşçı Dünyalılar bunu sadece milyon dolarlar kazanacakları madenler için yaparlar. Naviler onlara direnir. Pandora gezegeninde bilimsel araştırmalar yapan ekiptekiler ise diğer Dünyalılardan farklı olarak Navileri korumaya çalışmaktadır. Ama militer güç kazanır ve Navilere savaş açılır. Bilimsel ekipten eski bir asker olan Jake Sully, avatariyla Navi ırkının arasına katılma şansını yakalamıştır. Avatari Navilerle kalırken, Jake Sully'nin kendi bedeni askeri karargahta eşleştirme makinasındadır. Böylelikle avatari sayesinde diğer bedeniyle Navilerin yanında olabilmektedir. Jake Sully önceleri Navileri oradan çıkmaya ikna etmekle yükümlüken, kendi ırkının acımasızlığı karşısında Navilerle birlikte dünyalılara karşı savaşmaya karar verir. İnsan ırkının bütün ileri teknolojileri karşısında oklarıyla ve sadece yürekleriyle savaşan Naviler, büyük kayıplar vermelerine rağmen, onlara yardım eden Jake Sully ve diğer bir avuç iyi insan sayesinde savaşı kazanıp, Dünyalıları gezegenlerinden gönderirler.

B.Olay Örgüsünün gelişme modelleri; Olayların doğrusal bir zaman dilimi içinde, gerilimlerin grafiksel bir eğriyle artarak tırmandığı ve düğüm noktasıyla bir çözümsüzlüğün içine sokulduğu, daha sonra da tüm düğümlerin çözüldüğü olay örgüsü ile Avatar, klasik dramatik yapıdaki tüm aşamaları neredeyse tamamen kullanmıştır. Serim bölümünde öyküye kısa bir giriş yapıp kahramanlar tanıtılmış, daha sonra olacak olaylar hakkında izleyici bilgilendirilmiş ve belirli bir merak duygusu ile yüklenmiştir. Ardından küçük küçük düğümlerle çatışma tırmandırılmaya başlanmıştır. Bu tırmanış bir doruk noktasına varacak daha sonra da kahramanın arzusu çerçevesinde çözümlenecektir.

Serim

- I.Jake Sully'nin Pandora gezegenine/ Araştırma ve savaş üssüne gidişi
- II.Jake ve bilimsel araştırmaları yürüten doktorun karşılaşması
- III. Jake Sully ve Doktorun Navilerin yaşadığı yere gidişi
- IV. Ormanda yaratıklarla karşılaşma
- V. Jake Sully'nin yaratıklardan kaçarken ormanda yalnız kalması
- VI. Jake Sully'nin ormanda sabahlaması
- VII.Jake Sully'nin Neytiri'yle tanışması ve onun yardımcılarıyla hayatta kalması

I.Düğüm

- I.Jake Sully'nin kutsal ağacın tohumları tarafından kutsanması ve ormana kabul edilmesi
- II.Diğer Naviler tarafından istenmeyen Jake Sully'nin Neytiri tarafından korunması ve Neytiri'nin ona kefil olması
- III. Jake Sully'nin Navilerin evine götürülmesi ve ormanda kalmasıyla ilgili kararın kabilenin onayına sunulması
- IV. Jake Sully'nin ormanda Navilerle kalmasına karar verilmesi
- V.Jake Sully'nin Navilerle yaşamaya başlaması ve onları tanınması

II.Düğüm ve Çatışma

- I.Jake Sully'nin avatarının uyuması ve Jake Sully'nin kendisinin askeri üste uyanması

- II. Askerlerin ve operasyonu yürütenlerin Jake Sully'e yerlileri yaşadıkları köyden çıkmaları konusunda ikna etmesi gerektiğini söylemesi
- III. Jake Sully'nin askerlere bilgi taşınması sonucunda Doktorun avatar eşleştirme ünitesini üstten Pandora'nın içine taşımaya karar vermesi
- IV. Jake Sully'nin ormanı tanınması navilerin düşünce yapılarını anlamaya çalışması
- V. Jake Sully'nin tam olarak bir Navi ve Savaşçı olabilmesi için yapması gerekenleri öğrenmesi
- VI. Jake Sully'nin kendi ikranını(yırtıcı bir hayvan) seçip onu evcilleştirmesi ile noktalanın kahramanın yolculuğu serüveni.
- VII. Jake Sully'nin Naviler için kutsal olan 'Toruk mak to' ile tanışması
- VIII. Komutanla görüşen Jake Sully'nin büyük bir çelişki yaşayarak taraf değiştirmesi
- IX. Kahraman olma yolunda bütün aşamaları tamamlayan Jake Sully'nin yapılan törenle Navi halkından biri olarak kabul edilmesi
- X. Kutsal ağaç Eywa'nın altında Jake Sully'nin Neytiri ile birlikte olması ve Sully'nin tam anlamıyla bir Navi olması

Doruk ve Çözüm

- I. Dünyalıların Navilere saldırmaları köylerini yakıp yıkmaları
- II. Jake'in saldıran tankların üzerine çıkıp taşla saldırması
- III. Neytiri'nin yıkılan kutsal ağaç ve köyü karşısındaki çaresizliği
- IV. Navilerin savaş kararı alması ve bu sırada oraya gelen Jake'in onları uyarmaya çalışması
- V. Doktor ve Jake'in komutan ve operasyon sorumlusunu Navilere saldırmamaları yönünde iknaya çalışmaları.
- VI. Askerlerin köyü yakıp yıkmaya başlamaları, Navilerin karşılık vermesi
- VII. Şaman kadının Jake'den onlara yardım etmesini istemesi
- VIII. Navilerin üzerinde yaşadıkları yuva ağaç Eywa'nın yıkılması
- IX. Jake ve Doktorun hapsedildikleri yerden kaçmaları ve avatarlarıyla eşleşip tekrar Navilerin yanına dönmeleri
- X. Jake'in artık ona güvenmeyen Navileri ikna etmek için 'Toruk mak to' yu evcilleştirmesi ve efsanedeki gibi Toruk mak to olması.
- XI. Jake'in Doktor için Eywa'dan yardım istemesi, Eywa'nın altında Doktor için ayın yapılmasına rağmen Doktorun ölmesi.
- XII. Jake'in Navilere savaşmalarını söylemesi, diğer tüm kabileleri birleştirip hep birlikte savaşmaları.
- XIII. Jake ve komutan karşı karşıya gelmesi ve Komutanın Neytiri tarafından öldürülmesi
- XIV. Neytiri'nin Jake ve avatarını Eywanın yanına götürmesi. Jake'in gerçek bedeninin Eywa'nın yanına gitmesi ya da Avatarına dönüşmesi.

C. Avatar'da Nedensellik/Zaman/Anlatım

Avatar filminde neden sonuç ilişkilerinin boşluksuz bir şekilde kurulması onun kapalı ve klasik dramatik yapısının kuruluşunu da sağlamaktadır. Pandora'daki zengin maden yatakları sebebiyle Pandora'yı işgal eden Dünyalılar, kendi gezegenleri gibi buradaki herşeyi de düşüncesizce tahrip etmek istemektedirler. Buna karşın Naviler buna direnir. Olayların nedeni işte bu direniştir. Ayrıca Jake'in Pandora'daki bilimsel ekipte bulunan ikizinin ölmesi, onun Pandora'ya doğru ilerleyen kaderinin başlangıcını oluşturur. Burada olayların nedeni Jake'in kaderiyle bağlantılıdır. Yani klasik dramatik anlatımdaki kahramanın bir eylem yönü olarak tanımlanan aksiyonun gelişimi, Jake'in Navilerin kurtarıcısı olarak işgalcilere karşı koymasıyla başlar. Bu aynı zamanda olayların motivasyonunu da oluşturur. Bir baht dönüşümüne(peripetie) uğrayıp taraf değiştiren kahraman kendi içinde de manevi bir yolculuğa çıkar. Kahramanın arzusu burada Omitikai halkından biri olmaktır. Bütün eylemleri artık bu yödedir. Karşısına çıkan tüm engellerle çatışır ve sonunda hedefine varır. Filmin olay örgüsü kahramanın arzusu doğrultusunda şekillenmiştir. Klasik dramatik anlatılarda her hareketin bir nedeni ve sonucu vardır. Ve bunların hepsi kahramanın arzuladığı sona doğru gider. Nihai hedef filmin sonunda tüm çatışmaların yatışması, tüm düğümlerin çözülmesiyle kahramanın hedefine varmasıdır.

Bu amaca giden yolda filmde, klasik dramatik yapının nedensellik ilkelerine sıkı bir şekilde uyulduğu görülmektedir. Olayların zamanını da; dramanın çeşitli evrelerinde gerçek zamanla değil de sıkıştırılarak ya da bir nevi fazlalıkların atılmasıyla oluşturulmuş derişik zaman olarak adlandırdığımız bir biçimde, yoğunlaştırılarak verilmesine uygun bir biçimde doğrusal bir gelişim gösterdiği görülmektedir. Sinemanın kendine özgü yöntemleri sayesinde derişik zaman gerçek zamanın yerine geçer, dolayısıyla seyirci bu sahnedeki kısaltmaları anlamaz ve gerçek zamanı yaşadığını sanıp, bir anlatı karşısında olduğunu unuttur. Bu da özdeşleşme mekanizmalarından biridir. Avatar'da kapalı, sıkı örülü anlatı ve nedensellik ilkesine tamamen uyularak oluşturulmuş olay örgüsü gibi, zamansallık açısından da klasik dramatik anlatımın ilkelerine uyulmuştur.

Kahramanın olumlu özelliklerle donatılmış olması onunla özdeşleşmeyi kolaylaştırmaktadır. Filmin başından beri Jake'in seçilmiş ve kutsanmış bir kahraman olduğuna dair simgeler verilmektedir. Bu anlamda öykünün kurgusunda da mükemmel bir özdeşleşim mekanizması yaratılmıştır. Kader tarafından yazgımızın belirlenmiş olduğu ve bu yazgıyı yaşarken seçilmiş olmak gibi mistik ve yüceltici duygular herkeste otomatik olarak kolayca bir özdeşleşme mekanizması yaratır. Öykü ilerledikçe Jake Sully'nin de yazgısı hakkında bir fikir sahibi oluruz, çünkü o da tıpkı Neytiri'nin atası olan 'Toruk Mak to' gibi tüm klanları birleştirip düşmana karşı zafer kazanmalarına neden olacaktır. Burada yazgı ve kader kavramının öykünün tüm kurulumuna yön verdiği ve belirli bir motivasyon yarattığı görülmektedir.

Genellikle klasik sinemanın özdeşleşme ve gerçeklik yanılsaması duygusunu bozmayacak çekim tekniklerinin kullanıldığı Avatar'da kameranın ileri ve geri kayma hareketinin, üç boyutun vurgulanması anlamında sık olarak kullanıldığı söylenebilir. Bu çekimler, perspektif ve derinlik duygusu güçlendirerek insanın tıpkı bir ormanın içinde koşarken yaşadıklarını deneyimlencesine bir görüş açısı elde edilmeye çalışılmıştır. Gerçekçi resimde insan bakışının bir perspektife yerleşip, resmi oradan izlediğinde yakaladığı derinlik duygusu gibi burada da, insan bakışının filmin içindeki bir perspektife yerleşmesi hatta o noktadan filmin içindeki harekete katılıp, kamerayla birlikte oradaki olayları deneyimlemesi amaçlanmıştır. Özellikle üç boyutlu çekim teknikleri bir karakterin ya da kahramanın koşması, atlaması ve uçması gibi hareketlilik hallerinde artmaktadır. Burada önceden filmin atmosferine kendini kaptıran seyircinin, öykü ve kahramanlarla arasında kurduğu özdeşleşme, artık bir aşama daha ileri giderek; bir kahraman tarafından gerçekleştirilen herhangi bir eylemin kendisinin deneyimlenmesine yani o aksiyonun kendisi ile de bir özdeşleşim kurulmasına yol açmaktadır. Örneğin Jake Sully (Navi avatarı ile) ormana ilk geldiği anda gergedan benzeri büyük yaratıkların saldırısına uğrar. Burada hem hızlı bir kaçma kovalamaca sahnesi mevcuttur hem de bu sahne tamamen üç boyutun olanaklarının sergilendiği tipik sahnelerden biridir. Aslında oldukça uzun olan bu sahnenin filmin öyküsü ve iletilmek istenen anlamı güçlendirecek herhangi bir etkisi yoktur. Sahnenin, öyle ise tamamen seyirci için tasarlanmış bir sahne olduğu düşünülebilir. Aynı şey filmin sonuna doğru çekilmiş savaş sahneleri için de geçerlidir. Genellikle klasik anlatı sineması oldukça ekonomik davranması ile ünlüdür. Yani gerekli olmayan sahneler kullanılmaz, uzatılmaz, amaca giden yol en etkili bir şekilde anlatılır. Ama burada filmin yapımcılarının, belli uzlaşılarda filme giden insanların aksiyon beklentilerini hesaba katmış olduklarını varsayabiliriz. Ayrıca bu aksiyon sahneleri sayesinde, üç boyut ve yeni teknolojiler, görsel bir şov olarak da sergilenme fırsatını bulmaktadırlar. Burada kahramanla duygular bağlamında kurulan özdeşleşmenin yanına kahramanın bulunduğu atmosfere götürülmek ve o mekanın deneyimlenmesi, kahramanın eylemlerinin de deneyimlenmesi eklenmiştir. Bu ise klasik trageryalardaki özdeşleşmenin daha üstünde bir özdeşleşme sağlamaktadır. Seyirci sadece öykü ve kahramanla kurduğu duygusal özdeşleşme açısından değil daha pek çok açıdan film evrenine dahil olmaktadır. Bunun da mimetik etkiyi oldukça güçlendirildiği söylenebilir.

Filmin taşıdığı söylev ve içerik analizi her ne kadar bir başka çalışmanın konusu olsa da burada tamamen manevi duyguların yüceltildiği bir içerikten bahsedilebilir. Aslında bu çelişkili bir durumu işaret etmektedir. Çünkü manevi olarak enerji akışından, yaşam

enerjisinden, her canlıya saygılı bir yaşam sürmekten, doğayı bir artı değer uğruna tahrip etmemekten, aldığı bir gün tekrar doğaya geri vermekten bahseden yani şu an ki dünyanın tam aksine çok güçlü bir manevi duygusal bir söylev veren filmin, bunu tam da eleştirdiği sistemin ürettiği araçlarla -ve bu sayede o sisteme hizmet ederek- yapması filmin içerik/biçim bütünselliğine de farklı bir bakış getirebilir. Yani artı değer üreten son derece teknolojik, son derece emperyalist ve son derece maddileşmiş, kendi dışındaki canlılara tahammül etmekte zorlanan ve doğayı daha çok para kazanma isteği yüzünden fütursuzca yok eden modern insanın, son derece teknolojik aletleri sayesinde, çok iyi para kazandığı bir film olarak özetleyebiliriz Avatar'ı. Buradaki tüm teknoloji, bizim yaratılan bu güzel kurgusal dünyayı ve oradaki manevi duyguları, 'o an' için yaşamamız ve tüketmemiz için kullanılmış gibidir. Yeşilin bittiği dünyanın insanları, yeniden tasarlanmış, kurgulanmış sanal bir dünyanın içinde iki saat boyunca bir macera deneyimleyebilmektedirler. Üç boyutlu teknolojiyle birlikte, manevi duygularla yüklü korkusuz, cesur savaşçıların olduğu bir evrene ve özgür insanların mitik dünyasına girilebilir. Burada kendi sıkıcı dünyamızdaki sıkıcı işlerimiz, tutsak ve pasif, tüketmeye dayalı mekanik yaşamlarımız yoktur. Burada tam olarak korku, acıma, sevgi, nefret gibi duygular ve bunlarla özdeşleşme kurmak için kullanılan modern dünyamıza ait teknolojiler vardır. Burada modern dünyada kişiye güç kazandıran para, şöhret ya da iş gibi maddi gereklilikler yoktur; burada tam tersine herkesin doğa karşısında eşit olduğu, cesaret, yüreklilik ve kalple ilgili duygular sayesinde kişinin prestij kazandığı, herkesin eşit ve özgür olduğu manevi bir dünya vardır. İşte biz Pandora'nın bu büyülü evreniyle tam olarak maddi ve modern dünyamıza ait teknolojiler sayesinde özdeşleştiriliriz. Ve bu özdeşleşim kurulduğu andan itibaren film bitip biz filmde çıkana kadar, o atmosferin gerçekliğine kendimizi kaptırırız. James Cameron modern ve oldukça maddi dünyamıza ait bu üç boyutlu teknolojilerle, Mavi renkli Navilerle bile özdeşleşebileceğimiz bir atmosfer tasarlama ve yaratma şansını yakalamıştır. Avatar'daki bu özdeşleşme durumunun ve bu gerçeklik yanılması, kendinden önceki tüm dramatik anlatılardan çok daha güçlü olduğu kesinlikle söylenebilir.

James Cameron Avatar'ı yaratmak için çok uzun bir süre beklemek zorunda kalmıştır. Ancak sonunda üç boyutlu filmlerde köklü değişiklik yapan yeni bir stereoskopik kamera sistemi olan kendi teknolojisini geliştirerek bu filmde kullanabilmiştir. Bu teknolojiye yan yana yerleştirilmiş iki adet kamera eş zamanlı çekim yaparak, bizim bir nesneyi iki gözümüzle algılayarak görmemizi taklit etmektedir. Bu kamera sistemi, Avatar'ı diğer üç boyutlu filmlerden ayıran çok daha gerçekçi bir etki sağlamıştır. Bu teknoloji, izleyicilerin imgelerin içerisine girerek sanki gerçekten oradaymışlar duygusunu yaşamalarını olanaklı kılan çok daha gerçekçi bir derinlik algısını yaratmaktadır (www.dailymail.co.uk). Kamera, daha gerçekçi bir görüş yaratabilmek için çok sık pan yapar. Bu neredeyse, izleyicinin sanki gerçek hayatındaki imgeleri görmek için başını sağa sola çevirmesi gibidir. Burada kamerayı gözü gibi algılayan izleyici aşkın bir bakışla hemen her yerde olabilmektedir. İzleyici karakterlerle özdeşleşim kurarak kimi kez karakterler yerine geçmekte, kimi kez ise aşkın bir bakışla olayları üst bir noktadan izlemektedir. Ama buradaki önemli fark izleyicinin kendini olayların geçtiği yer ve zamanda hissetmesidir. Antik bir tragedya oyunundaki ile aynı şey hedeflenir;bu, olayları sanki oradaymışçasına yaşayan kişinin duygularının boşalması yoluyla arındırılmasıdır.

4. SONUÇ

Avatar'da tüm klasik dramatik kurallara uyulduğu ve özdeşleşme mekanizmalarının çok iyi bir şekilde kurulduğu söylenebilir. Klasik anlatımın hem dramatik anlamda hem de biçimsel anlamda tüm olanaklarının kullanılmasının yanına üç boyutlu tekniklerin mimesisi güçlendiren etkisini de eklersek Avatar filminin önemi artmaktadır. Avatar'da gerçekleştirilen aslında insanlığın en eski anlatı biçimlerinden olan dramatik anlatım biçiminin, üç boyutlu son derece teknolojik kameralarla birleştirilerek kullanılmasıdır. Antik Yunanda tiyatro sahnesinin önündeki seyircinin, tragedyalar, kahramanlar ve tanrılarla başka bir gerçeklik içinde bir illüzyonu paylaşması gibi, günümüz modern insanı da üç boyutlu teknolojiler

sayesinde bu yanılsamayı daha üst bir boyutta yaşamaktadır. Çünkü korku, acıma gibi duyguların deneyimlenmesi ile katharsis ve özdeşleşme yaşayan antik çağın insanına göre modern çağın insanı, bunu artık neredeyse gerçek bir deneyim gibi yaşamaktadır. Ancak bu deneyimin biçimi, bizzat gerçeklik ve modernlik sorunlarından türetilmiştir. Yani filmin gerçeği bizim gerçeğimiz midir? Dolayısıyla klasik anlatılarda kurgulanarak yeniden üretilen ve izleyicinin içine sokulduğu ‘yaşam gerçeğinden farklı bir gerçek’ başlı başına ideolojik bir sorundur. Avatar filmi, söylev olarak her ne kadar bir özeleştirici barındırıyor gibi görünse de, bu, filmin klasik dramatik anlatıma sahip biçimi ve onu destekleyen teknolojik estetik stili yüzünden pek mümkün görünmemektedir. Burada kısacası bir estetik kalıbın (mimesis) kodlarının (katharsis, özdeşleşme) yeni teknolojik biçimlerle harmanlanması söz konusudur. Ancak bu teknolojiler mimetik etkiyi fazlasıyla güçlendirmiştir. Çünkü üç boyutlu bu teknolojik gelişme izleyiciyi doğrudan film evreninin içine çekmekte, önceden bir gerçeklik yanılsaması yaşayan izleyici artık sadece bir yanılsama yaşamakla kalmayıp neredeyse sanal bir dünyaya gitmiş kadar olmaktadır. Bu ise duygular üzerinden yaşanan özdeşleşme ve katharsisin daha da üstünde izleyiciye “olayları ve mekanı deneyimleme” şansı vermektedir. Klasik sinemanın üç boyutlu teknolojileri, kendi klasik stilini güçlendirme doğrultusunda kullandığı söylenebilir. Yaşadığımız yüzyılın estetik araçları değişsede yaşatılmak istenenin “yanılsama” dan ibaret olması değişmemiştir. Bunun ise başlı başına ideolojik bir sorun olduğu açıktır. Çünkü klasik stil egemendir ama sinema anlatılarındaki tek stil de değildir. Ancak klasik stilin, üç boyutlu yeni teknolojiler sayesinde kurgusal bir evreni ‘deneyimlemenin’ çekiciliğini ve avantajını şimdiden güçlü bir biçimde kullanmaya başladığı söylenebilir.

KAYNAKLAR

- Aristoteles(1993). Poetika. Çev:İsmail Tunalı.İstanbul:Remzi Kitabevi
Armes ,R. (2011). Sinema ve Gerçek.İstanbul: Doruk Yayınevi
Bordwell, D. Thompson, K.(2008). Film Sanatı.Çev: Ertan Yılmaz, Emrah Onat, Ankara; Deki Yayınevi
Chatman, S.(2008). Öykü ve Söylem.Çev; Özgür Yaren,Ankara :Deki Yayınevi
Chion, M.(2003). Bir Senaryo Yazmak.İstanbul:Agora Kitabevi.
Çalışlar ,A. (1992). Tiyatro Kavramları Sözlüğü. İstanbul:Boyut Yayınevi
Genette, G.(2007). Anlatının Söylemi. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi
Kolker, R.(2009). Film, Biçim ve Kültür. Çev(Ed); Ertan Yılmaz,Ankara:Deki Yayınevi.
Nutku, Ö.(1983). Dram Sanatı. İzmir: Dokuz Eylül Yayınevi
Oluk , A.(2008). Klasik Anlatı Sineması. İstanbul: Hayalet Yayınları
Parkan, M.(2004). Brecht Estetiği ve Sinema. İstanbul:Donkişot Yayınevi
Şener. S.(1997). Yaşamın Kırılma Noktasında Dram Sanatı.İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
Şener ,S. (1998). Dünden Bugüne Tiyatro Düşüncesi. Ankara:Dost Kitabevi
Ünal, Y. (2008). Dram Sanatı ve Sinema. İstanbul: Hayalet Yayınları
Yücel; T.(1982). Yazının Sınırları. İstanbul: Adam Yayınevi
<http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-1208038/Avatar-How-James-Camerons-3D-film-change-face-cinema-forever.html>

DİJİTALLEŞME VE TÜRK SİNEMASI

Okan ORMANLI

İstanbul Kültür Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İstanbul
o.ormanli@iku.edu.tr

ABSTRACT

Until the 1990's Turkish cinema was considered as a less developed and insufficient cinema in terms of technology. With the rise of private TV channels, the advances in the advertising industry and with the sponsorships and funds of local and foreign foundations, Turkish cinema was able to use the latest technology in the field of cinema. In this context the technical equipments which were used in western cinema were put in to use in the Turkish cinema and with this opportunity, even special effects were applied in some big budget movies. Changes in the classical production style led to changes in distribution and viewership trends. This change caused a discussion about how to deal with the old and how to adapt to the new. Now, there is an environment in the cinema industry where analogue technology has nearly completely been replaced by digital technology. Some filmmakers suggest that digital technology has led to the democratisation of the Turkish cinema, whereas some cinema critics believe that due to the cheapness of this technology has led to an increase in interest in the film industry and made people believe that anyone could be a filmmaker. The aim of this study is to evaluate the effects of digitalisation in Turkish cinema in terms of production, distribution and spectatorship.

Keywords: Turkish Cinema, Technology, Digitalisation

1.GİRİŞ

Batı kökenli bir sanat dalı olan sinema, yine genellikle batı kökenli teknolojik gelişmeler sayesinde bir çok aşamadan geçmiştir. Sesli sinema, renkli sinema ve üç boyutlu sinema teknolojik gelişmelerin bir sonucudur. 20.yüzyılın sonlarında gelişmeye başlayan ve 21.yüzyılın başlarında büyük bir ilerleme sağlayan dijitalleşme (sayısallaşma) bir çok alanı olduğu gibi sinema sanatını da etkilemiştir ve etkilemeye devam edecektir. Türk sineması Türkiye'nin ekonomik, kültürel ve toplumsal koşullarına paralel bir gelişim izlemiştir. Maddi ve teknik yetersizlikler ve daha bir çok sebep Türk sinemasının uluslararası alanda önemli bir konuma gelmesini engellemiştir. 1980'lere kadar daha çok, dışa kapalı yerel bir sinema olan Türk sineması 1980'lerin sonunda Hollywood şirketlerinin Türkiye'ye gelmesiyle büyük bir rekabete girmiştir. Bir tür ölüm-kalım kavgası olarak nitelendirilebilecek olan bu süreçte Türk sineması 1990'larda üretim ve dağıtım anlamında büyük sıkıntılar yaşamış, 2000'li yılların ortasında seyircisini yeniden kazanmış ve izleyici sayısında Hollywood filmlerini geçmiştir. Bu çalışmada genel olarak dijitalleşme olgusuna ve dünya sinemasında dijitalleşmenin konumuna değinildikten sonra, esas olarak dijitalleşmenin son dönem Türk sineması üzerindeki etkileri ele alınacaktır.

2. DİJİTALLEŞME OLGUSU

Sayısallaşma kavramını irdelemek gerekirse, bu kavram son dönemde birçok alandaki gelişmelere katkıda bulunan en önemli teknolojik ilerleme olarak ele alınabilir. Sayısallaşma analog mesajların (söz, resim, mektup) nakledilebilen, işlenebilen ve elektronik olarak depolanabilen ayrı ayrı vuruşlardan oluşan sinyallere dönüştürülmesi sürecidir. Ses, görüntü ve metin halindeki mesajlar sayısallaştırıldığında, kolaylıkla birleştirilebilmekte ve bu özellik de geçmişte olanaksız olan bilginin entegrasyonunun mümkün kılmaktadır. Sayısallaşmanın etkileri telekomünikasyonun çok ötesinde de gelişmektedir. Ses, görüntü ve metinlerin birlikte işleme

olanağı, bilgisayarlar için tasarlanan çok geniş bir multimedya uygulaması sağlamaktadır. Bunun yanı sıra telefon, müzik, fotoğraf, radyo, televizyon ve bilgisayar gibi tüm iletişim araçları sayısal hale gelmiştir. (Özçağlayan: 94-96)

Sıkıştırma teknolojilerinin geleneksel enformasyon ve imge nosyonlarına ne yaptığı merak konusudur. Sıkıştırmanın esasen enformasyonun indirgenmesi ile ve imgenin diğerleri kadar önemli görülmeyen öğelerinin algoritmik bir işlem sonucuyla ortadan kaldırılmasıyla ilgilidir. Belli veriler elendiğinden ya da belli renkler çıkarıldığından ne kadar çok sıkıştırma yapılırsa o kadar çok şey eksilir. MPEG-4 gibi sıkıştırma teknolojileri, oyunlarda seyyar multimedya araçlarında, duraksız video (streaming video) ve dijital televizyonlarda kullanılan imgelerin iletimini kolaylaştırma amacıyla tasarlanmıştır. Ekran tabanlı ortamların analog özelliklerinden farklı olarak gelecekte imge kullanımının neredeyse bütün aşamalarında sıkıştırmanın bir türüne başvurulacaktır. Sıkıştırma imgelerin iletiminde meydana gelen pek çok nicelikli dönüşümün özelliklerinden bir tanesidir. Bu dönüşümler dijital medya/ iletişim araçlarında anlam inşa etme yollarındaki bir kaymayla ilgili. Sıkıştırılmış ve sıkıştırılmamış imgeler arasında bir fark vardır (Burnet, 2007:82). Analogdan dijital geçişin, imgeler kullanılarak yapılan iletişimin temel esaslarını değiştirmedeği varsayılmaktadır. Analog dünyada imgeler (dijital dünyada bitlere ve piksellere dönüşmüş olmaları anlamında) enformasyon değillerdir. İmgeler ile enformasyon arasındaki ayırım, pikseller, çizgiler / satırlar ve sıkıştırma oranları ile bulanıklaşmıştır. Bu bağlamda estetik ile tasarımın rolüne ilişkin ciddi sorular sorulmalıdır. (Burnet, 2007:84-85)

Bilgisayar, internet ve cep telefonu olmayan bir dünyayı bilmeyen ve 25 yaş civarındaki kuşak “dijital yerli” olarak nitelendirilmektedir. Yaş grubu olarak onlardan daha yaşlı ve söz konusu cihazların olmadığı bir dönemi de bilenler dijital göçmen olarak nitelendirilir. Bu bağlamda dijital uçurum olgusu gelir düzeyleri arasındaki farkın yanı sıra bir kuşak farkıyla da açıklanabilir. Bunun yanı sıra ülkeler arasında da bir uçurum söz konusudur. Dijital imkanları kullanmak diğer şeylerde olduğu gibi kullanma gereksinimine bağlıdır. Farkındalık özetle doğal yollarla kullanıcının kendi iradesiyle kullanması ya da yapay yollarla firmaların çeşitli pazarlama, medya reklam bombardımanı ile gereksinim ihtiyacı yaratmasıyla meydana gelir. (Türkoğlu, 2010:353-354)

3. SİNEMA VE DİJİTALLEŞME

Sinemada dijitalleşmeyi anlayabilmek için film ve video ayrımını iyi bilmek gerekmektedir. Film (Fransızcadaki *pélicule* kelimesi Türkçeye *pelikül* olarak yerleşmiştir. Genellikle sinema filmini kast etmek için kullanılır) ışığa duyarlı milyonlarca gümüş taneciğinin üzerine sürüldüğü, selülozdan üretilen bir taşıyıcı tabaka ve diğer koruyucu katmanlardan oluşan ve genellikle kenarlarında delikler bulunan bir şerittir. Daha sonraki banyo ve baskı işlemleri sonucunda negatif ve pozitif kopyalar oluşur. Bununla birlikte film şeritleri büyüklüklerine göre çeşitli formatlara ayrılırlar. En çok kullanılan format 35mm formatıdır. Bunun dışında 65mm, 16mm ve 8mm gibi başa formatlar da söz konusudur. (Canikligil, 2007:5-6)

Video “görüyorum” anlamında Latince bir kelimedir. Yaygın kullarımdaki anlamı, optik görüntülerin elektrik sinyallerine dönüştürülmesidir. Filmin tersine kimya alanıyla değil daha çok elektrik ve elektronik alanıyla ilgilidir. Video olgusu ise daha çok televizyon yayıncılığı ile ilgilidir. Video terimi 1990'lara kadar daha çok kaset ile birlikte anılmaktaydı. 1990'larda genel olarak analog formattan dijital döneme geçiş dönemi idi. Sinema yönetmenleri de bu teknolojiden faydalanmaya başladı. 1998 yılında Sony şirketinin ürettiği HDCAM formatında profesyonel seviyede yüksek çözünürlüklü kameralar ve okuyucular söz konusuydu. George Lucas'ın yeni *Star Wars*'ı bu formatta çekildi ve sabit disklere kaydedildi. Bu kamerayı ilk kullanan yönetmen Fransız filmi olan “*Vidocq*”un (2001) yönetmeni Pitof'tur. (Canikligil, 2007:11-14)

Dijital sinema kameralarıyla çalışmak çekim aşamasında görüldüğü gibi farklı anlatım tarzlarını oluşturmada kolaylıklar sağlamaktadır. Bunun yanı sıra kasetlerin fiyatları asla ham film kadar maliyetli değilken yeni teknolojide harddiskler ve kartlar tekrar tekrar kullanılabilir. Ham filme çekilen görüntü öncelikle banyo edilir, ardından pozitif kopyalar çıkarılır ve kare tarama, telesine ve offline kurgu gibi çeşitli işlemlerden geçirilir. Film üzerinde son kesip birleştirme işlemleri yapıldıktan sonra salonlar için kopyalar çıkarılır veya film dijital olarak kurgulandıktan sonra tekrar filme aktarılır, aynı şekilde kopyalar çıkarılır ve sinema salonlarında gösterilir. Ancak bu işlemler hem çok maliyetli, hem çok uzun süren, hem çok riskli (filmler banyo yapılırken dikkatsizlik sonucu istenmeyen sonuçlara ulaşılabilir v.b.) hem de çok karışık işlemlerden geçecektir. Çekimi yapılmış filmin bilgisayarlara aktarılması, kurgusunun, renk düzenlemelerinin, özel efektlerin yapıldığı ve gösterime kadar geçen işlemlerin bütünü “Digital Intermediate” süreci olarak adlandırılır (Karabağ, 2011:116).

Büyük bütçeli filmler giderek daha fazla çekim sonrası aşamada yüksek netliği, sayısal görüntüyü kullanmaktadır. Kamera negatifini tarayarak, veri tarayıcı makineler kurguda, ses post prodüksiyonunda ve renk değerlerinin ayarlanmasında kullanılan bir sayısal “ara film”i üretebilmektedir. Bu “ara film” daha sonra dağıtım kopyaları için yeniden filme taranabilir ve aynı zamanda DVD’ler için master kaynak işlevi görebilmektedir. Sayısal ara filmler çerçeve başına 4 kilobayta kadar yüksek netlik içerebilmektedir ve sinema salonlarında gösterilen filmlere rakip olabilmektedirler. Sayısal film versiyonları sinema salonlarında sabit sürücülerde ya da uydu veya internet aracılığıyla dağıtılabilir. Büyük bütçeli film yönetmenleri DV’nin sunduğu ekonominin avantajından yararlanmışlardır. “Toy Story” ile başlayan uzun metrajlı canlandırma filmleri daha önceki çok zaman gerektiren işlemlerin yerine doğrudan bilgisayarda yapılmıştır. (Bordwell, Thompson, 2009:30-31) 1980’lerden beri kullanımda olan HD Kameralar 2000’li yıllarda yaygın kullanıma geçmiştir. Analog teknolojinin yerini alan bu teknoloji sinema ve televizyon alanında üretim-gösterim ve dağıtım gibi sistemlerin de değişmesine yol açmaktadır. Bant teknolojisinin yok olması sonucunda kameraların içinde mekanik parça kalmayacağı için ömürleri uzun olacaktır. Bandın dönüş hızıyla sınırlı olunmadığından yüksek kare çekimi teknolojileri daha rahat uygulanacak, kameranın kendi içinde temel düzeyde de olsa kurgu yapmak mümkün olacaktır. Veri depolamak için bol miktarda sabit diske veya BluRay, HDDVD cinsi yüksek kapasiteli disklerle ihtiyacın artması ise kasetten daha büyük maliyet getirecektir. Kasette hata oluştuğundan görüntünün küçük bir parçası zarar görürken sabit disk sistemlerde o anda hafızada kayıtlı her şey silinebilecektir. (Canıklıgil, 2007:232-234)

Günümüzde dağıtımcılar ağır ve taşınması zor 35mm film yerine daha çok dijitali tercih etmektedir. Bununla birlikte kopya sayısı sıkıntısı ortadan kalkacaktır. Dağıtımcılar her sinemaya aynı filmi verebilecek ve sanal olarak düşük bir maliyetle sonsuz sayıda kopya basılabileceklerdir. Cinedigm Digital adlı şirket, 2012 sonunda ABD deki salonların %70’inin dijitalle geçeceğini iddia etmektedir. Kasım 2010’da, dünyanın en büyük film üreticilerinden Technicolor Inc. Kuzey Hollywood’daki film fabrikasını kapatacaklarını ve dijital teknolojiye 200 milyon dolarlık yatırım yapacaklarını ilan etmiştir. Yakın zamanda dağıtımcılar sinemalara kargo maliyeti nedeniyle 35mm yerine dijital film gönderecektir. Bu girişim karlı olursa diğerleri onu takip edecek ve 35mm film gösteren salonlar daha az iş yapacaktır. (About Digital Cinema, 2012). Dijital sinemada sınırsız seçme özgürlüğüne kavuşmuş olan sanatçı diğer yandan gerçekliğin karşı çıkılamayacak bir yeniden yaratımını ortaya çıkarma şansına kavuşmuştur. Bilgisayar ve dijital görüntüler hakkındaki beklentiler ve kültürel anlamları, geleneksel fotoğraftan farklıdır. Çünkü bilgisayarla üretilen görüntüler gittikçe daha fazla fotoğraf gibi görülebilmekte, bunları üretenler gelenekleri ile oynayabilmektedir. Sanal gerçeklik gerçekte var olmayan, yalnızca imgelemimizde varolan bir şeyi gösterebilmektedir. Gerçek ya da somut bir varlığı temsili olan görüntüler analog teknolojiler ile üretilirken sanal görüntülerin dijital teknolojiler ile üretildiği konusunda yanlış anlama vardır. Oysa sanal görüntüler hem analog hem

de dijitaldir. Sanal gerçeklik sistemleri sinemanın yaptığı gibi görülecek ve duyulacak bir dünya sunmaktan ziyade, kullanıcının kendisini tüm duymusal düzeylerde temsil edilen dünyanın fiziksel bir parçasıymış gibi hissetme deneyimini yaratmaya çalışır. Dijital sinema bir yanıyla nesnel gerçeklikten koparken diğer yandan gerçeği yansıtmaya isteğinin eskisi kadar önemli olduğunu göstermektedir. Bütün çabalar gerçeklik hissini vermek üzere kuruludur. Üstelik bu gerçeklik nesnel gerçeklikten farklı olarak deneyimlenemez ve dolayısıyla dijital öncesi sinemayı gerçeklik karşısında yetersiz kılan aslının kopyası olma sorununu yaşamaz. (Erus, Künüçen, 2010:281-283)

Montajcılar film düzenleme cihazı moviola'dan bilgisayara geçerek değişimi ilk yaşayanlar oldular. Bu değişim bir nevi gittikçe artan coşkulu montaj tekniklerinin sonucuydu. Bu teknik Martin Scorsese'nin "Sıkı Dostlar" (Goodfellas, 1990) adlı filminde ve Oliver Stone'nun "JFK" (1991) ve "Katil Doğanlar" (Natural Born Killers, 1994) kullanmasıyla popülerleşti. Dijital film müziği kullanılan ilk uzun metrajlı film "Dick Tracy" (1990) idi. "Oyuncak Hikayesi" (Toy Story, 1995) tamamen bilgisayarda yapılan ilk uzun metrajlı film idi. Daha önce "Jurassic Park" (1993) ve "Forrest Gump" (1994) bilgisayarda yaratılmış görüntüleri canlı sinemada kullanmışlardı. Daha sonra "Titanic" (1997), "Gladatör" (2000) gibi tarihi ve epik filmlerle, "Yüzüklerin Efendisi" üçlemesi (2001-03) ve "Harry Potter" serisi (2001-2011) gibi fantastik filmler de dijital teknoloji sayesinde tüm dünyada milyar dolar kara geçtiler. 1990'lardaki bazı film ve televizyon yapımcıları portatif kamera kullanımını benimseyen cinema-verite eğilimine ayak uyduran çalışmalar idi. Bir başka deyimle düşük görüntü kalitesi, karlı gerçekçilik haline dönüştürülüyordu. Teknolojik imkanlar artıp dijital video kameraların yaygınlaşmasıyla 2000 yılında bir önceki yıla nazaran iki kat daha fazla uzun metrajlı film çekildi. Önemli yönetmenlerin arasından ilk dijital geçişten biri Mike Figgis idi. "Timecode" (2000) adlı gerçek zamanlı filmde, aynı anda dört kamera kullanıp ekranı da dörde bölmüştü. Aynı yılda çekilen "Ali" adlı filmde Michael Mann dijital teknoloji ve film şeridini bir arada kullandı. Mann dijitalin daha kaliteli olan gece görüşünden "Collateral" (2004) filmi için yararlandı. (Bergan, 2008:76-82)

Dijital kameralarla çekim ve dijital kurgu işlemlerinden sonra sinema salonuna gidene kadar proje çok daha hızlı ve az maliyetli bir yol katetmekte. Sinema salonları hızla film projektörlerini dijital projektörlerle değiştirmektedir. İlk dijital film yapım dağıtım ve gösterimi 1998 yılında uydu üzerinden Amerika'da bir kaç eyalette "The Last Broadcast" adlı filmin gösterimiyle dijital projeksiyonla gerçekleştirilmiştir. Bundan 7 ay sonra George Lucas'ın "Star Wars Episode I", DVD'den dijital projeksiyonda gösterilmiştir. 2000 yılında ise "Titan A.E" adlı film, internet üzerinden Los Angeles'tan Atlanta'ya ulaştırılmış ve dijital projeksiyondan gösterilmiştir. "Star Wars II" ise 2002 yılında 94 dijital projeksiyon cihazlı sinema salonunda gösterilmiştir. Daha sonra bu değişim 2K projeksiyon cihazlarıyla gerçekleştirmeye devam etti, şimdi ise 4K projeksiyonlar salonlardaki yerlerini almaya başladı. Bu yeni yapılanmanın 3D film gösterimleri imkanı sağlamasıyla birlikte başka bir çok avantajları da vardır. Yabancı filmlerin aynı anda sinema salonlarında gösterime girmesi, film kopyalarının taşınma sorununun olmaması, film baskı ve kopya çıkartma maliyetlerinden kurtulmak gibi avantajları vardır. Bu dijital gösterim salonları artık başka konularda da hizmet vermektedir. Örnek olarak spor müsabakaları, konserler bile sinema salonlarında 3D olarak gösterilmektedir. İngiltere'de şu anda dijital sinema salon gösterimleri eski tip film den gösterim yapan sinema salon sayısıyla aynı orandadır. Fransa dijital salon sayısına Avrupa en yüksek orana ulaşmış durumdadır. Koltuk sayısı ve oturma şekli dahil dijital projeksiyon imkanı olan salonlarda değişiklikler olabilmektedir. Dijital gösterimlerde daha az teknisyenin çalışmasının yeterli olabilmesi bile maliyetleri düşürecektir. Ancak yine de bu geçiş oldukça maliyetlidir. Bu geçiş maliyetinin ise çeşitli fonlar aracılığıyla karşılanması düşünülmektedir. Dijital gösterimlerde eski projeksiyonlarda olduğu gibi tekrarlanan gösterim sonucunda kopyanın eskimesi durumu gerçekleşmez. Dijital sinemanın bir diğer avantajı da 3 boyutlu gösterilen filmlerin henüz korsanlarının yapılamıyor olmasıdır. Sinema salonundan

kamerayla görüntüyü doğru şekilde kaydetmek günümüzde mümkün değildir. Ayrıca yurtdışı filmler için uydu vasıtasıyla aktarılan, yerli üreticiler tarafından harddisklerde taşınan filmler kriptolanıyor ve bu şifrelerin kırılması veya korsan kopyaların çıkarılması şu aşamada mümkün gözükmemektedir. (Karabağ, 2011:117-118)

4. TÜRK SİNEMASI VE DİJİTALLEŞME

Uzun süre teknik ve ekonomik sıkıntılar yaşayan Türk sineması, televizyon ve reklam sektörünün gelişmesi, resmi-özel, yerli-yabancı fon ve desteklerle dijitalleşmenin olanaklarından yararlanmaya başlamıştır. Genç yönetmenler düşük bütçeli dijital ekipmanları tercih ederken, önde gelen film yapımcıları da pahalı ve gösterişli efektler için son sistem teknolojileri kullanır hale gelmiştir. Dijital sinemanın yolunu açan Sony CineAlta kameralar ve Red Digital Cinema RED ONE 4K kameralar sayesinde Türkiye’de film sektöründe patlama yaşanmaktadır. Gereken her formatta daha verimli dağıtım için dijital post prodüksiyonda artık DI (Digital Intermediate) master yapımı kullanılmaktadır. Bunun sonucunda dijital yapım zincirini tamamlamak için gelişmiş kurgu ve master sistemleri ihtiyacı, bağımsız yapım uzmanları için çok yeni olanaklar getirmiştir. (Gül, 2009, 98). Türkiye’de de son 10 yılda çok sayıda film DV kameralarla çekildi. Ümit Ünal, 2003 yılında “Dokuz” isimli filmini DV formatta çekti, Ahmet Uluçay “Karpuz Kabuğundan Gemiler Yapmak” filmini, Uğur Yücel ise “Yazı Tura” filmlerini 2004 yılında DV kamera ile çektiler. Bunun yanı sıra Sony’nin Full HD olmayan HD formatı HDV kameralarla da filmler çekildi ve gösterildi. (Karabağ, 2011:117). Sony’nin çıkardığı kamera HDCAM formatında çalışan ilk kameradır. Cine Alta adıyla da anılır. Son dönemde Türk sinemasında “Gen” (2006), “Beş Vakit” (2006), “Kısık Ateşte 15 Dakika” (2006), “İklimler” (2006) gibi filmler bu kamerayla çekildi. (Canıklıgil, 2007:232) Yakın zaman önce Canon markası Dijital fotoğraf makinelerine video çekme özelliği eklendi ve düşük bütçeli filmcilerin gözbebeği oldu. Dünyada bu fotoğraf makinalarıyla film çeken çok sayıda düşük bütçeli yapım üretilmeye başlandı. Türkiye’de Selim Evcı de ikinci uzun metraj filmi olan “Yağmurlar filmi Canon DSLR fotoğraf makineleriyle çekti. Özellikle klip sektöründe çokça kullanılan bu fotoğraf makinalarının profesyonel ses girişlerinin olmaması gibi dezavantajları söz konudur. (Karabağ, 2011:116)

Cnbc-e adlı ekonomi dergisi Haziran 2010’da Türk sinemasıyla ilgili bir dosya hazırlamış ve sektörden temsilcilerin görüşlerine yer vermiştir. Bu bağlamda Türkiye’de 1700’e yakın sinema salonu olduğunu ve salonların dijital sisteme hazır olması için 250 milyon dolara yenileneceği belirtilmektedir. Dosyadaki başka bir bilgi ise Haziran 2010 itibariyle 3 boyutlu (3D) salon sayısının 80 civarında olduğudur. Tolga Akıncı yıl sonuna kadar bunun 180 salon olacağını iddia etmektedir. Avşar film sahibi Şükrü Avşar 3 yıl içinde sinemaların dijital sisteme geçeceğini öngörmektedir. Bir sinema salonunun 3 boyutlu film gösterebilmesi için değişkenler farklıdır. Salonun büyüklüğü şekli, koltuk sayısının yanı sıra projeksiyon cihazının ışık kaynağının salonun büyüklüğüne bağlıdır. Üç boyutlu filmler için gözlüklerin maliyeti önemli yer tutmaktadır. 3 boyutlu film gösterim sistemleri ithalatçısı ve kurulumcusu Matris Mühendislik sahibi Atilla Mazlumca 7 yıl içinde tüm salonların dijitala geçeceğini iddia ederken, 3 boyutlu sinema yaygınlaştıkça maliyetlerin düşmesinin zorluğuna dikkat çekmektedir. Zorluklardan bazıları kurulum için beklenmesi ve cihaz talebinin az olmasıdır. Dijital projeksiyon sisteminin maliyetinin esas ağırlığı, dijitali üç boyutluya çeviren prizma kısmıdır. Fiyatın üçte birini teşkil etmekte ve dünyada tek üretici bulunmaktadır.Yapımcı Şükrü Avşar üretim ve dağıtımın dijitalleşmesi maliyetleri düşürdüğünü, günümüzde bir filmin %30 bütçesinin ham film, banyo ve baskıya gittiğini ifade etmektedir. Bu kalemlerin azalmasıyla maliyet de azalacak, bu da prodüksiyona yansıtacak ve daha iyi işler çıkacaktır. Sinema salonlarında personel sayısı azalacaktır. Dijitalde negatif projeksiyondaki gibi teknik bir eleman gerekmemekte, işletme daha az personelle çalışabilecektir. Yönetmen Biray Dalkıran, yapımcıların 3 boyutlu filmlerle ilgilendiğinin

çünkü bununla ilgili iş imkanları artacağına dikkat çekmektedir. 3 boyutlu reklamlar, ve 3 boyutlu televizyonlarla birlikte, setlerde istihdamın artacağını ileri sürmektedir. Tek kamera yerine iki kamera, iki kat ışık, iki kat eleman kullanılacaktır. Dalkıran, 3 boyutlu çekilen “Cehennem” adlı filminde 75 kişilik ekip kullandığını, önceki filminde bu sayının 40 olduğunu belirtmektedir (Kara, 2010).

