

## Yeni Medya ve Etkileşimli Yeni Sinema

Ali Şeberoğlu, Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, aliseberoglu09@gmail.com  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7997-3475>  
Geliş Tarihi