Cinebonus-AFM firmalarının birleşmesi toplam sinema adedinin üçte birini teşkil etmektedir. Eğer dijitalleşme toplam ekranların yarısına yakınında gerçekleşirse, tüm filmlerin mutlaka dijital kopyaları da dağıtılacağı varsayılmaktadır. Bunun yerli sinema üreticilerinin maliyetlerini ciddi oranda düşmesini sağlayacağı düşünülmektedir. Bu gelişmeler sonrasında üretimin çok artacağı, çok daha fazla sayıda düşük bütçeli, bağımsız sinemanın gösterime gireceği tahmin edilmektedir. Bu üretim artışı sonucunda yeni denemelerin yapıldığı filmler ve çeşitlilik artacak gibi durmaktadır. Çekilip gösterim şansı bulamayan bir çok film rahatlıkla gösterime girebileceği gibi, sinema salonu sahipleri tutmayan filmi daha hızlı bir şekilde gösterimden alma ve yerine başka film koyma şansına sahip olmaktadır Tüm bunlar kopya bağımsız bir gösterim sürecinin getirileri olarak gelecek günlerde beklenen gelişmelerdir. Kopya bağımsız gösterimler sinema salonu sahibinin birden fazla salonunda tek örnekten yayın yapması anlamına gelebilmektedir. Film bobinlerinin salonlar arasında gidip gelmesine gerek kalmamaktadır. Türkiye'nin büyük illerinden izlenmiş ve gösterimden çıkmış film kopyalarının küçük illere doğru giden kamyonlarla belirlenen film gösterim sıralaması da değişmiş olmaktadır. Hollywood'da bugün gösterilen film aynı gün içinde eğer altyazı veya dublajı tamamlanmışsa hem Türkiye'nin büyük illerinde hem de küçük illerinde aynı anda gösterim imkanı bulmakta, bu da DVD korsanlığı ihtimalini azaltmaktadır. (Karabağ, 2011: 118)

1965 yılında kurulan AFM Sinemaları adlı şirket Türkiye çapında 26 bölgede 190 salon ve 10 farklı kentte hizmet vermektedir. 1993 yılında ilk DTS ile dijital sistemini AFM Mövenpick sinemasında açmış, 2002 yılında İstanbul'da THX ses sistemlerinin kullanmaya başlamıştır. 2005 yılında ise ilk 3 boyutlu IMAX Sineması açılmıştır (AFM Hakkında, 2012). Sinema yazarı tarihçisi Agah Özgüç'e göre dijitalleşmeyle herkes film yapar hale gelmiş ve her dijital makineyi alan film çekmeye başlamıştır. Filmler, 35mm'e aktarılmadan DVD ya da TV filmi olmakta, sinema filmi olmamaktadır. Biçimsel üstünlükler ve sloganlarla yola çıkan filmler iş yapmamaktadır. Özgüç ayrıca Türk sineması atakta sloganının sayı ile değil kaliteli filmle olacağını ifade etmektedir. Sinema seyircisi değişmiş ve yaş ortalaması 15-22 arasına sıkışmıştır. Yazar ayrıca, bilgisayar yardımı ile yapılan filmin film değil, bu animasyon filmi olduğunu ve çocukların izlediğini ifade etmektedir. Özgüç'e göre bilgisayarda üretilen binlerce figür sinema değildir. (Özgüç, 2009)

Fono Film sahibi Cemal Okan, Türkiye'nin ilk 3D filmi olan “Cehennem”in (2010) yapımcılığını üstlendi. Okan'a göre, ilk 3D Türk filmi teknik olarak sınıfı geçse de, konsept olarak sınıfta kalmıştır. “Cehennem” filmi ile Türkiye'nin 3D film çeken 9. ülke olduğunu hatırlatan Okan, birçok ülkeden satın alma teklifleri geldiğini, filmin teknik olarak sınıfı geçtiğinin ama konsept olarak geçemediğini ifade etmektedir. Amerika, İtalya, Japonya filmi izledikten sonra satın almaktan almaktan vazgeçmiş ve 2-3 milyon dolarlık ihracat da bu nedenle kaçırılmıştır. Okan'a göre senaryodan çekime, post prodüksiyondan pazarlamaya tüm ekip ilk aşamadan son noktaya kadar birlikte çalışabilmiş olsaydı bu sorun olmayacağını iddia etmektedir. Bu sorun diğer 3D film çekmeyi planlayanların da önünü kesmiştir. Türkiye'nin en büyük dijital film laboratuvarını açacaklarını bildiren Cemal Okan, sistemin avantajlarından bahsederken, negatif ile çekilen filmlerin bobin bobin olduğunu, her filmin en az 5 bobin ile çekildiğini ifade etmektedir. Bu mevcudiyetin karşısına bir sigara paketi kadar olmayan hard diski söz konusudur. Okan'a göre hard disk filmler çok yönlü ve müthiş bir katma değer yaratacaktır. (İk Yerli 3D Film, 2011)

5. SONUÇ

Türk sineması uzun yıllar süren teknolojik yetersizliğini 2000’li yıllardan itibaren kapatmaya başlamıştır. İzleyicilerin, yapımcıların, dağıtıcıların ve işletmecilerin bilinçlenmesi, bir anlamda kendilerini yetiştirmelerinin sonucunda teknolojik gelişmeler Türk sinemasına hızlı ve olumlu biçimde yansımaya başlamıştır. Eski kuşak ve yeni arasında küçük çapta tartışmalar yaşansa da bunlar da zamanla ortadan kalkacaktır. Yapım ve çekim aşamalarında bağımsız ve A sınıfı yapımcı ve yönetmenler çeşitli kolaylıklara sahip olmuşlardır. Kurgu aşaması klasik kurgu masalarından evlere kişisel bilgisayarlara taşınmıştır. Dağıtım ve gösterim dijitalleştikçe teknik kalite kaybı ve korsan filmcilik azalma aşamasına gelmiştir. Bu bağlamda dijital standartlarda çekilen bir Türk filmi dünyanın her yerinde gösterilebilir ve izlenebilir hale gelecektir. Bunların yanı sıra eski filmlerin dijital aktarılması ve yeni filmlerin dijital ortamda saklanması da Türk film arşivciliğinde bir devrime yol açacaktır.

Dijital sinemanın tam olarak gelişmesinin farklı tarzlarda film üretim ve gösterim sayısında bir patlama yaşatacağı sonucu açıkken, sinema diline katkı sağlayacak kadar farklılıklar gerçekleşeceği iyimser bir yorum olmaktadır. Teknolojik yenilikler seyirciyi daha da fazla konunun içine çekmeyi, kendisini ana karakterin yerine koymasını sağlamayı, kahramanın öykü içindeki yolculuğuyla beraber heyecanlanmasını kolaylaştırmayı, rahatlayıp sorunlarından uzaklaşmasını ve en önemlisi eğlenmesini sağlamaktadır. Bugüne kadar yapılan teknolojik gelişmeler seyircinin filme yabancılaşmasına, anlatılanı irdelemesine, düşünmesine, rahatsızlık duymasına, sinema salonunda bilinçlenmiş ve değişim isteyen bir şekilde ayrılmasına hizmet etmemiştir. Sinemacılar anlatılacak öykü kalmadıkça aynı öyküleri yeni teknolojilerle tekrar tekrar anlatmak zorunda kalmışlar bu da sinema teknolojisinde yeni tekniklerin arayışına sebep olmaktadır. Gerçekte filmin hangi teknoloji ve hangi ekipmanla çekildiği bir yere kadar önemlidir. Önemli olan filmin içeriğidir. (Karabağ, 2011:119)

KAYNAKLAR

- About Digital Cinema (2011). Cheyenne Theater.com / Digital/ [12 Ocak 2012].
- AFM Hakkında (2012). www.afm.com.tr/index2.html#afm-hakkinda [18 Ocak 2012].
- Bergan, R. (2008). Film, Zeynep Berik (çev.), İstanbul: İnkilap
- Bordwell D, Thompson, K. (2009). Film Sanatı, Ertan Yılmaz, Emrah Suat Onat (Çev.), Ankara: DeKİ
- Burnet, R. (2007). İmgeler Nasıl Düşünür, Güçsal Pusar (Çev.), İstanbul: Metis.
- Canıklıgil, İ. (2007). Dijital Video ile Sinema, İstanbul: Pusula,
- Erus Z., Künüçen, H. (2010), “Sinema ve Gerçeklik: Selüloiddan Dijitale”, International Conference of New Media and Interactivity Bildiri Kitabı, 281-283.
- Gül, C. (2009). “Türkiye Film Dünyası Dijitale Geçiyor”, Broadcasterinfo, Sayı 64:98
- “İlk Yerli 3D Filmi Çekti, En Büyük Dijital Laboratuvar İçin Gün Sayıyor”, (2011). <http://www.eltutanpatent.com/haberler/ilk-yerli-3d-filmi-cekti-en-buyuk-dijital-laboratuvar-icin-gun-say%C4%B1yor> [25 Ocak 2012]
- Kara, M. (2010). “3.Boyuta 250 Milyon Dolarlık Yolculuk”, <http://business.cnbc.com/1006/konuid=6.asp> [13 Ocak 2012].
- Karabağ, C. (2011). “Dijital Sinema 1. Bölüm”, Broadcasterinfo, Sayı 86: 116
- Karabağ, C. (2011). “Dijital Sinema 2. Bölüm”, Broadcasterinfo, Sayı 87: 117-118
- Özgüç, A. (2009) “Sinemamıza Sahip Çıkamadık” www.sinematurk.com/roportaj_detay/43/Sinemamıza-Sahip-Cikamadik [18 Ocak 2012].
- Türkoğlu, T. (2010). Dijital Kültür, İstanbul: Beyaz Yayınları

DYNAMICS OF VIRAL ADVERTISING

Ayşe Binay KURULTAY

Yeditepe University, Faculty of Communications, Istanbul
abinay@yeditepe.edu.tr

ABSTRACT

Digital technologies have heightened the debate on convergence where technologies, corporations and people [target audiences] meet. New media has become a new meeting place and a social platform for people. As more brands choose to employ relationship marketing strategies that emphasize consumer's experience with the brand, it is inevitable that they explore opportunities to connect with their target audiences in this new meeting place. Thus, user-created content and electronic word of mouth [eWOM] have become important concepts for influential and noteworthy advertising campaigns in this new medium. The aim of this study is to understand the dynamics of viral marketing campaigns and to identify the strategies that make viral advertising successful. International cases, such as brand applications of 3D Mapping Projections are used to understand the relationship between cutting-edge digital art and their use in advertisements. Recent Turkish viral ad campaigns such as Profilo's "O Tabak Bitecek!" [Finish everything on your plate] and Turkish Airlines Miles and Smiles' "İnanılmaz Evlenme Teklifi" [Unbelievable Proposal] disseminated through social networks are used as cases to identify the message strategies used in making these advertisements successful.

Keywords: Advertising, Viral Advertising, 3D mapping projection, Branding

1. INTRODUCTION

The terms viral marketing, viral communication, buzz marketing, word-of-mouth marketing, electronic word-of-mouth advertising (eWOM) and viral advertising are all terms that center around a concept that differs from traditional advertising [1]. Viral communications utilize the pre-existing social connections in order to spread the desired message. Viral marketing is based on the idea that consumer discussions about a product or a brand are more valuable and powerful than traditional advertising. For viral advertising to be successful, there must be a core viral element in the content of the communication. It is also important for the target audience to be equipped with the tools that are necessary to disseminate the content. As listed above, there is a range of terms used for viral communication in academic literature. The theories and beliefs are varied, yet at the core, these seemingly different concepts focus on similar phenomena. Thus, it seems to be wise to define viral advertising using necessary elements of these varied descriptions, yet clearly differentiate it from traditional advertising.

1.1 Viral Advertising

Viral marketing was first introduced by media critic Douglas Rushkoff in his book *Media Virus* in 1994. It was further theorized by Jeffrey Rayport in an article in *Fast Company* magazine. Viral marketing model is explained with the analogy of an infectious disease. As consumers let each other know about the content, the communication message is spread similar to a virus, with human contact. Six fundamental principles were explained in order for viral marketing to succeed. Using stealth and subtlety to convey the message, giving free stuff up-front, exploiting peer-to-peer networks in order to spread the message, making the message memorable and 'sticky', exploiting the strength of weak ties and working to reach a tipping point were the initial principles that viral marketing is based on. [2] In 1997, Steve Jurvetson brought the concept to public attention with a Netscape newsletter [3].

As Seth Godin explains, "the idea is to create an environment where consumers will market to each other" instead of trying to market at them. An ideavirus is a "fashionable idea that

propagates through a section of the population, teaching and changing and influencing everyone it touches.” As consumers are not obsessed with products but with ideas, it is imperative that the viral strategy is based on an inherently brilliant idea in order to reach its target audience. “Viral marketing is an ideavirus, but not all ideaviruses are viral marketing. Viral marketing is an ideavirus in which the medium of the virus IS the product.” [4]

Rosen’s concept of “buzz” that is defined as “the sum of all comments about a certain product that are exchanged among people at any given time” is similar to the “ideavirus.” Rosen argues that people share a message about something that relates to their lives therefore the challenge for viral marketing is to stimulate this pass-along process artificially. [4] Gladwell shows that ideas, products and even behavior patterns can spread just as viruses do. Contagiousness and epidemics are the central ideas that explain the dynamics of viral phenomena. [8] Contagiousness is also related with the idea of “memes.” A meme is explained as a “unit of cultural transmission, or a unit of imitation. ... Examples of memes are tune, ideas, catch-phrases, clothes, fashion, ways of making pots or building arches. ... memes propagate themselves in the meme pool by leaping from brain to brain via a process which, in the broad sense, can be called imitation.” [6] Since consumers’ minds are cluttered from information overload, the success of the message relies on its infectiousness. Creativity and uniqueness of the message clearly create the basis of a potent meme. Viral advertising differs from viral marketing in the sense that the former refers to a comprehensive marketing strategy while viral advertising is the online advertising technique. Thus it is important to investigate the similarities and differences between traditional and viral advertising.

Advertising is traditionally defined as “paid persuasive communication that uses non-personal mass media to reach broad audiences to connect an identified sponsor with a target audience” [7]. When advertising becomes viral, it changes some of its traditional properties. While traditional advertising is non-personal, viral advertising is highly personal. The content of viral advertising is intended to be shared among trusted sources such as friends and family. In other words, viral advertising aims for personal recommendations. The sponsors in viral advertising, although usually not as overt as traditional advertising, can be identified. Through the provocative content of the sponsor, viral advertising’s aim is to associate positive feelings to the product or brand. Provocative content may be achieved by the use of humor as well as emotional appeals so that the consumer is inclined to pass it along to other users. Viral advertising might use elements of mass communication, however its main medium is the Internet. Thus, viral advertising can be defined as “unpaid peer-to-peer communication of provocative content originating from an identified sponsor using the Internet to persuade or influence an audience to pass along the content to others.” [1]

Focusing on eWOM, early studies that focused on forwarding email concluded that advertisers mainly concentrate on “desires for fun, entertainment and social connections” [9]. Most viral advertising follows this recommendation. Although an inspiring tool, viral marketing is open to overuse as a concept to push products that are not inherently viral. Some marketers are inclined to use a new concept ad nauseam boring the public with the same tools of reaching the consumers. Yet, consumers are able to use their judgment on forwarding content [5].

2. STRATEGIES FOR SUCCESSFUL VIRAL ADVERTISING

2.1 Raw, provocative content

Viral advertising depends heavily on provocative content to “motivate unpaid peer-to-peer communication of persuasive messages from identified sponsors” more than traditional advertising. Although emotional content has been the key influencer in captivating traditional advertising audiences, with viral advertising, raw content tends to be a more important element for actual dissemination. [1] Viral advertising works better when the content is surprising, unique, challenging or inspiring.

2.2 Use of humor

Humor and sexuality are the main advertising appeals used in viral advertisements [1, 9]. Humor is found to be one of the two main memes that make the advertisements worth forwarding to others. However, fashion industry and issue advocacy viral advertisements use humor significantly less than other industries [1].

2.3 Use of emotional appeal

Viral advertising aims to associate a momentary good feeling experiences from the raw content, which is provocative enough to make an impact on the consumer with the sponsor [1]. Using emotions to create this bond between the advertiser and the viral content is a classic advertising idea that has been used successfully in traditional advertising as well.

2.2 “Stickiness”

The viral concept can be explained as epidemics are explained. The messenger matters in epidemics since s/he plays an important role in spreading the epidemic. As the person who spreads the viral concept is important, the actual content of the message is as important. The “stickiness” of the content is what defines the viral concept as worthy of passing along to others. Memorability can be identified as the core for “stickiness” as it acts as the most important decision criteria for spurring someone to action. [8]

2.3 Product as part of the communication process

When the product itself has passive viral features, studies show that peer-to-peer promotion increases compared to products without viral features. [11] It is then important for products to become part of the viral content.

3. 3D MAPPING PROJECTION

3D projection mapping is a form of graphics or video content projected on the surface of a building or object [12]. Powerful electric arc lights were illuminating public monuments in Paris, which date the history of projections back to 1840s. In the United States, in the 1860s, a “stereopticon” was used to project slides outdoors on screens, walls and public monuments. In 1866, projections were used to announce election results [13]. Today, projections are used for entertainment and art purposes. Furthermore, commercial use of entertainment tools is expected. Projection mapping was co-opted starting from 2009 and this spectacular light show has been used by many brands. 3D projections can be considered as a form of spectacle that creates its own buzz. This quality puts 3D projections in a prime spot for viral advertising content.

The projection mappings are treated as a regular animation project and a “graphical score, a waveform that sets the emotional tone of the piece” is created. An “abstract narrative” is formed and the audience then reconstructs the narrative as a part of the show. As a result it becomes a narrative the audience interacts with instead of just a light show [12]. Following are some of the 3D projection mapping examples that have created an impact on the audiences and have been viewed on social media by thousands.

3.1 Samsung 3D TV Amsterdam

Between May 20 and May 22 2010, Samsung implemented a 3D projection on the façade of the Beurs van Berlage in Amsterdam. The use of the architectural details of the building resulted in extraordinarily lifelike effects in this application of 3D projection mapping. The product affiliated with this event, a 3D TV, highly benefits from the well-executed digitalization of visuals. The Samsung case is a great example of the impact of raw content.



Figure 1. Samsung 3D TV projection mapping on Beurs van Berlage

3.2 Bombay Sapphire Re-Powered – London, UK

The Re-powered campaign was created with the collaboration of RKCR/Y&R and Drive Productions in 2010 and was displayed on Battlesea Power Station on June 8 (Figure #). It is the continuation of a previous 3D projection campaign that featured sea creatures in a blue ocean projected onto Queen's House in Greenwich in September 2009. After the first projection, fans on Facebook suggested ideas for the Battlesea Power Station projection and the winning idea was a giant Rubik's cube that became the theme for the Re-powered campaign [14]. This projection is an example of the use of an iconic landmark building in 3D projection events.



Figure 2. Bombay Sapphire projection mapping on Battlesea Power Station

3.3 Saks Fifth Avenue New York

On November 22 2010, Saks Fifth Avenue unveiled their iconic holiday window display in New York. Their window display for the holidays is enjoyed by New Yorkers as well as tourists every year during the holidays. The 3D projection mapping along with original music ran every night for 6 weeks in December 2010. This event was the first in terms of scale and duration. The story of the snowflake, which is their signature design, and bubble create a warm feeling and holiday associations that relate to the spirit of the season developing the brand story for Saks Fifth Avenue.



Figure 3. Saks Fifth Avenue 3D projection

3.4 Wrigley's 5 Gum South Africa

Wrigley showcased the first user-generated 3D projection events in Johannesburg on May 17-18 2011 and Cape Town on May 20-21 2011, South Africa. [15] In the campaign created by TribalDDB South Africa, users first created their own personalized 3D building projections online (<http://www.5gum.co.za>) and submitted their work through a website [Figure 4]. The best participants were rewarded with watching their projections live onto landmark buildings [16].

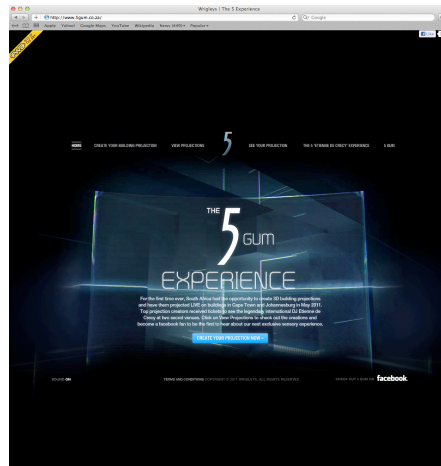


Figure 4. Wrigley's 5 gum 3D building projection website

As explained earlier, it is important for viral advertising to include the product as a communication tool. In the Wrigley case, the projection becomes the interactive viral advertising created by the consumers.

3.5 Adidas France

One of the most impressive 3D projection mapping campaigns in 2011 was the Adidas France's "Adidas is all in" campaign event on March 23 2011 at the Palais du Pharo in Merseille, France. The scale of the project as well as the creative direction build the intensity of Adidas brand identity. It is important that the brand identity, story and associations are in complete unison with the tone of the narrative of the projection. The Adidas France case might be shown as one of the best examples for "stickiness" of the content. In the end, it is the story that sticks.



Figure 5. Adidas France 3D building projection at Palais du Pharo

3.6 Profilo "O Tabak Bitecek!" [Finish everything on your plate]

Profilo, a Turkish white goods brand, launched a viral advertising campaign for Mother's Day 2011 with the "the things Turkish moms say" concept. The viral advertisement created by Trafo is based on an original song with the lyrics repeating various "mom saying" such as "finish everything on your plate". As mentioned earlier, humor plays a key role in viral advertisements and this campaign is a textbook example of successful usage of humor in viral advertising.



Figure 6. Profilo viral advertising campaign

3.7 Turkish Airlines Miles and Smiles “İnanılmaz Evlenme Teklifi” [Unbelievable Proposal]

Turkish Airlines reward program Miles and Smiles launched a viral advertising campaign on April 18 2011 and the video was watched more than 50,000 times in less than 24 hours. The story behind the viral advertisement made by Fakülte was about a young man traveling to 14 countries with his free miles and videotaping locals say phrases in Turkish in order to make a montage of the footage with a specific message to his girlfriend, asking her to marry him. This viral advertisement was part of a viral marketing campaign with a proper website to go along with the ad. In the website (ididitallforyou.tumblr.com), the “making-of” the proposal video is documented. With every country visited, there is a new entry to the blog.

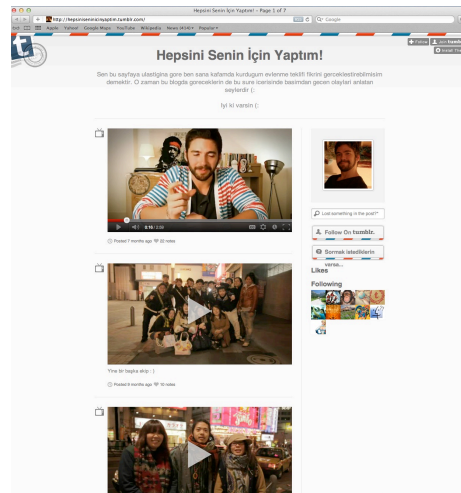


Figure 7. Unbelievable Proposal campaign blog

This is a successful example of all the elements mentioned earlier, raw content, emotional appeal, use of humor, “stickiness” and the use of the product in the content of the viral itself.

REFERENCES

- [1] Porter, L., Golan, G.J. (2006). ‘From Subservient Chicken to Brawny Men: A Comparison of Viral Advertising to Television Advertising’. Journal of Interactive Advertising 6(2): 26-33.
- [2] Rayport, J. (1996). ‘The Virus of Marketing’ Fast Company 6(December). Available at <http://www.fastcompany.com/magazine/06/virus.html> [20 December 2011]
- [3] Jurvetson, S., Draper, T. (1997). ‘Viral Marketing’. Available at http://www.dfj.com/news/article_26.shtml [22 December 2011]
- [4] Godin, S. (2001). Unleashing the Ideavirus. New York: Do You Zoom.
- [5] Rosen, E. (2000). The Anatomy of Buzz. New York: Random House.
- [6] Dawkins, R. (1976). The Selfish Gene. New York: Oxford University Press.

- [7] Wells, W, Moriarty, S., Burnett, J. (2006). Advertising Principles and Practice. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [8] Gladwell, M. (2002). The Tipping Point. New York: Time Warner.
- [9] Phelps, J. E., Lewis, R., Mobilio, L., Perry, D., Raman, N. (2004). 'Viral Marketing or Electronic Word-of-Mouth Advertising: Examining Consumer Responses and Motivations to Pass Along Email'. Journal of Advertising Research 44(December): 333-348.
- [10] Golan, G.J., Zaidner, L. (2008). 'Creative Strategies in Viral Advertising: An Application of Taylor's Six-Segment Message Strategy Wheel'. Journal of Computer-Mediated Communication 13: 959-972.
- [11] Aral, S., Walker, D. (2011). 'Forget Viral Marketing – Make the Product Itself Viral'. Harvard Business Review June: 34-35.
- [12] Snoad, L. (2011). '3D Projection Mapping: Brand Theatrics'. Design Week 26 May 2011: 15.
- [13] Krautsack, D. (2011). '3D Projection Mapping and its Impact on Media & Architecture in Contemporary and Future Urban Spaces'. Media-N: Journal of the New Media Caucus 7(1). Available at <http://www.newmediacaucus.org/wp/media-n-journal> [12 December 2011]
- [14] Bombay Sapphire Re-powered (2011). 'Bombay Sapphire Re-powered'. Campaign (UK) 24: 8.
- [15] <http://tribalddb.withtank.com/2011/05/07/wrigleys-5-gum-launch-campaign-live> [2 December 2011]
- [16] <http://creativity-online.com/work/wrigleys-5-gum-3d-building-projection/23214> [2 December 2011]

KURUMSAL KİMLİK TASARIMI BAĞLAMINDA WEB TASARIMININ DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE KİMLİK SORUNLARI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Dide Akdağ SATIR
İstanbul Kültür Üniversitesi, İletişim Tasarımı, Türkiye
d.akdag@iku.edu.tr

ABSTRACT

The visual element of the Internet, which can distribute message to the mass, web design, at the end of the interaction it created on the receptive mass should be suitable to the aim and the style of the institution. Web designer and programmer should produce designs and software unique to the identity of the institution. Web sites that are ready made are far from being authentic and professional. Web sites are prepared in accordance with to the visual satisfaction to the institution that demands it, rather than the inclination of the clients or the visitors using them. This is an extremely wrong attitude. A professional web site should be prepared according to its aim. It should be functional, shouldn't include unnecessary and improper items. An effective web design interface can be recognized clearly and consistently by the target group. The sustainability of the institutional identity design in the process of digitalization can materialize by protecting the factors that form the resource and values that are unique to the design while using them. The reason of being unqualified is not being able to have a good relation between web design interface design and sustainability in the process of visual identity design. The most important supplementary that forms the web design interface, typeface will be shaped with examples on the need of using it appropriate and in place. As a sample research that different aspects of a design can be detected relational screening model has been adapted. In this study, it is aimed that a new model is submitted to digitalization, with sustainability approach and by protecting the values of web design, which is included in visual identity design that is a part of institutional identity design, as the extension of identity in the Internet environment. With the model that is aimed to be submitted steps to solve to the problems of typography concord and identity towards progression are meant to be taken. It also aims to create an integrity by making the design more qualified and with to increase sensibility by schematic and social responsibility.

Keywords: Digitalization, Web Design, Typography, Sustainability

1. GİRİŞ

1990'ların başında World Wide Web (WWW)'in ortaya çıkışı ile internet, hem multimedya uygulamaları açısından uygun bir platforma dönüşmüş, hem de ticari kullanıma hazır hale gelmiştir. WWW üzerindeki iletişimin kurallarını belirleyen HTTP'nin (Hyper Text Language – Hiper Metin Aktarım Protokolü) ortaya çıkışı WWW'nin hızla yaygınlaşmasına neden olmuştur (Başaran, 2010: 152). 1990'ların ikinci yarısından itibaren ise değiştirici ve dönüştürücü bir etki yaratan internet ve beraberinde gelen yaygın kullanımı ile web temelli teknolojiler; son yıllarda sayıları binleri bulan internet şirketlerinin ortaya çıkışı ile günümüz rekabet ortamı oluşmuştur.

Türkiye'de internet başlangıçta, tüm dünyada olduğu gibi, bilgi aktarımı amacıyla kullanılmışken; 1995 yılı içinde, dünyadaki gelişmelere paralel olarak bir takım yapısal dönüşümlerin yaşanıyor olması dikkat çekmektedir. Türk girişimciler günden güne artan bir talep ile internet ortamını, web sayfaları, elektronik posta ve diğer servisleri ile, kullanıcıların beklentileri doğrultusunda, etkileşimli olarak, özellikle tanıtım ve pazarlama için kullanmaya başlamışlardır (Tutar, 2005: 185).

Bu çalışmada enformasyon alış-verişi için birbirlerine bağlandığında kitle iletişim aracı olabilen web tasarımında bulunan çoğul ve dağınık göstergelerin okunmasında, yorumlanmasında karşılaşılan sorunların, aracı iletişim biçimi ile kendini en iyi ifade edecek hale getirilebilmesi sağlanmaya çalışılacaktır.

Öncelikle kurumsal kimlik, görsel kimlik ve tipografi kavramları, stratejik boyutları açıklanacak, daha sonra web tasarımında kullanılan teknolojiler ile özellikleri irdelenerek anlam içeriğini biçimle örtüştürmeyi amaçlayan tasarım anlayışı ortaya konulacaktır.

2. KURUM KİMLİĞİ KAVRAMI VE UNSURLARI

Kurum kimliği, bir kurumun içsel ve dışsal ilgili gruplara kendini anlatan toplam iletişimidir. Söz konusu toplam iletişim; kurumsal iletişim, kurum çalışanları, kurum çevresi, kurumun görüntüsü ve hizmetleri aracılığıyla gerçekleşir (Bir, Yayınlanmamış:1). Bununla birlikte temel kurum kimliği, bir kurumun ne olduğu, nereye doğru yol aldığı, tarihçesi, iş karması, yönetim biçimi, iletişim politika ve uygulamaları, terminolojisi, yeterlilikleri, pazar ve rekabet farklılıklarını tanımlayan ve gösteren faktörlerin toplamıdır.

Kurumlar insanlara benzetilebilir. Bu nedenle, insani terimlerle bir şirketin ruhu, yaşam tarzı, tepki ve davranış biçimi olduğunu söyleyebiliriz. Bir kurumun portresini insani terimlerle çizmenin sayısız avantajı olabilir. Bu portre, kurumun tüm olumlu ve olumsuz yönlerini vurgulayacaktır. İçe dönük ve dışa dönük, nesnel ve öznel, duygusal ve pasif kişiler arasında temel bir fark olduğu kuşku götürmez (Behaeghel, 1985:3).

Eğer bir kurum kendinde var olan özellikleri ilgili gruplara aktarmakta sorunlar yaşıyorsa, algı açığı denilen olayla karşılaşmaktadır. Kurumun gerçekleri başka iken, toplumda algılanan şey çok başka olabilir (Bir, Yayınlanmamış:3). Görüntüde revizyona duyulan gereksinim şirkette meydana gelen önemli değişimlerden kaynaklanabilir. Başka bir şirketle birleşme, ürün geliştirme, yeni pazara girme gibi değişimler bütün görüntüyü modası geçmiş yapıp devre dışı bırakabilir. Bu değişimler sonucunda bir kurumun görsel kimliği yeni kurum kimliğini yansıtmakta yetersiz kalabilir. Ancak görsel kimlik yenilenmesine gidilmeden önce kurum kimliğinin araştırmalar yapılarak incelenmesi ve net olarak belirlenmesi gerekir. Kurum kimliği her ne kadar kurum görüntüsü üzerindeki en güçlü etkiye sahipse de, tamamı planlanmış ve görseldir. Başarılı bir kimlik sistemi bir şirketi rakiplerinden ayırır ve farklılığını yaratır. Kurum kimliği bir şirketin dünyaya ne ve kim olduğunu açıkladığının ve kendini nasıl gözlediğinin ifadesidir. Böylelikle bu görsel ifade, dünyanın o şirketi nasıl gördüğü ile yakından ilgilidir (Çimenser, 1997:8).

Spesifik kurum felsefelerinin giderek gelişmesiyle birlikte, kuruma has hem kurum içi hem de kurum dışı iletişim kültürü için kavramlar ve kuralların geliştirilmesi gereği doğmuştur. Bir kurum felsefesinin hareket noktasını ve ana unsurunu kurum vizyonu oluşturmaktadır (Okay, 2000:118). Kurum kimliği programının yapımına başlanmadan önce iki konseptin çok iyi anlaşılması gerekmektedir: Kimlik ve imaj. Kurumlar insanlar gibidirler. Kendilerine özgün karakteristik özellikleri, kültürel etkileşimleri, yaşam felsefeleri vardır. Kurumlara kişilik kazandıran, isimlerdir ve bu isimleriyle tüketici/kullanıcı kitle arasında iletişim sağlayan kavram ise sembollerdir.

Firmanın sahip olmak istediği ürün kalitesi, ambalajları, üretimi gerçekleştirdiği binanın görünüşü, halkla ilişkiler, reklam stratejileri organizasyonun kimliğini ortaya koyarlar. Bütün bu faktörlerin tüketicilere, kullanıcılara, firmanın çalışmakta olduğu bankalara, dağıtım kanallarına, hükümete ve topluma yansıma şekli ise organizasyonun imajını belirler.

Firmaların yansıttıkları imajların dört ana ortak özelliği bulunmaktadır:

1. Marka / sembol kombinasyonundaki sadelik.
2. Güçlü görsel kimlik

3. Sembol / kimlik bağıntısındaki süreklilik

4. Hatırlanabilirlik

Kurumlar arzuladıkları imaja ulaşabilmek için, ifade edilmiş bir felsefeye dayanan görsel kimlik, iletişim ve davranışı uyumlu ve uygun bir biçimde kullanmalıdırlar. Başarılı bir imaj oluşturulduğunda ise, kurum kimliği çabaları onu koruyarak, geliştirmek için yeniden devreye girmelidir. Başarılı bir imaja sahip olabilmemiş ya da olmak isteyen kurumlar ve markalar, imaj transferi olanaklarından da yararlanabilmektedirler. İmaj transferinin ise başlıca şekilleri, mevcut bir imajın bir ürüne transferi, sonradan gelen bir ürünün imaj transferi, farklı ürün sınıfları arasında imaj transferi veya ürün etkileşim zincirleri içerisinde gerçekleşmektedir.

2.1. Görsel Kimlik nedir?

Görsel kimlik tasarımı, “bir kurumun değerlerini görünür hale getiren” bir uzmanlık işidir. Bireylerin sosyal bir yaşantı içerisinde bir arada yaşamaya başlamalarıyla birlikte, kendilerini bir bütün olarak ve bir kimlik ile ifade etme ihtiyaçları doğmuştur.

Grafik tasarım bir mesajı iletmek için metnin ve görsellerin algılanabilir ve görülebilir bir düzlemde organize edilmesini sağlamaktadır. Bu bilgi bir ürüne, kuruma ya da kişiye ait olabilir. İletişim dilinde bunlara, mesajın kaynağı denmektedir. Kaynağa ait bilginin başka insanlara iletilmesi istenmektedir. Bu bilgi üçüncü şahıslara, doğru ve etkili bir şekilde iletilecek görsel mesaj olarak tasarlanmaktadır. Yirminci yüzyılın ilk yarısında reklam sanatçısı denen, ikinci dünya savaşından sonraki yıllarda grafik tasarımcı adını alan bu iş kolu çalışanları, son yıllarda görsel iletişim tasarımcısı olarak nitelenmektedir. Bugün artık iletişim tasarımı olarak adlandırılan grafik tasarımın üç temel işlevi var: İkna etmek, bilgi vermek ve kimlik belirlemek.

Reklamcılar, iletişimciler, tasarımcılar, danışmanlar, kurumlar için kimlik yaratamazlar. Onların işi zaten var olan kimliği ortaya çıkarmak, tanımlamak, sınırlarını belirlemek, varlığını kanıtlamak, ağırlığını hissettirmek, dil, tarih ve coğrafyasının altını çizmektir (Karamustafa, Yayınlanmamış:7).

Kurum kimliği pek çok kişi tarafından, kâğıtlara, zarflara, eşyalara, web sitelerine kurum logosu koymak ya da işyerinin arabalarını kurumsal renklere boyamak olarak düşünülmektedir. Oysa bunlar, kurum kimliğinin unsurlarından olan görsel kimliğin belli bir yönüdür. Bu bağlamda görsel kimlik çalışmalarını geliştirmeye başlarken metodolojik bir süreç izlenmelidir. Bu sürecin kapsadığı çeşitli aşama ve koşullar; araştırmanın verdiği sonuçlara uygun olarak genişletilmelidir. Şirketin kurum kültürü, felsefesi, kurumsal iletişimi ve vizyonu, vermek istediği imaj gibi araştırmaları, bağlantılı düşünerek analiz edilir, tartışılır ve bu unsurlardan oluşan sentez görsel dile aktarıldığında, içsel ve dışsal gruplara doğru iletişimin en iyi şekilde nasıl yansıdığını görmek olasıdır. Grafik tasarımın, üç temel işlevi ve bu alanlara yönelik tasarım türleri bu kadar kesin çizgilerle birbirinden ayrılmıyor. Bir trafik işareti bilgi verdiği gibi, ikna etme özelliği de taşıyabilmektedir. Bir siyasi partinin seçim öncesi verdiği iki sayfalık gazete ilanı, seçmenleri kendi adaylarına oy vermeye ikna etmeye çalıştığı gibi mesajın verilmiş biçimi, başvuru söylem ile de partinin kurumsal kimliğinin teşhis edilmesine yaramaktadır. Kurumsal tasarımı, bir kurumun görsel kimliğinin bütün tasarım unsurlarına yansıtılması, görsel kimliğin temel elemanları olan amblem, logo ve kurum renginin, tasarlanmış bir sistematik içinde iki ya da üç boyutlu, sabit ya da hareketli iletişim ve kullanım malzemelerine uygulanması diye tanımlayabiliriz. Görsel kimlik ile her türlü basılı malzeme, bina cephesi, ulaşım araçları, iş giysileri, yönlendirme ve uyarı işaretleri, reklam ürünleri yoluyla yaygınlaştırılarak, kurum felsefesi mesajının iletilmesi, kurum atmosferinin oluşması sağlanır (Karamustafa, Yayınlanmamış: 7).

Günümüz rekabet ortamı kuruluşların ürün ve hizmetlerini en iyi şekilde pazarlama ihtiyacını doğurmuştur. Her şey her gün değişmektedir. Bir ülkenin zenginliği yarattığı güçlü markalarla ölçülebilir duruma gelmiştir. Bu güç ancak sağlam temeller üzerine oturtulmuş bir kurum

kimliği ve içerisinde yer alan görsel kimlikle sağlanabilir. Görsel kimlik, aynı zamanda düşünce süreci, yaşam biçimi ve anahtar strateji ile bağlantılı olarak ortaya konulmalıdır. Belirlenen görsel kimlik ile tüketiciye ulaşıldığı unutulmamalıdır. Bununla birlikte ülke, kurum kültürü, marka, tasarımcı ve biçimsel etmenler de üretim süreçlerine yönelik belirleyici bir role sahiptir.

Görsel kimlik ve kurum kimliği birbiriyle aynı kavramlarmış gibi değerlendirilmektedir. Kurum kimliği, kurumun çeşitli hedef kitleler tarafından nasıl algılandığının ifadesi olan kurum görüntüsü ile karıştırılmamalıdır. Kurum görüntüsü, kurumsal kimlik sunumlarının hedef kitleler üzerine bıraktığı bütünsel algıdır. Aynı şekilde kurum kimliği, iyi planlanmış ve uygulanmış kurum kimliği programlarının sözlü ve görsel ifadesi olan kurum kimikleştirilmesi ile de karıştırılmamalıdır. Oysa pek çok kişi kurum kimliğini kâğıtlara, zarflara, eşyalara, ambalajlara, web sitelerine, vs. kurum logosunu koymak ya da en basitinden şirket arabalarını kurumsal renklere boyamak olduğunu düşünmektedir. Bunlar, kurum kimliğinin unsurlarından olan görsel kimliğin belli bir yönüdür. Kurum kimliği yalnız bir görsel çalışma olmamakla birlikte, genelde bir marka kimliği olarak ifade bulan stratejik marka çalışmaları kapsamında yapılmaktadır. Kurum olmadan kurum kimliği olmaz. Kuruluş önce kendini iyi tanımalı, davranışlarını, iletişim şeklini belirlemeli, sembollerini kullanmak için gerçek durumunu iyi analiz etmeli ve anlamalıdır. Kişilik aynı zamanda kuruluşun kendi felsefesini ortaya koymaya biçimidir yani onu diğerlerinden ayıran en önemli özelliğidir.

Değişen teknolojiyi anlamak algıyı yönetmek için çok önemlidir. Yaşanan mesaj yoğunluğu insanların yavaş yavaş mesajları gözardı etmesine ve görmemelerine yol açmaktadır. Bugünün tasarımcılarının artık motive edici ve duygusal iletişim kurmaları da gerekmektedir. Sektörde teknolojinin hızla değişimi, kurum stratejisine ve buna paralel olarak tasarlanan görsel kimlik yapılarına yansıtılmaktadır. Bu değişim firmaların kalıcı ve tutarlı bir görsel kimlik formu oluşturmalarına engel olmaktadır. Yaratıcılık, tutarlılık ve süreklilik olmadan ikna ve başarı sağlanamaz.

3. TİPOGRAFI VE TEKNOLOJİ

Yazının bir sistem içinde boyutlandırılması, düzenlenmesi, basılı hale getirilmesi sürecini kapsayan tipografi, yazıyı oluşturan karakterin seçimi, harflerin iç ve dış boşlukları, birbirlerine oranı, zemin ve değer ilişkileri algılamadaki önemli etken olarak iletişimi sağlamaktadır.

Tipografiyi sınıflandırmak genellikle harfler arasındaki ince farklılıkları netleştirmeye yarar. Ayrıca tipografinin içinde barındırdığı tarihsel ve kültürel referanslar, yazılan metne çoğunlukla artı bir boyut katabildiğinden, tipografinin sınıflandırılması tasarımcıya daha uygun bir harf seçme imkânı sağlar (Jury, 2002:8).

Harf ölçümüne ek olarak tipografik elemanlar arasındaki ölçümde tipografik tasarımın ve standartların tanımlanabilmesi için son derece önemlidir (Rob Carter, Ben Day, Philip Meggs 2002 :40).

Sayısal dizgi, tamamen mantıksal ve tekrara dayalı sistemle çalışan bilgisayar dizgisidir. Dijital depolama ve katod ışın teknolojisinin lazer teknolojisi ile bir araya getirilmesiyle dizgi sistemlerinde yeni bir çağın kapısı aralandı: Dijital dizgi; Bu dönemin dizgi teknolojisinde bilgisayar destekli işlemler artarken, mekanik dizgi süreci giderek yok olmaya başladı (Becer, 2007:274).

Dijital teknolojinin tipografi alanında izlenen ilk önemli etkisi, harflerin “kimliksizleştirilmesi” olmuştur. Bütün karakterleri küçük birimlere bölen sayısallaştırma işlemleri sonucunda yazılar standart formlara dönüşmüş; romen, italik ve bold gibi sıcak dizgi teknolojisine ait tipografik norm ve sınıflandırmalar anlamını yitirmiştir. Dijital teknoloji bir

yazıdaki biçimsel değişimleri malzemeden bağımsız olarak, anında uygulanabilir hale getiriyordu. Bütün bu gelişmeler sonucunda tipografide “kalite ideali” tekrar sorgulanmaya başlandı. Metinlerin kişisel ya da mikro bilgisayarlarda dizilip düzenlenmesine olanak sağlayan dijital teknoloji ise tipografik kalitenin yükselme ve yaygınlaşma sürecini daha da hızlandırdı. Dijital çağda tipografik malzeme ve araç-gerecin ekonomik yapısı da büyük değişime uğramış, metal dizgi makinelerinin ve foto dizgi sistemlerinde kullanılan fotoğrafik ve kimyasal malzemelerin üreticileri birer birer sahneden çekilmeye başlamıştır.

Dijital teknolojinin tipografi alanındaki evriminde iki önemli buluştan söz etmek gerekir. Bunlardan birisi; sonuçların ekran üzerinde belirli bir görsel analog sistemi içinde kusursuz biçimde görüntülenebildiği küçük ve ekonomik “kişisel bilgisayarlar”, diğeri ise; basılı sayfanın bütün unsurlarını tanımlayabilen “bilgisayar yazılımları”dır.

Postscript sayfa tanımlama dili dizgi makinelerinden bağımsız, konforlu bir çalışma ortamını gerçeğe dönüştürmüştür. 1080’lerin ortalarından itibaren Postscript olarak tanımlanmış yazı karakterlerinin sistemle uyumlu her türlü ortamda kullanılıp basılması mümkün hale gelmiştir. Böylelikle dizgi süreci elle dizginin sağladığı özgür kompozisyon olanaklarına tekrar kavuşmuş, yazı karakterlerinin-eskiden olduğu gibi-tasarımcılar tarafından hazırlanması imkânı doğmuştur. Dijital teknoloji matbaacılık sektörünün tutucu ve sınırlayıcı yapısını kırmış, tipografi ve matbaacılık ile ilgili bilgiler önceleri bu konunun dışında tutulan insanlar arasında da yayılmaya başlamıştır (Becer, 2007:275).

Baskı teknolojisi küçülerek daha sofistike ve daha kolay ulaşılabilir hale dönüştükçe; mesajın içeriğini belirleyen kitlenin tasarım ve üretim üzerindeki denetimi de artmaktadır. Ancak sağladığı bu üstünlüklerin yanı sıra, dijital teknolojinin tipografi alanında yarattığı bazı olumsuz etkilerden de söz etmek gerekir: Metinlerin klavye üzerinde karakter tanımlayan kodlara dönüşmesi, tipografi tasarımcısına duyulan ihtiyacı azaltmıştır. Yüzyılların birikimiyle elde edilen “tipografik bilgelik” artık büyük bir risk altındadır. Tipografik ayrıntılardaki ustalık, incelik giderek kaybolmaya yüz tutmuş; sayfa düzenlenmelerinde ve kelimenin bölünme biçiminde egemen olan sanatsal ve ekonomik bakış açısı, kaba ve katı ekonomik yapı içinde konumunu büyük ölçüde yitirmiştir. Kişisel bilgisayarlar; dijital teknolojinin hızlı bir biçimde gelişmesiyle tipografik uygulamaların yanı sıra yazı karakteri tasarımlarında da kullanılmaya başlanılmıştır. Örneğin; “font” terimi metal dizgi döneminde belirli bir kalınlık ve punto ölçüsündeki yazı karakteri setini tanımlamada kullanılıyordu. Ama bu terim dijital teknoloji çağında herhangi bir yazı karakterini belirten genel bir tanıma dönüşmüştür.

3.1. Bitmaplar ve Vektörler

Resim bilgisinin dijital olarak depolanabileceği “Bitmap ve Vektör” olarak iki ayrı yolu vardır: Ekranda ya da dijital olarak üretilmemiş baskıda, metin piksel olarak adlandırılan mozaik şeklinde boyanmış noktaların parmaklıkları şeklinde, arzu edilen şekli oluşturmak için sunulur. Bu ızgara şekillendirmesi bir bitmaptır. Dosyalar her tekil pikselin sayfasında renk ve pozisyon hakkında bilgi içerdiği için bitmaplar hafıza-yoğunluklu olabilir. Eğer Bitmap resimleri büyütülmek istenirse, yazılım sadece piksellerin sayısını hesaplayabilir, çünkü esas pikseller ve esas hacmin çentikli özellikleri genişletilir.

Stratejik noktaları birleştiren düz ve kıvrık satırlar vasıtasıyla vektörler bir taslak şekli betimler. Düz çizgiler ve kıvrımlar matematiksel bir formül olarak bir dosya üzerine kaydedilir. Sonuçlanan şekiller daha sonra pikseller ile doldurulur. Bu da iyi özellikli ölçme için olanak sağlar vektör resmi genişletildiği zaman, vektör noktalarının koordinatları tekrar konumlandırılmıştır. Fakat bu noktalar arasındaki kıvrımlar ve düz çizgilerin kontrolü matematiksel formülü sabit kalır; daha sonra yeni şekil pürüzsüz kenar çizgili, iyi tanımlanmış resim ile sonuçlanan pikseller ile doldurulur. Vektör resim dosyaları bitmap dosyalarından daha küçüktür. Resim şekilleri vektör veya bitmap olarak kaydedilir ve bu yazına eşit olarak uygulanır. Her unsur için koordinatlar çizili şekilleri temsil etmek için

gerektiği için vektörlerle çizmek, sunuma bir katkı sağlar. Fakat depolanmasına karşın, ekran üzerinde noktaların matrisleri olarak sunulmak zorundadırlar; diğer bir ifadeyle bitmap'a çevrilmek zorundadırlar. Taslak bilgisi baskı için bitmapa çevrilmelidir, farklılık basılı bitmap'ın daha yüksek çözünürlüğe sahip olmasıdır. Dolayısıyla bu, tasarımcıyı etkiler. Tipografi çalışmalarının çoğu, detaylı olarak yargılama yapabilmekle ilgilidir ve baskı ile bitmesi amaçlanan çalışmalar için ekran gösteriminde şunu görmek imkânsızdır; ekran doğru renk, çözünürlük, karakter şekli ve boşluğu tam olarak yansıtamaz. Baskı da aynı beklentiyi vermez çünkü lazer yazıcılar ve inkjet yazıcılar her zaman tam mükemmellikte ayrıntılı olan belge üretemezler. Son ürün için kullanılacağından, daima aynı donanımı tarafından kullanmak daha iyidir (Gordon, 2001:26).

3.2. Okunaklılık ve Elektronik Sayfa

Tasarım ve tipografide meydana gelen dijital devrim, beraberinde çok okunaklılık problemlerini de getirdi. Bunlar arasında yazılım ve ekran çözünürlüğü problemleri önde gelenleridir. Elektronik sayfa tasarımı sayfa tasarımcılarına daha önceki tüm teknolojilerin sağladığından çok daha fazla seçenek sunmaktadır. Bu nedenle tipografik okunaklılık hakkında yeterli bilgisi olmayan kullanıcılar bu kadar çok seçeneği kullandıkları bilgisayar programlarının olanakları ve yersiz hevesleri ile birleştirip yazıyı yanlış kullanmaktadırlar (Rob Carter, Ben Day, Philip Meggs, 2002: 25).

Ekran fontları çok küçük noktalardan oluşan rakamlanmış resimler olan bitmap'lardır. Bir harfi bilgisayar ekranında sunmak için piksel olarak adlandırılan küçük noktalara dönüştürmek gerekmektedir. Her inç için 72 veya 96 piksel matrisi olan bilgisayar ekranları bu şekilde çok ince ayrıntıları olan harfleri sağlıklı bir şekilde görüntüleyemez. Yazın ekranda çizim ölçüsü ince kıvrımlar ve serif ayrıntısı gibi birçok detaydan arınmış bir şekilde görünür. Bu durum harflerin köşegenli kenar çizgisi görünümündeki "Jaggies" olarak adlandırılan çentikli şekilde görünmelerini sağlamaktadır. Bunun sonucu olarak özellikle küçük harflerde oluşan pikselleşme okunurluk sorununu üst seviyeye çıkartmaktadır. (Rob Carter, Ben Day, Philip Meggs, 2002:101).

4. WEB SİTESİ VE YAZI TİPLERİ

Bir web sitesi tasarladığında kullanılmak istenen yazı tipi ziyaretçilerin bilgisayarında bulunmadığında internet tarayıcısı bu yazı tipini tanımayarak ve yazı karakteri için bir başka yazı tipi kullanacaktır. Bu durumda seçilen yazı tipinin herkes tarafından tanınması ve kullanılması istenen kurumsal yazı karakteri istenilen yazı tipi sunucuya yükledikten sonra CSS kodlarında tanımlanan "@font-face" etiketi ile ziyaretçilerin seçilen yazı tipini görmeleri sağlanabilmektedir. İnternet tarayıcılarının genel olarak desteklediği 4 çeşit yazı tipi bulunmaktadır. Bunlar .ttf, .otf, .eot ve .svg' dir. .ttf yazı tipi: Windows işletim sisteminin kullandığı bu yazı tipi Firefox, Safari, Chrome ve Opera tarayıcıları tarafından desteklenmektedir. Açılımı True Type Font'tur. .otf yazı tipi: Yine genelde windows işletim sisteminin kullandığı bir yazı tipi dosyasıdır. Açılımı Open Type Font'tur. Firefox, Safari ve Opera tarayıcıları tarafından desteklenmektedir. eot yazı tipi: Embedded Open Type anlamına gelen bu yazı tipi Microsoft'un desteklediği bir yazı tipidir. İnternet Explorer'ın tanıdığı tek yazı tipi dosyasıdır. Bu yüzden web tasarımcıları için bir sorun oluşturmaktadır. Bazı yazı tipi dönüştürücüleri ile .ttf uzantılı yazı tipine .eot yazı tipine dönüştürüp kullanılabilir. .svg yazı tipi: Esnek yapılı yani vektörel bir yazı tipi dosyasıdır. Açılımı Scalable Vector Graphics yani Ölçeklenebilir Vektörel Grafikler'dir. Safari, Chrome ve Opera tarayıcıları tarafından desteklenmektedir.

Tablo 1. Font-face kullanım alanları

	Internet Explorer	Firefox	Safari	Chrome	Opera
.ttf	X	3.5	3.1	2.0*	10
.otf	X	3.5	3.1	X	10
.eot	4	X	X	X	X
.svg	X	X	3.1	0.3	9.0

* Bu özellik kapalı geliyor, komut ile açmak gerekiyor.

@font-face Kodu ve Kullanımı:

Basit olarak @font-face kodunun kullanımı:

Kod:

```
@font-face {
font-family: Sorbize;
src: url(http://www.sorbize.com/fontlar/Sorbize.ttf);
}
```

```
p {
font-family: Sorbize;
}
```

Kod yapımız görüldüğü gibi iki kısımdan oluşmaktadır. İlk olarak yazı tipi yüklenir ve daha sonra bu yazı tipi istenilen yerde font-family etiketi ile kullanılabilir.

Burada kullandığımız yazı tipi .ttf uzantılı yazı tipi dosyası olduğunda, bu yazı tipi belirttiğim gibi internet explorer tarafından desteklenmeyebilmektedir. Ayrıca her tarayıcının her versiyonunun @font-face kodumuzu desteklemesi içinse şu şekilde bir kod yapısı kullanılması gerekmektedir.

Kod:

```
@font-face {
font-family: 'Sorbize';
src: url('Sorbize2.eot');
src: local('Sorbize'),
url('Sorbize2.woff') format('woff'),
url('Sorbize2.svg#Sorbize2') format('svg'),
url('Sorbize2.TTF') format('truetype');
}
```

```
p {
font-family: Sorbize;
}
```

(wmaraci.com, 2012)

Bu kod yapısında sisteme öncelikle .eot uzantılı "Sorbize2" yazı tipi ve internet explorer için çözüm üretilmiştir. Bu local tanım eğer kişinin bilgisayarında bu yazı tipi mevcutsa yazı tipini

indirmeden kullanmak ve bir sonraki kodu internet explorer'dan gizlemek için kullanılabilir. Ardından gelen kodlama ise diğer tarayıcılar içindir.

Sonuç olarak tarayıcı istatistiklerine bakıldığında %94 'lük bir kesim '@font-face' i desteklemektedir. İleride tarayıcı teknolojisinin ve kullanım oranlarının değişmesi ile birlikte bu sayı %98 'e kadar çıkacaktır. Bu sayede web sitesinin görünümünün yazı tipi bakımından estetik görünmesi ziyaretçileri daha çok sitede tutacak ve daha fazla ziyaretçi sağlayacaktır.

Genel olarak küçük boyutlu fontlar kaliteli görünebilirken, büyük boyutlu fontlarda iyi görüntü alınamayabilir. Ayrıca kıvrımlı hatlara sahip yazı tiplerinde kenarlar daha pürüzlü görünebilmektedir. Kullanılan font Windows Xp'de test etmeden yayına alınmamalıdır.

HTML dili, yani web siteleri pek çok fontu desteklemektedir. CSS yazılım kodu ile hazırlanan web siteleri yazı tiplerini her sayfada doğru ve sürekli olarak görüntülenmesini sağlanabilir. Ancak her tarayıcı Microsoft Internet Explorer (MSIE), Netscape, Mozilla ya da Opera sitede yer alan yazı tipini gösterirken farklı özellikler sergileyebilmektedir. Sitede kullanılan yazı tipi belirtilse bile eğer o yazı tipi siteyi ziyaret eden kişinin bilgisayarında yoksa onun bilgisayarında hangi font seçilmiş ise bu font ile siteyi görebilecektir. Bu şu anlama gelmektedir; örneğin bu paragraf arial ile yazılıdır eğer kullanıcının bilgisayarında arial fontu yok ise bu yazıyı bilgisayarda kayıtlı bulunan başka bir font ile görüntüleniyor olacaktır demektir.

Bir yazı tipinin her bilgisayarda doğru görüntülenmesi ancak üç şekilde gerçekleşir. pdf dosyası oluşturularak, genelde menu tasarımları ya da şirket raporları, sunumlar ve broşürler bu şekilde tasarlanır; resim olarak kullanılırsa, çoğu logo ve banner bu tarz tasarlanır; flash programında tasarlanarak (flash siteleri, animasyonlar, flash foto galerileri fontları flash programının içine yerleştirebilirler; embed) Ancak bu doğru görüntülemelerde de güncelleme esnasında eski metnin yeniden düzenlenerek tekrar grafik objeye dönüştürülmesi ve görüntüleme hızı gibi sorunlarla karşılaşmaktadır.

En büyük sorunlardan biri de hala ağırlıklı olarak kullanılan Windows XP'de ClearType seçeneğinin başlangıçta aktif olmamasıdır. Macintosh kullanıcılarının işletim sisteminin yazıları daha yumuşak kenarlı göstermesinden dolayı yazıları daha iyi bir şekilde görmektedir. Windows kullanıcıları ise ClearType seçeneği seçili olduğu durumda standart font görünümünden daha iyi görüntüler elde edilebilmektedir.

5. SONUÇ

Görselliğin anlam ve önemi içeriğine odaklanan bu çalışma ile dışsal biçim ve içerik süreçlerinde sorunlar değerlendirilmeye çalışılmış, algılama hatalarının en aza indirgenmesi amaçlanmıştır. Enformasyon çağı, sayısal çağ ve teknoloji çağı gibi çok sayıda ismin verildiği bu çağda yüksek düzeyde bir bağlantı durumunda iken, küreselleşmenin gelişimine paralel olarak gelişen web tasarımı ile bağımsız, sanal bir ortamda algılarımız yönlendirilmektedir. Görsel kimlik bağlamında tek düze ve tek biçimlilik sorununun sorumluluğu ile resmin bütünü bilinci ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Kitlesel boyutta ileti dağıtabilen bir araç olan internetin görsel yüzü olan web tasarımının, alıcı kitlesi üzerinde yarattığı etkileşim sürecinde web tasarımcısı ve programcısının kurumun kimliğine özgü tasarım ve yazılımlar üretmesi gerekliliği üzerinde durulmuştur. Yazı tiplerindeki sınırlamalara rağmen, yaratıcılığı kısıtlayan koşullara ait farkındalık oluşturulmuştur. Kişisel yayın ve kullanıcı üretimi içerikli web sitelerinin görsel malzemelerinin hacmi ve yaşanan güçlükler üzerinden; değişen teknolojiyi anlamak algıyı yönetmek için çok önemlidir. Yaşanan mesaj yoğunluğu insanların yavaş yavaş mesajları gözardı etmesine ve görmemelerine yol açmaktadır. Kurumsal kimlik tasarımının dijitalleşme sürecinde sürdürülebilirliği, kaynak teşkil eden etkenler ile tasarım alanlarına özgü değerlerin korunarak kullanılmasıyla gerçekleşebilir. Niteliksizliğin sebebi, görsel kimlik tasarımının dijitalleşmesi sürecinde web tasarım yüzünün ve sürdürülebilirlik ilişkisinin iyi

kurulamamasıdır. Web tasarım yüzünü oluşturan en önemli tamamlayıcısı olan yazı karakterinin doğru ve yerinde kullanılması gerekliliği üzerinden sürdürülebilir yaklaşımla kimlik ve tipografi uyum sorunlarının da çözülmesine yönelik adımlar ve gelişiminin sağlanmasına dönük, tasarımın nitelikli hale getirilerek bir bütünlük oluşturulması, toplumsal ve tasarımsal sorumluluk ile duyarlılığın artırılması amaçlanmıştır. Teknolojinin hızlı değişimi, kurum stratejisine ve buna paralel olarak tasarlanan görsel kimlik yapılarına yansıtılmaktadır. Bu değişim firmaların kalıcı ve tutarlı bir görsel kimlik formu oluşturmalarına engel olmaktadır. Yaratıcılık, tutarlılık ve süreklilik olmadan ikna ve başarı sağlanamamaktadır.

KAYNAKLAR

- Başaran, F. (2010). İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Gelişme: Yayılmanın Ekonomi Politikası. Ankara: Ütopya yayınevi.
- Becer, E. (2007). Modern Sanat ve Yeni Tipografi. Ankara: Dost Yayınevi
- Behaeghel, J. (1985). Kurum ve Ürün Kimliği. İstanbul: Reklamevi tarafından düzenlenen “Kurum ve Ürün Kimliği Semineri notları.
- Bir, Ali Atıf; (Yayınlanmamış). Uzun Dönemli Bir Strateji Olarak Kurumsal Kimlik. İstanbul
- Carter R., Day B., Meggs P. (2002). Typographic Design: Form and Communication. N.Y.: John Wiley and Sons.
- Çimenser, A. (1997) Endüstri İçin Tasarımda Kimlik Faktörünün İrdelenmesi. İstanbul,
- Jury D. (2002) About Face: Reviving the Rules of Typography . Switzerland . Hove, Roto Vision .
- Gordon B. (2001). Making Digital Type Look Good / 1944 N.Y.: Watson Guptill Publications.
- Karamustafa, S. (Yayınlanmamış). Kurum Olmadan, Kurumsal Kimlik Olmaz. İstanbul
- Okay, A. (2000). Kurum Kimliği. Ankara: MediaCat Kitapları.
- Tutar, H.; Yılmaz, M.K.& Erdönmez, C. 2005 Genel ve Teknik İletişim. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- <http://wmaraci.com/forum/html-css-xml/css-font-face> (19 Kasım 2011)

NEW CULTURAL HORIZONS: 3D

Ioana MISCHIE

I.L. Caragiale National University of Theatre and Film, Scriptwriting, Bucharest, Romania
ioana_mischie@yahoo.com

ABSTRACT

Nowadays, we are witnessing new horizons in the contemporary cinema: the 3D technique's giant step. The question is: is 3D a valid criteria? The filmmaker wants you to live with the characters, offering Cinema an incredible flexibility as a multicultural platform. We have no universal scale at our disposal to measure the quality of a good story, of a memorable film, or even of an innovative technique. It is more a matter of communis opinio: what is generally accepted as good quality. At the start of the film you have to engage the minds and hearts of the audience. It's crucial, it is a hyatus. The presentation is based on individual film analysis, exemplified by interviews with James Cameron (the director of "Avatar"), with Wim Wenders (the director of the 3D documentary "Pina") and as well, will take into consideration a case study focused on how the Romanian public understands 3D.

Keywords: 3D, Cinema, New cultural wave, Storytelling

1. INTRODUCTION

In his book "The Century", Alain Badiou asks himself : "How many years has century? A hundred years?" Is a century really defined by the number of years or by something more intrinsic than that? His question is, in fact: are our criteria efficient enough? Extrapolating, how can we measure three-dimensionality, culture, new media, digitalization, democracy, fairness or happiness? Which one is our main criteria? Box office? Google searches? Or maybe... something deeply connected to our inner selves, our inner perception, our own cultural imago mundi.

When talking about cinema from the point of view of its technical evolution, more specifically about three-dimensionality it is fitting to begin with a question "Which facet of a diamond do you want to light?" The light being our own analysis, and the facet being certain characteristics that we associate to 3D. Of course, it is tremendously hard, maybe almost impossible to predict the future of 3D, it's even harder to explain the history of this technique, which was invented more than 100 years ago, but despite this it became well-known to the audiences only now. Therefore, it would be the most appropriate to discuss the present time of three-dimensionality, the way we perceive it, imagine it, feel it. How do our attitudes, as both audiences and filmmakers influence 3-D and how does it influence us?

1.1. The Definition Of 3d As A Hyatus Between History And Evolution

Nowadays, we are witnessing new horizons in the contemporary cinema: the 3D technique's giant step. The question is: is 3D a valid criteria? The filmmaker wants you to live with the characters, offering Cinema an incredible flexibility as a multicultural platform. We have no universal scale at our disposal to measure the quality of a good story, of a memorable film, or even of an innovative technique. It is more a matter of communis opinio: what is generally accepted as good quality. At the start of the film you have to engage the minds and hearts of the audience. It's crucial, it is a hyatus.

Stricto sensu, a three-dimensional film or stereoscopic 3D film is a motion picture that enhances the illusion of depth perception. Derived from stereoscopic photography, a regular motion picture camera system is used to record the images as seen from two perspectives, and special projection hardware and/or eyewear are used to provide the illusion of depth when viewing the film. 3-D films are not limited to feature film theatrical releases; television broadcasts and direct-to-video films have also incorporated similar methods, primarily for marketing purposes, or for what we will define in the next chapter as an “adaptive unconscious” of an audience.

The perceptions are still different. James Cameron, while he's not the first to embrace the technology, he has become its most vocal evangelist, asserting that digital 3-D is now good enough to make it-after sound and color--the third sea change to affect movies affirms: "This really is a revolution". Director Christopher Nolan, instead, doesn't separate very much the techniques, he unifies them: "I think it's a misnomer to call it 3-D versus 2-D. The whole point of cinematic imagery is it's three-dimensional...95% of our depth cues come from occlusion, resolution, color and so forth, so the idea of calling a 2-D movie a "2-D movie" is a little misleading..."

1.2. The Chronology Of The 3-D Ars Combinatoria

The history of the 3-d technique is one of the most intricate in the history of cinema.

- In 1894 William Friese Greene files a patent application for a 3D viewing process using two screens side by side, united in the viewer's eye by a cumbersome stereoscope headset. As with all his endeavors, he is ahead of his audience by about 30 years.
- In 1915 the first presentation of 3D films before a paying audience took place at the Astor Theater, New York. The program consisted of three one-reels, the first of rural scenes in the USA, the second a selection of scenes from Famous Players' Jim, the Penman (US '15), with John Mason and Marie Doro, and the third the Niagara Falls. The anaglyphic process used, developed by Edwin S. Porter and W.E. Waddell, involved the use of red and green spectacles to create a single image from twin motion picture images photographed 2½ inches apart. The experiment was not a success. Lynde Denig wrote in Moving Picture World: "Images shimmered like reflections on a lake and in its present form the method couldn't be commercial because it detracts from the plot."
- In 1922, premiered the first 3D feature film, Nat Deverich's 5-reel melodrama Power of Love, starring Terry O'Neil and Barbara Bedford, at the Ambassador Hotel Theater, Los Angeles. The film related the adventures of a young sea captain in California.
- In 1936 was released the first feature-length talkie in 3D, Sante Bonaldo's Nozze vagabonde (Italy), starring Leda Gloria and Ermes Zacconi, which was produced by the Società Italiana Stereocinematografica at the Cinee-Caesar Studios.
- In 1947, the first feature-length talkie in color and 3D was Alexander Andreyevsky's Soyuzdet film production Robinson Crusoe (USSR). The process used, Stereokino, was the first to successfully dispense with anaglyphic spectacles. The most difficult technical problem encountered during the production of Robinson Crusoe was persuading a wild cat to walk along a thin branch towards the camera. After five nights occupied with this one scene, the cameraman succeeded in getting a satisfactory shot. The effect, according to accounts, was riveting, the animal seeming to walk over the heads of the audience and disappear at the far end of the cinema.
- In 1953 is created the first 3D feature with stereophonic sound, Andre de Toth' House of Wax (US). When it was premiered at the Paramount Theater, New York, with 25 speakers, the Christian Science Monitor was moved to deplore the "cacophony of sound hurtling relentlessly at one from all directions".

- During the 3D boom that began with the low-budget *Bwana Devil* (US 1952), over 5,000 theaters in the US were equipped to show 3D movies, but the fad was short-lived. 3D production figures were: 1952—1; 1953—27; 1954—16; 1955—1. Many of these 3D movies were released flat.
- In 1979-85, thanks to the technological run-off from suddenly superfluous industrial research, all manner of sequels, remakes, rip-offs and low-brow entertainment staples benefit from the technological improvement of the 3D format (*Friday the 13th Part III* in 3D, *Jaws 3D*, *Amityville 3D*), but the technique remains disreputable.
- Nonetheless, 3-D films experienced a worldwide resurgence in the 1980s and '90s driven by IMAX high-end theaters and Disney themed-venues. By 2004, 54% (133 theaters of 248) of the IMAX community was 3D-capable. 3-D films became more and more successful throughout the 2000s, culminating in the unprecedented success of 3-D presentations of *Avatar* in December 2009 and January 2010.

2. SEMIOTICS OF 3D AS A PERTURBATIO ANIMI

John Fiske affirms in his study “Introduction to Communication Studies” published in 1982 that communication is a focal point of our life; without communication there is no culture. Therefore, studying communication determines as well studying the culture that integrates it. The question would be, therefore: what is 3D communicating, from a semiotic point of view? Of course, we could find numerous answers by interpreting semiotic theory like the ones elaborated by T. Newcomb, G. Gerbner, H. Lasswell, but the theory that fits the best would be probably Jakobson’s interpretation. Because 3D doesn’t communicate first of all a message, but rather a feeling, and in order to achieve it uses all the functions defined by Jakobson: referential (contextual information of the story), aesthetic, emotive (self-expression), conative (vocative or imperative addressing of the audiences in our case), phatic (checking channel of communication working- film), metalingual (checking code working- visual storytelling).

2.1. Semiotic Functions Determining The Evolution Of The Film Industry

The changing structure of the Film Industry declared a new direction: from oligopolies to conglomerates. During Hollywood’s golden age, from the 1920s through the 1940s, five major studios dominated the industry: Paramount, Warner Brothers, MGM, Twentieth Century Fox and RKO. The majors began investing in and distributing smaller, independent films rather than producing their own. Studios used this strategy because it reduced risk; independent productions with smaller budgets didn’t have to rely on huge audiences to turn a profit. “Hollywood Renaissance” filmmakers addressed social and political issues head-on and rejected the classical style in favor of more daring approaches borrowed from international art cinema directors. At the loftiest levels of commercial filmmaking, many major, big-budget studio productions, including “*Avatar*” (James Cameron,2009), “*Public Enemies*” (Michael Mann 2009) and “*Shelock Holmes*” (Guy Ritchie,2009) were shot on digital formats rather than on film. With the advent of digital cinematography has come the resurgence of 3D, which, until recently, was considered a quaint, outmoded technology from the 1950s. In 2010 the president of the Motion Picture and 3D hold the promise of a dramatic game change in moviemaking and movie-going” (“Worldwide Box Office”)

2.2.“We Don’t Buy The Product, We Buy The Package”

Many film critics and analysts considered 3D a marketing tool, rather than an artistic or a semiotic function or even a “next step” in filmmaking. They seem to define three-dimensionality only as a package for selling the film, designed exclusively for increasing the box-office. The truth is, instead, that high-quality 3D can really enrich the storytelling in unexpected way, in a much more engaging platform for audiences. Even so, if we don’t take into consideration the

artistic contribution of 3D, the main question would be: what is our criteria, when choosing the “package”?

In his book “Blink”, Malcom Gladwell speaks about the adaptive unconscious. The adaptive unconscious is not to be confused with the unconscious described by Sigmund Freud, which was a dark and murky place filled with desires and memories and fantasies that were too disturbing for us to think about consciously. This new notion of the adaptive unconscious is thought of, instead, as a kind of giant computer that quickly and quietly processes a lot of the data we need in order to keep functioning as human beings.

For example, when you walk out into the street and suddenly realize that a truck is bearing down on you, do you have time to think through all your opinions? Of course not. The only way that human beings could ever have survived as a species for as long as we have is that we’ve developed another kind of decision-making apparatus that’s capable of making very quick judgments based on very little information. As the psychologist Timothy D. Wilson writes in his book “Strangers to Ourselves”, the mind operated most efficiently by relegating a good deal of high-level, sophisticated thinking to the unconscious, just as a modern jetliner is able to fly on automatic pilot with little or no input from the human “conscious” pilot. The adaptive unconscious does an excellent job of sizing up the world, warning people of dangers, setting goals, and initiating action in a sophisticated and efficient manner.

Whenever we meet someone (or somewhat in the case of a film) for the first time, whenever we react to a new idea (3D, for example), whenever we’re faced with making a decision quickly and under stress, we use that second part of our brain. How long, for example, did it take you, when you were in college, to decide how good your professor was? A class? Two classes? A semester? The psychologist Nalini Ambady proved that a person watching a silent two-second video clip of a teacher he or she has never met will reach conclusions about how good that teacher is that are very similar to those of a student who has sat in the teacher’s class for an entire semester. That’s the power of our adaptive unconscious.

The question is then, when you choose to see a film. How long does it take you?

Malcom Gladwell answers: less than two seconds. In this short amount of time, 3-D could play a pivotal role in the minds of audiences (it happened in the case of “Avatar”) or could be diminished, when comparing with other possible “fast criteria” like the trailer, story, actors, director of the film.

2.3. Avatar- A New Type Of Expressis Verbis

Avatar is a 2009 American epic science fiction motion capture film (fig.1) written and directed by James Cameron. The story is set in the mid-22nd century: a paraplegic Marine dispatched to the moon Pandora on a unique mission (fig.2) becomes torn between following his orders and protecting the world he feels is his home.



Figure 1. Poster



Figure 2. A frame surprising the challenging mission

The development of Avatar began in 1994, when Cameron wrote an 80-page script for the film. Filming was supposed to take place after the completion of Cameron's 1997 film Titanic, for a planned release in 1999, but according to Cameron, the necessary technology was not yet available to achieve his vision of the film. Avatar was officially budgeted at \$237 million. The film was released internationally in more than 14,000 screens, for traditional viewing, 3-D viewing and for 4-D experiences in select South Korean theaters. The stereoscopic filmmaking was touted as a breakthrough in cinematic technology.

The film has received various other awards, nominations and honors, The Academy Awards for Art Direction, Cinematography, and Visual Effects, and was nominated for a total of nine, including Best Picture and Best Director. Avatar also won the 67th Golden Globe Awards for Best Motion Picture – Drama and Best Director, and also won the British Academy of Film and Television Arts (BAFTA) award for Production Design and Special Visual Effects. Before launching it, some box office analysts were skeptical but there were also few of them who estimated that the film would be a box office success. "The holy grail of 3-D has finally arrived" said an analyst for Exhibitor Relations. "This is why all these 3-D venues were built: for Avatar." Cameron tried to engage his audience at the maximum level: "We owe them (audiences) a good time. We owe them a piece of good entertainment. [...] If I can just get 'em in the damn theater, the film will act on them in the way it's supposed to, in terms of taking them on an amazing journey and giving them this rich emotional experience."

2.3.1. Strategy: "Repeated Business" as a Box-office Crescendo

Cameron was aware of the sentiment that Avatar would need significant "repeat business" just to make up for its budget and achieve box office success, and believed Avatar could inspire the same "sharing" reaction as Titanic. He said that the film worked because, "When people have an experience that's very powerful in the movie theatre, they want to go share it. They want to grab their friend and bring them, so that they can enjoy it. They want to be the person to bring them the news that this is something worth having in their life."

Brandon Gray, president of Box Office Mojo, believed in the film's chances of becoming the highest-grossing film of all time, though he also believed it was too early to surmise because it had only played during the holidays. He said, "While Avatar may beat Titanic's revenue record, it will be tough, and the film is unlikely to surpass Titanic in attendance. Ticket prices were about \$3 cheaper in the late 1990s." Still, the 3-D appeal made the magic happen. Though analysts have been unable to agree that Avatar's success is attributable to one primary factor, several explanations have been advanced. First, January is historically "the dumping ground for the year's

weakest films", and this also applied to 2010. Cameron himself said he decided to open the film in December so that it would have less competition from then to January. Titanic capitalized on the same January predictability, and earned most of its gross in 1998.

Undoubtedly, marketing the film as a "novelty factor" helped. Fox positioned the film as a cinematic event that should be seen in the theatres. "It's really hard to sell the idea that you can have the same experience at home" stated David Mumpower, an analyst at BoxOfficeProphets.com. Films in 3-D accumulated \$1.3 billion in 2009, according to Variety, "a threefold increase over 2008 and more than 10% of the total 2009 box-office gross". The increased ticket price – an average of \$2 to \$3 per ticket in most markets – helped the film.

Likewise, Entertainment Weekly attributed the film's success to 3-D glasses, but also to its "astronomic word-of-mouth". Gray said Avatar having no basis in previously established material makes its performance remarkable and even more impressive. "The movie might be derivative of many movies in its story and themes," he said, "but it had no direct antecedent like the other top-grossing films: Titanic (historical events), the Star Wars movies (an established film franchise), or The Lord of the Rings (literature). It was a tougher sell ..."

2.3.2. Film Critics Reactions

Review aggregator Rotten Tomatoes reports that 83% of 275 professional critics have given the film a positive review, with a rating average of 7.4 out of 10. As a consensus the critics agreed that it might be more impressive on a technical level than as a piece of storytelling, but Avatar reaffirmed James Cameron's singular gift for imaginative, absorbing filmmaking. Richard Corliss of Time magazine thought that the film was, "the most vivid and convincing creation of a fantasy world ever seen in the history of moving pictures." CinemaScore polls conducted during the opening weekend revealed the average grade cinemagoers gave Avatar was A on an A+ to F scale. Every demographic surveyed was reported to give this rating. These polls also indicated that the main draw of the film was its use of 3-D.

James Berardinelli, film critic for ReelViews, praised the film and its story, giving it four out of four stars he wrote, "In 3-D, it's immersive—but the traditional film elements—story, character, editing, theme, emotional resonance, etc.—are presented with sufficient expertise to make even the 2-D version an engrossing two and a half-hour experience." Avatar even received compliments from filmmakers, with Steven Spielberg praising it as "the most evocative and amazing science-fiction movie since Star Wars". On the other hand, many filmmakers, like Duncan Jones for example, considered it way too predictable.

3. THE FIRST 3D DOCUMENTARY “PINA” BY WIM WENDERS

Another case-study is the very first 3D documentary of our times. Premiered in 2011 at the Berlinale International Film Festival, Pina is a feature-length dance film in 3D with the ensemble of the Tanztheater Wuppertal Pina Bausch, featuring the unique and inspiring art of the great German choreographer who died in the summer of 2009. “Pina” is a film for Pina Bausch by Wim Wenders. He takes the audience on a sensual, visually stunning journey of discovery into a new dimension: straight onto the stage with the legendary ensemble and follows the dancers out of the theatre into the city and the surrounding areas of Wuppertal- the place which for 35 years was the home and center for Pina Bausch’s creativity.

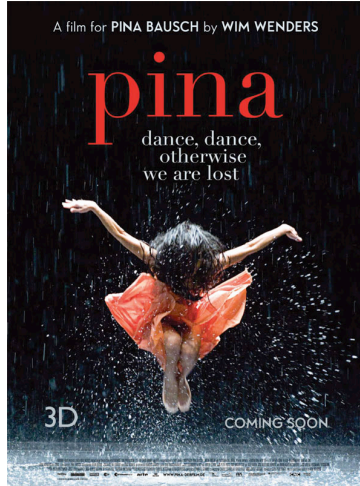


Figure 3. Film Poster



Figure 4. Pina Bausch (portrait)

Using the choreographies which had been jointly selected- “Café Muller”, “Le Sacre du printemps”, “Vollmond” and “Kontakthof”, and using some images and audio files of her life as well as 3D recordings of individual ensemble members of the Tanztheater Wuppertal who in spring of 2010 danced personal memories of the precise, critical and loving nature of their great mentor. With the latest possibilities created by digital 3D technology, Wim Wenders found the aesthetic means to bring the unique plasticity and emotional expressiveness of Pina Bausch’s innovative Tanztheatre to the cinema screen.

Only now can the dimension of the space could be reproduced in the cinema. It is the dimension in which movement and dance take place, and into which the new 3D cinema can take the viewer on a sensual journey of discovery: “Until now movement as such as never touched me. I always regarded it as given. One just moves. Everything moves. How many stories can be told without saying a single sentence?”¹ Wim Wenders was deeply impressed and moved when in 1985 he saw for the first time “Café Muller” by choreographer Pina Bausch. Wenders felt that he had not yet found a way to adequately translate Pina Bausch’s unique art of movement, gesture, speech and music into film. Over the years, the film concept, which was supposed to be a joint project of Wim and Pina turned into a friendly ritual, almost a running gag, with both artists reminding one another of their plan. “When?” asked always Pina, receiving the answer “As soon as I know how.” The “how” was the 3-D technique itself, just that Wenders had to opportunity to bring it to life only after Pina passed away. Alain Derobe, the stereographer of the “Pina” described 3D as an organic instrument “3D tells you to come inside the screen. He wants you to dance with the dancers.” He then added “We had an incredible flexibility. 3D made a giant step.”

3.1. Case Study: Romanian Audiences

In the Romanian Box-Office of 2009 the national box-office changed radically: “Avatar” became the film with the biggest box-office of all times. And this taking into consideration that the ticket for a 3D film was almost double compared to a regular ticket, in a country with a rather diminished film industry, so this came as a total surprise, however it could be motivated mainly due to the 3D technique, and to the existence of the first Imax in Romania, which became a cultural temple of innovation for weeks. After two years, 3D cinemas started to be initiated also

¹ Wim Wenders speaking at the ceremony of 2008 Goethe Prize of the city of Frankfurt am Main to Pina Bausch (Excerpt)

in the rest of the country, but this didn't increase the incomes of the other 3-D films considerably. On the second place, but at a long distance is situated "Ice Age: Dawn of the Dinosaurs" directed by Carlos Saldanha and Mike Thurmeier followed by the 2D film directed by Roland Emmerich, "2012".

Film	Number of weeks	Number of spectators	Boxoffice	Spectators first week	Boxoffice first week
1. Avatar	38	881.718	18.614.408,00	67.200	1.527.705,00
2. Ice Age: Dawn of the Dinosaurs	38	337.261	6.876.618,00	65.139	1.425.865,00
3. 2012	11	292.018	4.844.214,00	51.562	1.001.118,00

The year 2010 had another 3-D film as winner "Alice in Wonderland", directed by Tim Burton, but the numbers were much smaller this time, more precisely, almost five times smaller than the winner from the precedent year. On the second place it is situated Christopher Nolan's "Inception" followed by another winner "Shrek forever After", however not in its 3D version this time.

Film	Number of weeks	Number of spectators	Boxoffice	Spectators first week	Boxoffice first week
1. Alice in Wonderland	17	222.314	4.572.425,00	41.919	919.581,00
2. Inception	21	229.152	3.801.450,00	34.469	657.337,00
3. Shrek Forever After	18	158.799	3.287.160,00	44.748	1.075.765,89

3-D started to decrease step by step, and in 2011, the first place is conquered by a 2-D film "Pirates of the Carribean: On Stranger Tides".

Film	Number of weeks	Number of Spectators	Boxoffice	First Week Spectators	First Week Boxoffice
1. Pirates of the Caribbean: On Stranger Tides	19	346.344	6.723.370,00	83.213	1.755.443,00

Puss in Boots	7	213.924	4.169.875,68	57.834	1.267.520,74
3. Immortals	10	179.031	3.764.560,85	44.914	1.021.508,30

In the same year, we witness another surprise. The first artistic 3D film, Wim Wender’s documentary dedicated to Pina Bauch is situated on the 108th place. Is 3D a temporary trend or this is just a fluctuation influenced as well by socio-political causes?

108. Pina	12	12.929	199.455,87	2.307	41.719,57
------------------	----	--------	------------	-------	-----------

Not only in Romania, but also in countries around the world, film industry observers have noted that 2011 has shown a considerable decline in audience interest in 3-D presentation. In view of this trend, there has been box office analysis concluding the implementation of 3-D presentation is apparently backfiring by discouraging people from going to movie theatres at all.

One of the leading proponents of 3-D film and the producer of some of the most critically acclaimed films in this format such as How To Train Your Dragon and Kung Fu Panda 2, Jeffrey Katzenberg, blames oversaturation of the market with inferior films, especially ones photographed conventionally and then digitally processed in post-production for the 3-D format, such as The Last Airbender that have led to audiences concluding the format is not worth the additional expense to see.^[54] However at the global box office 6 3D films have grossed over \$1 billion each, 3 from 2011, 2 from 2010 and 1 from 2009.

The influences of 3D and of new techniques in promoting the films had a strong impact on the Romanian New Wave Cinema. It can be easily witnessed from an esthetical and also economical point of view. Just as an example, in 1970 the Romanian film “Mihai Viteazul” was promoted by different film posters in different countries. If we compare them, the story of the film seems to be different from one poster to another: one of them expressed a gaining-confidence-in-yourself theme, the second one seems a passionate love story, and the third one looks like a war film. But all these posters describe the same historical film.



Figure 6. Poster in Romania



Figure 7. Japan



Figure 8. Iugoslavia

In 2011, the Silver Bear-awarded film “If I want to whistle, I whistle” seems to approach a more concise strategy, being more coherent, and as well being more global as a “local story”, a mechanism used as well by 3-D films.



Figure 9. Film poster in Romania and Film poster in U.S.A.

In a world conquered by what Pierre Bourdieu used to call "fast food, fast love, fast thought" we have to stop, to re-evaluate our criteria and to believe in cinema, because cinema integrates the very few quintessential human values: creativity, simplicity, capturing the essence of our times.

REFERENCES

- Badiou, Alain.(2010). “The Century”, Cluj: Idea Design&Print.
- Cohen, David S. (September 15, 2009). “Filmmakers like S3D’s emotional wallop”, Variety. Available at: <http://www.variety.com/article/VR1118008671?refCatId=1009>.
- Gladwell, Malcom. (2005). “Blink, the power of thinking without blinking”, England: Penguin Books, England, page 11;
- Patterson, John (August 20, 2009) “A history of 3D Cinema”. Available at: <http://www.guardian.co.uk/film/2009/aug/20/3d-film-history>
- Pramaggiore Maria, Wallis Tom. (2011). “Film, a critical introduction”, UK: Laurence King Publishing, UK, page 431;
- Quittner, Josh (March 18, 2009) “Are 3-D movies ready for their Closeup?” Available at: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1886541,00.html#ixzz1kIw1uXQ>
- Winters Keegan, Rebecca (January 11, 2007). "Q&A with James Cameron". Time Magazine. Available at: <http://www.time.com/time/arts/article/0,8599,1576622,00.html>
- Wenders, Wim, speaking at the ceremony of 2008 “Goethe Prize of the city of Frankfurt” am Main to Pina Bausch (Excerpt)
- Wilson, Timothy. (2002). “Strangers to ourselves: discovering the adaptive unconscious”, Cambridge, Mass.: Harvard University Press

PELİKÜLDEN DİJİTALE SİNEMADA SEYİR KÜLTÜRÜ VE SEYİRCİNİN DEĞİŞEN KONUMU

Perihan Taş ÖZ

İstanbul Kültür Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İstanbul
p.tas@iku.edu.tr

ABSTRACT

In parallel with technological advances, the rapidly changing nature of the motion picture where each new mode of production brings with it a new kind of viewership. Each new kind of viewership leads to the re-definition of the cinema audience. Before digital technology was developed and took over, the relationship between the audience and film was passive; with the passage to digital technology, however, this situation changed, and the audience took on a more active role, becoming “subject”. In the development of digital technology, television, video, 3-D cinema and “interactive cinema” the position of the audience gradually shifted, thus the need for new definitions. Audiences today are no longer “just anyone in the crowd” – which was the case during the film era. Now, they hold a much more active role; they have become an “interactive cinema audience”. However, it is important to reflect on the changed viewership and see how an active audience positioning has influence the experience of watching a film. The aim of this study is to look at the changing production structure of cinema and see how digitalization has influenced viewership.

Keywords: Cinema, Viewing, Audience, Digitalization.

1.GİRİŞ

Walter Benjamin, “Tekniğin olanaklarıyla yeniden üretilebildiği çağda sanat yapıtı” isimli makalesinde sinemanın, teknolojinin etkisiyle değişen yanının - hem niceliksel hem de niteliksel açıdan - sadece yeniden-üretim koşulları değil, sergilenebilirliği olduğuna da dikkat çekmiş ve sanat yapıtının sergilenebilirliğinin dev boyutlar kazandığını öne sürmüştür. (Benjamin,1992:55) Benjamin’in de öngördüğü gibi teknolojinin etkisiyle hızla değişen yeniden üretim koşulları sinema seyir kültüründe gözle görülür bir değişim yaratmış ve seyir sürecinin vazgeçilmez ögesi olan seyirci de bu değişime paralel olarak konum değiştirmiştir. Önceleri sinema-seyir sürecinde kendisine sunulan seyirlik eseri bir sinema salonundaki kalabalıktan herhangi biri olarak izleyen seyircinin konumu; teknolojik yenilikler ve buna bağlı olarak gösterim ve seyir olanaklarının gelişmesine paralel biçimde değişim göstermiş; bu değişim niceliksel ve niteliksel açıdan “seyirci” kavramının yeniden ele alınması ihtiyacını doğurmuştur. Özellikle 1980 sonrasının hızla gelişen teknolojik olanaklarının etkisiyle bir anda adından sıkça söz ettiren dijitalleşme; Latince’de “parmak” anlamına gelen ve İngilizce “digital” olarak kullanılan, “sayısal” sözcüğünden yola çıkılarak kullanılan bir kavram olup, çağımızın yeni medya teknolojilerinin sayısal tekniğine karşılık gelen bir kavramdır. (Geray,1994:22) Herhangi bir görsel iletinin sayısal kodlardan oluşması anlamına da gelen sayısallaşma yani dijitalleşme, günümüzde neredeyse tüm görsel iletişim teknolojilerinde kullanılan bir sistem haline gelmiştir. Dijitalleşmenin hareketli görüntü sanatındaki en önemli etkilerinden biri, kendinden önceki seyir formlarına göre büyük ölçüde farklılıklar barındıran yeniliklere olanak sağlamasıdır. Televizyon, video, üç boyutlu sinema deneyimi ve interaktif sinema bu anlamda oldukça önemli bir yerde durmaktadır. Bu çalışmanın amacı teknolojik yeniliklere bağlı olarak değişen sinemanın temel üretim ve seyir formlarını incelemek, seyircinin konumunu da bu bağlamda değerlendirmektir. Dijitalleşme bu bağlamda oldukça önemli bir yerde durmakta olup, ortaya koyduğu temel üretim ve seyir pratikleri bu vurgu doğrultusunda incelenecektir.

2. SİNEMANIN PELİKÜL ÇAĞI

Sinemannın iki temel üretim tarzından biri olan pelikül üretim tarzı oldukça uzun bir süre hareketli görüntü alanında tek üretim biçimi olarak hâkim olmuştur. Pelikül üretim tarzında bir hareketli görüntünün temel üretim mantığı şudur: Sinema filmini oluşturan imgeler, bir film kamerası aracılığıyla pelikül adı verilen selüloz bazlı şeritler üzerine ardışık olarak kayıt edilirler ve ardından titiz bir optik, mekanik ve kimyasal işlem sürecinden geçerler. Bu işlemde geçen görüntüler perdeye yansıtıldığı anda gözün ağ tabakasındaki izlenimin kısa bir süre devam etmesi nedeniyle kesintisiz süren bir görüntü, başka bir deyişle hareketli görüntü izlenimi yaratırlar.(Buyan,2006:57)

28 Aralık 1895 yılında Fransız Lumiere Kardeşler'in Paris'te bir cafede, pelikül üzerine kaydettikleri filmlerini bir perde üzerine yansıtarak gösterim yaptıkları gün, sinema tarihindeki ilk toplu seyirin gerçekleştiği varsayılabilir. (Kılıç,2008:215)



Görsel 1. Boulevard des Capucines'deki Grand Café'nin bodrum katındaki Salon Indien <http://revues.mshparisnord.org/appareil/index.php?id=130>

Görsel 1'de de görülen Boulevard des Capucines'deki Grand Café'nin bodrum katındaki meşhur Salon Indien'de gerçekleştirilen bu gösterimden çok kısa bir süre sonra bu tür gösterimlerin sayısında ciddi bir artış olur. Halkın ilgisini bir anda büyük ölçüde çeken bu tür gösterimler gezici festival ve fuarların vazgeçilmez unsuru olduğu gibi; fiziki olarak kalabalık bir seyirci önünde gösterim yapılmasına uygun olan her türlü mekânda gerçekleştirilir. Sendika salonları, lunaparklar, müzikholler bunlar arasında sayılabilir.(Jeancolas,2004:14)

Kısa bir süre sonra, sinema seyir kültüründeki ilk önemli değişim gerçekleşir ve 1900'lü yılların başından itibaren açılmaya başlayan sinema salonları ile sinema, artık festival ya da fuarların içindeki bir etkinlik olmaktan çıkıp, başlı başına tercih edilen bir sosyal alışkanlığa dönüşür. 1905-1910 yılları arasında A.B.D., Fransa, İngiltere ve Almanya'da ilk sinema salonları açılır ve çok kısa bir süre içerisinde bu salonların sayısı hızlı bir artış gösterir. Örneğin A.B.D.'de 1905 yılında ilk sinema salonu kurulurken, 1909 yılında ülkedeki sinema salonu sayısının 8.000 i bulunduğu tahmin edilmektedir. Yine aynı yıl sinemaya giden haftalık seyirci sayısı ise 45 milyondur. (Smith,2003:56) Bu rakamdan da anlaşılacağı üzere sinemanın sosyalleşme süreci oldukça hızlı ilerlemiştir. Sinema salonları bu tarihten itibaren başta Amerika ve Avrupa Ülkeleri olmak üzere tüm dünyada hızla artmış; sinemada film izlemek tüm toplumlarda başta eğlence ve serbest zaman alışkanlığı olmak üzere, sanatsal ve kültürel etkinliklerin ilk sırasında yer almıştır.

2.1. Pelikül Döneminde Sinema-Seyir Kültürü ve Seyircinin Konumu

Sinemada geleneksel üretim tarzının hâkim olduğu dönemde sinema seyir kültürünü incelerken karşımıza çıkan ilk ve belki de en önemli olgu Feigelson'un deyimiyle sinemanın, "birlikte olmanın kolektif temsili"ni oluşturmadaki gücüdür.(Feigelson,2004:33) Yukarıda

verilen rakamlardan da anlaşılabilceği gibi, bir anda hızla artan sinema salonlarının en önemli sosyal işlevlerinden biri böyle bir temsil mekânı olmasıdır.

Temel seyir mantığı açısından düşünüldüğünde, seyirci sinemada yalnızdır ve karşısındaki filmi kendi fiziksel ve zihinsel araçlarıyla algılar, bu bağlamda sinema salonundaki seyir tek başına yapılan bir faaliyettir. Ancak bu faaliyeti sosyal bir olgu olarak nitelendirmemizin en önemli nedeni sinema salonunun mekânsal düzenlemesi ve bu mekândaki seyir deneyiminin doğasından kaynaklanmaktadır. Nihayetinde sinema salonundaki kalabalığın aynı amaçla bir arada olup, aynı anda seyir deneyimini yaşadığı ve bu deneyimin yaşandığı anın öncesi ve sonrasındaki sosyal pratikleri de hesaba kattığımızda, bunu sosyal bir olgu olarak nitelendirmemiz zorunlu hale gelmektedir

Sinemada seyir deneyimi konusunda yaptığı çalışmasında I.C Jarvie, sinemanın sosyal yönüne özellikle vurgu yapmış ve seyir deneyiminin hem kişisel hem sosyal yönlerini ele almıştır. Ona göre seyir sırasında seyircinin sinema salonunun karanlığı içerisinde kaybolup gitmesi, etrafındaki hiç kimse ile hiçbir sosyal ilişki içerisine girmemesi, dahası onları tanımaması (adını bile bilmemesi) seyir sürecinin kişisel bir süreç olarak yorumlanmasını olası kılabılır. Ancak seyircinin sinemaya ailesi, akrabaları, sevgilisi ya da herhangi bir arkadaşıyla gidiyor olması, seyir sürecinin ardından da sinemanın popüler yönünden kaynaklı olarak filmi, filmin oyuncularını, yıldızlarını tartışmak gibi sosyal faaliyetlerin içerisinde yer alması nedeniyle sinemanın sosyalleştirici bir yönü olduğunu ve bu yönü ile sosyal bir faaliyet olduğu kabul edilebilir. Bu faaliyetler tek başına yapılmasına rağmen, görünmeyen bir sosyal grup oluştururlar bu grup da aynı anda aynı içeriği izleyen insanların oluşturduğu bir sosyal gruptur. (Jarvie,1993:23)

Sinemadaki seyir deneyiminin sosyalleşmeyle olan ilişkisini değerlendirirken dönemin sosyolojik ve ideolojik koşullarını göz ardı etmemek gerekmektedir. Sanayileşme ve kentleşme sürecine paralel bir gelişim gösteren sinema, bu dönemin koşulları içerisinde yaşayan bir toplumun bireylerinden oluşan bir temsile ev sahipliği yapmaktaydı. Sinema ve Kent ilişkisini incelediği çalışmasında Mehmet Öztürk, sinemanın opera, bale ve buna benzer diğer sahne sanatlarının tersine toplumun üst kesimine değil, alt kesimine ait bir sanat biçimi olarak doğduğunu ve bunun kültür tarihindeki istisnalardan biri olduğuna özellikle vurgu yapar. (Öztürk,2005:121) O dönemin sinema seyircileri daha çok büyük kentlerde yaşayan, sanayileşme döneminin ağır fabrika koşullarında çalışan işçilerdir ve sinema onlar için vazgeçilmez bir boş zaman etkinliğidir. “Aylak Sınıfın Teorisi” isimli çalışmasıyla kuramsal anlamda boş zamana ilk sistematik yaklaşımlardan birini getiren Veblen’e göre modern toplumda birçok şey gibi boş zaman faaliyetleri de artık bir tüketim nesnesine dönüşmüştür, alınır satılır hale gelmiştir. Ve tüketim, üst sınıfların gösteriş amaçlı yaşam biçimlerinin en önemli göstergelerinden biridir. Orta ve alt sınıf ise üst sınıfın tüketim alışkanlıklarını taklit ederek onlar gibi olmaya çalışır.(Veblen,2005:102) O dönem seyircisinin sinema ile olan ilişkisini Veblen’in kuramına göre yorumladığımızda, sinemanın hızla sosyalleşmesinin ideolojik bağlamını görmek olası hale gelmektedir. İşçi sınıfının sinema ile olan ilişkisinde, üst sınıfın opera ve bale ile olan ilişkisini örnek alıp, bu yolla kendisini üst sınıfın yerine koymuş olduğu düşünülebilir. Ancak sinemanın üretim ve gösterim olanaklarının gelişmesine paralel bu durum ilerleyen yıllarda değiştiğini, bir süre sonra her kesimden ve her sınıftan insanların tercih ettiği bir etkinlik niteliğine büründüğünü de eklemek gerekir. Bu durum, sinema salonunun her sınıftan insanların bir araya geldiği bir sosyal karşılaşma mekânı olmasını da beraberinde getirmiş ve böylece sinema salonlarının toplumsal niteliği de dönüşüme uğramış olur.

Sinema salonunda seyir deneyiminin bir diğer önemli özelliklerinden biri de Serpil Kirel’in değinmiş olduğu, sinema salonlarının bir “kaçış alanı” olması niteliğidir. Kirel, sinema salonunun bir mekân olarak içerisine giren seyircisine vaad ettiği “kaçışçı hazlar”ın hesaba katılması gerektiğini özellikle vurgular. Ona göre sinema salonları, modern yaşamın getirdiği yabancılaşma ve geleneksel ilişkilerin bozulması sürecinde kent yaşamının zorluklarından

kaçış alanı olması bağlamında ele alınmalıdır. (Kırel,2010:29) Sinema salonunun fiziksel özelliği, karanlığı, sessizliği ve izlenen filmin atmosferinin hem teknik ve görsel anlamda seyirciyi kuşatmış olduğu gerçeği göz önüne alındığında, Kırel'in yorumunun haklılık payı ortaya çıkmaktadır. Sinema salonunda film izleme deneyimiyle ilgili değinilmesi gereken bir diğer önemli nokta da seyircinin film izleme sırasında yaşadığı katharsis, özdeşleşme, haz alma deneyimi ve seyircin sinemaya gitme nedeninin bunlarla da ilişkilendirilmesi gerektiğidir. Aristoteles'in Poetika isimli eserinde kullanılan ve sanat-estetik kuramları için anahtar sözcük haline gelen katharsis, en genel anlamı ile arınma sözcüğüne karşılık gelmektedir. Seyircinin yaşadığı bir deneyim olarak nitelendirilen bu kavram, Aristoteles'e göre eylem içindeki kişiler tarafından gerçekleştirilen taklit aracılığıyla, acıma ve korku gibi heyecan yaratan duyguların katharsisi sağlanmaktadır. Özdeşleşme ise yine seyircinin yaşadığı bir deneyim olarak, seyircinin sinema salonunda perdede izlediği görüntüler karşısında, kendi algısını simüle eden kamerayı aşkın bir özne olarak kurması, onunla özdeşleşmesi ve bu yönlendirme doğrultusunda kendisini izlediği anlatı içerisindeki bir karakterin yerine koyup, onunla özdeşleşmesidir. Seyirci, "kamera" ile özdeşleştiği için, perdedeki görüntü-lerin kaynağının kendisi olduğunu sanır. Artık perde, ona kendisini yansıtan bir ayna olmuştur".(Erdoğan, 1996:246) Sinema salonda yaşanan kişisel deneyimin bu yönleri de sinema-seyir sürecinin önemli öğelerinden biri olup, geleneksel üretim tarzının değişmesinin ardından seyircinin değişen konumunu analiz etmek anlamında önem taşımaktadır.

3. DİJİTAL SİNEMA

Dijital sinema, altyapısı 1970lerde başlayan ve etkisi 1990'lı yıllarda görülmeye başlanan teknolojik değişimlerin bir sonucu olarak ortaya çıkmış ve geçerliliğini hala korumakla birlikte gün geçtikçe yaygınlaşan bir üretim biçimi olarak oldukça önemli bir yerde durmaktadır. Dijitalleşme kavramı çerçevesinde ele alınan bu değişim ise bugün "yeni medya" başlığı altında tartışılmakta ve bu alanda oldukça fazla sayıda çalışma yapılmaktadır. Yeni medya konusunda yaptığı kuramsal çalışmaları nedeniyle oldukça önemli bir isim haline gelen Lev Manovich, The Language Of New Media isimli çalışmasında, yeni medyanın 5 temel niteliği (Sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik, kod çevrimi) olduğundan söz etmiş dijitalleşmeyi, yeni medyanın ilk ve esas özelliği olarak tanımlamıştır.(Manovich,2001:27-49) Ona göre dijitalleşme iletinin kodlardan, matematiksel simgelerden oluşmasıdır. Böylece tüm veriler sayılabilir ve programlanabilir hale gelmektedir. (Manovich,2001:27)

Dijital sinema ise en genel ve anlaşılır tanımı ile, sinema filmlerinin "geleneksel yöntem olan 35 mm film şeritleri yerine sayısal teknoloji kullanılarak üretilmesi, dağıtılması ve gösterimini" içermektedir.(Buyan, 2006:59) Teknik anlamda içerdiği süreç ve işleyiş mantığı anlamında ise "dijital kayıt, sıkıştırma, güvenlik için kodlama, depolama, uydu, network/internet ya da dijital disk aracılığıyla dağıtım, güvenlik kodunun çözülmesi, sıkıştırmanın açılması, sıkıştırılmamış hale getirilmesi ve dijital projektörle gösterim süreçlerini" kapsamaktadır (Erkılıç,2006:65).Sinemada dijital teknolojilerin kullanılmasının üretim ve gösterim olanaklarında yarattığı etki o denli büyüktür ki, sinemada sesin bulunmasının ardından en önemli değişim olarak gösterilmektedir. Sinemada dijital teknolojinin ilk örnekleri ses kaydı ve bazı özel efekt kullanımları şeklinde görülmüştür. Bir süre sonra film kameraları da 35 mm film yerine dijital teknolojiye göre düzenlenmiş ve önce DV, ardından HD kameralar kullanılmaya başlanmıştır. Son olarak da filmin post-produksiyon yani yapım sonrası tüm aşamaları da dijital ortamda yapılmaya başlanmış, böylece film yapım süreçlerinin bir çoğu dijital ortamda gerçekleşmeye başlamıştır.(Erkılıç,2006:63) Dijital devrimin son aşaması olan dijital gösterim olanaklarının ilerlemesiyle bu teknik gerçek anlamda etkisini göstermiş olmakla birlikte, çalışmanın merkezine aldığı sinema-seyir kültürü açısından daha tartışılabilir sonuçlar elde edilmiştir.

James Monaco, “Görüntüler, sesler ve metinler bir kez sayısallaştırıldığında, her şey olanaklıdır. İletişim aracımızın bizim için yapmasını istediklerimiz ile bunların işleyişlerinin kapasitesi arasındaki mücadele sona ermiştir” yorumuyla dijital sinemanın sınırsızlığını dile getirmiştir.(Monaco,2010:512) Monaco’nun da vurguladığı sınırsızlık, sinemanın somut yapım-üretim koşullarını kökten değiştirmiş, sinemanın nesnesi olan görüntüyü elde etme koşulları da tamamen değişmiştir. Pelikül döneminde, var olan gerçekliğin yeniden sunumu söz konusu iken, dijital dönemde bu zorunluluk ortadan kalkmış ve bilgisayarlar aracılığıyla tamamen yeni bir gerçeklik üretilmiştir. Bu hem sinemadaki anlatı türlerinin farklılaşmasına yol açmış, hem de yepyeni anlatım biçimlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu yeni anlatılar ve anlatım biçimleri karşısında seyirci şüphesiz konum değiştirmiş, bu da dijital sinema ve seyir kültürünün yeniden ele alınması ihtiyacını doğurmuştur

3.1. Dijital Sinemada Sinema-Seyir Kültürü ve Seyircinin Konumu

Dijital sinemanın temel süreçleri ele alınırken bu sürecin son aşamasının dijital gösterim olduğundan söz edilmişti. Dijital gösterim, daha önceki geleneksel üretim biçiminin aksine seyirciyi çok daha fazla merkezine koyan ve onun beklentilerine göre kendi dinamiklerini yenileyen bir aşama olarak olanaklarını gün geçtikçe arttırmaktadır. Bir önceki bölümde de söz edildiği gibi anlatım biçiminin değişmiş olması, anlatılan taraf olan seyircinin konumu ve sinema-seyirci ilişkisinin değişimini de beraberinde de getirmiştir hiç kuşkusuz. Dijital olanaklar, seyircisine kazandırdığı seyir deneyimleri olan televizyon, video gibi teknolojilerde gözlemlenebilir sonuçlar vermesine karşın, bu sonuçların en somut değerlendirilebileceği teknolojiler üç boyutlu sinema ve interaktif seyir teknolojileridir.

Dijital olanaklarla sinema filmlerinin televizyon kanalları ya da video aracılığıyla izlenmesi, sonuçlarının teknolojik bağlamdan çok, toplumsal bağlamla ilişkilendirilmesi gereken olgulardır. Aynı zamanda seyir kültüründeki ilk önemli kırılma olarak da ele alınabilecek televizyon ve video, seyirciye sinema filmini sinema salonu dışında izleme olanağı yaratmış olması anlamında dikkatle ele alınmalıdır. Çünkü bu, toplu seyir kültürünün kırılması anlamına da gelmektedir. Böylece seyirci kendi tasarrufu altında dilediği filmi, dilediği kişilerle izleme şansı yakalamış olur. Üstelik televizyondan ya da videodan izlediği filmi sinema salonu şartlarında izlemiyor olması, sinema salonunun ona vaad ettiği ritüellerden ya da zorunlu kıldığı “seyir adabı”ndan da dilediği gibi feragat etme sonucunu doğurur. Bu Jarvie’ye göre seyircinin törensel olandan-gayri-resmi olana geçişini simgeler. Çünkü sinema salonunun yoğun duygular yaratan törensel havası yerine, evin gayri resmi havası söz konusudur ve seyir biçiminin kendisi de sinemanın törensel alışkanlıklarından son derece farklıdır: Her şey bir parmağımızın düğmeye basması ile başlar ve son bulur!(Jarvie,1993: 24)

Böylece pelikül dönemi sinema seyir kültüründe sözü edilen “kaçış alanı” olma özelliğinin burada ortadan kalktığı görülür. Çünkü bireyin kendisini teslim ettiği bir ritüelden daha çok, kendi seyir kurallarını, yalnız ya da birlikte izlediği seyirci çevresini belirlediği bir biçim söz konusudur ve bu nedenle kaçış alanı olma özelliği ortadan kaybolur. Yani seyircinin pasif konumu değişmiş, daha aktif bir seyirci gündeme gelmiştir.

Bununla birlikte önceki bölümde sözü edilen özdeşleşme, katharsis ve haz alma kavramlarının da seyir deneyimi açısından biçim değiştirdiği iddia edilebilir. Çünkü Aristoteles ve Erdoğan’ın özdeşleşme ve katharsis kavramlarını ele alırken, seyir mekânının öneminden söz edilmişti. Sinema salonları sahip olduğu görüntü ve ses teknolojileri anlamında bu deneyiminin yaşanması için gerekli mekânsal düzenlemeyi fazlasıyla içeriyorken, evde bir monitör aracılığıyla izlenen sinema filminin ve bu anlamda ev içi mekânın böyle bir potansiyele sahip olmadığı ortadadır. Her ne kadar artık DVD ve ev sinema sistemlerinde yapılan yeniliklerin göz boyayıcı özelliklere sahip olduğu hesaba katılsa bile, bütün bunların sinema salonlarını “aratmamak” kaygısı ile düzenlendiği ve bu anlamda sinemadaki seyir deneyimi ile kıyaslanamayacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla tüm bu koşullar içerisinde televizyon, video ya da DVD teknolojilerinin seyir sürecinde, seyirciye sinema salonunun vaat ettiği hazları ne ölçüde sunduğu bir şüphe konusudur.

Dijital teknolojinin getirmiş olduğu bir diğer seyir deneyimi olan 3 boyutlu sinema ve interaktif sinema ise televizyon ve videoya göre çok daha farklı bir yerde durmaktadır. Üç boyutlu sinema deneyimi fiziksel bir mekân olarak sinema salonunu ortadan kaldırma potansiyeline sahip, sadece seyir deneyiminin ön plana çıktığı ve bu anlamda tüm görsel ve işitsel olanakların bu deneyimi beslediği bir teknik olarak karşımıza çıkmaktadır. (Kırel,2010:112) Üç boyutlu sinema deneyimi özdeşleşme, katharsis ve haz alma kavramları bağlamında kendisinden önceki teknolojilere göre, seyirci üzerinde en fazla etkiyi yaratma potansiyeline sahiptir. Bunun en önemli nedeni hiç kuşkusuz sinema filminin ele aldığı gerçekliğin tekniğin olanağıyla üçüncü boyutuyla ele alınması ve görsel olarak seyircinin kendisini görsel olarak film gerçekliğinin içerisinde hissetmesinin kapılarının büyük ölçüde açılmış olmasıdır. Bu da özdeşleşmeye olanak sağlaması açısından önemli bir potansiyel olup, sinemaya gitme arzusuna büyük ölçüde yön verdiği düşünülmektedir.

Ancak seyircinin konumu açısından üç boyutlu sinema deneyimi ele alındığında ortaya tartışmaya açık bir sorun çıkmaktadır. Çünkü bir yandan sahip olduğu görsel ve işitsel olanaklarla seyircide sinema salonuna gitmek ve “orada olmak” arzusu yaratırken, diğer yandan yaşattığı seyir deneyim anlamında seyirciyi o mekândan soyutlar, film izlediği topluluktan ayırır ve yalnızlaştırır. (Kırel,2010:112) Nihayetinde üç boyutlu teknoloji bize film evreninin içindeymiş gibi bir haz yarattığı halde, o hazzı yalnız yaşarız. O evrende yanımızdaki koltukta oturan seyirci yoktur, bu kez kalabalığımızı oluşturanlar film evreninin içindeki karakterler ve oradaki atmosferdir. Bu nedenle seyircinin geleneksel konumunun değiştiği iddia edilebilir.

Üç boyutlu teknolojinin seyirci açısından ele alınması gereken bir diğer özelliği, filmin henüz yapım aşamasında iken seyircinin vereceği tepkilerin hesaplanarak gerçekleştirilmiş olması, bu bağlamda seyircinin tepkilerinin de biçimlendirilmiş olmasıyla ilgilidir. Kırel, “3 boyutlu sinemanın anlatısının en önemli noktasını, seyircisinin üzerinde oluşturacak olası aldanımcı etkinin bilinçli bir biçimde hesaplanması oluşturur” (Kırel,2010:112) cümlesiyle bu konuda önemli bir uyarıda bulunmuştur. Bu durumda seyircinin filme ilişkin vereceği tepkinin hesaplanmış olması, sinema salonunun girişinde baştan teslim olmuş biçimde kendisi için tasarlanmış özel gözlüğünü alması ve seyrini bu gözlükle gerçekleştiriyor olması; onun için öngörülmüş “görme biçimi”ne de riayet etmesi anlamına gelir ki bu da sinema-seyir ilişkisi ve seyircinin konumu açısından tartışmalı bir durumdur.

Dijital sinema teknolojileri ve getirdiği seyir biçimi anlamında değinilecek en son başlık interaktif sinema teknolojileridir. Yeni medya teknolojilerinin temel kavramlarından biri olan interaktivite kavramı, interaktif sinema bağlamında, seyirci ve seyredilen filmin karşılıklı bir ilişki içinde olması, bu ilişkinin birbirlerini etkileme olanağına şans tanyacak şekilde yapılandırılması anlamına gelmektedir. Sinemanın diğer üretim biçimlerinde de seyirci ve film arasında bir ilişki olmasına karşın, interaktif sinema, bu ilişkinin karşılıklı olması amacıyla ortaya çıkan bir teknoloji olması bakımından dikkat çekicidir.

İnteraktif sinemanın temel iddiası şudur: Sinema filmi, bir etkileşim nesnesidir. Yönetmen film aracılığıyla seyirciyle ilişki kurar, seyirci de filmi yorumlar ve tepkisini yine filme yansıtarak aynı biçimde yönetmenle ilişki kurar. Yani bir anlamda film, yönetmen ve seyirci tarafından ortaklaşa yaratılmış olur.(Öğüt,2004:63)

İnteraktif sinemaya ilişkin verilebilecek ilk örnek 1967 yılında Çek yönetmen Raduz Cincera tarafından gerçekleştirilen Kinoautomat enstalasyonudur. Bu enstalasyonda sinema salonunda özel olarak hazırlanan 127 koltuğun her birinde özel bir kumanda üzerinde iki adet düğme bulunmaktadır. Biri yeşil diğeri kırmızı renk olan bu düğmelerin her biri filme ayrı bir yön vermesi amacıyla konmuştur. Seyircilere izletilen her sahnenin sonunda yönetmen ya da belirlenmiş biri sahneye çıkıp, filmin ana karakteri olan Bay Novak’ın ne yapacağına ilişkin iki seçenek sunmuş ve seyircilerden bu iki seçenektan birini seçmesini istemiştir. Seyirciler

bu tercihlerini koltuklarındaki düğmelere basarak belirlemiş ve onların tercihlerine göre filmin gidişatı belirlenmiştir.(Sayın,2007:28-29)



Görsel 2. Kinoautomat enstalasyonu sırasında sinema salonundan bir görüntü

<http://www.kinoautomat.cz/foto.htm>

Görsel 2’de de görülebileceği gibi seyircilerin yaptığı oylama sonucu en fazla tercih edilen seçeneğe göre film ilerlemiş ve seyircilerin belirlediği bir sonla sona ermiştir. Bu tarihten sonra birçok interaktif film denemesi yapılmıştır. Bunların arasında bu çalışma açısından ele alınabilecek bir diğer örnek yine aynı yönetmene ait 1990 yılında yapılan Cinelabyrinth isimli çalışmadır. İlkine göre çok daha komplike biçimde tasarlanan bu projede bu kez bildik bir sinema salonu yerine tamamen bu proje için tasarlanmış bir mekan söz konusudur. Seyirciler filmi izlemeye önce bir salonda başlar, ardından tercih ettikleri seçeneklere göre küçük odalara ilerlerler. Bu odaların her biri küçük birer seyir salonudur ve seyirci tercih ettiği seçeneğe göre ilerleyip, hikâyeyi kişisel tercihine göre sonlandırır. (Sayın,2007:31-32) Bu projenin ilkinden en önemli farkı, etkileşimde bulunan seyircilerin bir topluluk olarak değil, birey olarak tasarlanmış olması ve tüm seyir sürecinin kişisel bir tercih yolculuğu olmasıdır.

Teknolojinin gelişmesine paralel olarak o tarihten bugüne birçok interaktif sinema çalışması gerçekleşmiş ve kavramın kendisinin sınırlarını zorlayacak kadar farklı çalışmalar yapılmıştır. Ancak bu teknik doğası gereği bilgisayar ve video oyunu mantığına daha yakın olduğundan daha çok bu alan üzerinden ilerlemiş ve büyük gelişmeyi burada göstermişlerdir. Günümüzde de hızlı bir şekilde yükselişini sürdürmektedir.

Ancak bu çalışma açısından interaktif sinema ve seyircinin konumu üzerine değerlendirme yapmak için interaktif sinemaya bir hikâyeye anlatma biçimi olarak bakmakta ve seyircinin konumunu bu hikâyeye olan etkileşimine göre tanımlamakta yarar görülmektedir.

Manovich, interaktif sinema konusunda görüşlerini sunduğu çalışmasında, interaktif anlatıda anlatı ile etkileşimde olan kişinin adeta bir veritabanında, bu veritabanını yaratıcısının kurduğu bağlantıların arasında gezindiğini belirtir. (Manovich,2001:226) Manovich’in de vurguladığı ve unutulmaması gereken şey, seyircinin anlatıyı değiştirme olanağının yönetmenin ona sunduğu şansa bağlı olmasıdır. Ki bu da interaktif sinemanın vaat ettiği karşılıklı etkileşim olanağının sınırlarını çizmektedir.

4. SONUÇ

Hiçbir sanat yapıtı, alımlayıcısından bağımsız olarak var olmaz ve alımlayıcı kişi, o yapıtın anlamlandırılma süreci ve bu sürecin tarihsel izleğinde oldukça önemli bir dinamiğe sahiptir. Sinema sanatında da seyirci böyle bir dinamiğe sahip olduğu gibi, ideolojik bağlamda bu sanatın tüketicisi konumunda olduğundan, varlığı zorunlu bir hal almıştır. Tıpkı tiyatro, opera ve bale gibi sinemanın tarihi de, içerisine seyircisini alan ve seyircisiyle olan ilişkisine göre belirlenen bir tarihtir. Sinema-seyirci ilişkisinin sinemanın temel üretim formları olan pelikülden dijitalle doğru giden bir izlekte ele alındığı bu çalışmada, sinemada seyir kültürü ve seyircinin değişen konumu bu çerçevede ele alındı.

Teknolojik olanakların etkisiyle her geçen gün yenilenen sinemanın üretim, dağıtım ve gösterim olanakları; ister istemez sinema seyir kültürü ve seyircinin konumunda değişiklikler yaratmaktadır. Sinemanın geleneksel üretim formu olan pelikül döneminde hâkim seyir kültürü sinema salonlarındaki toplu seyir kültürüdür. Bu seyir biçimde seyirci, içerideki topluluğun bir parçası olarak seyir deneyimini gerçekleştirir ve bu deneyim kişisel olmaktan çok toplumsaldır. Sinema salonunun her sınıftan insanların bir araya geldiği bir mekân olduğu gerçeği de göz önüne alındığında bu toplumsallaşmanın boyutlarının zenginliği daha da anlaşılır olacaktır. Bu üretim tarzının bir diğer özelliği sinema seyir sürecinin önemli öğelerinden olan özdeşleşme ve haz alma duygularının yaşanmasına fazlasıyla olanak tanınmasıdır.

Dijitalleşme süreci ile birlikte gündeme gelen televizyon, video gibi teknolojiler yoluyla seyir kültüründeki ilk önemli kırılma gerçekleşmiş ve toplu seyir biçimine alternatif bir seyir biçimi gelişmiştir. Seyirci evine kapanmış, sinema filmlerini televizyon ya da videodan izler olmuştur. Bu da sinema-seyir ilişkisinin toplumsal yönünün değişmesine neden olmuş ve seyircinin kişisel tasarrufları ön plana çıkmıştır. Sinema seyir süreci artık toplumsal beklenti ve tepkilerle şekillenen bir süreç değil, tamamen kişisel beklentiler üzerinden şekillenen bir süreç haline gelmiştir. Bu da “seyirci” kavramının, sinema salonunun kalabalığının içinde, kendisini o dünyanın ritüellerine adanmış herhangi biri olarak değil, evinde uzaktan kumandasıyla filmini izleyen ve film üzerindeki seyir tasarrufunu bir düğmeye basmak suretiyle elinde bulunduran bir olgu olarak da ele alınmasını zorunlu kılmıştır. Sinema-seyir ilişkisi ve seyircinin konumundaki ilk önemli değişim burada görülmektedir. 3 boyutlu sinema teknolojileri ise görsel ve işitsel anlamda seyircisine son derece zengin bir seyir deneyimi sunmasına rağmen; seyirci tepkileri film yapım aşamasında hesap edilmekte ve beklenen tepkiler doğrultusunda film şekillenmektedir. Bu nedenle üç boyutlu sinema deneyiminin sinema-seyir kültüründeki yerinin ve seyircinin konumunun, çeşitli yorumlamalara açık olduğu düşünülmektedir.

Dijitalleşme bağlamında son olarak ele alınan interaktif sinema teknolojileri ise, seyircisine ilk kez “özne” olma şansı tanıyan bir biçim olarak dikkat çekmektedir. İnteraktif sinemada, karşılıklı etkileşim mantığından hareketle anlatı, seyircinin tercihlerine göre belirlendiği için seyirci filmi belirleyen önemli öznelerden biri olarak görülmektedir. Ancak sözü edilen bu tercihler yönetmen ve film yapım ekibi tarafından belirlendiği için seyirci gerçekten anlatıya “dilediği gibi” yön vermeyip, kendisi için tanımlanmış özne rollerinden birini oynamaktadır. Daha çok bilgisayar ve video oyunları alanında üretimi yapılan interaktif teknolojilerde seyircinin gerçekten özne olup olmadığı tartışmaya açık bir alan iken; interaktif sinema seyir deneyiminin oldukça kişisel bir niteliği olduğu ve bu anlamda sinema-seyir kültüründe önemli bir değişim yaratma potansiyeli olduğu ortadadır. Sinema-seyir kültürü ve seyircinin değişen konumuna dair bu çalışmada değinilen bütün noktalara ek olarak; unutulmaması gereken, sinemanın bir teknolojiden çok bir sanat alanı olduğu ve seyir deneyimlerinin de bu sanatın kendisine has pratiklerini içermediği sürece ancak birer teknolojik deneyimden ibaret olarak kalacağı gerçeğidir.

KAYNAKLAR

- Benjamin, W.(1992). Pasajlar, (Çev.Ahmet Cemal). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
Buyan, B.(2006) “Digital Sinema: “Sayısal mı?, Pelikül mü?”. Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslar arası Konferansı Bildiri Kitabı, 57-62.
Erdoğan, N.(1996). “Sinema ve Psikanaliz”, Toplum ve Bilim, Sayı 70: 241-250.
Geray, H.(1994). Yeni İletişim Teknolojileri, Ankara: Kılıçaslan Matbaacılık.
Jarvie, I.C.(1993), “Sosyal Bir Kurum Olarak Sinemaya Gitmek”. 25. Kare, Sayı 5: 22-25.
Jeancolas, J. P.(2004). ‘Sinema Salonunun Doğuşu ve Gelişimi’. N. Türkoğlu, M. Öztürk ve G. Aymaz (der.). Kentte Sinema Sinemada Kent. İstanbul: Yenihayat Yayıncılık.
Kılıç, L.(2008). Fotoğrafın ve Sinemanın Toplumsal Tarihi, Ankara: Dost Yayınevi.
Kırel S.(2010). Kültürel Çalışmalar ve Sinema. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.

- Nowell-Smith, G.(2003). Dünya Sinema Tarihi. (Çev.Ahmet Fethi), İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Feigelson, K.(2004). “Sinema ve Toplumsal Kırılmalar”. N. Türkoğlu, M. Öztürk ve G. Aymaz (der.). Kentte Sinema Sinemada Kent. İstanbul: Yenihayat Yayıncılık.
- Veblen, T.(2005). Aylak Sınıfın Teorisi, İstanbul: Babil Yayınları.
- Manovich, L.(2001). The Language of New Media, Massachusetts: The MIT Press
- Erkılıç, H.(2006). “Elektronik/Dijital Sinema: Değişen Üretim Tarzında Olanaklar ve Sınırlılıklar”, Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslar arası Konferansı Bildiri Kitabı, 62-69.
- Monaco, J.(2010). Bir Film Nasıl Okunur, Ertan Yılmaz (çev.), İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Öğüt, S.(2004).”Interactivity In New Media”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Yeditepe University Graduate Institute Of Social Sciences.
- Sayın, A.F.(2007).“Teoride ve Pratikte İnteraktif Sinema ve Tv”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öztürk, M.(2005). Sine-masal Kentler. İstanbul: Donkişot Güncel Yayınları.

REINTERPRETATION OF ISTANBUL'S IMAGE THROUGH LIGHT MAPPING

Rana KUTLU

İstanbul Kültür University, Faculty of Art and Design, Istanbul
rana.guvenkaya@gmail.com

Banu MANAV

İstanbul Kültür University, Faculty of Art and Design, Istanbul
manav.banu@gmail.com

ABSTRACT

In the present study, historical and contemporary masterpieces in Istanbul will be discussed and analyzed considering "lighting scheme" as a design tool in the "lighting master plan". The present image of the city will be analyzed together with the light mapping tool. It was intended to introduce a "conceptual lighting master plan" where a lighting vocabulary is introduced for both educational purpose and as a metaphor in line with the enormous historical background of Istanbul. The scheme can be an overview or road map of how lighting might be used to meet the various program requirements while it also enhances and integrates with the architecture. Through the effective use of the lighting scheme, the unity and diversity in the history of the old city can be highlighted.

Keywords: Light Mapping, Visual Culture

1. INTRODUCTION

İstanbul is one of the most important cultural centers of the world. The city embraces two continents, one arm reaching out to Asia, the other to Europe. Through the city's heart, The Bosphorus strait, course the waters of the Black Sea, the sea of Marmara and The Golden Horn. İstanbul is the former capital of three successive empires-Roman, Byzantine and Ottoman. Today city honors and preserves the legacy of its past while looking forward to its modern future. The historical buildings; museums, churches, palaces, great mosques, bazaars and sights of natural beauty are İstanbul's variety and these architectural and natural beauties constitute environment and fascinate its visitors.

Also, lighting is a fascinating subject, which has physical, psychophysical and aesthetic aspects. Light and colour are two basic factors of human perception. Lighting of historical buildings and monuments plays an important part in the creation of urban lighting conditions. Lighting scheme can be used to emphasize the hierarchy and identity of masterpieces while city lighting plan can be designed with a zoning of the historical places on a light map. The color and lighting scheme can set a mood for the image of the city. Exterior lighting gives scope for new creativity, the opportunity to design in light and color on a scale that extends from distant view of a town to the close detail of the building facade.

In the study, historical and contemporary masterpieces in Istanbul will be discussed and analyzed considering "lighting scheme" as a design tool in the "lighting master plan". The present image of the city will be analyzed together with the light mapping tool. In the transformation and interpretation of the historical identity to the city silhouette, light can be used to formulate this idea. This statement will be discussed at various viewpoints in the specially selected historical places in Istanbul.

2. URBAN IDENTITY AND LIGHTENING

The term of identity is commonly used in a number of disciplines concerned with the study of human behavior, conduct and societal structures in general. Lynch [1] defines identity as “the extent to which a person can recognize or recall a place as being distinct from other places”. Like individuals, cities should have character and distinctions; like individuals, this flavour is made up of numerous characteristics, or identifiable elements [2],[3]. Urban spaces created through urban design come along as determining and guiding parameters with respect to urban identity [4]. Cities acquire an identity through the effects of the environment and their interaction. Especially, historical places are great importance because of reflecting the life styles of their era in spite of the monotonous view of city’s general structure and because of having symbolic characteristics of the city so that they provide the region to be known by the others and present the wealth of beautiful views.

Lighting has physical, psychophysical and aesthetic aspects for human perception on urban identity. A renovated interest about light in the city has grown in the last few years. This due to a change in life style and way of living public spaces during the night. This interest for public in general, born in 80’s, was the base for social and architectural studies and for involving of lighting in urban studies. City lighting was seen more as functional and crime prevent lighting projects were based on “more lighting equals to more safety”. Starting from this point of view, a misunderstanding on terms and definitions of outdoor lighting happens today.

Many cities worldwide are interested in the topic of nighttime urban planning. The purpose is clearly to enhance citizen safety, security, to support bussiness interests, to save energy and improve the city’s nighttime ambience, while at the same time minimizing all aspects of light pollution. When urban centers are being considered the following issues become important:

- the provision of lighting that will ensure safety from moving vehicles for pedestrians
- the provision of lighting that is appropriate for the type and volume of the vehicular traffic
- the provision of lighting designs and equipment appropriate to the architectural scene and urban landscape
- the provision of lighting that will deter anti-social behaviour [5].

Lighting is highly visible and a positive nighttime image of the city can help enhance communication; social interaction, esthetical enhancing, visual comfort, safety and security. The goals of a city lightening plan are likely to be [6];

- to establish the city as a leader in sensitivity to its appereance and utility an night as well as in the day, and to insure recognition of its effective and efficient lighting of the public and private
- to create a greater sense of the vitality of the city at night, encouraging more frequent visits by residents and tourists

Urban lighting includes some basic factors in the field of lighting and urban space as; communication, esthetical enhancing, renewal of outdoor environment, urban renewal. These factors should be integrated with another one, that is essential. It is the notion of “environment” as system of relations between subject and his space. It depends on our sensitivity, it is the result of our perception of space, difference between light and shadow, colour, of planting, movements and other things.

Urban lighting and public lighting are, in fact, deeply different for the concept itself and for the way to face a lighting Project. Public lighting is seen more as functional lighting in outdoor environment, responding to technical parameters, while “urban lighting” is a

multidisciplinary concept. So in this study, urban lighting will be discussed at various view points in the specially selected historical places on the Bosphorus Strait.

3. REINTERPRETATION OF ISTANBUL'S IMAGE THROUGH LIGHT MAPPING

Urban lighting affects the nightscape of a city. Many cities in the world have embarked on similar schemes where lighting is included as an integral part of the city planning. Istanbul is one of these cities which has become a cultural melting pot where there are the remnants of history from Byzantine to today. There is a bridge between the past and the present, invisible powers of light energy, color are carried through years and this power is hidden in various historical buildings. A lighting scheme need not address all areas or spaces. Especially Bosphorus Strait offers a delightful mixture of past and present. Therefore, in the study it is aimed that a conceptual lighting master plan for Bosphorus region is introduced and analyzed in line with the enormous historical background of Istanbul (Figure 1).



Figure 1.Historical Background of Istanbul

[<http://www.turkeymaps.net/istanbul-tourist-map.html/istanbul-bosphorus-map>]

The scheme can be an overview or road map of how lighting might be used to meet the various program requirements while it also enhances and integrates with the architecture. Through the effective use of the lighting scheme, the unity and diversity in the history of the old city can be highlighted. The color of light can change from white to red and blue following the chronological order of the masterpieces in the city. There also can be a progression of the light level from the bright (symbolizing contemporary masterpieces) to the dark (symbolizing historical masterpieces). Lighting is an expression of civic pride, so lighting master plan is necessary, but individual, uncoordinated approaches are likely to bring negative results. Preparation of lighting master plan needs close interaction among the authorities, architecture, city planner, lighting designer and electrical consultant.

Architectural Features; It is necessary to study the historical background and architectural details. Historical peninsula, Galata-Pera presents historical heritage, Levent-Maslak region presents modern images to the visitors (Figure 2). Architectural features affect the city silhouette, so while analysing the city, revealing basic architectural features is important. Historical silhouette and modern silhouette can be seen in figure 2. In such cases, these differences must be evaluated perfectly. Silhouettes which take place at the certain view and within one sight, should be evaluated according to the lighting master plan of the city.



Figure 2. Architectural Features Affect Historical Silhouette and Modern Silhouette

This study deals with lighting design which displays a building as an object of interest and architectural merit because of its function or age. The art of floodlighting of such buildings usually depends upon illuminance variation to achieve its objectives. Floodlighting does not seek to reproduce a daylight appearance, but rather to show the structure in a different but recognizable and attractive way. To this end it is important to realize that when displaying a building designing shadow is also important. Shadows created can be as important as the illuminated areas, and therefore, in a way, the term floodlighting is inappropriate, since merely flooding a building with light produces a very uninteresting result.

Hierarchy; In case a great number of important buildings take place at the silhouette, their effective images must be analyzed from the near and far viewpoints. To make the building or monument more interesting, artistic use of light and light, shade and shadow or colour difference is necessary. The lighting plan shall be in accordance to the architectural identity of the building, its location in the community and the view of those who own the building, should be undertaken before an attempt at external lighting of a building is made (Figure 3). This is particularly true with regard to the colour of the light to be employed.



Figure 3. Traditional Waterfront Houses On The Bosphorus Strait, Istanbul

Symbols; Elements which identify, associate, make marks on the image of a city are important for the lighting master plan of a city. These elements might be historical, unique, original structures or modern structures. Galata Tower can be given as an example or Kız Kulesi is one of the most romantic symbols of Istanbul, too (Figure 4).



Figure 4. Symbols of the City- Galata Tower and Kız Kulesi

There is a temptation to use coloured light to obtain a dramatic effect. This can be very successful, but only in very specific and appropriate circumstances. In general, a building usually benefits from unifying effect of a single colour of light or, occasionally, a subtle change of colour with direction. It is the revealing power of the light that should be harnessed in the scheme's design. Light from a prominent direction can display a building very successfully by allowing the varying orientation of the building's surfaces to create the shadows necessary to reveal its features [7].

Viewing Points – Proximity; In outdoor and architectural lighting, viewing directions of the observers also has to be kept in mind for the lighting master plan. Viewing points for the visitors or people passing by should be known to decide the aiming directions of the luminaires, while eliminating the glare. Facades shall be illuminated in a way to overcome flatness and being uninteresting. As far as possible, the direction of the lighting should not be from the same direction as the main direction of view of people looking at it.

4. CONCLUSION

In this study, historical and contemporary masterpieces in Istanbul is discussed and analyzed considering "lighting scheme" as a design tool in the "lighting master plan". The present image of the city is analyzed together with the light mapping tool. In the transformation and interpretation of the historical identity to the city silhouette, light was used to formulate this idea. According to the results, there are three key factors to effective lighting on cities:

- Practical, feasible and functional. Lighting scheme must be sensitive to the character of the city and must address the needs of the city in a way that meets the city's objectives.
- Holistic design. Lighting scheme must include all the components of the outdoor urban environment, maximizing the value of the night lighting and minimizing all the potential adverse effects.
- Technically aware. There is no need to light everything all night or to light at the same level late at night as early in the night.

REFERENCES

- [1] Lynch K (1981). *A Theory of Good City Form*, MIT Press, Cambridge.
- [2] Oktay D (2002). *The Quest For Urban Identity In The Changing Context Of The City Northern Cyprus*, *Cities* 19: 261–271
- [3] Thompson CW (2002). *Urban Open Space In The 21st Century*, *Landsc. Urban Plan.* 60: 59–72.
- [4] Lynch K (1960). *The Image Of The City*, The MIT Press, Cambridge.
- [5] Cartier, J. (1998). *Lumieres Sur la Ville-l'amenagement et la Ville Nocturne: De la Pratique Professionnelle A L' Usager*, ANTPE, Ales, p:275
- [6] Bordonaro, E., Aghemo,C., (2006). *Urban Lighting= A Multidisciplinary Approach*, *Urban Nightscape 2006 Conference Proceedings*
- [7] Bean, R., (2004). *Lighting: Interior And Exterior*, Elsevier Architectural Press,p: 229

SAVAŞ FOTOĞRAFI TARİHİNDE DİJİTALLEŞME SÜRECİ VE FOTOĞRAFİK ETKİSİ

Uğur Günay YAVUZ
Akdeniz Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Antalya
ugurgunay@gmail.com

ABSTRACT

From the Crimean War photographs that Roger Fenton went by a coach and authenticated to today, the war photography has showed a remarkable and rapid evolution in sense of technology especially after 1975 when the digital technology has entered in our daily lives and pervaded. As time goes by, instead of carrying a photo camera, cellular phones with the photo camera option has become a preference, yet became a standard. A Pulitzer Award winner newspaper photographer Damon Winter, assigned by New York Times to observe the U.S. operations in Afghanistan has awarded in “Pictures of the Year” Contest by the pictures that he has taken by his cellular phone with the help of a software called “Hipstamatic”. The utmost in the digitalization in the photography, by all means, is also bringing a wide range of debates with it. By this study, the history of war photography will be reviewed from the first day to today and will be analysed with the photographs including the 1st and 2nd World Wars, Vietnamese Conflict, the Iraq War where digital photography was used and thus the photographic effects of digitalization on the war photography is aimed to be revealed.

Keywords: Digitalization, Photograph, War Photography

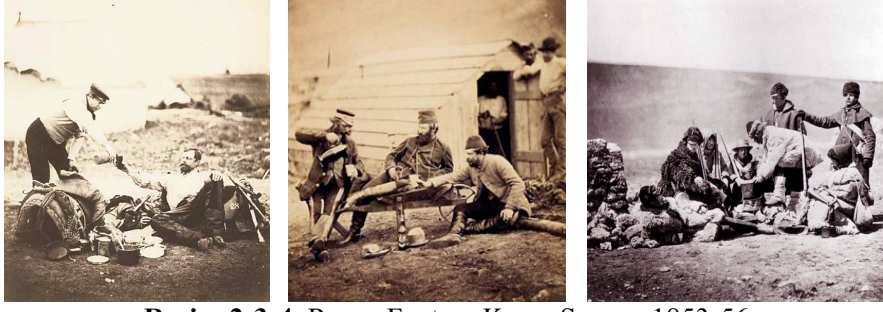


Resim 1. Bazı kaynaklara göre Roger Fenton, bazı kaynaklara göre ise Matthew Brady

1. SAVAŞ FOTOĞRAFI TARİHİNDEN

1.1. Kırım Savaşı (1853-56)

1853'te Osmanlı İmparatorluğu'nun Rusya'ya karşı girdiği Kırım Savaşı'na, daha sonra Fransa ve 1854'te İngiltere, Osmanlı'nın yanında katılmıştır. Asıl mesleği avukatlık olan Roger Fenton, İngiltere hükümeti tarafından, askeri kayıplar nedeniyle oluşabilecek, savaşa karşı olumsuz kamuoyu baskısını engellemek düşüncesiyle, “No dead bodies” (Cesetlere Hayır) şartıyla Kırım Savaşı'nı fotoğraflamak için Thomas Agnew & Son firması sponsorluğunda görevlendirilmiştir. Dört asistanıyla, bir at arabasıyla yola çıkan Fenton, ıslak plaka yöntemi kullanıldığı için 3-20 saniye arasında değişen poz süreleri ile, 360 kadar fotoğraf çekmiştir. İlk savaş belgeselleri olarak kabul edilen Fenton'un fotoğrafları, gerek fotoğraf teknolojisi, gerekse uygulanan sansür mekanizması nedeniyle, fotoğraflarda savaşın gerek sivil gerekse askerler üzerindeki etkisi, dehşeti değil, çatışma sonrası boş arazileri, çadırların önünde kahve veya pipo içen, adeta piknik yapan poz veren askerlerin görüntülerinden oluşmaktadır.



Resim 2-3-4. Roger Fenton, Kırım Savaşı, 1853-56

Roger Fenton'un koleraya yakalanıp ülkesine dönmesinden sonra, Osmanlı Darphane'sinde şef hakkak olarak çalışan James Robertson ve Felice Beato görevlendirilmiştir. Roger Fenton'un çekmiş olduğu Kırım Savaşı fotoğrafları, henüz fotoğraf baskı teknolojisinin gelişmiş olmaması nedeniyle, Illustrated London News'te gravür baskı yöntemi ile basılmıştır.

1.2. AMERİKAN İÇ SAVAŞI (1861-65)

Portre fotoğrafçısı olarak çalışan ve alanında büyük başarılar imza atan, Matthew Brady, bir ülkeyi ikiye bölen bu savaşı belgelemiştir. Fenton gibi Brady ve ekibi de, atların çektiği hareketli karanlık odalar kullanarak fotoğraflar çekmiş, ancak Fenton'dan farklı olarak kendisi tüm masraflarını portre fotoğrafçılığında edindiği tüm kazancı ile finanse ettiği için yaşadığı özgürlük fotoğraflarına da yansımıştır. Teknolojik zorluklara rağmen, savaşın dehşet verici atmosferini yakalamayı başarabilmiştir.



Resim 5-6. Matthew Brady, Amerikan İç Savaşı 1861-1865

Savaş sonrası satacağı fotoğraflarla kazanacaklarına umut bağlayan Brady, büyük hayal kırıklığı yaşamıştır, çünkü kimse savaşı değil görmek, hatırlamak, düşünmek istememiş, fotoğraflarını satamamıştır, bu sayede yıllar içinde edindiği serveti savaş fotoğrafı çekerek harcamıştır.



Resim 7-8. Matthew Brady, Amerikan İç Savaşı 1861-1865

Birçok üst düzey asker fotoğrafının yanı sıra, darmadağın olmuş birlikleri ve mahalleleri, ölen askerleri Brady'nin fotoğraflarında görmek mümkündür. Bu sayede tarihte ilk kez insanlar, fotoğraflar aracılığıyla, savaşın acı gerçekleriyle yüz yüze gelmişlerdir. Amerikan İç Savaşı'nı

bütünüyle fotoğraflanan ilk savaştır ve Matthew Brady'den başka Alexander Gardner, Timothy O'Sullivan da, bu savaşı belgeleyen ve öne çıkan isimler olmuştur.

1.3. I DÜNYA SAVAŞI (1914-1918)

İttifak Devletleri (Almanya, Avusturya-Macaristan, Osmanlı ve Bulgaristan) ile İtilaf Devletleri (Britanya, Fransa, Rusya, Sirbistan, Karadağ İtalya, ABD, Japonya, Yunanistan, Portekiz, Romanya ve Belçika) arasında gerçekleşmiştir. Hükümetler ancak görevlendirdiği, özel izin alan fotoğrafçıların çarpışma bölgelerine gitmesine ve fotoğraf çekmesine izin vermiş olması nedeniyle, fotoğraf tarihinde yoğun sansür uygulanan bir savaş olarak değerlendirebiliriz. İlerleyen ve hızlanan fotoğraf teknolojisine rağmen, uygulanan sıkı sansür nedeniyle, dört yıldan uzun süren, 5 milyondan fazla insanın öldüğü bu savaştan günümüze, çok az sayıda fotoğraf kalmıştır.



Resim 9-10. İsimli, I. Dünya Savaşı, 1914-1918

1924 yılında Vicdani retçi Ernst Friedrich'in, içeriğinde yayınlanamayacak kadar savaşın dehşet verici yüzünü yansıtan fotoğrafların olduğu "Krieg dem Kriege" (Savaşa karşı savaş) adlı eseri yayınlanmıştır. Özellikle "savaşın yüzü" başlıklı bölümde parçalanmış yüzler yer almış, kısa süre sonra kitap toplatılmış ve satışına askerler ve hükümet tarafından saldırıyla karşılık verilmiştir. Buna karşın bu kitap 10 baskı yapmış ve pek çok dile çevrilmiştir.



Resim 11-12. Ernst Friedrich, "Krieg dem Kriege" (Savaşa Karşı Savaş" kitabından

I.Dünya Savaşı'ndan sonra piyasaya sürülen Leica 35 mm fotoğraf makinesi hem çok küçük ve hafif olmasıyla taşınmayı, hareketi özgür kılmış, hem de fark ettirmeden, habersiz fotoğraf çekilmesini de olanaklı kılmıştır.

1.4. II. DÜNYA SAVAŞI (1939-1945)

Müttefik devletler olarak; İngiltere, Fransa, Sovyetler Birliği, ABD ve Çin, Mihver Devletler olarak ise; Almanya, İtalya ve Japonya katılmıştır. Hükümetlerin görevlendirdikleri fotoğrafçıların yanı sıra çok sayıda ajans ve gazetelerin, dergilerin de fotomuhabir gönderdiği bu savaş, nükleer silahların kullanıldığı ve Yahudi Soykırımı gibi kitlesel sivil ölümlerin gerçekleştirildiği, insanlık tarihindeki en kanlı ve en çok fotoğraf çekilen savaştır. Fotoğrafların hükümetler tarafından sıkı bir şekilde kontrol edilmesinin yanı sıra kendi çıkarlarına göre, propaganda amacıyla kullanım dikkat çekmektedir. "Kahraman asker" düşüncesini benimsetmeyi amaç edinen fotoğraflar, sıkça çekilmiş ve kullanılmıştır. Örneğin Almanya hiçbir sivil fotoğrafçının savaş alanından fotoğraf çekmesine izin vermemiş, bütün

fotoğraflar Propaganda Bürosuna bağlı fotoğrafçılar tarafından çekilmiştir ve yine aynı amaçla kullanılmıştır.



Resim 13. İsimless, Nagazaki'ye atılan atom bombası, 1945

Resim 14. Margaret Bourke White, Buchenwad Kampı, 1945

Resim 15. Eugene Smith, II. Dünya Savaşı, 1945

Savaşın fotoğraflanması ve bu fotoğrafların cephe gerisindekilere ulaşmasında Life dergisinin payı çok büyük olmuştur. II. Dünya Savaşı sırasında Life'in Londra'daki fotoğraf sorumlusu olan John Morris, 1972 yılı Eylül ayında Harper's Magazine'de yayımladığı bir yazıda şöyle diyordu: "Ağır yaralıların ve ölümlerin yüzleri tabuydu, "yakınlarının" görüp şok geçirmeleri istenmiyordu. Sonuç olarak silahlarımızın düşman topraklarında yarattığı korkunç görüntüler fotoğraflara yansıtılmıyordu ve bu nokta, kamuoyunun nasıl yönlendirilmiş olduğunu anlamak için son derece önemli. Berlin'e yapılan hava saldırılarının kurbanlarını görüntülediğim fotoğrafları Life'a göndermek istediğimde, sansür görevlisinin cevabı çok sade oldu: "Çok ilginç, bunları savaştan sonra kullanırsınız." Bu yanıt, sansür görevlisinin saflığını göstermiyordu, aslında son derece bilinçli bir hareketti, fotoğrafların yayımlanması yasaklanarak, halkın bilinçlenip savaşa karşı cephe alması önleniyordu. Savaşın akışına zarar verecek fotoğrafların yayımlanmaması gerekiyordu. Bu bakış açısı, fotoğrafçıların da kafalarına öyle işlemiştir ki, kendi kendilerine sansür uyguluyor, temsil ettikleri ülkelerin aleyhine fotoğraflar çekmiyorlardı. "İkinci Dünya Savaşı'ndaki standart yöntem, savaşma biçimimizin son derece uygun olduğunu göstermek üzerine kuruluydu: güneşin altında, gün ışığıyla birlikte ilerleyen bombalar... Onların saldırılarının neden olduğu yıkımları biraz gösterme iznimiz vardı, ama aşırıya kaçmaya izin yoktu, acıma duyguları uyandırılmıyordu. Öteki tarafta da aynı yasalar hakimdi. Hitler'i çalışma kamplarındaki gaz odalarını dolaşırken gösteren bir tek fotoğraf bulamazsınız. Japonlar Pearl Harbour'da yıkıma uğrayan insanların fotoğraflarını görmediler, havadan çekilen görüntülerle kazandıkları zafere tanık oldular sadece. Biz de aynı şekilde Hiroşima'da patlayan bombanın oluşturduğu, mantar şeklindeki fotojenik görüntünün fotoğrafını çektik." (Mary Price, Fotoğraf Çerçevesindeki Gizem, s.152) II. Dünya Savaşı unutulmaz fotoğraf karelerine sahne olmuştur.

1.5. VIETNAM SAVAŞI (1955-1975)

Doğu Bloğu ülkeleri olan Kuzey Vietnam, Çin ve Sovyetler Birliği ile Güney Vietnam ve ABD arasında yaşanmış olan savaştır. I ve II. dünya savaşları boyunca hükümetler tarafından empoze edilen, haklı bir dava uğruna savaşıldığı düşüncesini yıkmaması için yapılan otosansür, Amerika'nın Vietnam'da yaptığı yıkım ve Amerikalı askerlerin sıkıntıları fotoğraflara yansıdıkça çok ciddi bir kamuoyu bilinci oluşmuş, bu savaşın anlamsızlığı ve Amerika'nın savaşa katılmasına dair hararetle tartışmaların yükselmesine neden olmuştur.



Resim 16. Nick Ut, Napalm bombasından kaçan Vietnamlılar, 1972

Resim 17. Eddie Adams, Polis şefince öldürülen Vietnamlı, 1968

Ronald L. Haeberle 16 Mart 1968 tarihinde Amerikan askerlerinin My Lai katliamında çok sayıda kadın ve bebeğin öldürülüşünü fotoğraflamış, gizlice ülke dışına çıkardığı negatifleri sayesinde, bu fotoğraflar ancak 20 Kasım 1969 yılında Life dergisinde yayınlanabilmiştir.



Resim 18. Ronald L. Haeberle, My Lai köyü katliamı, 1968

Vietnam Savaşı sırasında çekilen çok sayıda fotoğraf, yansıttıkları savaşın dehşet edici görüntüleri ile fotoğraf tarihinde ikon halinde gelmiştir. Bu savaş sırasında Robert Capa mayına basarak, Larry Burrows ise Kent Potter, Henri Huet ve Keisaburo Shimamoto adlı üç fotomuhabiri ile birlikte bindikleri helikoptere, Amerikan birlikleri tarafından ateş açılması nedeniyle hayatını kaybetmiştir. Larry Burrows'un renkli olarak çektiği işkenceye uğrayan Vietnamlılar ve yaralı Amerikan askerleri fotoğrafları, çok ciddi bir tepki oluşmasına neden olmuş. Özellikle gençler arasında yaygınlaşan, savaş karşıtı eylemler, hükümetin geri adım atmasına neden olmuştur. Fotoğraf tarihinde, fotoğrafın kamuoyundaki gücünü, etkisini en açık şekilde hissettiren savaş, Vietnam Savaşıdır.



Resim 19-20-21. Larry Burrows, My Lai köyü katliamı, 1968

Ünlü savaş fotoğrafçısı James Nachtwey kendisi ile ilgili olan, "War photographer" (Savaş fotoğrafçısı) belgesel film çalışmasında fotoğrafa başlangıcını şöyle anlatmaktadır: "Fotoğrafçı olma kararım, savaş fotoğrafçısı olma düşüncesiyle başladı. Bu kararı, 70'li yılların başında Vietnam Savaşı sırasında aldım. Vietnam'dan gelen fotoğraflar, bize gerçekte perdenin arkasında neler olduğunu gösterdi. Bu fotoğraflar, siyasi ve askeri liderlerin söylediklerinin tam tersini gözler önüne sermekteydi. Bunlar, güçlü ve ölümcül savaşın ne kadar insafsız ve ne kadar soğuk olduğunu gösteren, doğrudan belgesel fotoğraflardı. Bu

fotoğraflardan çok etkilendim ve sonunda hayatımı bu geleneği devam ettirmeye adamaya karar verdim. (James Nachtwey, War photographer, (2001) filminden replik)

1.6. KÖRFEZ (BİRİNCİ KÖRFEZ) SAVAŞI (1990-1991)

1990'da Irak'ın Kuveyt'i işgal etmesiyle başlayan krizin sonucunda gerçekleşen, ABD öncülüğünde, Birleşik Krallık, Fransa, Suudi Arabistan, Suriye, Mısır gibi 28 devletin askeri koalisyonuyla, Irak arasında yapılan çok uluslu savaştır. Vietnam Savaşında fotoğrafın etkisinin-gücünün farkına varan ABD, bu sefer temkinli davranmış, fotoğrafçılara ancak Basın Bürosundan fotoğraf olarak yayın yapılmasına izin vermiştir. Bu nedenden dolayı bu savaş ile ilgili olarak, fotoğrafın yerini televizyonun aldığını söyleyebiliriz. Televizyon fotoğrafa oranla hızı, aynı zamanda da kontrolü, sansür uygulamada daha garantili olmasıyla ön plana çıkmıştır. Tuğrul Çakar'ın "Fotoğrafın mütevazî yaşamı adlı makalesinde "...insanların öldürüldüğü savaş gecelerini, havai fişek gösterisi gibi evime sokan teknoloji...olarak adlandırdığı, gecegörümlü kamera gözünden gösterilen, yeşilimsi televizyon ekranlarımızdaki havai fişekvari ışık yağmurları, belleklerimize kazınmıştır.



Resim 22. Petrole bulanmış karabatak görüntüsü

Resim 23. CNN televizyonunun Körfez Savaşı yayınlarından bir kesit

Komutan onayı olmadan yayın yapamayan CNN'in, yapmış olduğu ABD yanlısı yayın ve fotoğraflar, kamuoyu desteğini sağlamayı amaçlamıştır. Bu amaçla 1. Körfez Savaşı'nın en akılda kalıcı fotoğrafı olarak kabul edilen petrole bulanmış karabatak görüntüsü için ise Zafer Arapkirli şunları söylemektedir: "Yine Saddam Hüseyin yönetiminin Körfez kıyılarındaki petrol tesislerini havaya uçurup denizi "bir daha tarih boyunca temizlenemeyecek düzeyde kirlendiği" yalanı, müttefik ağızlarca ortaya atıldığı gibi, CNN başta olmak üzere Amerikan "network"leri petrole bulanmış zavallı deniz kuşlarının filmlerini saatlerce yayımlayarak "sadece insanlara değil, hayvanlara bile eziyet eden Saddam" imajını perçinlemeye kalkıştılar. Sonradan bu filmlerde görünen kuşların aslında yıllar önce Exxon -Valdez adlı tankerin yaptığı kaza sonucu (Alaska'da) denize yayılan petrolden kirlenen kuşlar olduğu ortaya çıktı ve yine "özür" dilendi. Kuş öyküsü de yalanlandı... " (<http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/110341.asp?0m=-305>)

Bu savaş, gazetecilik terminolojisine yeni bir deyim katmıştır: "Embedded journalist" (İliştirilmiş fotomuhabir). Melih Aşık "Açık Pencere'den 2000'li yıllar-1" adlı kitabında bu terimi şöyle açıklamıştır: "Embedded sözcük anlamında 'gömülmüş, iliştirilmiş' demek. Savaşı ordunun imkanlarıyla ve ordunun gözüyle izleyen gazeteci anlamına geliyor. Ancak, 'gömülü gazeteci', 'iliştirilmiş gazeteci' kulağa pek hoş gelmiyor. 'Embedded gazeteci'nin en güzel çevirisini Hasan Pulur yaptı: 'Yamanmış gazeteci'. (Melih Aşık:115). Savaşı, askerlerin tanklarından izleyen ve onların çizdikleri sınırlar dahilinde, yine onların gözünden aktaran fotoğrafçıların, özel sözleşme imzalaması gerekmiştir.

2. FİLMDEN DİJİTALE GEÇİŞ

Fotoğraf teknolojisindeki hızlı değişim sonunda, 1960'lı yıllarda NASA, analog sinyalleri dijital dönüşürme ve casus uydularda kullanmak üzere dijital teknoloji alanında çalışmalar yapmış, 1972 yılında Texas Instruments, film kullanmayan ilk kameranın patentini almıştır.

1981 yılında ise Sony tarafından video çekimi dondurarak kayıt yaptığından, tam olarak dijital fotoğraf makinesi olarak tanımlanamayacak olan, Mavica FD5 üretilmiş, 1986 yılında Kodak tarafından ilk Megapiksel sensörü bulunmuştur. 1991 yılında Nikon F-3 gövde üzerine 1.3 Megapiksel çözünürlüğünde, bir dijital sensör yerleştirerek yapılan ilk fotoğraf makinesi olmuştur.



Resim 24. Apple Quictake 100 Camera

17 Şubat 1994'te 30,000 dolar fiyatla tüketiciye sunulan ilk dijital fotoğraf makinesi, "Apple Quictake 100 Camera" olmuştur. Onu, 28 Mart 1995'te "Kodak DC40", 1995 sonlarında LCD monitöre sahip "Casio QV-11" ve 1996'da piyasaya Sony tarafından sürülen "Cyber-Shot Digital Still Camera" izlemiştir.

İlk dijital fotoğraf makineleri hantal ve yavaş olmasına rağmen çok hızlı bir şekilde bu sorunlar çözülmüş, günümüze gelmiş, bugün fotoğraf makinesinin bünyesine, video çekme ve kablosuz olarak fotoğraf gönderilebilme özellikleri de eklenmiştir.

Dijital fotoğraf makinelerinin film kullanan makinelerden en önemli farkı, kimyasal bir süreç gerektiren film yerine, elektronik bir sistem ve makinenin arka kısmında görüntünün görülebileceği bir ekranının bulunmasıdır. 36 kare fotoğraf çekip, filmin banyo ve baskısı süreçleri yerine deklanşöre basmak, ekrandan bakmak gibi saniyeler ile sonucu görmek, gerekiyorsa silip tekrar çekmek, günümüzde her yaş grubuna hitap eden dijital fotoğrafın cazibesini çok kısa bir şekilde özetlemektedir.

Çağımız hız çağıdır. Şurası tartışmasızdır ki, dijital teknoloji fotoğrafın oluşum sürecini kısaltmıştır. Hızın en büyük önem kazandığı savaş fotoğrafçılığında da, dijital fotoğraf teknolojisi büyük oranda süreci kısaltmış ve fotoğrafçının işini kolaylaştırmıştır. Bu çalışma kapsamında ele alınan savaşlar arasında dijital teknolojinin kullanıldığı tek savaş, Irak (II. Körfez) Savaşı olmuştur.

IRAK SAVAŞI-II. KÖRFEZ SAVAŞI (2003-2011)

2003 yılında başta ABD olmak üzere, Koalisyon Güçleri olarak tanımlanan ülkeler ordularınca, Irak'a karşı başlamış, 2011 yılı Aralık ayında son Amerikan bayrağının indirilmesi ile sona ermiştir.

Gazetecilerin, fotoğrafçıların sokulmadığı, fotoğrafların Basın Bürosu aracılığı ile dağıtımının yapıldığı, dijital fotoğraf makinelerinin iyice yaygınlaştığı, amatör kompakt fotoğraf makinelerinin- profesyonel fotoğraf makinelerinin, cep telefonlarının ise amatör kompakt fotoğraf makinelerinin yerini aldıkları bu savaşta, fotoğrafçıların yerini askerler almış ve askerler çok sayıda fotoğraf çekmişlerdir. Irak savaşı, savaş fotoğrafı tarihine Ebu Garib Cezaevinde Amerikalı paralı askerlerin, Iraklı tutuklulara yaptıkları işkenceleri, dinsel ve cinsel aşağılamaları gösterdikleri fotoğraflar ile, önemli bir yer kazanmıştır.



Resim 25-26-27. Ebu Garib Cezaevinde çekilmiş olan fotoğraflar, 2003

Fotoğrafların ve işkencenin baş aktrislerinden olan Lynndie England adlı kadın asker, fotoğrafların ortaya çıkmasının ardından görevinden alınmış ve “Neden pişman olacak mıyım?” adlı kitabını yazmıştır. Ortaya çıkan fotoğraflar dışında elinde 600 adet daha bunlar gibi fotoğraf olduğunu söylemiş, bunların birer hatıra fotoğrafı olduğunu da ileri sürmüştür. İlk anda bu çekilen fotoğraflar çekim amacı nedeniyle hatıra fotoğrafı olsa da, ortaya çıkmasından itibaren, artık bunlar birer belge fotoğrafı niteliği kazanmışlardır.

2007 yılı yapımı Rory Kennedy’nin yönettiği ‘Ghosts of Abu Ghraib / Ebu Garib’in Hayaletleri’ adlı belgesel filmde Ebu Garib Cezaevinde tutuklulara uygulanan işkence fotoğrafları, uygulayanlar ve uygulananların ağzından, konu edilmiştir.

3. DİJİTALLEŞME SÜRECİNİN FOTOĞRAFİK ETKİSİ

Teknik bir icad olan fotoğraf makinesinin serüveni çok hızlı ilerlemiş, büyük format, orta format ve sonrasında 35 mm, 36 karelik fotoğraf filmi kullanan ve dijital fotoğraf makineleri, şimdi ise cep telefonunun bünyesindeki fotoğraf makineleri yerlerini almıştır.

Fotoğrafçı ve yazar Tuğrul Çakar, fotoğraf dünyasındaki teknolojik tüketim çılgınlığını şu sözlerle aktarmaktadır: “Birileri bizim hiç durmadan fotoğraf çekmemizi istiyorlar. Daha çok film tüketmemizi, eskisini atıp yeni fotoğraf makineleri almamızı istiyorlar. Başka hiçbir sanat ortamında yaşanmayan bu garip tüketim zorlaması bitmiyor. Bu kez sayısal görüntü aygıtları devreye sokuluyor. Bizi öylesine çaktırmadan, öylesine ustalıkla programlıyorlar ki, daha cazip, daha keyifli diye sevinç çılgınlıkları atıp, ekranların-tuşların önüne oturuyoruz. Gün aşırı yeni programlar tutuşturuyorlar ellerimize. Biz de haliyle daha yaratıcı (!) oluyoruz.” (Tuğrul Çakar, “Fotoğrafın Mütevazi Yaşamı”, Papirüs Dergisi:48)

Bununla birlikte, 5 Ocak 2012 tarihli The Wall Street Journal'da yayınlanan habere göre Kodak firması, elindeki dijital patentleri kısa sürede satıp, yeterli sermayeyi yaratamazsa, en geç Şubat ayında iflas edecektir. Haberde şu bilgilere yer verilmiştir: “2000 yılında kendini dijital kamera alanında bir numara olarak gören Kodak, 2005'te dijital kamera satışlarında ABD'de bir numaraydı. Ancak zaman içinde dijital fotoğraf makinelerinin satışları düşüş eğilimine girdi; zira artık akıllı telefonlarını yeterli gören kullanıcılar bu makinelere ihtiyaç duymamaya başladı. Zaten NPD araştırma şirketinin yayınladığı son rapor da bu olguyu doğrular nitelikte. Bu rapora göre kamera satışları geçen yıl yüzde 17 oranında düşüş kaydetti.” (<http://online.wsj.com/article/SB10001424052970203471004577140841495542> 81

0.html?mod=WSJ_hp_us_mostpop_read) 19 Ocak 2012 tarihinde ise şirket iflas başvurusunda bulunmuştur.

Günlük yaşamımızın kaçınılmaz olarak, vazgeçilmezleri arasında ilk sırada yer alan cep telefonları, artık aynı zamanda birer fotoğraf makinesi ve video kamera olma özelliğini de taşımaktadır. Çözünürlüğü ve özellikleri fiyatıyla orantılı olarak değişen cep telefonu kameraları, şu gün itibariyle piyasada bulunan pek çok kompakt dijital fotoğraf makinesi ile başa baş gitmektedir, hatta bazılarını da geçmiş durumdadır. Çözünürlüğü 12 MP olan cep telefonu kameraları çıkmış, her geçen gün de daha da artarak yenileri çıkmaktadır. Her zaman yanınızda taşıma, hafif ve küçük olma özellikleri nedeniyle cep telefonu kamerası özelliği, cep telefonu satın alınmasında önemli kriterlerden birini oluşturmaktadır.

ABD'nin Afganistan'daki operasyonlarını izlemek üzere gazetesi New York Times tarafından görevlendirilen, Pulitzer ödülü sahibi foto muhabiri Damon Winter, cep telefonuna yüklediği 'Hipstamatic' programı yardımı ile çektiği fotoğraflarla '2011 Pictures of the Year' (Yılın Fotoğrafları) yarışmasında üçüncülük ödülünü almıştır. Gerek cep telefonu ile çekilmesi, gerekse çekilen fotoğraflara uygulanan filtreler nedeniyle gerçekliği yansıtmadığı görüşüyle bu ödüle dair yükselen itirazlara, Winter Poytner Enstitüsünde katıldığı bir programda şöyle yanıt vermiştir: "Afganistan'da savaşan Amerikan askerleri sürekli cep telefonlarıyla birbirini çekiyorlar. Ben de onların yaptığını biraz daha fotoğrafçı gözüyle belgeselleştirmek istedim. Bu program sayesinde fotoğraflarda bazı detayları yakalamamın daha etkili olduğunu düşünüyorum" diye konuştu. "Birincilik ödülü alan fotoğrafın da siyah-beyaz bir kare olduğunu" kaydeden Winter, "Biz dünyayı siyah-beyaz görmüyoruz. Üstelik alan derinliği çok yüzeysel tutulmuş ve bu sayede ana konuya odaklanma sağlanmış. Biz dünyayı böyle de görmüyoruz. 1.2 diyafram ile çekilmiş bir fotoğraf. İnsanlar dünyayı 1.2'lik bir lensin sağladığı şekilde görmüyorlar. Bu durumda birincilik kazanan fotoğrafa da gerçek dememiz mümkün değil" dedi. Afganistan'da bulunduğu sırada cep telefonunun bazı yerlerde çekmediğini, bu yüzden "Hipstamatic" in güncellemelerini yükleyemediğini kaydeden Winter, bu duruma üzülmediğini, çünkü güncellemeleri yüklese daha farklı filtrelerin kullanıldığı fotoğraflar elde etme şansı doğacaktı." (<http://www.fotografokulu.org/2011/03/yilin-fotograflari-cep-telefonuyla-cekildi/>) Fotoğraf tarihinde ilk kez, bir cep telefonu aracılığıyla çekilen fotoğrafların, uluslararası alanda saygın bir yarışmada ödül almış olması, süregelen birçok eleştiriye rağmen, fotoğraf alanında dijitalleşmede geline son noktayı ortaya koymaktadır.

4. SONUÇ

Yaşamsal gerçekliğin içinden, deklanşöre basan kişinin görüş ve bakış açısının şekillendirdiği bir kadrarla, bir kesit seçmesi sonucu oluşan fotoğrafa, dijital teknolojinin gelişimi ile manipülasyon, müdahale kolaylaşmıştır. Çünkü artık bilgisayar programları aracılığıyla, hiç gidilmeyen bir yere gidilmiş gibi, hiç olmayan görüntüleri varmış gibi, hatta hiç var olmamış kişileri yaşayan bireylermiş gibi göstermek mümkün olmaktadır. Bu şekilde fotoğrafa uygulanan dijital müdahaleler temel amacı yaşamı estetize etmek olan, sanat fotoğrafı alanında kabul görürken, temel amacı yaşamı estetize etmek olmayan, yaşamsal gerçekliği yansıtmayı amaçlayan belgesel fotoğraf alanında, tartışmalar yaratmıştır. Fotoğrafın bir kanıt, bir belge olma özelliğinin sarsılması nedeniyle, artık fotoğrafa bakan kişi kuşku ile yaklaşmaktadır. Son söz olarak şunu söyleyebiliriz ki fotoğraf, çağının getirdiği teknik olanakları geçmişte de sonuna kadar kullanmış, gelecekte de kullanacaktır. Ancak tekniğin bir araç, özünde ise teknik bir icat olan fotoğrafı çeken kişinin olduğu unutulmamalıdır. Bir fotoğraf gerek dijital veya analog makine, gerekse cep telefonu kamerası aracılığı ile çekilmiş olsun, gerçekliği yansıtmayı yansıtmadığı, fotoğrafçının niyet, vicdan ve sorumluluk duygusuyla ortaya konmaktadır. Dijital teknolojinin fotoğrafçıya sağladığı kolaylık ve avantajlar inkar edilemez, ancak burada tartışılan, dijital teknolojinin getirdiği olanakların fotoğrafın en hassas alanlarından olan belgesel fotoğrafın bir alt başlığı, savaş fotoğrafındaki yeri ve önemidir. Dijital teknoloji savaş fotoğrafçıların işini çok kolaylaştırmış, süreç çok hızlanmıştır.

Bununla birlikte dijital teknoloji sayesinde fotoğrafçıların sayısında çok ciddi bir artış olmuş, her kompakt fotoğraf makinesi, fotoğraf çekebilen cep telefonu olan asker veya sivil birer fotoğrafçı haline almıştır. Bu çekilen fotoğrafların bir kısmı hatıra fotoğrafının ötesine geçemezken, bir kısmı ise yoğun sansürün uygulandığı, bir fotomuhabirin giremeyeceği bölgelerden sızan birer belge niteliği kazanmıştır. Bu kişilere “yurttaş fotomuhabiri” terimi kullanılmaktadır. Onlardan biri de 2004 yılında, Irak’ta ölen ABD askerlerinin bir kargo uçağındaki görüntülerini fotoğraflayan, kargo çalışanı Tami Sicilio’dur. Çektiği fotoğrafın, The Seattle Times gazetesinde yayınlanmasının ardından, oluşan tepki nedeniyle işten atılmasına rağmen, Irak Savaşı’na dair önemli bir belgeyi fotoğraf tarihine kazandırmıştır.

KAYNAKLAR

- Dora, S.(2003). Büyüyen Fotoğraf Küçülen Sosyoloji, İstanbul: Babil.
- Eisenman, S.(2007). Ebu Graib Etkisi, İstanbul: Versus Yayınları.
- Kolektif, Yüzyılın Fotoğrafları / Birleşik Devletler Ulusal Arşivinden Seçmelerle Amerikan Fotoğrafının Yüz Yılı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kolektif. (1972-75). Life Library of Photography, “The Great Themes” by the editors of Time_Life Books. Amerika: Time-Life
- Küçükdoğan, R.(2011). Reklam Nasıl Çözülür?. İstanbul:Beta Yayınevi.
- Lacayo, R., Russell, G.(1995). Time Eyewitness Collector’s Edition “150 years of Photojournalism” Amerika: Time Inc. Magazine Company.
- Oral, M. (2011). Toplumsal Belgeci Fotoğraf ve Fikret Otyam Örneği. İstanbul: Espas Yayınları.
- Price, M.(2004). Fotoğraf Çerçevedeki Gizem. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sontag, S.(1999). Fotoğraf Üzerine, İstanbul: Altıkkırkbeş Yayınları.
- Sontag, S.(2004). Susan Sontag Başkalarının Acısına Bakmak. İstanbul: Altıkkırkbeş Yayınları.
- Ünal, M.(1999). Yaşamın Aynası Fotoğraf. İstanbul, Gendaş Kültür Yayınları.
- Yaygın, M.(2009). Fotoğraf İdeolojisi. İstanbul: Kalkedon,
- Dede, V., Yanartaş, A.(2000). "Savaş ve fotoğraf". Geniş Açılı. Sayı 9, Kış 2000, s. 32
- Çakar, T. (2005). “Fotoğrafın Mütevazı Yaşamı.” Papirüs, s. 48
- Günay, U.(2001). “Kore Savaşı Fotoğrafları ve Türk Basını”. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- James Nachtwey, War photography filmi, 2001.
- Arapkırli, Z. ‘Savaşın ilk kurbanı gerçeklerdir’ ntvmsnbc.com. Available at <http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/110341.asp?0m=-305>
- Spector, M., Mattioli, D. “Kodak Teeters on The Brink”, Wall Street Journal, Available at http://online.wsj.com/article/SB10001424052970203471004577140841495542810.html?mod=WSJ_hp_us_mostpop_read (5 Ocak 2012).
- “İlk dijital fotoğraf makinesi” Available at <http://www.dijitalfotografmakinesi.com/category/genel/>.
- Gümrükcü, C.O. (2008). Dijital Fotoğraf Belgesel Fotoğrafın Sonu Mu?” Belgesel Fotoğraf.com, Available at <http://www.belgeselfotograf.com/aid=257.phtml>
- Ün, T. “Sayısal Görsel Üretim Çağında Belgesel Fotoğrafa Etik Bir Yaklaşım”. Fotomuhabiri.com. Available at <http://www.fotomuhabiri.com/etik/tahirun/tahirun.html>
- Çetin, Ö. “Dijital fotoğrafçılık”. Photoshop Magazin. Available at http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2005/09/dijital_fotografcilik.html.
- Yaygın, M. (2008). “Fotomuhabir, 'yurttaş fotomuhabir' ve sansür”. Birgün Gazetesi. Available at http://www.birgun.net/writer_2008_index.php?category_code=1187090298&news_code=1204159332&year=2008&month=02&day=28.
- “Cep fotoğrafı ödülü Winter’a” Radikal Gazetesi, Available at <http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=1042141&Date=07.03.2011&CategoryID=117>.

TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN MİMARLIK MESLEĞİNE YANSIMALARI VE SİMÜLASYON PROGRAMLARI'NIN MEKAN TASARIMINA ETKİSİ

Arzu ECEOĞLU

İstanbul Kültür Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Türkiye
a.eceoglu@gmail.com

ABSTRACT

The starting point of the product in the career of architecture, whose main goal is to create liveable sites, is suitability. All designers and architectures from Otto Wagner to Zaha Hadid, labelled the direction of their designs by taking form, function and constructional elements into account. During this labelling of direction, with the developing technology, new materials and visual design values led the way for architectures. The 2 and 3D drawing programmes, nowadays backbones of architectures careers, came out in the 1980s and after, prepared an environment that forced the designers to widen their vision. Besides, the raise of the awareness of the customer mass that we name the user put forth the necessity of the simulation programmes. The main goal of this communiqué is to present how the designs according to the reflection of technological developments to the careers of architecture take form.

Keywords: Architecture, Simulation, Organization of space (site), Design

1. GİRİŞ

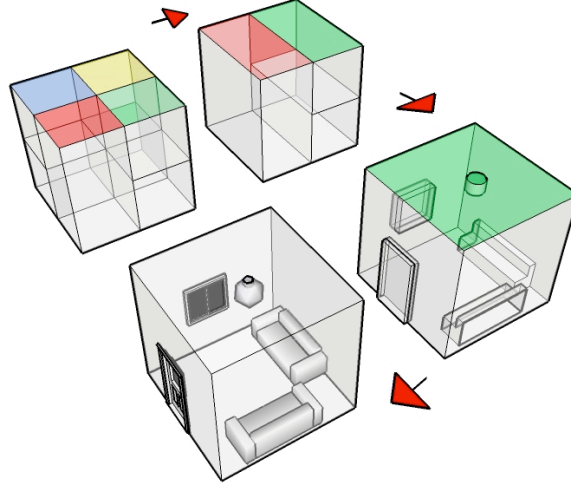
Günümüzde, yaşamımızın her alanında bilgisayarlar, bilgisayarların ek donanımları, görsel-işitsel çoklu-ortam teknolojileri ile veri iletişimini sağlayan şebeke (Networking) teknolojileri artan yoğunlukta kullanılmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin, kullanıldığı alanlarda verimliliği artırması ve sağladığı olanaklar mimarlık mesleğinde de etkisini göstermektedir. Bilişim teknolojilerinin mimari alanda önem kazanması, dijital ortamda tasarım ve araştırma olanaklarının kullanılmasını zorunlu hale getirmiştir. Bilgiyi kullanmada güncel teknolojilerin sağladığı görsel/işitsel iletişim ortamlarının, mimarlık mesleğinde tasarımsal açıdan hız ve mesleki kaliteyi arttırdığı da bilinmektedir. Tasarım mimarının ana etkinliğidir. Tasarlamak birşeyin kendisini değil, gösterimini yapmak demektir. Bazı dillerde de tasarım demek olan design kelimesi, Latince de signare den gelen işaret etmek anlamını taşımaktadır. Tasarlanan objenin gösterimi, çizim, maket gibi iki veya üç boyutlu modellerle olabildiği gibi, günümüzde bilgisayar ortamında modellenmektedir. Bu modellemeler sanal tasarımlar olmasına karşın, kullanıcı olarak tabir edilen müşteriye yapılan çalışmalarda gerçeklermiş etkisi vermekte ve uygulama sonucu ortaya çıkacak olan ürünü orijinaline yakın olarak görmeye imkan sağlamaktadır.

2. MİMARLIK VE TASARIM

Mimari mekân oluşturulmasında mimar; geometrik, fiziksel mekâna müdahale eder ve mekân belirleyici öğelerle bir bölge oluşturur. Başka bir söyleyişle mimari mekân kapatılır. Mekân genelde kütleler arasındaki boşluk olarak ele alınır. Fakat gerçekte mekân kendi olanaklarıyla mimari biçimlemeye sahip kütlelerin arasındaki bir biçimdir. İçeri ve dışarının değişkenliği mimarının özünü oluşturur. İçeride olmak gözlemci tarafından dışarıda olmaya karşı her zaman tercih edilir. Mekân içinde oluşturulan sınırlayıcı öğeler, insanları psikolojik olarak rahatlatılmaktadır. Tüm duyularına farklı oranlarda etkiyen sınırlar ve vurgu elemanları ile bir

gözlemci bulunduğu mekânı bir bütün olarak algılamaktadır. Mekanlarda dikdörtgen prizma geometrisi, hücrelerden çok katlı yapılara kadar en çok kullanılan formdur. Gerek doğa statığı gerek uygulama kolaylığı ve işlevsel koşullar bu formun her çağda kullanılmasını sağlamıştır (Erdem, T. 2004). Mekan oluşumunda geometrik formların varlığı her daim gözle görülür şekilde varlığını hissettirmektedir.

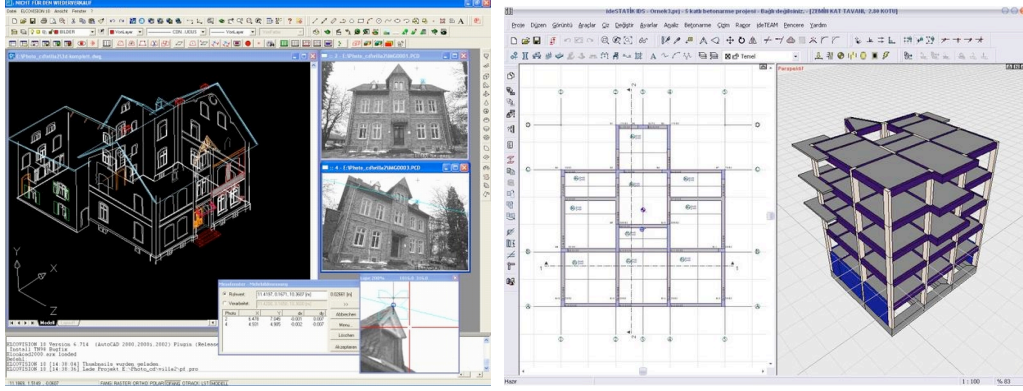
İç mimari tasarım süreci ise mekan organizasyon' unun en doğru, uygun ve tüm ihtiyaçların karşılanması sürecidir. İç Mimarlık disiplininin temelini oluşturan mekan tasarımı kullanıcının ihtiyaçlarını karşılama eylemidir ve bu eylem bir organizasyon şematığını oluşturur. Bu eylemin sonucu ise iç mimarın düşünce dünyasındaki fikirlerin bir arada toplanarak, kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılama, memnuniyetini kazanma ve ileriki safhalarda kullanıcı tarafından beğeninin sağlanmasına kadar geçen her aşamada oluşan bir organizasyon sistematiğidir. Mekan organizasyonunda iç mimar için önemli olan konu, mekanın istenen özellikleri taşımasıdır. Bu aşamada geometrik formlar yardımı ile tasarımını oluşturmaya çalışmaktadır. Genel kurguyu ve ilişkileri oluştururken kullandığı formlar, yöntemler ve araçlar izleyeceği yolu belirler. Konu, düşüncelerin imgesel dünyadan gerçek dünya ya aktarılmasına geldiğinde, mekanın algılanır ve yaşanılabilir bir hale dönüşmesini sağlayan geometrik formlar önem kazanır.



Şekil 1: Geometrik formlardan, mekan oluşumuna tasarım süreci örneği

3. MİMARLIK VE MİMARİ ÇİZİM PROGRAMLARI

Tasarım sürecinde önem kazanan ve mekanın şekillenmesinde de yararlanılan geometrik formlar 2 ve 3 boyutlu programlarında alt yapısını oluşturmaktadır. Resim 1 de görüldüğü üzere geometrik formdan oluşturulan mekan yine 3 boyutlu bir tasarım programında çizilmiştir. 1980'li yıllar itibari ile mesleki açıdan önem kazanan çizim programları mimarlar, iç mimarlar ve benzer disiplinlerde çalışanların zaman açısından en büyük yardımcısı durumunu almış bulunmaktadır. Kullanılan bu çizim programları ile 2 boyutlu çizilen projelerin, 3. boyutta statik hesaplamaları, aydınlatma, ısıtma ve havalandırma gibi benzeri sorunları da hesaplanabilmektedir.



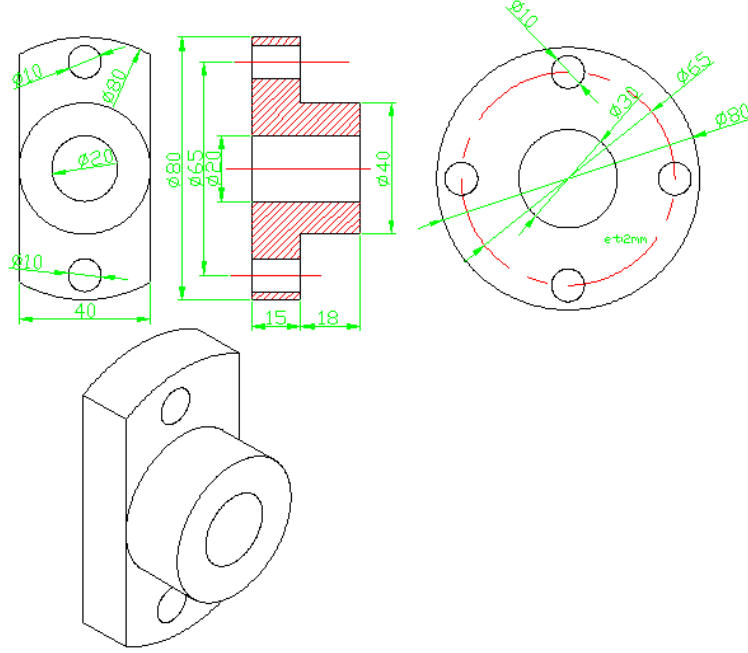
Görsel 1. Cad veri tabanlı çizim programı

Bu tip programların mesleki açıdan getirdiği bir diğer kolaylığı da yapılan iç mekan tasarımlarında malzeme, renk, doku ve benzeri donatı özelliklerinin seçiminde görmekteyiz. Resim 1 ve 2 de gördüğümüz 3 boyutlu çizim programları ile yapılmış olan tasarımlarda bu programların tasarımcıya sunduğu kolaylık ortaya konmuştur. Benzer mekanlar da yapılan farklı tasarımlar renk, ışık, donatı seçimleri, malzeme farklılıkları gibi yapılan değişikliklerin sadece birkaç komutla kolaylıkla gerçekleştirilmesine imkan sağlamaktadır.



Görsel 2. Cad veri tabanlı 3d çizim programı

Tasarım sürecinde özel amaçlı bilgisayar yazılımları; iki boyutlu çizim, üç boyutlu modelleme, animasyon, görselleştirme, yapı tasarımının sanal ortamda deprem dayanımı, aydınlatma, ısı korunumu gibi performanslarının simüle edilmesinde kullanılmaktadır. Tasarım programları ilgili alanda (mekanik, elektronik ya da mimari) çizim kolaylıkları sağlamanın ötesinde tasarıma ilişkin matematiksel çözümleri de gerçekleştirerek mühendislik yükünü hafifletmektedirler. Tasarım programları çizim programlarında bulunan temel çizim nesnelerini barındırmalarına rağmen, bu nesnelerin teknik resim çizme disiplini içinde kullanılmasını sağlarlar. Yaygın olarak kullanılan tasarım programlarına Auto CAD örnek verilebilir. Üç boyutlu tasarım tekniklerinin başında yüzey modelleme ve katı modelleme teknikleri gelmektedir. Yüzey modelleme ile önce tel kafes modeli olarak biçimlendirilen nesnelere daha sonra yüzey kaplanabilmektedir. Böylece son derece karmaşık nesnelerin gerçeğe yakın tasarımı yapılabilmektedir. Katı modellemede ise tasarımı yapılan üç boyutlu bir görüntünün temel fiziksel özellikleri belirlendiğinde, diğer fiziksel özellikleri bilgisayar tarafından elde edilebilmektedir. Örneğin ağırlığı verilen bir görüntü nesnesinin ağırlık merkezi, hacmi, bu nesneyi içine alabilecek en küçük kutunun boyutları ve bir dizi moment değerleri gibi veriler tasarım programı tarafından elde edilebilmektedir. Katı modellenen bir nesnenin herhangi bir eksene göre kesitini almak ve görüntülemek son derece kolaydır.



Görsel 3. 2 boyutlu çizilen objenin 3 boyut'a taşınması

Üç boyutlu olarak tasarlanan bir nesnenin herhangi bir kamera açısından görünüşünü elde etmek mümkün olmaktadır. Böylece bir parça (ya da bir mimari yerleşim) fiziksel olarak üretilmeden önce her açıdan incelenebilmektedir. Ayrıca dijital ortamda mimari tasarım organizasyonunun sağlıklı yürütülebilmesi, teknolojik olanakların verimli kullanımıyla mümkündür. Yeterli teknolojik donanım ve bilgiye sahip olmadan yapılan organizasyonlarda bir takım sıkıntılarla karşılaşmaktadır. Mimari tasarım sürecinde, mühendislik alanları gibi diğer bilgi disiplinleri ile ilişkilerde, bilgisayar yazılımlarının kullanımı ile grafik standartları, notasyonlar ve eşgüdümlü iletişim kavramları gündeme gelmektedir. Günümüz iş organizasyonlarında en çok karşılaşılan sorun, farklı yazılımların ve farklı standartların kullanılması ile iletişim problemleri olarak görülmektedir. Bu sorunları rasyonalize etmek amacı ile disiplinler arası standartlaşmalar ve ortak yazılımların kullanılması ve uygun iletişim yönteminin kullanılması önem kazanmaktadır.

4. SONUÇ

Mimari tasarım, mimarlık ile mühendislik alanları bağlamında disiplinlerarası ekip çalışmasıdır. Günümüzde büyük alanlı, farklı teknolojiler içeren ve karmaşık işlevli yapıların tasarlanmasında, çeşitli disiplinlerden uzman kişilerin bilgi girişine gereksinim duyulmaktadır. Mimarlık-mühendislik tasarım sürecinin dijital ortamlarda yapılmaya başlanmasından dolayı, mimar ve çeşitli disiplinlerdeki meslektaşların bilgi alışveriş şekli de değişikliğe uğramış ve daha kolay bir hal almaya başlamıştır. Günümüzde her alanda olduğu gibi mimarlık ve iç mimarlık hizmetlerinde de bilgisayarlar yoğun olarak kullanılmaktadır. Teknolojideki gelişmeler her geçen gün yeni olanaklar sağlamakta, üretimin kolay, hızlı ve daha hassas yapılabilmelerine olanak sağlamaktadır. Gelişen iletişim teknolojileri sayesinde, bilgisayarların kullanılmadığı geleneksel sistemlerdeki bilgi alış veriş için belli dönemlerde bir araya gelmek zorunluluğu ortadan kalmakta, tasarım ekibinde görev alan kişiler arasında zaman ve mekana bağlı kalınmadan dijital-senkronize bir iletişim ortamı sağlanmaktadır. Böylece, zamanı daha verimli kullanma imkanı doğmakta, tasarımın her aşamasında bilgi alış veriş sağlandığından karar verme hızını arttırmakta ve ortak çalışmalar daha verimli hale gelmektedir. Böylelikle müşteri memnuniyetide artmakta ve istenilen değişiklikler hızlı bir şekilde yapılabilir. Gelişen CAD programları, internet,

intranet gibi şebeke iletişimde her geçen gün yeni olanaklar sağlanmaktadır. Bu olanaklarla proje ekibinde görev alan kişiler istedikleri zaman intranet/internet üzerinde buluşup, tasarım üzerinde bilgi alış verişi yapabilmektedirler. Bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki gelişim, mimarların diğer disiplinlerle olan ilişkilerini de etkilemekte, “disiplinler arası dijital-senkronize” tasarıma olanak tanımaktadır.

KAYNAKLAR

- Akrout, N., Roxin, I., “Broadband Multimedia for Distance Education via Satallite”, Advanced Research in Computers and Communications in Education, Ed:Cumming, C., Okamoto, T., Gomez, L., IOS Press, Ohmsha, pp. 223-228, (1999).
- BALAMİR, A., “Meslek Sorunlarımız İçinde Mimarlık Eğitim Programlarının Yeri ve Program Başarısındaki Etkenler”, Yapı Dergisi, 1992/122, s.38-43, İstanbul.
- Bilişim Şurası , Türkiye 2. Bilişim Şurası. Eğitim Çalışma Grubu: Taslak Rapor (2004). <http://www.bilisimsurasi.org.tr>
- GÖKALP Baykal, AutoCAD 2002 ve AutoCAD LT 2002 Pusula Yayıncılık
- İzgi, U., Mimarlıkta Süreç, Kavramlar-İlişkiler 1. baskı”, Yapı-Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul, Cilt 201,199-200, 1999.
- Sönmez, G., "3D Dünyasının En İddialı Programları", BYTE Türkiye, Kasım 1997, ss. 42-51
- Yıldırım, M.T., “Mimari Tasarımda Biçimlendirme Yaklaşımları ile Bilgisayar Yazılımları İlişkisi”, Gazi Üniversitesi Müh. Mim. Fak. Der., Ankara, 19 (1), pp. 66-70, (2004).

TÜRKİYE’DE SİNEMA SALONLARININ DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ

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

ABSTRACT

Cinema industry is changing from celluloid-based film (35mm film) production, distribution and release net to the digital production, distribution and release net. Today digital process about production phase has been completed, providing the standardization is waited. So In digital cinema distribution and release phase which seem a real problem involves suspense out of a few practice. It is underlined that right away cinema industry need to invest in digital cinema which reduces the costs to compete with innovations such as HD TV broadcasting, developing DVD market. Also, new digital technology enables film distribution, download and viewing via internet so this appeals to the audience and causes lose of audience in the movie theatres. It is asserted that with digital cinema distribution and release, costs will be lower and its positive results in the ticket prices (lower ticket price) will appeal the audience to the movie theatres again. At this point in spite of the finance ,suspense of technological standardization and inadequacy of craft, main concern is how to transform movie theatres to the digital cinema. This notice focuses on observed release aspect of digital process in Turkey cinema both in production and release field. Within this scope the question of has Turkey got a ‘policy of digital cinema’ will be answered.

Keywords: Digital cinema, Digitization of cinemas, Policy of digital cinema

1.GİRİŞ

Teknoloji ile mutlak ilişki içinde olan sinema, tarihsel gelişim süreci içerisinde yeni teknolojik gelişmelerle kendisini sürekli yenilemiş ve geliştirmiştir. Dijital sinema bu sürecin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Dijital sinema kavram olarak yapım, dağıtım ve gösterim pratiğinin tamamen dijital olarak gerçekleştirilmesi sürecini içermektedir. Ancak genellikle dijital sinema derken, sinema salonunda dijital projeksiyonla gösterim anlaşılmaktadır. Bugün ağırlıklı olarak tartışılan ve bir standarta oturtulmaya çalışılan da dijital sinemanın dağıtım ve gösterim ayağının nasıl olacağıdır. Endüstrinin güçlü aktörleri olarak yapımcılar, dağıtımıcılar, işletmeciler ve donanım üreticileri farklı birlikler içinde bu alanda rekabet etmektedirler. Bu çalışma, Türkiye sinemasında hem üretimde hem de gösterim alanında gözlemlenen dijitalleşmenin gösterim ayağına odaklanmakta ve bu zorunlu dönüşüm sürecinde Türkiye’nin bir “dijital sinema politikası” var mı sorusuna da yanıt aramaktadır.

2. DİJİTAL SİNEMA

90’lı yılların sonunda ilk dijital uygulamalara başlanılmış ve 2005 yılından sonra özellikle 3B (üç boyutlu film/3D/stereoskopik film) filmlerin ilgi görmesi sonucu dijital sinema beklenilenin ötesinde bir hızla ilerleme kaydetmiştir. Dijital sinemanın dünyada çapında tahmin edilenin üstünde bir hızla ilerlemesinde, 3B filmlerin seyirciden görmüş olduğu ilginin payı büyüktür. *Polar Express* (Zemeckis,2003) ve özellikle *Avatar* (Cameron,2009) filmlerinin gişe başarıları, dijital sinemanın ve 3B filmlerin önünü açmıştır. 3B filmlerin endüstri tarafından tercih edilme nedenleri olarak seyirci tarafından ilgi görmeleri, diğer filmlerden farklı olarak sinema salonundan kopyalanamamaları, Real D ve Dolby 3D gibi gelişkin teknolojilerle İmax 3D sistemlerinden daha ekonomik olmaları ve böylece daha fazla sayıda filmin sinema salonunun gösterime girebilmesidir.

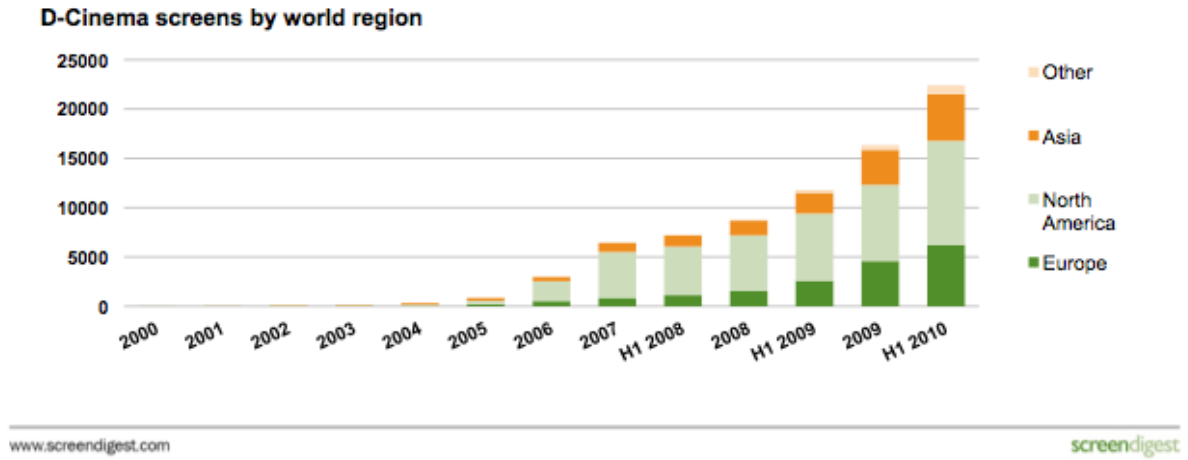
Dijital sinema bir dizi yeni ve farklı pratiği gerektirmektedir. Geleneksel yapım pratiklerinden hareketle dijital sinemanın iş akışı şöyle özetlenebilir (Erkılıç:2006): Yapım pratiği dijital yöntemle ya dijital kamerayla objektif önü gerçekliğin kaydıyla ya da Computer Generated Images (CGI) yöntemiyle bilgisayarda görüntü üretimiyle gerçekleştirilecektir. “Dijitalin olanaklarıyla yeniden üretilebildiği çağda” sinemanın yapım sonrası iş akışı, DI (Digital Intermediate) sürecini içermektedir. Bunu dağıtım için sıkıştırma, güvenlik amacıyla kodlama ve depolama sürecini içeren DCDM (Digital Cinema Distribution Master/Dijital Sinema Dağıtım Kuşağı) izlemektedir. Dağıtım ve gösterim alanında olası üç uygulama üzerinde çalışılmaktadır. Birincisi ve günümüzde de uygulamalarını gördüğümüz 35mm gösterim kopyası yerine, filmlerin bir dijital ortamda (özel hard disc gibi) dağıtımlarının yapılması ve dijital projeksiyonda gösterilmesidir. İkinci ve üçüncü seçenek ise filmlerin bir merkezden uydu ya da internet üzerinden aynı anda farklı sinema salonlarına ulaştırılması ve dijital projeksiyonla gösterilmesini öngörmektedir. Bu uygulama, zaman-mekân arasındaki sınırları da ortadan kaldırması açısından sinema seyir felsefesi bağlamında yeni ufuklar açmaktadır. Gösterim pratiği ise DCP (Digital Cinema Package/Dijital Sinema Paketleri) güvenlik kodunun çözümü, sıkıştırmanın açılması, sıkıştırılmamış hale getirme ve dijital projeksiyon cihazıyla gösterim sürecini içerir. Digital projeksiyonların ilk örnekleri olarak 2K (1998x1080) teknolojisi kullanılırken, günümüzde 4K (3996x2160) projeksiyonların standardı oluşturacağı düşünülmektedir (Slater,2009).

Bu yapım anlayışı geleneksel film üretim patriğinin ve standartlarının tamamen değişmesini ve yeni standartların yerleşmesini öngörmektedir. Günümüz tam da bu değişiklik sürecine denk gelmektedir. Dijital sinema kopyalama, değişim, kontrol ve sunum gibi avantajlarının yanı sıra standardizasyon, kusursuz bir donanım ve yazılıma ihtiyaç duyması, teknolojinin sürekli değişimi ve teknik eleman yeterliliği konusunda dezavantajlar içermektedir (Swatz,2005:2-5). Bu noktada finansman, teknolojik standardizasyonun belirsizliği ve teknik uzman yetersizliğine karşın, temel sorunu sinema salonlarının nasıl dijital sinema haline getirileceği oluşturmaktadır. Dijitalizasyonla birlikte sinema salonlarının daha uzman kişilerin yönetiminde işletilecektir. Bugünün makinistleri nostaljik bir unsura dönüşecektir. Dijital sinemada film gösterimi, dijital yayıncılıktan anlayan, ses ve görüntü teknolojileri bilgilerine sahip, bilgisayar ve internet altyapısına hakim, özel olarak yetiştirilmiş uzmanlar tarafından yapılacaktır. Usta-çırak ilişkisine ve sinema sevdasına dayalı bir meslek olan makinistlik yerini daha teknik ve eğitilmiş “dijital sinema uzmanı”na/ dijital sinema salonu yöneticisi /operatörüne bırakacak. Bu işin teknik bakım onarım ve servisinde çalışacak kişilerin de özel eğitimden geçirilmesi gerekecektir.

Teknolojinin çok hızlı ilerlemesi ve değişimi dijital sinema konusundaki çalışmaları etkilemektedir. En büyük sıkıntı standart belirlemede ve dönüşümün finansını üstlenmekte/bölüşmekte oluşmaktadır. Öyle görünüyor ki yakın bir gelecekte standarta dair sorunlar aşılabilecektir. Dijital dönüşümün finansman konusu ise yeni ve farklı sinema politikalarının geliştirilmesine ve bunlar arasındaki uyulaşımına bağlı olacaktır. ABD'nin öncülüğünde gelişen dijital sinemanın Hollywood cephesindeki görünümü bu konuda bize fikir verebilir. Stüdyoların bir kısmı bu sürecin hızlandırılmasını isterken (sahip oldukları arşivi dijital ortamda yeniden değerlendirmek istemektedirler), büyük bir çoğunluğu ise maliyetleri üstlenmekten kaçınarak, güvenlik sorununun çözülmesini, dünya çapında bütün ürün ve servislerin uyumluluğunu ve birbirinin yerine geçebilmesini, ortak bir dijital sistem ve format oluşturulmasını ve bu süreçte de izleyicinin dijital sinema hakkında bilgilendirilmesini istemektedirler. Gösterim grubu ise maliyetlerin ağırlıklı olarak dağıtımcılar tarafından karşılanması gerektiğini düşünmekte ve birlik örgütü NATO (National of Theater Owners), küresel tek bir standart, 35mm'den daha fazla görüntü kalitesi ve adil bir iş planı istemektedir (Slater,2004). Bu çerçevede birçok ülkede sinema salonlarının dijital dönüşümü üzerine çalışılmakta, takvimler belirlenmekte ve bunun için uygun politikalar geliştirilmektedir. Örneğin AB, bu konuda birlik ülkelerinde oluşacak standart ve geçişle ilgili çalışmalar yürütmektedir. Uzakdoğu ülkeleri salonların digitalizasyonunda daha atak çalışmalar yapmaktadırlar.

ABD’de yaklaşık 36.000 projektörün değişmesi gerekmektedir. Dünyada toplam 150.000’in üstünde sinema salonu olduğu tahmin edilmektedir (Pramaggiore ve Wallis,2011:446). Ancak dünya çapında yaklaşık 16.000 dijital salon vardır ve bunun yarısı 3B gösterimlerine uygundur (Karakorhsian,2011). Tablo I, dünya genelinde dijital sinema salonlarının gelişimini çarpıcı bir biçimde göstermektedir. ABD 2009’da %42’ oranında büyüme ile liderliği, %196 oranında büyümeye sahip Avrupa’ya bırakmıştır. Asya %137’lik büyüme ile sürece katılmaktadır. Özellikle Çin’deki büyüme dikket çekicidir. Her gün 3 yeni dijital salon hizmete girmektedir. 5 yıl içinde ülke 20.000 dijital salon ile mevcut salon sayısını 3’e katlamış olacaktır. Ayrıca bu salonların çoğu 3D kapasitelidir. David Hancock’un tahminine göre, dünyadaki dijital salonlarının %85’ini oluşturan 127.000 dijital salona, 2015 yılında ulaşılabilecektir (Charlotte,2011).

Tablo I: Dünyada Dijital Salonların Gelişimi ve Dağılımı (Karakorhsian, 2011).



Dijital sinema ile genel anlamda dağıtım ve gösterim masraflarının kısıllacağı ve bunun bilet fiyatlarına olumlu etkisiyle (biletlerin ucuzlaması) seyircinin yeniden sinema salonlarına çekilebileceği öngörülmektedir. Örneğin dijital sinema konusunda öncü bir rol üstlenen George Lukacs, “35mm bir filmin baskı maliyetinin yaklaşık 1200\$, dijital baskının ise 200\$ civarında olduğunu belirterek, aradaki farkın sinema salonu dönüşümünde kullanılabileceğini ve bunun 5 yıl içinde amorti edebileceğini” ifade etmektedir (Ulin,2010:127). Dijital alanındaki dönüşümün finansmanı noktasında öncelikle sektördeki değişimden elde edilecek gelire (dağıtım ve gösterim alanında azalan maliyetler ile önlenecek korsan gelirler) bakılmaktadır.

Blue-Ray, video on demand, mobil cihazlar, 3D HDTV yayını gibi seçeneklerle ev sinemasıyla rekabet etmek zorunda kalan sinemanın aynı zamanda değişen seyirci beklentilerine uygun olarak insanların evden çıkıp sinema salonuna gitmeleri için “rahat koltuk, kaliteli ses ve görüntü, uygun saat, rahat yer bulabilme, otopark, yiyecek- içecek seçenekleri, bar-café gibi koşulları da sağlaması” (Costello:2000:23) gerekmektedir. Salonların dijitalizasyonu, aynı zamanda bu tür mekansal organizasyonların ve hizmet düzenlemelerinin yenilenmesi için de fırsat sunmaktadır. Bu süreçte seyircilerin dijital sinema konusunda bilgilendirilmeleri gerekmektedir. Dijital sinema konusunda seyircilerin bilgilendirilmesi ve alıştırılması hususunda sinema işletmecileri önemli adımlar atmakta, ABD’de Megaplex sinemalarında olduğu gibi kendi web sitelerinde dijital sinema teknolojisini tanıtmaktadırlar.

3. SİNEMA SALONLARININ DİJİTALİZASYONU İÇİN DESTEK POLİTİKALARI

Sinemanın sektörel yapılanması, teknoloji ile olan ilişkisi, endüstri, sanat, toplumla etkileşimi, uluslararası dolaşıma girmesi gibi farklı özellikleri bir arada bulundurma üzerine sinema politikaları geliştirilmektedir. Sinema politikaları, koruma ve destek politikalarını içeren

müdahalecilik ile pazara açılma ve onun belirleyiciliğini savunan liberal yaklaşım arasında salınmaktadır. Avrupa Birliği, koruma ve destek politikaları geliştirirken, ABD’de liberal politikalar belirleyici olmaktadır (Erkılıç,2008). ABD’de sinema endüstrisi içinde oluşan konsorsiyumlar, sinema salonlarının dijitalizasyonunda standart oluşumuna ve finansmanın nasıl sağlanacağına çözüm ararlarken Avrupa ülkelerinde, salonların dijitalleşmesine yönelik olarak destek politikaları oluşturulmaktadır. Avrupa Görsel-İşitsel Gözlemevi verilerine göre 2010 yılı içinde Avrupa’da toplam 10,346, Türkiye’de ise 205 dijital salon bulunmaktadır.

Blázquez (2010) dijital sinemanın konumu ve destek politikalarını inceleyen yazısında, Avrupa için dijital sinema yol haritasını oluşturmaya çalışmaktadır. Bu kapsamda destek politikaları açısından Fransa, her zaman olduğu gibi öncü görünmektedir. Fransa’da *Centre national du cinéma et de l’image animée* (National Film Agency – CNC, Ulusal Sinema Merkezi), farklı destek fonlarıyla sinema salonlarının dijitalleşmesine destek olmaktadır. Fon dijital projeksiyon ekipmanı yatırımında sinemaları %75 oranında destekleyecektir. Kültür Bakanlığı ile Maliye Bakanlığı himayesinde bir finansal kuruluş olan IFCIC, kültürel endüstrinin gelişimine katkıda bulunmak, operasyonları organize ederek bu alandaki banka finansmanlarına yön verme misyonuna sahiptir. Digital ekipman alımı için yapılacak banka borçlarının %50’sinin IFCIC tarafından karşılanması garanti edilmektedir. IFCIC ayrıca bankalara sinema gösterim sektörü ve digitalizasyon süreci hakkında uzmanlar da sağlamaktadır (Blázquez,2010:9). Almanya’da uzlaşmış bir destek politikası olmamasına karşılık, farklı örgütlemeler üzerinden sinema salonlarının dijitalleşmesine destek amacıyla 5 yıllık bir dönem içerisinde 40 milyon Euro destek sağlanacaktır. *FilmFernsehFonds Bayern* (Bavaria Film and TV Fund – FFF) Bavaria’da -en fazla 6 salona sahip - çoklu sinema salonlarının dijitalizasyonunda bir destek programı yapmıştır. Destek kapsamında küçük kentlerde (50.000 nüfus) FFF desteğinden 6’nın üzerine salona sahip çoklu sinema salonları da faydalanabileceklerdir. Her salon için maksimum 18.000 Euro’luk miktarın %25’lik ekipman masrafları karşılanacaktır. Norveç’te destek politikası birkaç açıdan son derece ilginçtir. Norveç kendine özgü bir gösterim yapısına sahiptir. Belediye tarafından sahip olunan ve işletmesi yapılan sinema salonları pazarda %72.6’lık bir orana sahiptir. Tüm sinemalar (hem belediye hem de özeller) Norveçli gösterim organizasyonunun himayesinde Film&Kino ile işbirliği halinde dijitalizasyonu gündemdedir (Blázquez,2010:11).

4. TÜRKİYE’DE SALONLARIN DİJİTALİZASYONU

Türkiye’de sinema alanındaki dijitalleşme faaliyetlerini birkaç noktada özetlemek mümkündür. Yapım alanında dijital kameralar kullanılmaya başlanmış, 3B film (Cehennem 3D, Dalkıran, 2010) üretimine de geçilmiştir. *Üç Maymun* (Nuri Bilge Ceylan, 2009) dijital kamera ile çekildikten sonra gösterimi de dijital projeksiyonla gerçekleştirilmiştir. Arşiv alanında Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sinema-TV Merkezi, arşivindeki filmleri dijital ortama aktarmak için 4K üzerine yatırım yapmıştır. Dijital sinema pratiği açısından İF İstanbul Bağımsız Filmler Festivali, ‘İf² başlığı altında festival filmlerin bir kısmını internet üzerinden farklı şehirlere aynı anda ulaştırmaktır. 2010 yılında 13 farklı şehirde toplamda 3.000 olan seyirci sayısı, 2011 yılında ise 26 şehirde toplamda 8.000’in üzerine çıkmıştır. (Bu gösterim merkezlerinin bazıları Türkiye sınırları dışındadır) Sinema salonlarında dijitalizasyon çalışmaları 2007 yılından itibaren başlamıştır. 2010 yılı içerisinde Türkiye’de 1874 sinema salonu içerisinde 205 salon dijital projeksiyona sahiptir. Bu projeksiyonların çoğu da 2K (1998x1080) teknolojisindedir. Türkiye’de sinema salonlarının dijitalizasyonu yapılırken maliyet ve günün teknolojik düzeyi nedeniyle 2K kullanıldığı görülmektedir. Ülkemizde 2010 yılı içinde 4K projeksiyonlu salon sayısının 6 olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla var olan 2K projeksiyonların da değiştirilmesi gerekmektedir. Türkiye’de 3B filmlere olan seyirci ilgisinin dijital yatırımların önünü açtığı ve işletmecilerin bu konuda istekli olduğu görülmektedir (Kara,2010).

Ülkemizde bir salonunun dijitalizasyon maliyetinin 2010 rakamlarıyla 120-170 bin dolar arasında değişebileceği tahmin edilmektedir (Kara,2010). Dolayısıyla bu maliyetin ne

işletmeci, ne dağıtımçı, ne de ithalatçı tarafından tek başına üstlenilmesi mümkün değildir. Ayrıca büyük işletmecilerin yanında küçük işletmelerin, bağımsız film gösteren cep sinemalarının, bu bütçeler doğrultusunda rekabet ederek ayakta kalma şansları yoktur. Tanrıöver'in (2011) sinema sektörü araştırmasında, dağıtıma ilişkin talepler ve hedefler (Tablo 3) başlığı altında talep olarak 7.sırada "salonların dijitalleşmesi için kamu desteği verilmesi" belirtilmiştir. Bu maddenin paydaşı olarak "ilgili Bakanlıklar, ilgili kamu kurum ve kuruluşları" gösterilmiştir. Hedef olarak ise "kopya maliyetinin düşmesi, az sayıda dijital salonun sadece 3D'ye ayrılmaması" ifade edilmiştir (211). "Gösterime İlişkin Talep ve Hedefler" tablosunda (Tablo 4) ise talep olarak 8.sırada "salonların dijitalleşmesi için kamu desteği verilmesi" belirtilmiştir. Bu maddenin paydaşı olarak da "ilgili Bakanlıklar, ilgili kamu kurum ve kuruluşları" gösterilmiştir. Hedef olarak ise "dijitalleşmenin ağır maliyetinin salon işletmecilerinin sırtına binmemesi" ifade edilmiştir (212). Bu saptamalardan anlaşılacağı üzere sinema salonlarının dijitalizasyonunda sektör, kamudan açıkça destek istemektedir. Çünkü maliyetlerin yüksek olması ve amortismanın uzun bir zaman sürecinde alınacağı açıktır. Türkiye'de işletmecilerin kendi girişimleri dışında sinema salonlarının dijitalizasyonu ile ilgili bir çalışma yürütülmektedir.

5. SONUÇ

Dijital sinema, sinema teknolojik ilerlemesinin yeni bir evresi olarak yorumlanmalıdır. Teknolojik determinizmin büyümesine kapılmadan sinema alanındaki dijital dönüşümü, ekonomi ve standartizasyon açısından sektörel, seyirci açısından sosyal, destek politikaları açısından siyasal olarak tarihsel bağlam içerisinde yorumlayıp değerlendirmemiz gerekmektedir.

Bu çalışma kapsamında yapılan araştırma sonunda, 2010 yılında Türkiye'de ne bir kamu kuruluşunun ne de bir sektör örgütünün dijital sinema konusunda bir girişiminin olmadığı saptanmıştır. Dolayısıyla dijital dönüşüm karşısında bir ülke politikasının oluşumuna ihtiyaç vardır. Bu politikanın belirlenmesinde tüm paydaşların katılımı şarttır. Çünkü yatırım yapılan alan, teknolojik değişimlere bağlı olarak her yıl yenilenmektedir. Dolayısıyla ülke ekonomisinden her yıl binlerce dolar dışarıya çıkmakta, bazen de yanlış yatırımlar yapılmaktadır. Yatırım yapılacak olan teknolojik standardın saptanması, bu maliyetin paydaşlar arasında adil bir şekilde dağılımının yapılması, verilecek destek oranlarının belirlenmesi ve dijitalizasyonun belli bir takvim içinde gerçekleştirilebilmesi için politikalar üretilmelidir. Destek politikası yalnızca dijitalizasyonun ekipmanıyla sınırlı kalmamalı, bu ekipmanı yetkince kullanabilecek olan uzmanların ve teknik elemanların yetiştirilmesini de kapsamalıdır. Bu dönüşüm kapsamında bağımsız film gösteren sinemalar, cep sinemaları, arthouse sinemaların konumu da gözetilerek bir çözüm arayışına gidilmelidir.

KAYNAKLAR

- Blázquez, C. F. J.(2010). Public Aid for Digital Cinema, Iris Plus, Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- Belton, J.(2002). "Digital Cinema: A False Revolution". October. 100:98-114.
- Swartz, C. (ed) (2005). Understanding Digital Cinema. Oxford:Elsevier.
- Costello, C. (2000). "Trends and Development in The Cinema Screen From Year 2000". Cinema Technology. 13:2.
- Crofts, C.(2011)."Cinema distribution in the age of digital projection", Post Script. 30:2. <http://www.freepatentsonline.com/article/Post-Script/264173334.html>. [25.12.2011].
- "Europe: digital screens more than doubled in 2010 with 3D once again the driving force", www.obs.coe.int/.../digitalcinema2011.html. [13 kasım 2201].
- Erkılıç, H.(2006).Elektronik/Dijital Sinema:Değişen Üretim Tarzında Olanaklar ve Sınırlıklar, Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Proceedings.1-3 Kasım 2006. Marmara Üniversitesi.62-68.

- Erkılıç, H.(2008).“Sinema Politikaları Çerçevesinde Filmlere Sağlanan Devlet Desteği”. İstanbul İletişim Fakültesi Dergisi. 33, 57-71.
- Kara, M.(2010).“3.Boyutta 250 Milyar Dolarlık Yatırım”. Cnbce Bussines <http://business.cnbce.com/1006/konuid=6.asp>. [19 Kasım 2011].,
- Karagosian, M.(2010). “Digital Cinema in 2010“. SMPTE Motion Imagine Journal. 119:(6): 51-53.
- McKerman, Br. (2005). Digital Cinema, Blocklick, Mc Graw Hill, <http://site.ebrary/lib/mersinuniv/Doc?id=100083669>.
- Ohanian,T., Phillips,M.(2000) Digital Film Making, Walburn: Focal Press,
- Pramaggiore, M., Wallis, T.(2011). Film A Critical Introduction. London: Laurence King Publishing.
- Slater, J.(2004).“Digital Cinema-Annual Report”,Image Technology, 86: 3
- Slater, Jim.(2009) "Cinema Expo Says... 4K is the Future of Cinema... For Now At Least!" Cinema Technology,:7:
- Tanrıöver, H. U.(2011). Türkiye’de Film Endüstrisinin Konumu ve Hedefleri. İstanbul:İTO.
- Ulin, J.(2010). The Bussiness of Media Distribution. London:Elsevier.
- http://www.megaplextheatres.com/information/theater_tour/digital_cinema.php. [5 Aralık 2011].
- <http://2011.ifistanbul.com/tr/If2/About>. [20 kasım 2011].

UNDERSTANDING THE “HYBRID” MEDIA IN DESIGN EDUCATION

Barış ATİKER

*Beykent University, Faculty of Fine Arts and Design, Istanbul, Turkey
barisatiker@beykent.edu.tr

ABSTRACT

The digital transformation of moving images in the last 30 years has resulted with revolutionary impact on art and design fields. The increasing use of digital technologies for creating design and artwork with moving images has united many disciplines such as graphic design, photography, painting, cinematography, animation, three-dimensional visualization and typography, so that the moving image is no longer pure. According to Manovich, the combination of different disciplines within moving image has created a “hybrid” media where the different image layers are interacting with each other and this interaction is not only in the slight transition between different image layers, but also the transition between the production techniques and conceptual representations of them. The shifting from real to hybrid images provides many opportunities for creative solutions, but then the designer becomes more dependent on digital technologies. However the “hybrid” media and visual language should keep evolving and transforming as a combination of different disciplines, so that the design education perspective should move from software-based education to the new visual aesthetics. Thereby the creative solutions offered by the software will turn into new challenges and design experiences. This paper aims to explore the understanding of “hybrid” media’s visual language in design education through the frame of basic and new design principles.

Keywords: Hybrid media, Design education, Visual language, Design principles

1. INTRODUCTION

“The hybrid or the meeting of two media is a moment of truth and revelation from which new form is born” [11]

With the arise of personal computers and digital design technologies in the last quarter of 20th century, the disciplines which described previously separate like cinematography, animation, graphic design, photography, typography and animation, have began to unite with the help of design software such as Adobe Photoshop, After Effects and Flash. According to Manovich, by the end of the decade, the “pure” moving-image became an exception and hybrid media became the norm. [10]

The combinations of different disciplines, whether they are visible or not, resulted in unexpectedly because they were also combinations of different characteristics of different media types. Because the content of a new medium is some other older medium, there is a sense in which the new medium is a hybrid in that it possesses some aspects of the older media, which forms its content but presents it in a new context and hence creates new effect. [8] According to Davies and Parrinder, these combinations can be called articulated media, because the tempo and the nature of each media is distinct – even they are networked. Visualisations end up as objects in the world. [2] Long before the digital revolution on image creation, McLuhan has already stated the crossing or hybridization of the media release great new forces and energy by fission (as in literate media) and fusion (as in electric media) [11] It’s much more important to understand what will be the effects of using hybrid media in design education today. Because of many creative and artistic possibilities within the new media, we have to define the hybrid processes first.

The revaluation of old media through the prism of new media, or the visioning of new media possibilities through the lens of old media, is a response to the phenomenon of convergence in technologies and media ownership. This convergence suggest the overlapping practices, dissolving of conceptual boundaries of potential meaning and the emergence of new hybrid practices. [3]

2. GRAPHICS IN HYBRID MEDIA

Everything we see on the screen has already become a product of hybrid media, from Hollywood movies to TV commercials, motion graphics, websites, animations created by professional or amateur designers and students. Manovich states that the new hybrid visual language of moving images has dominated the global visual culture today. [10]

First advantage of hybrid media is giving the possibility of a new stylized aesthetics, which is impossible by only live action footage or 3d computer animations. That's why Manovich describes the result of hybridization process is not only the sum of previously existing parts but a new "species"- a new kind of visual aesthetics that did not exist previously. [10]

There are several techniques to embed one image into another. Rotoscoping and chroma keying are techniques commonly used to isolate objects from the footage. So these objects can be overlaid with different image layers to produce non-existing scenes before. In the movie "The 300 Spartans (2006) " all action sequences are filmed in studio for keying technologies and the digital landscapes embedded to the studio shots.



Figure 1. War scene from The 300 Spartans movie. Director: Zack Snyder. Warner Bros.

And second advantage of hybrid media is the designer's control ability on different image layers whether the visibility or different visual effects such as blur and transformations. This provides the designers endless creative design solutions.

The origin of the creativity in hybrid media comes from not only the remix of image layers but also their way of existence. Manovich calls this as a "hybrid revolution" where everything is in a "deep remixability" and what gets remixed is not only content from different media but also their fundamental techniques, working methods, and ways of representation and expression. He describes the combination of software environment, cinematography, animation, special effects, graphic design and typography forms a new "metamedium" and the work produced in this new metamedium can use all techniques, or any subset of these techniques, that were previously unique to these different media. [10]

The digitalization of image has completely changed the way we create, produce and modify the media today. Manovich defines those changes as “extracting” the media from their particular physical medium of origin and turning them into algorithms. So none of these techniques will stay in their pure original state. He expresses the media techniques became “supercharged” and amplified; their range and application were extended; and their controls were made explicit, formalized, quantifiable and programmable. [10] So design processes is much powerful and effective than traditional design approaches.

3. DIMENSIONS IN HYBRID MEDIA

According to Manovich, although the particular aesthetic solutions vary from one video to the next and from one designer to another, they all share the same logic: the simultaneous appearance of multiple media within the same frame. [10] The dimensions of the images depend on the frame. Woolman defines the frame in film as both the image on the film and the dimensions of projected screen; the frame in video as the video monitor; and the frame in digital media as the rectangular bounding area that confines the sequence. [16]

Since the computers have capability to construct a three dimensional image design where objects appear to have volume, weight and mass when they are void of such attributes has the power to titillate the eye and the mind. That is what every designer wants to achieve, to make the audience look twice. [4] Embedding virtual images to real footage is a real challenge for the designer, where the total look will be artificial or seamless. That’s why it’s so common to use the real world references on the image itself, such as depth of field, motion blur, lens effects, where the goal is achieving the photorealist perfection. Manovich explains once that technique became available, designers gradually realized that it could be used as regardless of how realistic or abstract the overall visual style was as long as there was a suggestion of three dimensional space. [10]

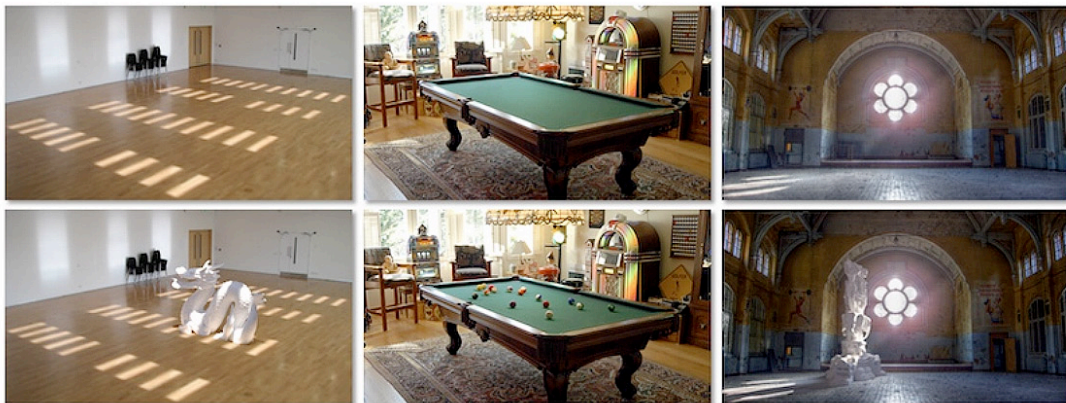


Figure 2. 3D Objects embedded in 2D photographs. Kevin Karsch, Varsha Hedau, David Forsyth, Derek Hoiem. SIGGRAPH Asia 2011.

Motion tracking softwares are capable of giving the exact coordinates of the space to embed three dimensional objects into the scene. So designer is no longer limited by two dimensional and physical borders of the frame, instead one can obtain necessary data from the moving image itself and use this data to embed virtual images directly to the scene; even in realtime.

Augmented Reality (AR) applications are a good example of this. Image projections on any three dimensional objects combines architecture, modelling, sound sync, motion graphics and games all at once. Azuma defines the Augmented Reality as users see the world around them with virtual objects superimposed upon or composited with the real world. Augmented reality applications combining the real and virtual worlds, interactive in real time and registered to

three dimensional objects. So Augmented Reality enhances a user's perception of and interaction with the real world. [1]

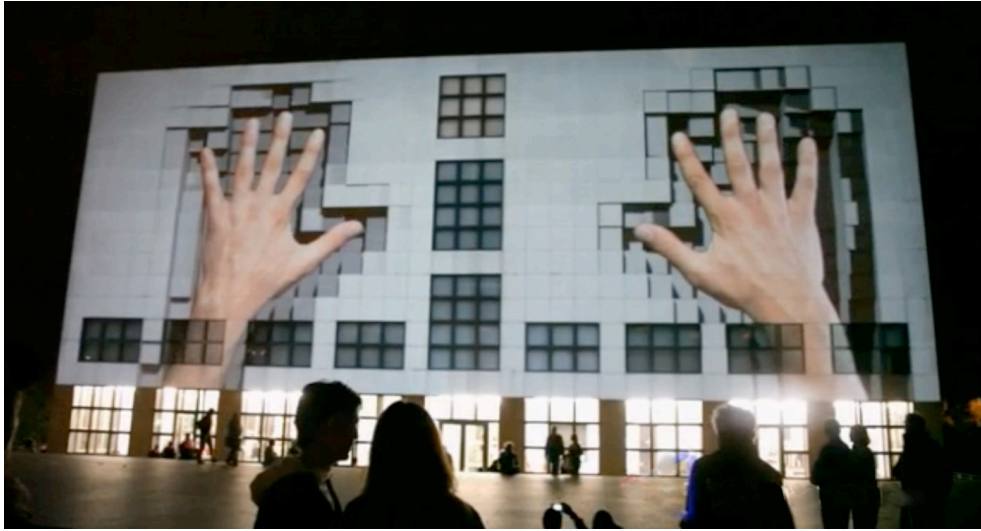


Figure 3. “555 Kubic” by UrbanScreen.Projection Mapping. Hamburg,Germany.2009.

Within the new dimensions of the frame, hybrid media always keeps changing and effect the frame as a whole. Manovich points out the transformations in the frame such as transformation of visual elements, transparency of objects, textures of the images etc. and if something stays same for a while, that’s an exception rather than the norm. [10]

4. TYPOGRAPHY IN HYBRID MEDIA

The word typography is already a hybrid of type and graphics. Considering that multimedia is a hybrid of various conventional media such as cinematography, animation, graphic design and typography, we need to acknowledge that typography is more or less a hybrid of text and image. [5]

Although the hybridization of type has started so long ago, the process become much more accelerated with the help of technological tools. In the 1970’s, a digital signal began to supplant the photographic negative as the means of reproducing the typographic forms. In the electronic environment of contemporary type design, scanned alphabets can ben endlessly manipulated by the type designer, serving either as models for accurate reproduction or as skeletons for new or hybrid designs. [9] Now in the digital era, there are limitless opportunities to manipulate and embed type into the image whether it’s moving or not. Hillner suggests that from a design perspective a typographic message is composed rather than written. The arrangement of words, sentences and blocks lends the text an image-like quality. Due to it’s metalinguistic architectural characteristics, typography is scanned as well as read.[5]

Samara evaluates the relationship between type, word and image as an interaction between them happens as a result of their similar abstract pictorial qualities. Both images and type share the same attributes such as lighting, volume, contours, open and closed spaces and arrangements. She emphasizes the task is to find where the specific attributes of both come together. [13] The visual relationship between type and image is different in hybrid media, because of the continuous movement and transformation of the image. Motion typography is as old as the cinema, but the demand in juxtaposing type with the image is much more challenging today. For example, embedding three dimensional typography into moving images needs more visual attributes like shadows, depth of field, perspective and motion rather than just overlaying layers.



Figure 4 3D Titles for “Panic Room” movie. Director David Fincher.Columbia Pictures.2002.

Motion typography is such a powerful tool to express the unprecedented kinds of visual aesthetics in time based media. Hillner explores the aesthetics can only be understood in relation to perception and we know rather little about the innovative value of multimedia typography beyond the processes of production. He also raises the question what exactly causes the viewer’s mode of perception to change and in what way are people’s senses being altered within hybrid media. [5] Hillner explains that if transitions between image and text patterns are repeated systematically, virtual typography stimulates the viewer’s mind due to its transitional characteristics as well as the viewer’s expectation of recurring patterns. While one word takes shape, is read and reflected upon, another one emerges so that the momentum is sustained. The intellectual reflection that follows the cognitive phase is accompanied by the next phase of aesthetic stimulation.[5]

5. INTERFACES IN HYBRID MEDIA

As long as the mobile devices begin to rule our communication world, Johnson states that the interfaces define our perceptions of the space we inhabit, as well as the type of interaction with other people with whom we might connect. [6] According to Silva, with the use of mobile interfaces such as cell phones, netbooks and ipads, the border between physical and digital spaces are blurred. Especially the social networks are brought into physical spaces with the mobile interfaces. This is hybrid space which are created by constant movement of users who carry portable devices continuously connected to the Internet and to other users. [14]



Figure 5. Nearest Tube Augmented Reality Application Interface for iPhone.

The continuity is a priority concept in hybrid media because all the possible forms – visual,

temporal, spatial, interactive – are similarly represented as sets of variables that can change continuously. Manovich emphasizes this new logic of form is deeply encoded in the interfaces of software packages and the tools they provide. Those interfaces quickly led to a new aesthetics: the continuous transformations of all image elements and often the image as a whole. [10]

The understanding of interface are also changing in hybrid media. Rather than controlling the graphical images with buttons such as play rewind and pause, O’Neill states that we should also see hybrid multimedia applications in their own right. Just as the logic of the printed page still dominates how we lay out our interactive screens, the logic of film still dominates how we deal with moving images at the interface. Shots, pace, angle and narrative structure have never been more important to understand the moving image as they are in interactive media today. [12]

Manovich explains that although a particular software application does not directly prescribe to its users what they can and cannot do, the structure of the interface strongly influences the designer’s thinking. [10]

6. SOUND IN HYBRID MEDIA

Sound is a very basic design tool when considered in motion graphics. According to Strizver the incorporation of sound with motion graphics gives it another dimension, so to speak. The addition of music, voice and the spoken word, as well as other sound effects, adds a very powerful, emotional element that can go a long way toward the setting of the mood, conveying a message, as well as drawing attention to and emphasizing or reinforcing a particular frame or segment. [15]

Sound is no longer a supporting tool to emphasize the meaning and expression of the images. Instead, sound is directly used as the source for creating the visuals. With the help of design softwares the data such as frequency or loops which obtained from the sound can be transformed into highly aesthetic visual solutions and now the roles between sound and images have changed dramatically. One of the most common examples of software for sound visualization is the one used in media players. But sound in hybrid media is much more than what we see in media players. Lexmann explains the relationship of sound with visuals is based on a temporal and spatial concept while the “film space” enforces the impression of a space outside the projection scope in which the spectators seemingly find themselves, nowadays it may be termed the “visual space” taking into consideration the broader context of the audiovisual expression. [7]

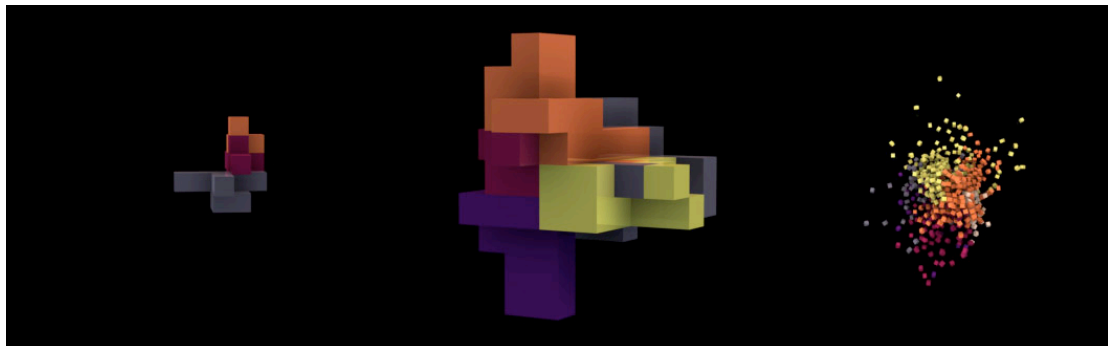


Figure 6. Piano Cubes by Max-Heinrich Müller. Music Visualization of Frederic Chopin’s Ballade No.1

7. CONCLUSION

Hybrid media changes the way we look at the image and design. Within all elements forming the image, all constants are substituted by continuously changing variables controlled by the designer. Manovich expresses the idea of today's visual culture can be called the "continuity turn" [10]

So it's better to arise the question of what will this continuity bring to design processes. Working with interdisciplinary fields, the designer is face to face with a challenge for discovering the unexplored potential of new aesthetics. The images designer creates are as limitless as one's imagination. But it takes talent and genius to extract the creative ideas from the possibilities of software-using skills.

According to Manovich the hybrid image will skillfully play on the visual and semantic differences between live-action footage, drawings, photographs with animated filters on top of them, and other media, these differences do not create juxtaposition or stylistic montage. Instead, various media seem to peacefully coexist, occupying the same space. Those images offer us distinct and original visions of our world in the stage of continuous transformation and metamorphosis: visions that are fully appropriate for our time of rapid social, technological and cultural change. [10]

Today hybrid media requires the design education to be in a broader perspective. The image, type, motion, time, sound and interaction should be reevaluated with traditional design principles which are still ruling the way we design. Therefore we need to prepare for new vocabularies which will arise from the new tools, processes, dimensions and shortcomings of digital production.

As IcoGrada (International Council of Graphic Design Associations) has declared in 2000, the design education should focus on critical mentality combined with tools to communicate. It should nurture a self-reflective attitude and ability. The new program should foster strategies and methods for communication and collaboration.

Davies and Parrinder call attention to avoid fetishising this technology. They hope the future designer will hi-jack these technologies to a different and more reciprocal end; that's engaging with the nature and tempo of technology but with human nature and tempo also articulated. [2]

REFERENCES

- [1] Azuma, R.(1997). "A Survey of Augmented Reality", Presence: Teleoperators and Virtual Environments 6 (4): 355-358.
- [2] Davies, C. , Parrinder, M. (2009). Limited Language: Rewriting Design: Responding to a Feedback Culture. Basel: Birkhäuser Architecture.
- [3] Dewdney, A.(2006). New Media Handbook (Media Practice). New York:Routledge.
- [4] Heller, S.(2010). Pop: How Graphic Design Shapes Popular Culture, New York: Allworth Press.
- [5] Hillner, M.(2009). Basics Typography: Virtual Typography. West Sussex: Ava Publishing SA.
- [6] Johnson, S.(1997). Interface Culture: How New Technology Transforms The Way We Create and Communicate. San Francisco: Harper's Edge.
- [7] Lexmann, J.(2008). Audiovisual Media and Music Culture. New York: Peter Lang GmbH.
- [8] Logan, R.(2010). Understanding New Media: Extending Marshall Mc Luhan. New York: Peter Lang Publishing.
- [9] Lupton, E.(1996). Mixing Messages: Graphic Design in Contemporary Culture, New York: Princeton Architectural Press.

- [10] Manovich, L.(1997). "Understanding Hybrid Media" In: Betti-Sue Hertz (ed.), *Animated Paintings*. San Diego: San Diego Museum of Art.
- [11] McLuhan, M.(1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw Hill.
- [12] O'Neill, S.(2008). *Interactive Media: The Semiotics of Embodied Interaction*. New York: Springer .
- [13] Samara, T.(2006). *Typography Workbook: A Real World Guide to Using Type in Graphic Design*. Minneapolis: Rockport Publishers.
- [14] Silva, A..(2006) "From Cyber to Hybrid: Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces" Available at <http://tvdigital.files.wordpress.com/2008/09/mobile-2006-adriana-silva.pdf> [10 November 2011].
- [15] Strizver, I.(2010). *Type Rules!: The Designer's Guide to Professional Typography*. New Jersey: Wiley.
- [16] Woolman, M.(2000). *Moving Type: Designing For Time and Space*, Amsterdam: BIS Publishers.

VISUAL CULTURE: ANTENNA AND ROOTS

Maria Celeste de Almeida WANNER
Federal University of Bahia, School of Fine Arts, Brazil
mcawanner@hotmail.com

Valter Luis Dantas ORNELLAS
Federal University of Bahia, School of Fine Arts, Brazil
ornellas.valter@gmail.com

ABSTRACT

The gap between the digital era in undeveloped places, in the 21st century, is an important issue to be discussed. Based in the research called Antenna and Roots, developed at the Fine Art School at the Federal University of Bahia, Brazil, called Antenna and Roots, this paper proposes a dialogue between Visual Culture and contemporary visual languages, creative process, its methodology, and how the students are encourage to investigate with low tech equipments, certain that what makes a good art work is not only the equipment, but how an artist approaches material, equipments, etc., in order to materialize ideas, along the knowledge and understand about the world they live, without illustrating theories.

Keywords: Visual culture, Visual arts, Digital image, Antenna and Roots.

1. INTRODUCTION

The gap between the so called low and high technology can be seen in most of undeveloped countries in contrast with developed ones, where the increase of new equipments is extremely fast. This fact has two mainly aspect. One is the impact of the new technologies in many cultures with an invasion of all kind of machines, such as cellular phone, i-pads, compact and portable computer, wireless internet, etc. The second aspect is how those cultures may deal with this fast transformation in communication, in order to preserve its own traditional roots.

With the advance of digital technology, we are officially incorporating machine words as a universal language, and what we call now Visual Culture has many definitions and theories approaches in different areas of knowledge, as Science, Arts, Religion, Philosophy, etc.

When Socrates was opposed to the written word because it may erode memory, he believed that the switch from oral to written knowledge transmission would end up making people reliant on written documents as memory, and truth could be hard to distinguish. Now we are facing a challenge between written words, oral knowledge and machines memory. What Socrates actually voiced was the mistrust of new technology — or ideas, for that matter — a mistrust that has reemerged in the last 30 or 40 years as visual culture encroached on written culture.

While many scholars are studding the impact of digitalization on written language, others are turning towards visual languages, asking what we can do with the machine in order to be creative. It is well known that all machines are only instruments, and when the discussion is about visual arts, this issue has to be more considered, as the rise of new visual language, such as video and computer art, mediums that apply digital technology, since 1970. By that time, with a change in all areas of human knowledge, John Berger (1972) understood Visual Culture as mainly acknowledges the reality of living in a world of cross-mediation—where our experience of culturally meaningful visual content appears in multiple forms, and visual content and codes migrate from one form to another, i.e., the experience of everyday life can be described as code-switching or hacking the visual codes around us to navigate and negotiate meaning. Therefore, since the post-modern period, contemporary studies on Visual Culture has being focus in deconstruct potential visual/textual binary opposition, as most of

our experience of media is a hybrid of texts, images, and sounds, rather than pure states of any one mode.

During that time, mostly by the end of 1960s, the so called Fine Arts faced a great paradigm. Post-modern scholars, such as Rosalind Krauss in "Sculpture in the Expanded Field" (1983), Lucy Lippard's "The Dematerialization of The Art Object" (1968), and Arthur Danto (1998), who describes this period as "Pluralist", wrote a vast amount of articles and books. The concepts were applied to the all the new art practices outside the traditional canvas and sculpture, mostly performance, installation, earth and land art, video, computer art, and many others with its own hybridization of mediums.

1.1 Antenna And Roots

What does happen when digital equipment invades cultures where technological language is not yet well understood? What does happen to a rich visual culture society and the impossibility to follow what is called digital progress? How does society maintain its own visual culture and take advantage of progress, at the same time? Based in these questions our approach to Visual Culture in this paper aims to propose a reflexion about a research called Antenna and Roots.

As a full professor from the Fine Art School of the Federal University of Bahia, teaching at both graduate and undergraduate levels, it was very clear to see the student's desire to experiment with technology, in the beginning of 2000s. However, considering the socio-financial aspect of a public university, as well as the financial condition of our country, we had to start to think how important was the digital equipments in art, and what could we do to work with them. Because of the so called low tech equipments became more popular and available, they could contribute to encourage students to create images with any kind of machine, softwares, with the understanding that a good art work does not rely only in the equipment, but how an artist approaches it in order to materialize his/her ideas, without illustrating any kind of theory.

Following the title-name of our project, the word antenna, that means the apparatus that transmit information, in a mostly fast way, in short time and space, is a metaphor word applied to progress. While root means a person or family as the source of offspring or descendants, a person's original or ancestral home, environment, culture, affinity for a place, habits, etc., that make a locale one's true home.

The "high art" world is both a source and destination for the whole of visual culture, but popular forms get rechanneled through art world validated art genres and venues, when we think about the hybridization of visual media. The Post-1980s expansion of art media and image technologies, mostly centered in digital images, or photography, can dialogue with other traditional visual practices and materials.

The contemporary visual languages, intrinsically, connects questions that involve man facing a world in constant development, globalized, multifaceted, technological, where the signs that represent things changes its meaning in function of spaces that they occupy temporarily or of a more lasting form.

The 21st century, unlike previous periods, allows a look to the past, democratically, and divides the same space without hierarchies. The gap of specific limits between material and techniques – before defined as "noble" – were part of the concept that characterized the transition of the post-modern transition. This transition became a great paradigm in the visual arts, when concepts of transformations, appropriation, hybridization, dematerialization, deconstruction, displacement and relocation became part of the new visual vocabulary, permitting to the artist occupy several positions and explore organizations of work that were not conditioned to an alone language.

In that setting of changes in the formal structure of the visual arts, the impact of the happenings, performances, events, actions, videos, among others, surpassed the simple repertoire, affirming themselves as a language that permits to the artist expresses his interior world and the things that surrounded him/her.

Upon breaking the barriers and traditional limits, visual arts approached science, penetrating in diverse areas of the human knowledge, including the utilization of the machine as visual support - the technological art -, esthetics considered like one of the most expressive inventions in the history of the art.

According to Roy Ascott, in his essay called *Is There Love in the Telematic Embrace?* (apud Stiles, Selz, 1990, p. 491-492) the art in 1980 has been considered one as the most powerful computer technology, with video performances, video installations, etc.

Ascott also comments that this new approaches has influenced in human behavior, both in society as in his private life, and it has leading researches to question what is to be human being, what is creativity, how do people think and perceive, and finally how do people relate to each other and with the planet as a whole.

Since the advent of the first art video work, by Nam June Paik, in 1960, the artist was concerning with what Ascott described above, machine and man, as the following video makers, such and Bill Viola, has done ever since.

David A. Ross, Director of the San Francisco Museum of Modern Art, San Francisco, California, EUA, in a catalog, "Bill Viola – a 25-year Survey" (1999) explains that many people want to know about the means by which the art and the new technologies interact. For Ross, although Viola works with video equipment installations and hi-tech highly sophisticated computer, his themes at the same time, is universal. He talks about life, death, fire, water, earth, etc. The simple beauty, the impact visceral to eternal spirituality in his work is based in a spiritual worthy assembly, which has influenced deeply and continues providing its Buddhist Zen development, the Christian mysticism, to optical physical and the mechanisms of the perception, the Islamic lyrical poetry Sufi. His art achieves the origins of the knowledge that resides inside his everyday routine. Ross ends his presentation about Bill Viola work with this phrase: "Wherever you are is the entry point" – Kabir (1440-1518). Although it dates from the 15th century, this phrase of Kabir is considered a contemporary concept in digital languages, mostly at the internet, as a person can be at many different places at the same time.

However bringing this subject closer to the light of the Latin-American contemporary art, the authors Gerardo Mosquera and Mari Carmen Ramírez recognize that Identity in the context of globalization art scenery is a question conditioned to the legitimation, i.e., it must be understood in the configuration of new esthetics systems. For them, the circulation of the symbolic should be contained in an output as place of assertion of the supposed autonomy of the artistic field in order to be exercising their hegemonic power, transgressor of any dominant gesture. In "Beyond the Fantastic: Contemporary Art Criticism from Latin America", Gerardo Mosquera (1996) presents the global world as a paradox, a world of the difference.

The Latin-American art still remain analyzed by many art critics to the light of diverse theories, where its culture is linking to illustrative and merely stereotypical narrative. One of the most harmful consequences of the colonization is how they call native cultures through the Europeans, i.e., it is the interpretation of complex mental and cultural structures under the diffuse light of the ethnic fantasies of the colonizer. There is a lack of information about the importance of Latin American artist in the contemporary international art scenery. Those who

recognize that can appreciate big exhibitions at major museum and galleries around the world, as well as the most famous biennials.

Joseph Kosuth (apud SANDLER, 1996, p. xxvii) considers that the artist is one of the most important representant of his/her culture:

It is the authenticity of the cultural production of a human being connected to his or her historical moment so concretely that the work is experienced as real; it is the passion of a creative intelligence to the present, which informs both the past and the future. It is not that the meaning of a work of art can transcend time, but that a work of art describes the maker's relationship to her or his context through the struggle to make meaning, and in so doing we get a glimpse of the life of the people who shared that meaning. [A] work of art must be so singularly the concrete expression of an individual (or individuals) that it is no longer simply about that individual, but rather, is about the culture that made such expression possible.

1.2 Passage – An Installation

The images that complement this paper illustrate the one of the many kinds of work that has been done in our group. In order to develop our work, we follow some basic methods, appropriate for the visual arts, mostly what we may call the relationship between the artist and his creative process; the relationship between the artist and the work.

Art works, frequently, are not exhausted in his initial proposal, in what concerns the first ideas of the artist. In this sense, it becomes part of our methodology to encourage the students to let the work takes its own directions, no matter how many they are. Each initial work can take many other forms. It can change from object to installations, it can be mixed together, since the working process to the final work, i.e. after installed in its exhibition spaces, they are still give many possibilities to grow and take others new artistic propositions.

For the solo show titled Passage, in May of 2011, in the Galeria Cañizares da Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia, in Brazil, Valter Ornellas elaborated an installation that illustrates our thought for this event.

The reason to present this work in the Conference Visualist 2012 is to show the many concepts of contemporary visual art, how this project was created, and the kind of materials were used, and finally how digitalization with low equipment can be an important matter.

Upon covering a whole room of the gallery with white transparent fabric (silk), from the ceiling to the floor, in a meander shape, the space became a passage where visitors could walk thought out the path. The sensation of haze was created with the quality of light, the scenery of transparence and brightness, that generated a mysterious expectation and anxious by what would be found to the end of the “journey”. Figure 1



Figure 1

The visitor had an opportunity to experiment with space, displacement, transparency, and a perception of being walking between moving walls, as the air caused by each participant walk interfere on the soft and light fabric. In this way, it could arouse many narratives for the work, with only few elements: space, fabric and light.

In this case the visitors became co-participants of the work, as his/her presence was part of the installation. Their shadow could be seeing from any point of the room, in different dimensions. Figure 2

The lack of horizon interfering many times as a body could appear floating in the mist or cloudy space.



Figure 2

Due to its ephemeral condition, the whole scenery changed, provoked by the light inside the gallery, different people walking between the walls, the number of people, the lack of people, more or less lightning, shadows, movement etc. Figure 3



Figure 3

For the artist the installation was created to enable allusions to man as part of Nature. This theme brings others elements such as reference of Identity and Alterity, man and its environment, and the relationship between the mundane dimension and the transcendental dimension. From this point of view the concern with human relations continues illuminates and highlights many other issues.

Concerning the importance of the word root on this paper, prima face, we would like to say that “Passage” is a conceptual art work; therefore it does not tell a story step by step. The narrative is constructed by the visitors while co-participants of the work as much as the way they relate to it.

It goes without saying that the race in each country is a made by a complex form of individuals, and in Brazil the existence of a significant dimension of inequality is undeniable. The celebration of syncretism, especially in the state of Bahia, helps to the constructions of

identity, with a great influence of African descendents. In this sense, people from this region can fairly be seen as under many different mixtures of colors, that goes beyond black or white. Consequently by the visitors or co-participants of this installation we can see the presence of our culture, in a very subtle way.

On the other hand, the installation experience gave an artist a chance to create other works. The panels gave a new idea: with an overhead projector and other digital projection equipments, images and texts were projected direct to these fragile walls. Figure 4 and 5

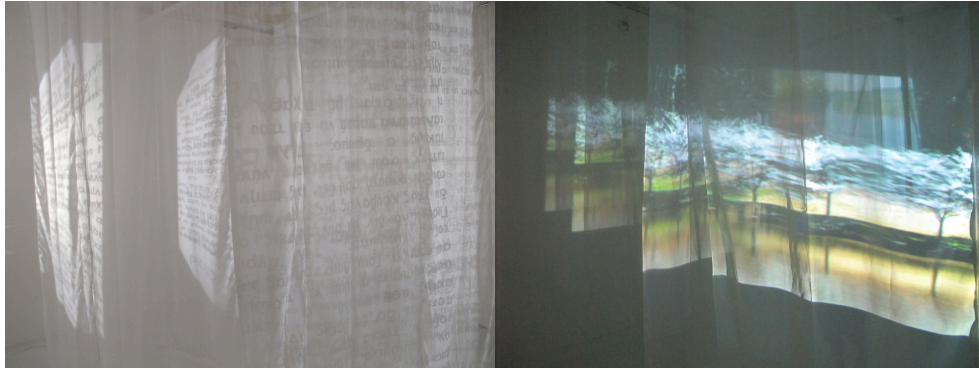


Figure 4-5

Most of the images of landscape and flowers were photographs by Maria Celeste de Almeida Wanner. Some of these flowers, such as the one bellow, are very popular in Bahia, and many times used in Afro Brazilian spiritual manifestations. Figure 6

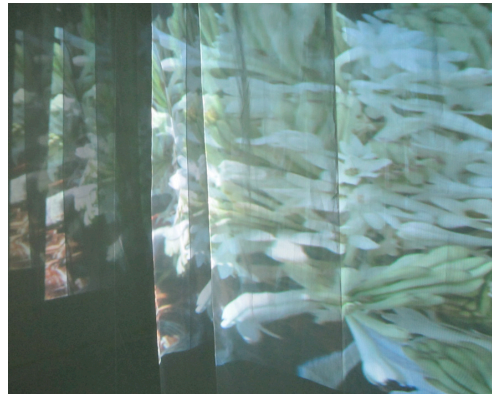


Figure 6

In order to register these moments it was necessary the use of photography and video. However these visual practices are not only and simple registration, but another visual language, as they are independent and defined by the intention and choice of the artist. This Installation was also based in Gaston Bachelard's book; *The Poetics of Space* published in the 1960s, where home remains a deeply symbolic space.

According to many reviewers, this book is a philosophical study of how space and our environment affect our understanding of ourselves and our society. It is many manifestations of "home" as both a tangible place and a place of dreams. The home acts as a shelter from outside forces as well as a space of the mind, one which inhabits an imagined as well as actual existence. As we encounter the manifestations of that space it affects our behavior and our understanding of both ourselves and our environment. Bachelard's theory acknowledges how the spaces in which we live begin to consume us, affect us, and help define who we are. By looking at corners, attics, stairways, and rooms, Bachelard addresses how different physical formations psychologically affect us. We are deeply affected by our environment and how we

encounter each other depends upon this space. To describe a place as "home" is to acknowledge its relationship to ourselves, to create a mutual sense of belonging. The space of home is a sanctuary, a refuge from outside sources, but also, according to Bachelard, if that space is in some ways less than ideal the crooked nature of the house will create a life that is warped or changed by its environment. A small or oppressive physical living space can make us feel oppressed, uncomfortable and stifled.

It serves of grass to the winds. My house is diaphanous, but is not of glass. It would have before the constitution of the vapor. Its walls condense and are expanded according to my desire. But, sometimes, I leave the walls of my house to be expanded in the space of its own that is to extensibility infinite. The delirium permits that the image of home assumes lightness, "air lightness," as it was integrated to the wind. Winged home that interacts with the elements of the nature, as the wind. Then, other winds came around. Home of wind, dreamlike, of the caves and of the labyrinth. I would like that my house went similar to the wind of the sea, palpating of seagulls. (Translation and selection of parts of citation by the authors) (Bachelard, 2008)

REFERENCES

- Adams, L. (1966). *The methodologies of art: an introduction*. Colorado: Westview Press.
- Barnard, M. (2001). *Approaches to Understanding Visual Culture*. New York: Palgrave.
- Barrett, T. (2002). *Interpreting Art: Responding to Visual Culture*. London: Mayfield.
- Berger, J. (1972). *Ways of seeing*. Great Britain: Penguin Books.
- Bachelard, G. (2008). *A Poética do Espaço*. Tradução: Antonio de Pádua Danesi. São Paulo: Martins Fontes.
- Burgin, V. (1996). *In/different Spaces: Place and Memory in Visual Culture*. Berkeley: University of California Press.
- Danto, A. (1998). *The wake of art: criticism, philosophy, and the ends of taste*. Amsterdam: G+ B Arts International Imprint.
- Dikovitskaya, M. (2005). *Visual Culture: the study of the visual after the cultural turn*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Foster, H., Re: Post, in Wallis, Brian, *Art After Modernism: Rethinking Representation*, New York, The New Museum of Contemporary Art 1984, pp. 194-196.
- Jenks, C. (1995). *Visual Culture*. London. New York: Routledge, 1995.
- Krauss, R. *Sculpture in the Expanded Field*, in FOSTER, Hal (ed.), *The Anti-Aesthetic, Essays on Postmodern Culture*, Seattle, Washington, Bay Press, 1983, pp. 31-42 (orig. publ. in October n°8, Spring 1979).
- Lippard, L. (1997). *Six years: the dematerialization of the art object from 1966 to 1972...* Berkeley: The University of California Press.
- Mirzoeff, N. (2003). *An Introduction to Visual Culture*. New York: Routledge.
- Sandler, I. (1996). *Art of the postmodern era: From the late 1960s to the early 1990s*. New York: Harper Collins.
- Stiles, K., Selz, P (1996). *Theories and documents of contemporary art*. Berkeley: University of California Press.
- Ross, D. (1999). *Bill Viola – a 25-year Survey*. San Francisco Museum of Modern Art, San Francisco, California, EUA.
- Mitchell, W. J. T. "Showing seeing: a critique of visual culture," *Journal of Visual Culture*, 1 , 2 (2002), 165-181; ref. on p. 173.

VISUAL EFFECTS CINEMATOGRAPHY THE CINEMATOGRAPHER'S FILMIC TECHNIQUE FROM TRADITIONAL TO DIGITAL ERA

Nawal Mohamed Salah ELDIN
College of Applied Sciences, Ibri, Sultanate of Oman
nawals.ibr@cas.edu.om

ABSTRACT

Special effects cinematography is as old as cinema itself. The cinematographer had a major role in making the special effects scene either by making the whole effect in camera or combined with the optical effects in laboratory after shooting. A question pops up after the digital revolution: Does the cinematographer have the same role as before? Is there a need to adopt new techniques to master the cinematographer work in the digital era? This paper attempts to explore the differences between the conventional and the digital visual effects from the cinematographer's technical point of view, based on a comparative study. Before the digital era most of the effects were done by the camera or in the laboratory. Nowadays, however, there are new tools and techniques such as digital visual effects that overruled the cinema industry, sometimes the only live-action elements are the actors. The term CGI (Computer Generated Images) is currently well known to many people and filming is only the first step to be followed by many other procedures. The mentioned procedures are called post production, which is the region where most of the visual effects creation takes place.

Keywords: Cinematography, Digitalization, Visual Effects

1. INTRODUCTION

'Special effects' are created where techniques beyond the 'normal' film making procedures are used. That is to say when things might be more complex or time-consuming or involve 'special' techniques. 'Special' effects, as currently defined, would be where modifications are made physically to any of these elements or the interfaces between them.[1] visual effects (also called optical or photographic effects) are special effects achieved with the aid of photographic or digital technology, occurring after the principal photography, or main shooting, of a film. Includes miniatures, optical and digital effects, matte paintings, stop-motion animation, and computer-generated imagery (CGI).[2]

2. VISUAL EFFECTS: THE DEFINITION

Until fairly recently, the art and craft of visual effects went by the name special photographic effects because the work was accomplished photographically on film and relied heavily on special optical cameras called optical printers. Most of the serious visual effects work took place in postproduction. Nowadays we simply call it visual effects. But even defining a visual effect is far from straightforward. For one thing, some people include visual effects in the general category of special effects, while others may refer to them as special visual effects.

Before the introduction of computer graphics, it was relatively easy to say what a visual effect was: If a shot required some sort of treatment in postproduction and rephotographing on an optical printer, it was called a "special photographic effect." John Dykstra, one of the top visual effects supervisors in the business today (and one of the main creative forces behind the visual effects for the seminal film Star Wars of 1977), once defined a visual effect as "two or more elements of film combined into a single image." [3]

AS described by the Visual Effects Society: Visual effects is the term used to describe any imagery created, altered, or enhanced for a film or other moving media that cannot be accomplished during live-action shooting. In other words, much of the art of visual effects takes place in post-production, after primary image capture is complete. Visual effects can be added to live-action capture through techniques such as matte painting; rear- and front-screen projection; miniature or forced perspective sets; computer graphic objects, characters, and environments; and compositing of disparate images recorded in any number of ways.[4] From both points of view we can reach that: A visual effect is the manipulation of moving images by photographic or digital means that creates a photorealistic cinematic illusion that does not exist in the real world.

3. VISUAL EFFECTS, THE BEGINNING AND DEVELOPMENT

3.1. The Silent Era

Visual effects have been a part of the filmmaker's creative toolbox almost from the first time a cinematographer cranked a handle on a wooden camera back in the 1890s. The first known visual effect that seems to have survived was created in 1895 in a short film called *The Execution of Mary, Queen of Scots*. Some film makers like Georges Méliès accidentally discovered techniques accidentally like the substitution shot which he discovered when his camera jammed, he soon turned this technique into an art form, many of the techniques Méliès invented are still implemented among them stop motion animation and double exposure.[5]

In the very first years of commercial filmmaking, 1895 to 1905, any visual effect was limited to what could be done in-camera, which included fairly rudimentary effects such as substitution shots (stopping the camera and changing the scene before starting it again) or simple frame splits. In this latter technique, the first part of the effect would be shot, during which hand-drawn mattes would be slipped into the light path before the film plane, placed in front of the camera on stands, or even attached directly to the lens of the camera. The film was wound back to the starting point of the scene and the second element then exposed onto the film in the area that had no exposure from the black matte. In these early days, the camera was always locked down, which made such effects possible. [6]

Any good cameraman was capable of producing number of 'live' tricks during the hand-cranked filming process including the basic fading and iris effects. Cameramen could also produce dissolves, by which one image merges seamlessly into another. The effect was achieved by reducing the camera's aperture at the end of a sequence to produce a fade to black, rewinding the film, starting a second exposure and opening the aperture as the new scene was shot. By varying the speed at which they cranked the camera, cameramen could also produce fast or slow motion. Methods that required running the film through the camera twice, such as split screens and double exposures, became much more practical after the introduction of a new Bell and Howell camera in 1912. [7]

3.2. Influence Of Sound On Visual Effects

From about 1933, sound recording restricted filming on location, and for the next twenty years the great Hollywood outdoors would be filmed almost entirely within studio walls. The coming of sound is often held responsible for this wholesale move into the studios. For special effects departments, sound brought some new challenges. With films being made exclusively on the studio lot, effects technicians had to find ways to bring exotic and even everyday locations to the set. The technology that was developed enabled the first practical use of rear projection, a process enabling background scenery to be projected on to a screen behind actors while filming in the studio. Although rear projection often replaced the uses of travelling mattes, effects technicians continued to perfect travelling matte photography. The development of advanced optical printers, which enabled the separately filmed elements involved in travelling matte photography to be combined on film with greater control than had

previously been possible, resulted in much-improved image quality. The optical printer also found favour in the production of many 1930s musicals whose spectacular dance sequences needed flamboyant scene transitions, such as the star-wipe and the now iconic spinning newspaper effect.[8]

3.3. The Digital Age

In the late 1950s and into the 1960s, John Whitney, Sr., began creating intricate and involving images using surplus analog military equipment. He photographed moving patterns of light and lit objects that were moved by these analog computers. The patterns recorded by a camera synchronized to the motion were intricate and complex. This work was the inspiration for the slitscan technique used to create the stargate sequence in the film 2001 (1968). Followed by this many visual effects artists scientists, computer engineers and companies entered the race of developing visual effects.

Major advancements in computing speed, power, and storage led to the creation of tools to record and then film out scenes captured by motion picture cameras. Visual effects facilities and visual effects and special effects artists and scientists used imagination, technical knowledge, and an amazing amount of creativity to invent and create these first tools. In the late 1980s Kodak, with collaboration from ILM, developed the technology for the first (more or less) practical film resolution scanner. Along with this invention came the development of the Cineon digital film format, which became the standard format for motion picture image recording and filming across the world.

In 1988 audiences were excited by the use of digital “morphs” in Willow. The Abyss, with its water character, and Terminator 2, featuring a fully CG leading man, opened 'in 1991. In 1992 the first attempt was made to replicate real, recognizable creatures in a feature film the penguins and bats in Batman Returns.

The years since 1993, it can be argued, included as much innovation as the previous 100 years of visual effects. Everything was open, and a legion of incredibly clever visual effects artists, scientists, and engineers redrew the landscape such that no effect was beyond our reach. We saw the world of optical printing fade from common use faster than any of us would have believed possible as digital scanners and printers, augmented by new compositing, 2D software, and fantastic developments in 3D camera and object tracking came to the fore. [9]

4. THE VISUAL EFFETS TECHNIQUE

Many of the conventional techniques are still in use even after the digital era, changes were made and improvements while others were replaced by digital components.

4.1. Conventiinal Techniques In Categories

The technique of visual effects cinematography improved over the years by many technicians and inventors, if we have a look at the conventional visual effects before implementing digital techniques; we will see that some of the effects were done by the cinematographer in the location other techniques were mainly lab process and optical printing work and sometimes a combination of the two techniques:

- 1- In the camera effects: in which all of the components of the final scene are photographed on the original camera negative:
 - A. Basic effects
 - 1- Change in object speed, position or direction.
 - 2- Image distortions and degradations.
 - 3- Optical transitions.
 - 4- Superimpositions.
 - 5- Day- for- night photography.
 - B. Image replacement.

- 1- Split screen photography.
- 2- In the camera matte shot.
- 3- Laboratory processes: in which duplication of the original negative through one or more generation is necessary before the final effect is produced:
 - A. Bi – pack printing.
 - B. Optical printing.
 - C. Travelling mattes.
 - D. Aerial – image printing.
- 3- Combination techniques: some of the image components are photographed directly on to the final composite film, while others are produced through duplication or before shooting:
 - A. Background projection
 - 1- Rear projection.
 - 2- Front projection. [10]

Some of the visual effects can be done with several techniques and the cinematographer will decide the suitable technique. The choice of which technique to be used was mainly based on the image quality, nature of the scene, desired effect on the screen and the cost.

4.2. Motion Controlled Cameras

Borrowing technology from developments in sound in the late 1940s and early 1950s, visual effects artists adapted the use of synchronous motors to control pans, tilts, and dolly moves. This allowed for accurately duplicating a camera move shot on one set or location with a matching move back on the lot in the visual effects department. The gear was clumsy, and true-frame accurate recording and playback of moves was not always possible or consistent, but this precursor to motion control of film cameras provided visual effects artists with another tool to meet the growing demands of directors and camera people for more innovative shots. [11]

The use of motion-controlled cameras on set has been a great boon for actor duplication and interaction. In such scenes, the lighting is exactly the same for each take, and the two performances can be choreographed to interact precisely. A great example of this type of work can be found in the Back to the Future films (1985–1990) and The Lord of the Rings trilogy, in which actors of different scales (meaning same size actors) were made to look like giants or dwarves interacting with one another. [12]

Nowadays with the aid of computer engineering and programming the motion control camera has a system for the identical repetition of camerawork by computer control. It can, for example, be used to convert a few extras into a crowd of thousands by multiplying images, or prepare a CG background for a real scene using the sequential camera data of the original shooting. Special operations of this kind require use of a very precise motion control camera with great repeatability and cannot be performed by manual camera work. The motion control camera has, therefore, come to be regarded as an essential system for VFX productions.[13]

4.3. Front And Rear Projection

Front and rear projection are both in-camera compositing techniques. By this we mean that two (and rarely three) separate images are combined into one image in-camera at the time of filming. In front projection, an image is projected through a beam-splitter placed in front of the camera onto a highly reflective Scotchlite screen. In rear projection (RP), the image that is to be combined with a live-action plate is projected from the rear onto a translucent screen, and the live action plays in front of it.[14] In the pre-digital era of visual effects, front projection, rear screen projection, and “side-screen” projection were processes used for creating large-scale sets and new environments as well as for moving images out the windows of cars and planes. Although the techniques for using these tools have changed a great deal, the mechanics of the tools are basically the same, except for the new digital projection systems. In the past the background plates had to be created prior to on-set shooting, and once the on-set shooting was done, there was no fixing it in post, but it did and still does allow one to shoot many versions of the action with the subjects to give the director a variety of takes

from which to choose. Experimentation can be done on the set with lighting and other smoke and debris elements to blend the subjects together. A good example of this is a shot from *The Fugitive* (1993), in which dust and debris shot from an air cannon landed on top of Harrison Ford just as a train crashed into the hillside. This was done using a front projection system that tied in all of the dust and debris on top of Harrison with the plate for integration of the elements [15] Today, front projection has virtually disappeared. And while film-based rear projection is almost extinct as well, the process has made a significant comeback in digital production, in features as well as in television and commercials. For example, the movie *Get Smart* (2008) used digital rear projection for dozens of shots.

4.4. Miniatures vs. Digital Models

The first miniature ever captured on film appears to have been the recreation in 1897 of a naval battle during the Greco-Turkish War by the French film pioneer Georges Melies. It didn't look very convincing by our standards, but miniatures have been an invaluable adjunct to live-action photography ever since. We can use miniatures in various combinations with live action or digital elements, and like other visual effects, we use miniatures when it's impossible to use the real thing because it's too expensive to film, is inaccessible, or doesn't exist in the first place. Miniatures can be either hanging in front of the camera and the live action in the back ground, or stand alone miniatures as in plane crashes and explosions or miniatures with composited elements This technique involves the compositing of a miniature either with a live-action plate, a matte painting, or some form of computer-generated background that will supplement the miniature photography. Compositing miniatures with other elements is probably the most common use of miniatures, and certainly one of the most widely used visual effects techniques. The *Lord of the Rings* and *Harry Potter* trilogies, for example, were full of such shots.

In recent years, miniatures have run into stiff competition from computer-generated environments and objects. The trend began mainly in television and gradually spread into feature films as software became more sophisticated, allowing digital artists to model, texture, and paint their creations in the computer faster and cheaper than their colleagues who were building physical models. That trend appears to have stabilized as filmmakers found that each technique has its merits, depending on the requirements of a particular project. A good example of this is the 2004 film *The Aviator*, a film starring Leonardo Di Caprio in the role of famed aviation pioneer Howard Hughes. That film seamlessly blended both physical and CG models. The re-creation of an aerial dogfight near the beginning of the film was realized almost entirely with CG models, while later sequences — including a spectacular sequence of Hughes crashing an experimental aircraft into a Beverly Hills neighborhood — were accomplished entirely with physical models. [16]

4.5. Blue Screen Photography

Blue screen process is one of the survivals techniques; it was used in conventional VFX and still in use with digital cinema. Blue screen was used as early as the silent period for generating high-quality composites on black-and-white film using the Dunning Pomeroy process. As the years progressed and color film came into being, many effects artists adapted the idea of using a blue screen to isolate an element photographically to create color composites. One of the early examples of the process was that developed by Lawrence Butler for Alexander Korda's *The Thief of Baghdad* in 1940. The color blue was first used for the simple reason that there is very little blue in skin tones. The blue wavelength can be isolated while still getting a fairly acceptable color rendition for faces.

The process made use of black-and-white separations. A separation is a black-and-white film that contains only one of the color components. It is made by placing the color negative in contact with black-and-white film and exposing it with a primary color. There were many problems with this method Some development were made to enhance the quality of the blue screen mattes. In the mid-1950s that a brilliant inventor named Petro Vlahos perfected the

system and created the color-difference process. The Vlahos system was so successful that effects artists used the system for all the blue screen effects from the mid-1950s to the age of digital.[17]

With the introduction of digital cinema and the ability to make the separation digitally it was just easier to composite the live action with either CGI or pre-shot live background, yet the scene shooting can make it either easy or a painful task for the compositor.

It is the DP's job to design the blue/green shots lighting; this involves three main tasks: matching subject lighting with the background shot, making the screen very evenly lit and ensuring that neither area interferes with the other.

The DP should fully understand certain procedures and apply them when preparing for the blue screen shot; The DP will have to:

- 1- Consult with the post house, determine well in advance what components are needed and resolve the order in which elements should be most efficiently and creatively shot.
- 2- Coordinate the shooting of foregrounds and background to ensure that they will visually and photographically match.
- 3- Document details of camera, lighting and scenic set-up for use by crew shooting the foreground elements.
- 4- Match foreground camera and lighting to background data very precisely, with particular attention to perspective and direction of light.
- 5- Choose keying colour, screen method and subject positioning carefully to maximize separation, evenness and thus quality of composite.
- 6- Consider colour, texture and design of costumes and scenic elements in the foreground shoot to avoid technical problems.
- 7- Provide full information to the post-production team detailing precisely what was done during the shoot.
- 8- Do not degrade the foreground image by filtering or abnormal processing.[18]

5. THE ROLE OF VFX DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY

After looking into some of the techniques involved in the making of the VFX scene and its development we reach the question: what is the VFX director of photography role?

The camera department consists of the director of photography (DP) and a crew of camera operators and camera assistants. The DP is in charge of all photography, including lighting and composition. The gaffer, head of the electrical department, works very closely with the DP on the lighting. Whatever is captured by the camera system (film or digital) will be used as the basis for the visual effects plates and will also be used as a look reference for any virtual shots. The DP should work with the VFX Supervisor, director, and production designer regarding the format and look desired since these will have a direct impact on the visual effects and post-production pipeline.

With the use of previsualization (previs) – which is similar to the storyboard - in pre-production, some DPs are starting to rough-in lighting designs even at this stage. These designs provide them with a guide for lighting the real sets. This information will be useful in the post-production phase if the lighting design remains consistent. The VFX DP will have in mind some of the issues include film format, capture media (film/digital), color correction, and special equipment requirements (repeatable heads, etc.). The overall look of the images and any required VFX shooting tests should also be discussed with the VFX producer. The VFX Director of Photography plays a major role in the art of visual storytelling. It is the VFX DP's job to make all visual effects elements - be they background plates, miniatures, stunt doubles on a blue screen, aerial photography, or match the look of the 1st Unit DP's photography so that all the elements will ultimately look like they have been photographed together.

VFX DP will use the previs to:

- Help to drive the process by providing critical input on camera moves, lens choice, and composition.
- Pre-determine equipment needs (including special rigs) early enough to figure budget implications and build what is deemed necessary.
- Predetermine the size of a green screen.
- Design or modify a lighting scheme once lens choices and fields of view are known.
- Perform a virtual prelight, in more advanced systems, using physically accurate models for individual lighting instruments and other main components of the scene.
- Get a sense of the rhythm and coverage of a scene, based on a preliminary previs cut put together by the editorial department. [19]

Doing this job well requires an extraordinarily good creative eye, a thorough understanding of cinematic techniques, and more than a dollop of technical ingenuity. The nature of visual effects usually requires the VFX DP to photograph places, objects, and events under vastly different conditions from those of principal photography. [20]

6. CONCLUSION

The Cinematographer role did actually change over the years since the invention of cinema as an art through the days of classic cinema reaching the digital era. The limited crew members at the birth of cinema (usually the director and the camera man and sometimes they were the same person) expanded to be different departments one of them is the special effects department which deals only with the visual effects scenes. In many cases the VFX Director of photography is not the DOP of the entire film; his main job is to shoot the live action part of the visual effects shot, he works more closely with the CG artist to achieve unity of the shot in lighting, perspective and mood and also to keep in mind many other factors, such as the entire film visual continuity and the characteristics of the medium he is using, the difference between film and digital cameras and to be able to come up with solutions to accomplish the shooting and reach the desired result in. The work of VFX DP requires great technical and artistic skills. In fact the cinematographer's role did not diminish but expanded to further aspects.

REFERENCES

- [1] A. J. Mitchell (2004). Visual Effects for Film and Television, Focal Press.
- [2] <http://www.pbs.org/wgbh/nova/specialfx2/glossary.html#motion>
- [3] Charles Zwerman, Susan (2010). The visual effects producer: understanding the art and business of VFX, Focal Press An imprint of Elsevier.
- [4] Michael Fink, Jacquelyn Ford Morie (2010). In: The VES handbook of visual effects, Jeffrey A Okun, Susan Zuerman, Visual Effects Society. Published by Elsevier Inc.
- [5] Ron Miller (2006). Special Effects: An Introduction to Movie Magic, Lerner Publishing.
- [6] Michael Fink, Jacquelyn Ford Morie (2010). In: The VES handbook of visual effects, Jeffrey A Okun, Susan Zuerman, Visual Effects Society. Published by Elsevier Inc.
- [7] Richard Ricitt (2007). Special Effects, the History and Technique, Bellboard Books
- [8] Richard Ricitt (2007). Special Effects, the History and Technique, Bellboard Books
- [9] Michael Fink, Jacquelyn Ford Morie (2010). In: The VES handbook of visual effects, Jeffrey A Okun, Susan Zuerman, Visual Effects Society. Published by Elsevier Inc.
- [10] Raymond Fielding (1985). The Technique of Special Effects Cinematography, 4th edition, reprinted 2000, Focal Press.
- [11] Michael Fink, Jacquelyn Ford Morie (2010). In: The VES handbook of visual effects, Jeffrey A Okun, Susan Zuerman, Visual Effects Society. Published by Elsevier Inc.
- [12] Mark Sawiki (2007). Filming The Fantastic, Focal Press.
- [13] Hiroyasu Masuda (2005). Development of a Compact Motion Control Camera System for HD Digital Broadcasting, SMPTE Technical Conference and Exhibition November 9-12, 2005 New York City http://www.nhk.or.jp/digital/en/technical/pdf/01_2_1.pdf

- [14] Charles Zwerman, Susan (2010). The visual effects producer: understanding the art and business of VFX, Focal Press An imprint of Elsevier.
- [15] Scott Squires, (2010). Acquisition/Shooting In: The VES handbook of visual effects, Jeffrey A Okun, Susan Zuerman, Visual Effects Society. Published by Elsevier Inc.
- [16] Charles Zwerman, Susan (2010). The visual effects producer: understanding the art and business of VFX, Focal Press An imprint of Elsevier.
- [17] Mark Sawiki (2007). Filming The Fantastic, Focal Press.
- [18] A. J. Mitchell (2004) Visual Effects for Film and Television, Focal Press.
- [17] Scott Squires, (2010). Pre-production / Preparation In: The VES handbook of visual effects, Jeffrey A Okun, Susan Zuerman, Visual Effects Society. Published by Elsevier Inc.
- [18] Charles Zwerman, Susan (2010). The visual effects producer: understanding the art and business of VFX, Focal Press An imprint of Elsevier.

WHEN OPINION LEADERS TWEET: FRAMING ANALYSIS OF KUWAITI PARLIAMENT MEMBERS' TWEETS

Fatima Al SALEM

Indiana University, School of Journalism, USA
alsalem_fatima@yahoo.com

ABSTRACT

This research investigated Kuwaiti parliament members' leadership behavior on Twitter by applying Bolman and Deal's (1984) leadership theory of framing. The study classified parliament members according to their political party affiliation-Islamists, independents, liberals, and populists party- and investigated the prevalence of four leadership frames through a content analysis of eight parliament members' messages on Twitter over a period of six months from June 15, 2011 to November 15, 2011. Results showed that, overall, the structural frame was the most commonly used frame among parliament members, followed by the political, symbolic, and human resource frame respectively. The use of frames depended on both the political group and the topic of issues. The Islamist group, liberal and populist party more often used the structural frame in their Twitter messages whereas the independent group more often used the political frame.

Keywords: Opinion leaders, Twitter, New media, Framing

1. INTRODUCTION

In many ways social media provide an interesting space for opinion expression and political discourse, and many people speculate its possible democratic implications for people living in less democratic countries. Twitter as a form of social media extends the opportunity that other social media offer due to its immediacy, great social interaction, and informal discussion. Moreover, Twitter is ranked as the fastest-growing site in the member community category in the U.S., while in Kuwait Twitter users' penetration is ranked sixth among the Middle East and North African Countries and third among the Gulf countries (Nielson, 2011; Arab Social Media Report, 2011). An increasing number of Kuwaitis are using Twitter because its free, easy to use, and provides a space for opinion expression and research found that 24 percent of social media users in Kuwait use it for political discussion (Alfadhly, 2011). In addition to general users, opinion leaders in Kuwait such as parliament members (law makers), cabinet ministers, political and social activists are using Twitter as it represents a channel where they can disseminate ideas, build on their social capital, interact collaboratively, and build on their public image. The study is noteworthy in many ways. First, it fills a gap in research as there is dearth of research relating to framing social media users' leadership behaviors. Second, the study contributes to framing theory and the leadership theory of framing by Bolman and Deal (1984) in several ways.

The study demonstrates yet another area within mass communication scholarship in which the framing theory may be usefully applied to social networking sites. For leadership theory of framing by Bolman and Deal (1984), this study marks one of the initial examination of the theory in the political communication arena. In addition, this study extends the theory by introducing a non-organizational landscape and builds on recent effort by scholars. Lastly, Kuwait's media system is interesting in many ways, although the country has a strict press and publication law that limits the criticism of the Amir and Islam, there is an unfiltered Internet access. The

unfiltered access to the Internet and social media sites explains the high penetration rates of Kuwaiti users of social media sites as there is a space for freedom of opinion expression online. The freedom online that Kuwaitis have makes the Internet a political forum and opinion leaders such as parliament member use it to reach out to their followers and gain more exposure. Therefore, It is significant to examine how parliament members use social media through investigating their leadership behavior expressed through their Twitter messages which can explain their motivations.

2. LITERATURE REVIEW

Social Media Use in Kuwait

In Kuwait, according to the constitution that was agreed upon between Kuwaitis and the ruling family in 1964, the legislature can exert its power over the executive branch. Although the Amir maintains the final word on most government policies, the National Assembly plays a real role in decision-making, with powers to initiate legislation, question cabinet ministers, and express lack of confidence in individual ministers (U.S. Department of State, 2010). Recent Internet World Stats (2011) rank Kuwait as sixth in terms of Internet usage and population percentages in the Middle East with a 42.4% penetration. In terms of social media use, World Stats figures show that there are 822,640 Facebook users in Kuwait as of 2010 (WorldStat, 2011). In terms of Twitter users, statistics show that there are 113,428 active users of Twitter in Kuwait as of March 2010, a 3.24% penetration (Arab Social Media Report, 2011). The Arab Social Media Report shows that Kuwait ranks sixth in terms of the number of active Twitter users in the Arab countries after Turkey, Qatar, Egypt, UAE and Saudi Arabia (Arab Social Media Report, 2011).

Politically speaking, Kuwait is one of the three countries that represent 17 percent of the Middle East identified as having a partly free press along with Morocco and Lebanon (Freedom House, 2010). Although the partly free press in Kuwait means Kuwaitis can criticize the government and express their political opinions through newspaper articles, blogs and television, still Kuwait has strict press laws limiting criticism of the Amir and Islam. Moreover, In 2008, Kuwait's Public Prosecutors office issued a bill to punish Internet offenders in the country. The penalties for breaking the law could involve up to one year in prison, seven years if the insulted party is a minor, and monetary fines. The law is set to criminalize immoral conduct, encouraging any anti-government statements, divulging state secrets or offending Islam online (WAN/IFEX, 2008). Despite the press and publication law, Kuwait has unfiltered access to the Internet (Hofheinz, 2005) compared to other countries in the region which explains the high penetration rate of Internet users in general and social media in specific. According to Wheeler (2006) there are three reasons for the active Kuwaiti Internet atmosphere: (1) culturally, Kuwaitis like to show-off their social status by being the first to own the latest trend, and this attitude has made Kuwaitis anxious to get online; (2) economically, Kuwaitis have one of the highest per capita incomes, meaning they can afford to buy computers and Internet subscriptions, and (3) finally, the government supports a techno-savvy culture by allowing the sale of and access to high-tech devices. There are several reasons for the high numbers of social media users in Kuwait as Haqqa (2011) explains that Facebook, Twitter and other channels help spread the message more widely. Moreover, social media usage in Kuwait is not limited to social interaction between people, entertainment or marketing but acquires a far greater role (Haqqa, 2011). Social media is used as a political tool and Kuwaiti citizens' use has been described as the most intriguing in the Gulf region (AlQassem, 2011). Recent Pew center research show that 73 percent of Americans surf the Internet for political reasons, and the situation is pretty similar in Kuwait. Although there is lack of research on social media usage in Kuwait, recent events showed that Twitter was a

mobilization tool. Twitter was used in Kuwait to mobilize and organize protests against the Prime Minister Sheikh Nasser AlMohammed Al Sabah that started on March 2011 and the increased political discussions on Twitter prove that Kuwaitis use social networking sites for political reasons (GetConnect, 2011). In addition, Twitter is increasingly being used as the most popular channel for political discussion among Kuwaiti citizens because of its wide audience reach, speed, and the short messages feature (Haqqa, 2011). Another factor that can't be neglected is Kuwaitis ability to own smart phones due to their middle to high incomes that makes social networks accessible from their phones. Haqqa (2011) adds that the high number of people using smart phones in Kuwait helped in encouraging the use of social media such as Twitter and Facebook because people connect to these tools straight from their phones without the need to be sitting behind a laptop anymore. In her study about the Internet in Kuwait, Wheeler (2003) argued the Internet transformed the communicative practices in the Kuwaiti society. As the traditional social forum for political discussion and gatherings has always been the diwaniya (Male social clubs), where Kuwaiti men would gather to discuss issues, latest events, and debate about politics. (Haqqa, 2011). But the introduction of the Internet has changed the diwaniya custom and many young people argue that they enjoy to surf the Net over traditional social gatherings. Social media tools became the new public forums for the new Kuwaiti generation as they use it for political discussion (Ismail & Mazedee, 1998 & Haqqa 2011). Politicians, ministers and members of parliament MPs (law makers) in Kuwait have followed the trend and are using Twitter to discuss politics and interact with the public. AlQaseemi (2011) notes that social media in Kuwait is more like an extension of the Kuwaiti parliament, where parliament members discuss policies and interact with their followers from the general public. Wheeler (2001) believes that some Kuwaitis are taking advantage of the Internet as a vehicle for challenging Kuwait's conservative society's view on proper public interaction. The Internet supports the untraditional chains of authority, which provides an attractive experiment in which to interact with unfamiliar or endangered forms of social interaction (Wheeler, 2001) Moreover, Haqqa (2011) argues that parliament members in Kuwait joined Twitter after they have noticed the shift in the political forums and the great participation. Social Media like Twitter is a great opportunity for parliament members and political figures to read conversation between the public, interact with general people, and participate in the people-government dialogue (Haqqa, 2011). AlMutairi (2011) asserts that Kuwaiti MPs' usage of Twitter is a phenomena and they use it to interact with their followers and gain public support. In addition, MPs in Kuwait use Twitter messages to support their positions on policies and use it as an alternative source to mainstream media to reach out to their supporters especially when rumors spread about them or when they need to defend certain positions (AlMutairi, 2011).

Members of parliament and politicians have different political agendas and might use the Internet and social media for different purposes. Ku et al., (2003) argue that politicians have begun to use the Internet to mobilize supporters and convey their messages through online strategies. When studying MPs in Kuwait, it is unfair to refer to them as one homogeneous group, as they belong to different political groups and have different political ideologies that range from Islamists to liberals. Therefore, this study analyzes MPs' Twitter messages as part of their political groups to examine whether differences in leadership exist among political groups.

Kuwait Political Groups

Official political parties are illegal in Kuwait, they have not been legalized since the independence in 1961. Yet, the Kuwaiti 1962 constitution does not prohibit political parties in any of its articles. Nevertheless, there are several political groups that act as de facto political parties (Encyclopedia of the Nations, 2011). The rationale for prohibiting the existence of

political parties in Kuwait is that political parties may be a divisive factor in a tribally-based society with many social divisions i.e. Sunni vs. Shi'a. tribal vs. town (The Estimate, 1999). Political groups in Kuwait have their own codes, headquarters, funding from their supporters, and have their set of objectives, yet they do not have formal memberships and therefore it is difficult to assess exactly how much strength they enjoy in a given parliament (The Estimate, 1999). Nevertheless, Alfuzai (2007) asserts that all political groups in Kuwait have their own spokespersons or representatives in the parliament i.e. MPs that follow their ideology.

In elections, several major political grouping function as parties to support their candidates. Alfuzai (2007) argues that although political parties have no clearance by the Kuwaiti law, parties act like "big shots." Therefore, political groups have the power of de facto parties and there are several legislative voting blocs in the parliament (Ziegler, 2011). The main political groups are the Islamists, liberals, populist party, and independents. The Islamists include Sunni Islamists, Shia Islamists, Muslim Brotherhood, and Salafist group, while the liberals include the National Democratic Alliance, Democratic Forum (left) and independent members. The independents mostly include the pro-government MPs which include Shia, Sunni, and tribal members. Lastly the populists group are the government opponents (Herb, 2009).

Islamists: The Islamic group is the most influential bloc in the parliament with around 19 elected members in the 2009 national election (Herb, 2009). The Islamist group includes members from Muslim brotherhood, Salfis, Shi'a Islamists, and Sunni Islamists. Their main demand that Sharia be the only source for all laws in Kuwait. One of the most important bills passed by the Islamic group in the past years was the elimination of co-education in 1998 between females and males in university level. Islamists are concerned with social issues such as censorship, limiting women's freedom, and fighting homosexuality (Kareem, 2011).

Populist Party: The popular action bloc is headed by Ahmed Alsadoun. The party focuses on populist issues such as housing, salary raises, and unemployment. The party emerged in the late nineties in Kuwait and has three representatives in the Kuwait National Assembly in the last elections of 2009. The main objectives of the populist party's are to defend the constitution of 1962, defend the public money and serve the public. Among the most prominent achievements of the party were the residential care act, the law of state property, Warba Bank (Islamic Bank), and Kuwait's third telecommunication company. The populist party is considered the leading government opposition and its deputies.

Independents: The independent parliament members constitute of Sunni, Shia, and tribal members. They tend to support the ruling family and the government deputies in the parliament and have won 21 seats in the 2009 national elections.

Liberals: The liberal members of the parliament belong to The National Democratic Alliance, Democratic Forum, or independent liberal members. They are progressive and liberal. Their main goals are to achieve democracy and respect for human rights and build civil society. They are mainly concerned with economic policies, national reconstruction and the development and expansion of production and investment projects and to achieve social justice. In 2009 national elections, the liberals won 6 seats in the parliament.

In summary, it is inevitable that opinion leaders such as politicians, parliament members and activists need to be part of social media and interact with the public, and many of them already are but what is equally important is to study their behavior. There are several approaches to examine opinion leaders' social media use and framing their messages can be a significant way. Nevertheless, the analysis shows that parliament members in Kuwait belong to diverse political parties and groups, therefore the study will focus on the differences of framing social media usage among MPs political groups.

Framin Theory

Over the years scholars have developed a body of research on framing and framing effects (Sametko & Valkenburg, 2000 & Druckman, 2001). Despite the numerous amount of research that examines framing and its effects, there is no single definition of framing but many that have been developed include the same characteristics (Sametko & Valkenburg, 2000). Neuman et al., (1992) defined framing as the conceptual tools individuals and media rely on to interpret and evaluate information (Sametko & Valkenburg, 2000). Those frames help individuals locate, perceive and identify the information around them (Goffman, 1974). Sametko & Valkenburg (2000) argue that there are two possible approaches to content analyze frames in the news: inductive and deductive. The inductive way often involves small samples as it analyzes news stories with loosely defined preconceptions of some frames and attempts to reveal an array of possible frames that may exist. On the other hand, the deductive approach involves predefining certain frames and verify the extent of their occurrence in the news. This approach makes it necessary to have a clear idea of the kind of frames that may appear to avoid over looking certain frames that have not been predefined (Sametko & Valkenburg, 2000).

The literature has identified many frames that exist in the media which usually measures the existence of certain frames in the news such as conflict frame, economic consequences frame and morality frame (Valkenburg & Sametko, 2000). This study does not attempt to analyze the news media per se but social media messages of parliament members to study their leadership behavior. Therefore, this study provides an extension of the research of Bolman and Deal's (1984,1991) by investigating the occurrence of the different frames of leadership in parliament members' Twitter messages. Leadership research started in the early twentieth century with research that focused on the personal characteristics of leaders. Research on personal characteristics of leaders initiated trait theory which suggests that leaders have specific traits that differentiat them from their followers (Mossers & Walls, 2002). Stodgill's research on leaders' behaviors rather than their characteristics have shifted the emphasis of leadership reaserch. The behavior approach was concerend with leaders behavior that is capable of being changed (Mossers & Walls, 2002). In the late 1970s, the transformational leadership approach was initiated that is based on personal values and beliefs. Furthermore, transformational leaders define the need for change, create a vision, inspire and unite their followers to follow that vision. Mossers & Walls (2002) argue that Bolman and Deal's development of the leadership frames in the 1980s was the most useful typology to examine and study leadership.

Bolman and Deal's leadership frames notes that leaders view experiences according to different leadership styles and frames (Sasnett & Ross, 2007). In addition, scholars argue that Bolman and Deal's theory (1984) is a synthesis of existing research on leadership which categorizes leadership into 'frames' that are considered to be windows on the world (Sasnett & Ross, 2007 & Mossers & Walls, 2002). The theory consists of four frames: structural, human resource, political and symbolic. Each frame provides a specific version of leadership styles and techniques. Structural leaders define clear goals and assign specific roles while the human resource frame focuses on needs of people and value people's feelings and relationships. The political frame focuses on competition among different constitunecies for scarce resources. Lastly, the symbolic frame provide sense of mission and identity and leaders on that frame focus on enthusiasm, culture, and charisma (Bolman & Deal, 1991).

Scholars such as Mossers & Walls (2002) argue that research on framing leadership practices has been conducted to examine how leaders use leadership frames by focusing on whether they

demonstrate behaviors described in each frame. The literature on Bolman and Deal's leadership frames afford us to apply a deductive approach to examine the prevalence of frames in the Kuwaiti parliament members' Twitter messages. Although there is a body of literature on Bolman and Deal's leadership frames, the frames have been mostly used to assess organizational leaders (Mossers & Walls, 2002; Sasnett & Ross, 2007; Bolman & Deal, 1984, 1991, 1997). Therefore, this study will investigate the four leadership frames by Bolman and Deal (1984) with some modification in the operationalization definition of each frame for them to be more relevant to assess political leaders. Structural frame. This frame emphasizes on efficiency and effectiveness. Structural leaders define clear goals, assign specific roles for their followers and supporters. This frame of leadership tries to coordinate internal process with external environment and coordinate specific activities with policies and procedures (Sassnet & Ross, 2007). Other research has also observed that critical analysis of issues and events was highly valued in the structural frame (Bolman & Deal, 1991). Zolner (2010) found that in structural frames, leaders frame problems in a way that they originate from inappropriate structures and can be resolved through reorganization and restructuring.

Human resource frame. The human resource frame focuses on needs of people. Leaders within this frame value feelings and relationships of people. This frame of leadership strives for a good relationship within the work environment (parliament). Sassnet & Ross (2007) observe that human resource frame is based on meeting the needs of the people through empowerment. Moreover, human resource leaders attempt to be responsive to people's needs to gain loyalty. This frame emphasizes on support and empower people through participation (Bolman & Deal, 1991). Political Frame. Political frame is built on negotiation. Political leaders advocate and build their power bases through networking. In this frame, it is evident that leaders recognize the diversity of individuals, interests and compete for scarce resources (Sassnet & Ross, 2007). The political leader understands conflict and can deal with the different agendas interest groups may have. In addition, political frame usually consists of reasonable compromises for negotiations and conflict. Symbolic Frame. The symbolic frame emphasizes meaning, symbols and culture. Symbolic leaders value the subjective and achieve their goals through interpretative rituals. These leaders rely on traditions and values. Zolner (2010) observed that the symbolic frame assumes that humans will create and use meaning to clarify confusion and predict mystery. In addition, leaders working in this frame instill enthusiasm and drama to their followers (Sassnet & Ross, 2007; Bolman & Deal, 1991).

3. PURPOSE OF THE STUDY

The purpose of this study is to examine the utilization of leadership frames in Kuwaiti members of parliament's Twitter messages, and to examine differences between the various political groups (Islamists, populists party, liberals, and independents). With these goals in mind, the following research questions were devised:

RQ1: What is the most commonly used leadership frame (structural, symbolic, human resource, or political) by Kuwaiti parliament members?

RQ2: Does the use of structural, symbolic, human resources and political leadership frames vary by political group?

A second aim of this study is to compare the use of leadership frames in Kuwaiti parliament members' Twitter messages and different topics or issues that they commonly Tweet about (political issues, for example, or social), and to consider the implications of the type of messages they post. The third research question is:

RQ3: Does the use of structural, symbolic, human resources, and political leadership frames by parliament members vary by topic?

4. METHODS

This study proceeded from a quantitative content analysis of the leadership frames used in Kuwaiti MPs Twitter messages from June 15, 2011 to November 15, 2011 using a systematic random sampling method. This period was picked as it covers the period when most MPs joined Twitter and became active users. There are 26 parliament members on Twitter as of November 15, 2011, 52% of the total population of parliament members in Kuwait, yet some have established their accounts and never posted a single message. Therefore, it was important to identify active MPs first. There is no single definition of active Twitter user, according to Barracuda Labs, an active twitter user is someone who has at least 10 followers, follows at least 10 people and has tweeted 10 times (Leggatt, 2010). Moreover, Twitter's product lead manager asserts that his team identify active users when users follow 30 accounts and when one-third of the people they follow also follow them back (Carlson, 2011). On the other hand, according to Twitter CEO Dick Costolo, an active user of Twitter is anyone who logs into Twitter at least once a month (Ogg, 2011). The multiple definitions of active users on Twitter, allow us to pick the best definition that fits our research agenda, therefore, Barracuda Labs' definition will be applied where users are considered active when they have 10 followers, follow 10 accounts and tweeted 10 times (Leggatt, 2010). This definition qualifies with the research purpose as it takes into consideration the message activity unlike other definitions that focus on the number of followers. After applying Barracuda Labs' definition of active users on Kuwaiti MPs, only 15 out of the 26 members were qualified as active users. Since the research focuses on members' political groups, the 15 members are not equally distributed between the political groups i.e. there are only two liberal members that fit into the criteria of active users while there are more Islamic members. Therefore, the decision has been made to pick the top two members from the four political groups (populists's party, Islamists, liberals, and independents) who fit into the active user category and have the top activity (measured by number of messages). Members of parliament's political orientation was identified by Kuwait Politics Database (Herb, 2009). After the top two MPs of each political group (Islamists, populists's party, liberals, independents) has been identified from each political group based on their Twitter account activity and Barracuda Labs' definition of active users, a systematic random sampling of their messages has been applied from June 15, 2011 to November 15, 2011. The main purpose was to generate a systematic random sample of 25% of every parliament member total messages for the research period. The purpose of the study is to examine MPs' messages and leadership behavior, therefore only initial posts by MPs were included in the analysis. This means that any message that was sent as a reply to someone else's message was not included, in addition to forwarded messages (Retweets) that are not written by the MP were excluded as well. This was identified in advance as a basis for selecting the sampling population of messages because the research was concerned with initial messages and statements not discussions. A full 278 MPs Twitter messages met these criteria and were therefore used in the framing analysis. After retrieving MPs messages, a content analysis was applied to study the topics of their Tweets, examine the most prominent topic and the differences between members. Selected messages were coded for the main topics: politics, economics, social, religion, and international affairs. Messages were coded for their type (a) news release or a comment about the current issues and events (b) statement, thoughts or random ideas (c) quote by a different author (d) use of multimedia such as pictures or videos. Each of these types were coded (1) yes or (0) no.

Framing Measure

To measure the extent to which certain frames appear in messages, a series of 16 questions were developed to which the coder answered yes (1) or no (0). Each question was meant to measure one of the four frames: structural, human interest, political, symbolic. These were questions such as “Does the message contain any quotes from the Quraan?” (symbolic), “Does the message suggest that the leader is assigning any roles for his followers?” (structural), “Does the message contain any conflict?” (political), and “Is there any use of supportive words by the message sender?” (human resources).

Intercoder Reliability

The intercoder reliability conducted on a subsample of 15% of the Twitter messages showed a 91% reliability based on Holsti's (1969) formula.

5. FINDINGS

This study consisted of Twitter messages' content analysis of eight parliament members, two from each political group. A total of 278 Twitter messages were collected and analyzed to determine the most frequent leadership frame used. The sample constituted of: two Islamists parliament members' messages 37.4%, two independent 7.9%, two liberal members 29.9%, and two members from the populist party 24.8% of the total population of analyzed Twitter messages (See Table 1 for more details). Findings show that 61.5% of Islamist members' messages were statements, 9.6% were quotes, while 16.3% of Islamist members' messages were in the form of press releases. Moreover, 15.4% of Islamists' messages included multimedia and graphics. On the other hand, 73.5% of liberal parliament members' messages were statements, 16.9% were press releases, and only 3.6% of their messages included multimedia. Independent parliament members' messages were mostly statements (81.8%), with only 18.2% press releases and there found to be no use of multimedia in their messages. Similarly, there found to be no use of multimedia among populist party members, while 62.3% of their messages were statements, 30.4% found to be press releases.

Use of Frames by Different Political Groups

The first research question asked about the most commonly used leadership frame among the different parliament members in their Twitter messages. To investigate whether the use of frames varied, a simple frequency test of the 16 questions was conducted over the total population. The frequency test yielded many findings, and indicated that, overall, the structural leadership frame was the most frequently used frame across the sample (n=235). The second most common used frame by parliament members was the political frame (n=168), followed by symbolic frame (n=125), and human resource frame (n=107) respectively. To answer the second research question which asked whether the use of leadership frames varied among (Islamists, independent, liberal and populist party) political groups, a frequency analysis of the prevalence of frames among each political group was conducted. Table 2 shows the most used leadership frame by the Islamist political parliament members was the structural frame (n=88), followed by the symbolic frame (n=65), and the political frame came third (n=60). On the other hand, the independent political group most used frame on Twitter was the political frame (n=18), followed by the structural frame (n=16) and the symbolic frame came on the third place. On contrast, the liberal political group and the populist party both employed the structural frame the most. The liberal group used the structural frame the most in their Twitter messages (n=68), followed by the political frame (n=62), and their use of the human resource frame came third (n=47). On a similar note, the structural frame was the most utilized frame by the populist party members (n=63), followed by the human resource frame (n=38), while their use of political frame came on the third place (n=28). The third research question asked whether there was any differences in the use of

frames with specific topic (religion, politics, international affairs, social, economics). As mentioned earlier, the research included initial messages by parliament members and coded the message for its leadership frames and the most prominent topic. Two topics-politics and social-emerged as the most prominent in the parliament members messages during the six month period of the study. Of the entire sample, approximately 62.9% of the messages were politically oriented and about 19.8% focused on social issues. International affairs and economical issues generated 3.2% each. While religious issues generated 9.4% of the total topics. To answer the research question, again a frequency analysis was conducted to generate the total number of times each frame was used with the topic. The frequency analysis conducted yielded significant findings. Table 3 shows, social topics were mostly framed in terms of symbolic frame and was significantly correlated $r(3)=.000$, $p<0.001$. Political topics occurred more often in the structural frame and showed a significant correlation $r(3)=.00$, $p<0.001$. Moreover, Religious topics were often framed in terms of symbolic framing and were significantly correlated $r(3)=.000$, $p<0.001$.

6. DISCUSSION

The study's first aim was to assess the differences in the use of leadership frames among Kuwaiti parliament members' political groups. To do this, 16 framing questions were empirically used to assess the most four common leadership frames discusses in the various literature. The study examined the prevalence of symbolic, structural, political, and human resource frames in parliament members and political groups Twitter messages over a period of six months. Over all, the most common frames were, in order of predominance, structural, political, symbolic, and human resource. The structural frame is usually associated with the notion of bureaucracy and power, and depends on the rationality that any problem can be solved by any group if it is organized into an appropriate structure and divided into manageable units. The coding for this variable was done in such a way that a high score meant that the MP had well organized structural leadership style. Structural leadership frame entails that the parliament member strives to accomplish established goals, coordinates and control to achieve objectives and implement strategies to fit particular circumstances.

Results showed, therefore, that among Islamist, liberal and populist party groups, structural frame was the most common used frame. The predominance of the structural frame in the three political groups' messages suggests the importance and potential influence of their messages in the social media sphere. In Kuwait, where 24% of social media content was found to be political, MPs are expected to provide their goals, objectives, strategies, and provide answers to political problems to their followers. Although political leadership frame was found the second most dominant among parliament members' messages, it was the most prevalent frame by the independent group only and the second most prevalent frame among liberal group's Twitter messages. As suggested in the literature, the political frame assumes a continuing competition, focuses on conflict and negotiation, and emphasizes individual and group interest. The independent group members don't belong to any political ideology or political parties, and rather act upon their own political agendas. Therefore, they tended to use Twitter messages as a tool to defend their views, actions and voting. Political frame was the was prominent frame among independent parliament members as they act independently and don't have the support of political parties for their actions and voting in the assembly, therefore they need to justify their positions to the public as this frame suggests that leaders advocate and negotiate their views with their followers (Comwings et al., 1996). In addition, this frame entails interest in interest groups and understanding of diversity which independent group members may use as a strategy to gain additional support from those groups (Mosser & Walls, 2002). Since independent group members act independently in which

they don't belong to organizations or political blocs, it is inevitable to show interest in diversity and interest groups to gain additional popularity among those groups. The study also showed that the political frame occurred as the second most common frame among the liberal group. As discussed in the literature, liberal group's main objectives include respect for human rights, social justice and interest in political developments. Therefore, the political frame was especially evident in liberal group's messages as it meets their objectives and their audiences' expectations. The study revealed that the symbolic frame was the second most commonly used frame by the Islamist group. The predominance of the symbolic frame in the Islamists group's can be explained by the Islamist group's aspiration and purpose. The symbolic frame entails that members use symbols and culture to provide a shared sense of mission and identity (Comwings et al., 1996). The questions to answer this variable were mainly about the use of religious quotes, culture, and human values and traditions. Therefore, as explained in the literature, Islamist members are concerned with social and cultural issues and this frame is based on things embedded in the culture such as Sharia law, religious values, or quotes from the Qura'an. Although the most common used frame by the populist party was the structural frame, the human resource frame ranked second. The populist party encourages labour unions and organizations and represents unions' needs in the assembly, therefore the human resource frame resembles these objectives as the frame includes being responsive to people's needs as well as people's empowerment.

In addition, the human resource frame was ranked third among the liberal group framing. As the human resource frame focuses on human needs and value feelings and relationships through facilitation and empowerment (Mosser & Walls, 2002). The aptness for liberal members to empower their followers and encourage political participation is inevitable as they believe in building a civil society and achieve democracy. The final aim of this study was to investigate whether the prevalence of frames in MPs messages varied by topic. There has been a trend in the use of the four leadership frames-human resource, politics, structural, and the symbolic-as they were associated with the general topic of the message. In general, political issues were especially evident in the structural frame messages. This may be due to the finding that the structural frame is concerned with issues of leaders' strategies, goals and objectives. MPs strategies and goals are usually intersected with political issues such as laws, policies, corruption, the constitution and new regulations. The social frame was mostly associated with the symbolic frame which may be explained by the nature of the frame that focuses on traditions and human values. Moreover, religious issues were mostly found in the symbolic frame and that makes sense as the frame focuses on religious quotes, values and traditions which are usually issues related to religion. To conclude, parliament members in Kuwait utilize social media to interact, build their social capital and gain public acceptance using various leadership frames such as symbolic, structural, political, and human resource frame. Yet, the most dominant frame used by Kuwaiti parliament members in Twitter was the structural frame that suggests that leaders set direction, strategy, causes and effect, and hold people accountable. The way parliament members frame their messages in Twitter and the differences in leadership framing among political groups that this study prevailed can have important implications for public understanding and evaluation of political actors, political parties, and social media literacy. For further research, it is important to identify further characteristics that may be qualified for testing each frame on a political context as Bolman & Deal's leadership frames focuses on organizational leaders.

REFERENCES

- 1-Alfadhly, S. (2011, February 18). Social Networks effects on national security. Alaan online. Retrieved September 7, 2011 from <http://www.alaan.cc/>
- 2-Alfuzai, M. (June 23, 2007). Are Political Parties a Must Now? Kuwait Times. Retrieved on October 23, 2011 from http://www.kuwaittimes.net/read_news.php?newsid=OTAzMjk0Mjly
- 3-AlQassemi, S. (2011, May 31). Gulf Governments Take to Social Media. Middle East Online. Retrieved September 10, 2011 from <http://middle-east-online.com/english/?id=46414>
- 4-Al-Mazeedi, L. & Ibrahim, I. (1998). The educational and social effects of the Internet on Kuwait University students. Paper Presented at the Conference on Information Superhighway, Safat, Kuwait.
- 5-AlMutairi, J. (September 22, 2011). Twitter Attracts Kuwaiti Parliament Members. AlWatan Newspaper. Retrieved on October 20, 2011 from <http://alwatan.kuwait.tt/pdfhome.aspx?type=Cal&id=20/09/2011&year=2011>
- 6-Arab Social Media Report (2011). Dubai School of Government, 2. Retrieved September 5, 2011 from <http://www.dsg.ae/portals/0/ASMR2.pdf>
- 7-Bolman, L.G. & Deal, T.E. (1984). Modern Approaches to Understanding and Managing Organizations. San Francisco: Jossey-Bass.
- 8-Bolman, L.G & Deal, T.E. (1991). Leadership and Management Effectiveness: A Multi-frame, Multi-Sector Analysis. Human Resource Management, 30 (4):509–534.
- 9-Carlson, N. (April 4, 2011). Twitter Has Less Than 20 Million Active Users. Business Insider. Retrieved on October 30, 2011 from <http://www.businessinsider.com/twitter-has-less-than-21-million-active-users-2011-4>
- 10-Encyclopedia of the Nations (2011). Kuwait Political Parties. Retrieved November 2, 2011 from <http://www.nationsencyclopedia.com/Asia-and-Oceania/Kuwait-POLITICAL-PARTIES.html>
- 11-Freedom in the World (2010). Erosion of Freedom Intensifies. Freedom House. Retrieved November 5, 2010 from <http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=22&year=2010&country=7855>.
- 12-GetConnect (2011, March 8). In Kuwait, Facebook, Twitter Prove abilities Again as Youths Organize Protests. Retrieved September 6, 2011 from <http://www.genconnect.com/trends/kuwait-facebook-twitter-protests-middle-east-oil-social-media/>
- 13-Goffman, E. (1974). Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. New York: Harper & Row.
- 14-Haqaq, L. (2011, August 9). Social Media Megaphone Reaches to More People. Kuwait Times Online. Retrieved September 7, 2011 from http://www.kuwaittimes.net/read_news.php?newsid=OTMzMDA5MDQ1NA
- 15-Hofheinz, A. (2005). The Internet in the Arab World: Playground for Political Liberalization. International Politics and Society, 3, 78-96.
- 16-Herb, M. (2009). Kuwait Politics Database. Retrieved on October 30, 2011 from <http://www2.gsu.edu/%7Epolmfh/database/database.htm>
- 17-Internet Usage in the Middle East (2010). Internet World Stats: Usage and Population Statistics. Retrieved March 3, 2011 from <http://www.internetworldstats.com/stats5.html>
- 18-Kareem, M. (2011). Why Did Kuwaiti Islamists Divorce the Government? The University of Chicago Divinity School Publications, Sightings. Retrieved on November 2, 2011 from http://divinity.uchicago.edu/martycenter/publications/sightings/archive_2011/0623.shtml
- 19-Ku, G., Lee, L., & Pfau, M. (2003). The Impact of Web Site Campaigning on the Traditional News Media and the Public Information Processing. Journalism and Mass Communication Quarterly, 80(3), 528--547.
- 20-Laggat, H. (March 12, 2010). Less Than a Quarter of Twitter Users Active. Biz Report. Retrieved on October 30, 2011 from http://www.bizreport.com/2010/03/less_than_a_quarter_of_twitter_users_active.html

- 21-Mosser, N. & Walls, R. (2002). Leadership Frames of Nursing Chairpersons and the Organizational Climate in Baccalaureate Nursing Programs. *Southern Online Journal of Nursing Research*, 2 (3).
- 22-Nielson (2011). Social Media Report. Retrieved September 12, 2011 from <http://blog.nielson.com/nielsenwire/social/>
- 23-Ogg, E. (September 8, 2011). We Have 100 Million Active Users. Gigaom. Retrieved on October 30, 2011 from <http://gigaom.com/2011/09/08/twitter-ceo-we-have-100m-active-users/>
- 24-U.S Department of State (2010). Background Note: Kuwait. Retrieved October 20, 2010 from <http://www.state.gov/r/pa/ei/bgn/>
- 25-WAN/IFEX (2008). Proposed Internet law aims to silence critical bloggers. Retrieved November 2, 2010 from http://www.ifex.org/kuwait/2008/08/13/proposed_internet_law_aims_to_silence/
- 26-Wheeler, D. (2001). The Internet and public culture in Kuwait. *Gazette*, 63(2-3), 187-201.
- 27-Wheeler, D. (2003). The Internet and Youth Subcultures in Kuwait. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 8(2).
- 28-Wheeler, D. L. (2006). *The Internet in the Middle East: Global Expectations and Local Imaginations in Kuwait*. New York: State University of New York Press.
- 29-Roddy, M. (June 3, 2011). Kuwaitis Protest Demand Prime Minister Resign. Reuters Africa. Retrieved September 10, 2011 from <http://af.reuters.com/article/egyptNewsidAFLAE36903720110603?pageNumber=2&virtualBrandChannel=0>
- 30-Sasnett, B. & Ross, T. (2007). Leadership Frames and perceptions of Effectiveness Among Health Information Management Program Directors. *Perspectives in Health Information Management*, 4.
- 31-Semetko, H.A. & Valkenburg, P.M. (2000). Framing European Politics: A content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 93-108.
- 32-Shebeb, D. (2011, June 9). Kuwaiti Deputy Prime Minister Sheikh Ahmed Al Fahad Resigns, Al Arabiya Reports. Al Arabiya News Online. Retrieved September 5, 2011 from <http://www.alarabiya.net/articles/2011/06/09/152554.html>
- 33-The Estimate (1999). Kuwait's Political System: Parliament. *Political and Security Intelligence Analysis of the Islamic World and its Neighbors*, XI, 13.
- 34-Zolner, J. (2010). The Four Frames: An Idea That Sticks. *Harvard School of Education Alumni Bulletin*, 1. Retrieved September 15, 2001 from http://www.gse.harvard.edu/ppe/enews/_hihe/10hihe1/frames.html
- 35-Ziegler, H. (2011). *The Political System of Kuwait*. Helen Ziegler and Associates. Retrieved on November 12, 2011 from <http://www.hziegler.com/locations/middle-east/kuwait/articles/political-system-of-kuwait.html>

Appendix A
TABLE 1

Frequency of Twitter Messages Among Sample for the Period of Analysis*			
Parliament Member Name	Political Group	Total Number of Tweets for the Total Period	Total Number of Analyzed Tweets (25% of population)
Dr. Aseel Alawadhi	Liberal	212	53
Saleh Almulla	Liberal	128	32
Dr.Waleed Altabtabie	Islamist	244	61
Dr.Faisal Almuslim	Islamist	172	43
Ahmed Alsadoun	Populist Party	188	47
Ali Aldaghbasy	Populist Party	88	22
Marzough Alghanim	Independent	44	11
Shaieb Almwezry	Independent	44	11

*The period of analysis ran from June 15, 2011 to November 15, 2011

TABLE 2

Frequency of Frames (Ranks) Among Parliament Members' Political Groups				
	Symbolic Frame	Structural Frame	Political Frame	Human Resource Frame
Islamist Group	65(2)	88(1)	60(3)	19(4)
Independent Group	5(3)	16(2)	18(1)	3(4)
Liberal Group	34(4)	68(1)	62(2)	47(3)
Populist Party	21(4)	63(1)	28(3)	38(2)
Total	125(3)	235(1)	168(2)	107(4)

TABLE 3

Issue-Frame Relationship (in numbers)					
Issues	Symbolic Frame	Structural Frame	Political Frame	Human Resource Frame	Total
Social	58(52)**	17(15.3)**	8(7.2)**	28(25.2)*	111(100)
Politics	14(3.4)**	196(47.8)**	139(33.9)**	61(14.8)	410(100)
Religion	45(54.2)**	1(1.2)**	1(1.2)**	36(43.3)	83(100)
International Affairs	1(6.2)	4(25)	8(50)	3(18.7)	16(100)
Economics	7(12.2)	17(29.8)	12(21)	21(36.8)	57(100)

Notes: Values in parentheses represent percentages.
Values with * were significant at least at p<.05.

ZAMANSIZ BİR GÖRSEL KÜLTÜR ÜRÜNÜ OLARAK KAYBEDENLER KULÜBÜ

Gül YAŞARTÜRK
Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Antalya
gulyasarturk@yahoo.com

ABSTRACT

The movie Kaybedenler Kulübü can be seen as an ordinary period film. Although the film takes place in the mid 1990's, it often has no periodic indicator or any expression pertaining to the period. Here, it is possible to say that the film has no borders between time and space. Although the events in the film take place in the 1990's, the audience, not having any idea about the film's subject or the characters, can easily think that the events occur today due to the visual structure of the film. This choice may be considered as a tribute to the past, or can also be seen as an effort to bring the past forth into the present; to revive the past. Precisely within the framework of the unnoticed efforts, the real characters have began to make the same program again, but not surprisingly, it does not meet sufficient interest. Because it is obvious that, the radio program is a periodic product. The said effort to revive the book of Baudrillard and Simulation Simulakrlar Ramses finds an optimistic reflection within the text entitled The Story of the Resurrection. After its removal from the tomb, the mummy of Ramses II decays throwing the researchers into great despair. Furthermore, the film does not establish the basis and conjuncture of radio programs' being popular in the 1990's and completely degrades itself into a product of "visual culture". Usage of different framing to divide the screen and excessive usage of music to support the film results in its being solely consisting of form. In the film, it is possible to see neither the answer to the question "Why are these people losers?", nor the connection between being a loser and the 1990's. Instead, Kaybedenler Kulübü builds its world upon the solitude of the characters and the discourse of the conservative world of men's fraternity.

Keywords: Tolga Örnek, Man, 1990's, Radio

1. GİRİŞ: Tolga Örnek ve Kaybedenler Kulübü

Tolga Örnek sinema hayatına Atatürk (1998) belgesiyle başlar. Onu ünlü yapansa Hititler (2003) belgeseldir. Ardından Gelibolu (2005) ve dönem sinemasına geçiş yaptığı Devrim Arabaları (2008) gelir. Örnek, 2011 yılında Kaybedenler Kulübü ve Labirent filmlerini yönetir. Devrim Arabaları, 27 Mayıs 1960 darbesinden bir yıl sonra, 16 Haziran 1961'de Cemal Gürsel'in Tarımı da ıslâh edeceğiz; ancak ot satmakla neticeye varmak kabil değildir. Bir vapur dolusu pamuk karşılığı yedi-sekiz otobüs alabiliyoruz. Bir vapur pamuğu ne emeklerle meydana geldiğini takdir edersiniz. Bu cihetle sanayi de lâzımdır sözleriyle 29 Ekim 1961'e dek yapılması talimatını verdiği ilk Türk malı otomobil Devrim'in hikayesidir. Devrim'i dört ayda yapması için görevlendirilen ekip temel olarak TCDD'de görevli 23 mühendisten oluşur. Proje kapsamında TCDD'nin Eskişehir Cer Atölyesi merkez seçilir, Ankara, Sivas ve Adapazarı'ndaki TCDD fabrikaları da görevlendirilir. Proje Ulaştırma Bakanı Orhan Mersinli tarafından Yük. Müh. Emin Bozoğlu'na verilir, Bozoğlu asker kökenlidir aynı zamanda Sıtkı Ulay Paşa'nın akrabasıdır¹. Projenin sonunda dört motor üç de otomobil üretilir ancak TBMM'nin önünde Cemal Gürsel'in binmek istediği siyah Devrim'in benzini yetmez ve yolda kalır. Gürsel, yola krem rengi Devrim'le devam etse de bu durum projenin sonunu getirir. Arabalar preslenir geriye kalan tek Devrim, Eskişehir'de sergilenmektedir ve hala çalışır durumdadır.

1 [http://tr.wikipedia.org/wiki/Devrim_\(otomobil\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/Devrim_(otomobil))

Tolga Örnek'in söz konusu hikayeyi yorumlama biçimine geçecek olursak, her şeyden evvel filmde projenin teslim edildiği kişinin de bir asker olduğu filmsel sürecin dışında bırakılır. Örnek filme, ekibin en genç üyesi olan Necip'in (Kemalettin Vardar²) kırk bir sene sonra Devrim'i ziyaret etmesiyle başlar. Altmış beş yaşındaki Necip Bey'in gözünden geçmiş anlatılır ve filmin sonunda Necip Bey, Devrim'in direksiyonuna oturur ve yola koyulur. Örnek, Kırk bir yıl önce yolda kalan Devrim'in bugün yürüdüğünü, yola koyulduğunu söyler. Örnek'in filmde projenin aleyhinde çalışan iki kötü karakteri vardır, Cemal Gürsel'in danışmanı Sami Bey ve gazeteci. Örnek'in düşüncelerini filmin baş karakteri, ekibin başı Gündüz Bey; O devrime ses edemeyenler bu devrimden vurmaya çalışıyorlar cümlesiyle dile getirir. Dolayısıyla 27 Mayıs darbesini devrim olarak yorumlayan Örnek'e göre, devrimin her zaman iç düşmanları vardır, "Devrim" 1961 yılında yolda kalsa da bugün kaldığı yerden yoluna devam edecektir. Örnek, bugüne dair görüşlerini (Kaybedenler Kulübü'nde olduğu gibi) Devrim Arabaları'nda da geçmiş üzerinden dile getirmektedir.

Kaybedenler Kulübü, 1993 yılında Kent Fm'de tanışarak 1996- 2001 yılları arasında Kaybedenler Kulübü adlı programı birlikte sunan Kaan Çaydamalı ve Mete Avunduk'u anlatır. Kaybedenler Kulübü Filmin Öyküsü adlı kitapta, Kaan otuz beş, Mete ise otuz-otuzbeş yaşlarında tanımlanır³. Bu bağlamda, Kaan 1961, Mete ise 1966-65 doğumludur. Kaan Çaydamalı aynı radyoda Gece Fanzini ve Kitapsız adında iki program yapmakta, Mete Avunduk ise radyoyu yönetmektedir ve Aşırı Doz isimli programı yapmaktadır⁴. Kaan Çaydamalı ismini İsmet Özel'in bir şiirinden alan 6:45 yayınlarının sahibidir. Başta Beat kitapları olmak üzere Ali Şimşek'e göre anarko-liberterler hatta 'şehrin kötü çocukları'na dönük⁵ kitaplar yayınlamaktadır. Film, Devrim Arabaları'nda olduğu gibi kadınlardan soyutlanmış, hayata dair en önemli üretimlerini ve ideallerini birlikte ortaya koyan bir erkek grubunu anlatır. Bu bağlamda kadınları, söz konusu romantize edilmiş erkek dünyasının karşısında konumlamak adına filmdeki en temel değişiklik, radyonun yöneticisinin Mete Avunduk değil Aslı olmasıdır. Bir yönetici olarak Aslı, kar etmenin peşinde oluşuyla, tıpkı diğer kadın karakterler gibi Kaan ve Mete'nin özgürlüğünü, bireyselliğini tehdit eder; Biraz daha yumuşatın sohbetleri. Programın da sizin de önünüz açık. Kaçırmayın bu fırsatı. Gelin şu işi profesyonelleştirelim, program başına size telif verelim siz de rahat edin ben de. Filmde kadınları erkek mutluluğuna bir tehdit olarak sunan söylemine katkıda bulunan ikinci unsur da, Kaan'ın gerçek hayatta sahip çıktığı ve evlilikle biten ilişkisinin filmde kadın tarafından terk edilme olarak yer almasıdır.

Kaybedenler Kulübü de Devrim Arabaları gibi bir dönem filmidir ancak filmde 1990'lı yılları tarif edecek bir görselliğe başvurulmadığı gibi 1990'lar filmin öyküsünde de yer almaz. Filmin söz konusu dönemde geçtiğini bir iki sahnede görünen bilgisayarlardan ya da Kaan'ın yayınladığı kitaplardan anlamak için özel bir dikkat sarf etmek gerekir. Tolga Örnek'in, Kaybedenler Kulübü'nde geçmiş üzerinden söylemeye çalıştıkları, geçmişi adeta bugün gibi sunmasındaki çaba da 27 Mayıs darbesinin söylemini yansıtan Devrim Arabaları'yla ilişkilidir;

Kaan- Geçenlerde Cuma'ya gittim

Mete- Ne zaman

Kaan- Salı. Ben Salıları gidiyorum daha sakin oluyor

(...)

Mete- İyi geceler sayın dinleyen. Mübarek Christmas bayramınız kutlu olsun

Kaan- Hadi eyvallah. Allah Bismillah

Dinleyen- Ne konuştuğunuza dikkat edin, efendi olun (...) İnsanların dinini adetlerini ağzınıza sakız yapmayın. Haddinizi bilin yoksa bildireceğiz.

2 <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/ShowNew.aspx?id=10417819>

3 **Kaybedenler Kulübü** Altıkırkbeş Yayın 2011 İstanbul sf 70

4 *Kaybedenler Kulübü'nün Gerçek Kahramanları Konuştu: Deşifre Edilmeye Tamam Dedik*

<http://www.medyatava.com/haber.asp?id=79067>

5 Ali Şimşek *Sakın Kazananlar Kulübü Olmasın ?* 29 Mart 2011 **Birgün**

Devrim Arabaları'nın sonunda, kaldığı yerden yoluna devam eden "Devrim" bu kez Kaybedenler Kulübü'ne adını veren radyo programında karşımıza çıkar. Araba da radyo programı da idealist bir grup erkeğin üretimiye eğer, otomobilin içerdiği simgesel anlamı radyo programının sürdürdüğünü, hatta iki erkek grubunun aynı ruh halini (Gündüz Bey'in Recep Usta'nın zor adam oluşunu ve sicili bozukluğunu destekleyen iyi biz de öyleyiz cümlesi ve kaybedenlik birbirine çok da uzak düşmez) paylaştığını söylemek mümkün.

2. 1990'LARIN SİYASAL VE KÜLTÜREL GÖRÜNÜMÜNE KISA BİR BAKIŞ

Bilindiği üzere, 12 Eylül darbesi 24 Ocak'ta karara bağlanan ekonomik istikrar paketinin hayata geçebilmesi için gerekli istikrar ortamını yaratmak amacıyla yapılmıştır. 80'li yıllarda iktidar olan ANAP, Hasan Bülent Kahraman'ın ifadesiyle, bir toplumun depolitizasyon sürecinde ortaya çıkmış, toplumun politik birikimini ve bilincini yok etmeyi kendisine amaç olarak seçmiş bir partidir(...)Hem toplumu depolitize etmek, böylece bireyin politik bilincini törpülemek çabasıyla hem de sağ tabanı elinde tutma özlemiyle ANAP daha kuruluş aşamasında dört eğilimi birleştiren, neredeyse partiler üstü, daha doğru bir deyişle politika üstü bir siyasal kimlik kazanmaya çalışmıştır ve bunu da başarmıştır⁶. 24 Ocak kararlarının uzun vadede sonuçları, ücretlerin düşmesi ancak yabancı tüketim mallarının ithalatı ve ihracat gelirlerinin oldukça artması olur.

Fak-Fuk fon gibi uygulamalarla yoksul kesimin sınıf bilinci kazanmadan ve çalışmadan sorunlarının çözümüne çalışılır. Artık herkes hisse senedinden, tahvilden, yatırım fonundan ve dövizden anlamaktadır. Kolay para kazanma ve kuralına göre oynayıp sınıf atlama önem kazanır. Tüketim mallarının sürekli artması ve çeşitlenmesi halkın alım gücüyle tezat oluştursa da insanlar için umutsuzluk kaynağı olmaktan çıkmıştır çünkü devir kolay para kazanma devridir. 1980'li yılların sonunda enflasyon 1980 öncesi seviyesine döner, böylece halkın satın alma gücünde azalma olur. 1980'li yılların sonları aynı zamanda büyük bir grev dalgasının da başlangıcına işaret eder. Özal, Evren'in Cumhurbaşkanlığı süresi, dolunca 1989 yılında Cumhurbaşkanı seçilir. 1991 seçimlerinde ANAP iktidarı sona erer. Koalisyon hükümetleri dönemi başlar.

1990'lı yıllar toplumsal hafızada en çok koalisyon hükümetleri, çoğunlukla gazetecilerden oluşan faili meçhul cinayetler ve "irtica" korkusuyla yer etmiştir. Muammer Aksoy (1990), Çetin Emeç (1990), Bahriye Üçok (1990) suikastları ile başlayan süreçte; Uğur Mumcu ve Eşref Bitlis 1993, Metin Göktepe 1996 yılında öldürülür, Sivas katliamı 1993, Susurluk Kazası 1996'da yaşanır, post-modern darbe olarak anılan 28 Şubat kararları 1997 yılında alınır, Ahmet Taner Kışlalı 1999 yılında öldürülür. 1994 yerel seçimlerinin, galibi Refah Partisi'dir. Refah Partisi, Aralık 1995 genel seçimlerinden birinci parti olarak çıkar. RP ile DYP arasında kurulan 54. hükümet 1996 yılında güvenoyu alsa da kısa bir süre sonra 28 Şubat 1997 tarihli MGK Toplantısı'nın ardından hükümeti kurma görevi ANAP genel başkanı Mesut Yılmaz'a verilir. Bilindiği üzere 28 Şubat 1997 tarihli MGK Toplantısı'nda alınan kararlar için postmodern darbe yorumu yapılmıştır⁷. 1997'de sekiz yıllık kesintisiz eğitim kanunu kabul edilir ve İmam Hatip Liseleri'yle Meslek Liselerinin ortaokul bölümleri kapatılır. 1998 yılında ise eski RP'li İstanbul Büyükşehir belediye başkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın belediye başkanlığı düşürülür. 1990'larda ekonomiye baktığımızda, ulusal servetin arttığı ancak servet dağılımının sanayiciler lehine değil, işadamları lehine olduğu karşımıza çıkar. Yani, Türkiye henüz milli burjuvazisini oluşturamamıştır.

1990'lar, tüm toplumsal ekonomik gelişmelerin küreselleşme kavramıyla açıklanmaya çalışıldığı bir süreçtir. Farklı haber kaynaklarına ulaşmanın mümkün olması Türkiye'nin zihinsel anlamda dünyaya açılmasında önemli bir ilk adımdır. 1990'larda radyo ve televizyon

⁶ Hasan Bülent Kahraman Sağ Türkiye ve Partileri İmge 1999 Ankara ss178,179

⁷ http://tr.wikipedia.org/wiki/28_%C5%9Eubat_S%C3%BCreci ve http://tr.wikipedia.org/wiki/Post-modern_darbe

yayıncılığının özelleşmesi, Türkiye'nin küreselleşmeye entegre olmasında etkilidir. Mayıs 1990'da yayına başlayan ilk özel kanal Magic Box Star 1 ve Ağustos 1990'da gerçekleşen Körfez Savaşı'nın batıda olduğu gibi Türkiye'de de canlı yayımla izlenir. Baudrillard'cı bakış açısıyla⁸, savaşın akşam yemeği yenirken izlenebilen ve reklam arası verilebilen, sıradanlaşan bir görsel öge haline gelmesi kuşkusuz küreselleşmeye atılan adımın göstergesidir.

Cihan Demirci 23 Mayıs 2004 tarihli Kayıp Kuşaktan Kayık Kuşağa başlıklı yazısında Prof. Dr. İbrahim Armağan'ın, 1979, 1997 ve 2001 yıllarında gerçekleştirdiği araştırmasının sonuçlarını aktarır⁹. Söz konusu araştırmanın sonuçları Türkiye gençliğinin 1979-2001 yılları arasında, toplumsal değişime paralel olarak kişisel değerler sisteminin değişimini yansıtır niteliktedir. Buna göre, 1979 yılında İzmir'de iki bin altı yüz civarında genç üzerinde yapılan araştırmada gençlerden, mutluluk açısından kendileri için önemli olan olguları sıralamaları istenir. Mutluluğun ilk şartı sevgi olarak belirtilirken, ardından özgürlük, meslek-iş, eğitim, aile, sağlık ve son sırada para yerini almıştır. On sekiz yıl sonra, 1997 yılında tekrarlanan araştırmada mutluluk için ilk üç sırada para- zenginlik, sevgi, meslek-iş gelirken, özgürlük son sıraya düşmüştür. 2000-2001 yılında yapılan son araştırmada ise 1997'deki sıralama tekrar etmiştir. 2000 yılının gençliğinin yüzde 27'si hiç kitap okumadığını belirtirken, boş zamanların değerlendirilmesinde ilk sırada müzik yer almıştır. Gökçe Aytulu'nun belirttiği gibi 1990'lar acısız arabeskin tahtını, pop müziğe devretmesiyle garip bir kuşağın ortaya çıkmasına aracı olmuştur¹⁰. Hem pop, hem rock müziğin hem de "gurbetçi şarkıcı" akımının geliştiği bir süreçtir 1990'lar.

3. RADYO VE 1990'LI YILLAR TÜRKİYE'SİNDE RADYO YAYINCILIĞI

Tuğrul Eryılmaz Radyo ve Radyoculuk adlı derlemeye yazdığı bölümde; radyonun gençliğini 1970'li yılların öncesinde yaşamış kuşak için çok önemli olduğunu söyler¹¹. Radyo sinemaya gitmeye üşenenlerin tek eğlence kaynağı ve dostudur. Uzun yıllar dünyada ve Türkiye'de en hızlı ve güvenilir haber kaynağı olan radyo, artık günümüzde çoğunlukla bir müzik kutusu olmaktan ibaret bir hal almıştır. Ağustos 1999'da yaşanan depreme dair ilk haberleri hep radyodan aldığımızı dikkat çeker Eryılmaz (bu noktada Kaybedenler Kulübü'nde 1999 depremine dair tek bir söz bile geçmediğini hatırlatmak gerekir) ve eğer bilgi bizi güçlü kılıyorsa bu gücü bize en hızlı sağlayan kitle iletişim aracının da radyo olduğunu belirtir¹². 1980'lere doğru Türkiye'de televizyonun egemenliği doruk noktasındayken ve radyonun sonunun geldiği düşünülürken, radyo ölmediği gibi daha da heyecan verici hale gelmiştir¹³. Ragıp Duran ise sesin bir şekilde insan tahayyülünde son derece öznel, şahsi görüntüler yarattığına dikkat çeker ve kahvede maç dinlerken tıpkı televizyon izler gibi gözlerini kırpmadan radyoya bakan insanları örnek verir¹⁴. Kaybedenler Kulübü, Duran'ın sözünü ettiği durumu görselleştirir. Radyoyu dinleyen insanları izleyiciye sunarak, onları izlememize neden olur. Yönetmen, filmi izleyenleri Kaan ve Mete karakterleri ile özdeşleştirir ve onların gözünden dinleyenleri görmemizi sağlar. Böylece radyo dinleyicilerinin nasıl hayali bir cemaat oluşturduğuna tanık oluruz. Duran'a göre radyonun kişisel ve doğrudan tonu hayal gücümüze seslenmesini sağlar, radyonun sınırları yoktur, radyo dinlemek pratik ve ucuzdur¹⁵.

⁸ Bu konuda bakınız Jean Baudrillard Sessiz Yiğınların Gölgesinde ya da Toplumsalın Sonu çev: Oğuz Adanır Ayrıntı Yayınları 1991 İstanbul. Jean Baudrillard Simülakrlar ve Simülasyon çev: Oğuz Adanır Dokuz Eylül Yayınları 1998 İzmir

⁹ Cihan Demirci *Kayıp Kuşaktan Kayık Kuşağa* 23 Mayıs 2004 Radikal

¹⁰ 1990'lar: Suikastlar, Koalisyonlar ve Pop Fırtınası 29 Aralık 2010 Radikal

¹¹ Tuğrul Eryılmaz, *Radyo ve Radyoculuk*, Radyo ve Radyoculuk içinde. Derleyen Sevdal Alankuş IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2005, sf. 87.

¹² Eryılmaz, sf. 94.

¹³ Eryılmaz, sf. 100.

¹⁴ Ragıp Duran, *Bir Haber Medyası Olarak Radyo*, Radyo ve Radyoculuk içinde. Derleyen Sevdal Alankuş IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2005, ss 114-115.

¹⁵ Duran, ss 116 – 119.

Türkiye’de radyo yayıncılığı 1927 yılında başlar, Kejanlıoğlu, Türkiye yayıncılık tarihinde 1950’lerin partizan radyo dönemi olarak anıldığını söyler¹⁶. Bunun sebebi 1954 yılından sonra DP’nin radyoyu propaganda aracı olarak kullanmasıdır. TRT 1964 yılında kurulur, TRT bünyesinde ilk TV yayını ise 1968 yılında gerçekleştirilir. 1971 yılında TRT’nin özerkliğine son verilir, Eylül 1980 Kasım 1983 arasındaki süreç ise Kejanlıoğlu’na göre baskıcı bir askeri yönetim dönemidir¹⁷. 1990 başlarında Cumhurbaşkanı Turgut Özal’ın, ABD gezisinde yaptığı bir açıklamada, yurtdışından Türkçe yayın yapılmasını engelleyen bir kural olmadığını, bir kanal kiralayanın Türkiye’ye yayın yapabileceğini söylemesiyle, tecimsel kuruluşların önü açılır ve 1990-1993 arasında yasaya aykırı dönem yaşanır¹⁸. Türkiye’nin birçok yerinde özel radyolar yayın hayatına başlar. Küçük bir verici, bodrum katına kurulan bir stüdyo radyo yayını gerçekleştirilmek için yeterlidir. Ancak Türkiye’de radyo yayına yapma hakkı sadece TRT’dedir bu nedenle 15 Nisan 1992’de tüm özel radyoların yayını durdurulur. Özel televizyon ve radyoların yasaklanmasına karşı açılan “Radyomu istiyorum” kampanyasıyla arabaların antenlerine siyah kurdeleler bağlanır. Temmuz 1993’te Anayasa’nın 133. maddesinde yapılan değişiklik, Kejanlıoğlu’ndan öğrendiğimize göre radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbest bırakılır, bir kamu tüzel kişiliği olarak TRT kurumunun da özerkliği ve yayınlarının tarafsızlığı esas kabul edilir¹⁹. Nisan 1994’te Meclis’te kabul edilen 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi’ne (ASTS) uyumlu olarak hazırlanmaya çalışılmıştır. Kısa bir süre sonra, Mayıs 1994 tarihinde Radyo televizyon Üst Kurulu kurulmuştur. Bugün Türkiye’nin dört bir yanından farklı frekanslarda 1000’in üzerinde yerel bölgesel ve ulusal kanal yayın yapmaktadır.

4. KAYBEDENLER KULÜBÜ’NDE İÇİ BOŞALTIYAN DÖNEMSELLİK VE CİNSİYET POLİTİKALARI

Kaybedenler Kulübü’nde 1990’ları görmek için Kaan Çaydamalı’nın sözünü ettiği 6:45 yayınları tarafından basılan kitapların yayınlanma tarihine bakmak ya da bugün Olympos’un bir kaçış mekanı, Kadıköy’ün de aynı Kadıköy olmadığını, Akmar Pasajı’nın alternatif bir mekan değil ders kitapları satılan bir yer olduğunu düşünmek gerekir²⁰. En önemlisi yönetmenin kendisinin, Evet, bugün o kadar sansürsüz konuşamazlar çünkü. 90’lardan bugüne kadar çok güzel bir şekilde işletilen oto- sansür söz konusu (...) Hatta tehdit bile etmeden kapıda tak diye vururlar çocukları (...) Bugün birisi münferit bir olayla ilgili tek bir laf edince onun hayatını, kariyerini her şeyini bitiriyoruz. Hrant Dink’i öldürdük. İnsanları hain, kalles, satılmış yapıyoruz. Türkiye’de, sizin bir konu hakkındaki görüşünüze katılmazsam size insan olarak da katılmıyorum. Birlikte var olamıyoruz. Bu çok tehlikeli!²¹ sözlerinde ifade ettiği gibi, Kaan ve Mete’nin radyo programında söylediklerinin bugün sözünü etmek mümkün değildir. Ancak Tolga Örnek söz konusu dönemsel niteliklerin arka planına yer vermez, 1990’ları görsel anlamda destekleyici öğeler kullanmaz.

Örnek, filmin geçtiği döneme dair yorumunuz ne sorusunu; 1990’lar bir kuşak için radyo demekti, henüz internet’in bizi ele geçirmediği zamanlarda bir sığınaktı. Kaybedenler Kulübü, 1990’larda radyoya önem vermiş, bir programı takip ederek, onun saatini bekleyerek vakit geçirmiş herkes için önemli bir şeyi temsil ediyor. Şimdilerde yalnızlığını sanal aleme kusan kuşak, o zamanlar radyo dinleyerek, hatta zaman zaman radyoyu arayarak kusuyordu yalnızlığını. O yıllara dair yorumum yok ki benim filmde. Kişisel olarak da yok. Yakın dönemi yorumlayabilecek kadar uzaklaştığımı zannetmiyorum. 90’lar, eğitimimle, sonunda

¹⁶ Beybin Kejanlıoğlu *Türkiye’de Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Siyasası* Radyo ve Radyoculuk içinde. Derleyen Sevda Alankuş IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2005, sf 154.

¹⁷ Kejanlıoğlu, sf 161.

¹⁸ Kejanlıoğlu, sf 164.

¹⁹ Kejanlıoğlu, sf. 166.

²⁰ William Blake Masumiyet Şarkıları çev: Selahattin Özpabalıyıklar 6:45 Yayınları 1999, Theodore Sturgeon İnsandan Öte çev: Deniz Akoğlu 6:45 Yayınları, 1999.

²¹ Ceyda Aşar, *Bugün Olsa Vururlardı Onları*, 28 Mart 2011 Radikal.

da iş hayatına girmemle geçti. Kafamı kaldırıp etrafa bakmadım. Filmde o dönemi yorumlamak gibi bir endişemiz yoktu. Sadece o iki karakterle ilgilendik. Filmde tek bir sahnede tarih geçiyor. Cep telefonu yok, bilgisayarlar eski ama köprü bugünkü köprü. Ben, zamansız bir hikaye anlatmak istedim. 1990'lara bir atıf değil bu film²² sözleriyle yanıtlayarak 1990'ların konjonktürünün filmde görmezden gelindiğini bizzat ifade etmektedir. Bu bağlamda ele alındığında Kaybedenler Kulübü'nde, filmin ait olduğu 1990'lı yıllara dair tüm konjonktürel sorunların ve döneme ait göstergelerin erkek erkeğe dostluk²³ temasıyla ikame edildiğini iddia edeceğim. Ryan ve Kellner'in belirttiği gibi, erkek dostluğu filmlerinde kadınlar her zaman erkekler arasındaki alışverişin göstergeleri olarak belirirler. Kadınlar eril toplumsal iktidarın temeli olan homofilik bağlılığı sağlamlaştırma araçlarıdır²⁴.

Kaan Çaydamlı ve Mete Avunduk'un Medyatava adlı haber sitesinde yayınlanan söyleşilerinden öğrendiğimiz üzere; gerçek hikaye ile filmin öyküsü arasında önemli farklar vardır ve söz konusu farklar filmin erkek erkeğe dostluk teması çerçevesinde oluşturulan ideolojisine hizmet etmektedir. Giriş bölümünde belirtildiği üzere Kaan ve Mete ikilisinin program yaptığı radyonun sahibi filmdeki gibi "hırslı" ve "paragöz" bir kadın değil Mete'dir. İkinci olarak, filmde son derece çapkın bir karakter olarak çizilen Mete, Kaan ile aynı dönemlerde uzun süren bir ilişki yaşadığını belirtmektedir. Üçüncü ve en önemli farksa filmde Kaan'nın, kadın tarafından bitirilen ilişkisinin gerçek hayatta evlilikle sonuçlanmış oluşudur: Evlenmeye karar vermek için 16 bin kilometre motora bindim. Chicago'dan San Francisco'ya gittim. "Ben şimdi bir 16 bin kilometre yapayım da evlilik düşüneyim" değil tabii. Ama neticede böyle bir dönem oldu. Hayatımda bir kadın var, vazgeçemiyorum hiçbir şekilde. Bu defa filmdekinin tersi oldu aslında. "Hayır gitme" dedim. Ama onu diyebilmek için ben bir gittim (...) Mete aslında hep uzun süreli ilişkileri olan, evlenmeye ilgili çekincesi olmayan bir adam. Ama hiç öteye geçmedi. Ben bunu şuna bağlıyorum. Hep fazla genç kadınlarla uzun ilişkiler yaşadı. O kadınların hayatlarının kırılma noktası, ayrılma noktası oldu Mete'de. Çok rahat âşık olan biridir.(...) Filmde bu yansımıyor ama aslında benim âşık olduğum dönemde Mete de âşık oldu. Etrafımızdaki herkesi bir anda salladık, sadece onlar vardı. Ama uzun sürmedi²⁵ Filmin, asıl öyküde değiştirdiği her şeyin kadınlara dair oluşu, söylem yaratma konusunda bilinçli bir tercihtir.

Kaybedenler Kulübü tıpkı Devrim Arabaları gibi bir erkekler klubüdür. Kaybedenler Kulübü'nün erkek karakterleri İssız Adam (Çağan Irmak 2008) filmindeki Alper'i andırırlar. Alper nasıl ki en mutlu ve en huzurlu anlarını sahip olduğu restoranda birlikte çalıştığı aşçıyla paylaşıyorsa aynı şekilde Kaan ve Mete de birbirlerinin ruh eşidir, birbirlerini tamamlarlar. Filmin 35, 36 ve 37. sahnelerinde²⁶ söz konusu durum somut biçimde ortaya konur. 35. Sahnede Kaan motorla tek başına şehirlerarası bir yolda ilerler ve arada yolda durarak fotoğraf çeker. Kaan'ın görüntüsüne dış ses olarak Mete'nin sesi eşlik eder: Yol zamanın bir fonksiyonu değildir hız yolun zaman bölünmüş halidir ivme ve sürtünme katsayısı bizi ilgilendirmez yolda olmak bir hıza sahip olmayı gerektirir aksi durum yolda durmaktır durmak sıkıcıdır. 36. sahnede, Mete'nin banyoda ayna karşısındaki, plak koleksiyonuyla, pul koleksiyonuyla ilgilenirken görüntülerine bu kez Kaan'ın sesi eşlik eder; yolda durmak yolda durmak anlamına gelir yolun bittiği yerde durulmaz ya önce durulur ya durulmaz bazen yolun kenarından renksiz duru sular akar, o sular da balık da vardır yolun yardı tepelerin biri yeşil toprak diğeri bej olabilir su aktığın yerin rengine bürünmez ama sana öyle gelebilir ayrıca yol bitmez. 37. Sahnede ise vuslat anı olarak nitelenebilecek programda, Kaan ve Mete karşılıklı olarak aynı metni okumayı sürdürürler.

²² Ceyda Aşar

²³ Michael Ryan ve Douglas Kellner Politik Kamera çev: Elif Özsayar Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1997, sf. 237.

²⁴ Ryan ve Kellner, sf. 238.

²⁵ *Kaybedenler Kulübü'nün Gerçek Kahramanları Konuştu: Deşifre Edilmeye Tamam Dedik*

<http://www.medyatava.com/haber.asp?id=79067>

²⁶ Kaybedenler Kulübü Altıkırkbeş Yayın, 2011, İstanbul, Ss: 106-107.

Kaybedenler Kulübü'nün başta Kaan ve Mete olmak üzere Devrim, Şenol, Brit ve Kuşbeyin'den oluşan erkek üyeleri; dünyayla sorunları olan yalnızlar, ama dünya üzerine düşünen akıllı insanlardır²⁷. Kadınlarsa cinsel ilişki ve cinsel sohbet malzemesidir²⁸. Programı arayan tek bir kadın dinleyiciyle bile hayata ve kitaplara dair "erkek" muhabbeti gerçekleştirilmez. Söz konusu döngünün dışında yer alan sadece dört kadın karakter vardır. Mete'nin annesi, Kaan'ın sevgilisi mimar Zeynep, radyonun yöneticisi Aslı ve Kaan ve Mete'nin program asistanları olan Selin. Ancak bu dört kadının da kaybedenler kulübünün üyeleri oldukları söylenemez. Anne figürü hem hamarat hem dört dörtlük bir entelektüel oluşuyla, hem de sorgusuz sualsiz oğlunu kucaklamasıyla mükemmel kadın örneğidir. Zeynep ve Aslı ise erkeğin özgürlüğünü tehdit eden, kısıtlayan, kariyerist kadınlardır. Selin grubun etkisiz elemanıdır. Filmin evreni kadınların terk ettiği, erkeklerin yalnız kaldığı ve birbirlerine sığındıkları, birbirlerinde teselli aradıkları, onları terk eden kadınlara inat aslında ne kadar mükemmel olduklarını kanıtladıkları, erkeği anlayan tek kadının anne olduğu bir dünya sunar bize. Kadınların işlevi, Ryan ve Kellner'e atıfla erkekler arasındaki alışverişin göstergeleri olarak eril toplumsal iktidarın temeli olan homofilik bağlılığı sağlamlaştırmak ve eril cinsel kimliğin güvenceye alınması aracılığıyla erkeklerin eşcinsellik korkusu olmadan birbirilerine bağlanmalarını sağlamaktır²⁹.

Kaan ve Mete ikilisine göre kadınlar tıpkı Kadıköy sokakları gibi öğrenilebilecek nesnelere. Kadınlar sokakla aynı düzlemde yer alırlar. Kaybedenler Kulübü, Türkiye'de kadınların; hayatı ve erkekleri öğrendikleri ve hala öğrenmekte oldukları sokaklara gururla teşekkür edebilecekleri günlere dair özlem yaratmaktadır.

5. SONUÇ

Kaybedenler Kulübü 1996- 2001 yılları arasında Kaybedenler Kulübü adlı programı birlikte sunan Kaan Çaydamlı ve Mete Avunduk'u anlatısının merkezine alır. Ancak film konu ettiği radyo programını ait olduğu konjonktüre yerleştirmez. Öyle ki filmde Ağustos 1999 depreminden bile söz edilmez. Kaybedenler Kulübü adlı radyo programını sunan-hazırlayan iki erkek karakterin kadınlar üzerinden birbirleri ile ilişki kurmalarını ve dostluklarını pekiştirmelerini izleriz. Dolayısıyla dönemselsel arka planın, filmin maddi temellerinin yerinin erkek dostluğu söylemi ile doldurulduğunu, ideolojik ve politik olanın cinsellik ile savuşturulduğunu söylemek mümkündür. Film, 1990'lı yılların sonlarına ait her türlü sosyo kültürel, siyasi gündemden bağımsız adeta havada asılı bir görünüme sahiptir.

KAYNAKLAR

- Baudrillard J.(1991)Sessiz Yığınların Gölgesinde ya da Toplumsalın Sonu (çev: Oğuz Adanır), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard J.(1998) Simülakrlar ve Simülasyon (çev: Oğuz Adanır), İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- Duran R.(2005) Bir Haber Medyası Olarak Radyo içinde: Sevda Alankuş(der) Radyo ve Radyoculuk İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Eryılmaz T.(2005) Radyo ve Radyoculuk, içinde: Sevda Alankuş(der) Radyo ve Radyoculuk İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Kahraman H. B.(1999)Sağ Türkiye ve Partileri, Ankara: İmge Yayınları.
- Kejanlıoğlu B. (2005)Türkiye'de Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Siyasası içinde: Sevda Alankuş(der) Radyo ve Radyoculuk İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Ryan M, Kellner D (1997) Politik Kamera (çev: Elif Özsayar), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

²⁷ Murat Tırpan *Kaybedenler Hep Erkek* Altyazı Aylık Sinema Dergisi

<http://www.altyazi.net/makale/kaybedenler-kul%C3%BCb%C3%BC-8-188.aspx>

²⁸ *merhaba sayın dinleyen sizinle yatmış mıydık* sözleriyle başlayıp, *açılışı ne zaman yapmıştınız* diye devam eden konuşmalar bu bağlamda örnek verilebilir.

²⁹ Ryan ve Kellner, ss237- 238.

- Kaybedenler Kulübü (2011) İstanbul: Altıkırkbeş Yayın.
- Aşar C. “Bugün Olsa Vururlardı Onları “, 28 Mart 2011 Radikal.
- Aytulu G. 1990'lar: Suikastlar, Koalisyonlar ve Pop Furyası 29 Aralık 2010 Radikal.
- Demirci C. “Kayıp Kuşaktan Kayık Kuşağa”, 23 Mayıs 2004 Radikal.
- Özgüven F. “Emret Komutanım Arabaları”, 30 Ekim 2008 Radikal.
- Şimşek A. “Sakin Kazananlar Kulübü Olmasın”, 29 Mart 2011 Birgün.
- “1990'lar: Suikastlar, Koalisyonlar ve Pop Furyası”, 29 Aralık 2010 Radikal.
- Kaybedenler Kulübü'nün Gerçek Kahramanları Konuştu: Deşifre Edilmeye Tamam Dedik
<http://www.medyatava.com/haber.asp?id=79067>.
- Tırpan, M.(2011) “Kaybedenler Hep Erkek” Altyazı Aylık Sinema Dergisi.
<http://www.altyazi.net/makale/kaybedenler-kul%C3%BCb%C3%BC-8-188.aspx>.
- <http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/291316.asp>.
- <http://www.cumhuriyet.com.tr/index.php?im=yhs&hn=416>.
- <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/ShowNew.aspx?id=10417819>.
- http://tr.wikipedia.org/wiki/U%C4%9Fur_Polat.
- [http://tr.wikipedia.org/wiki/Devrim_\(otomobil\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/Devrim_(otomobil)).
- http://tr.wikipedia.org/wiki/28_%C5%9Eubat_S%C3%BCreci.
- http://tr.wikipedia.org/wiki/Post-modern_darbe.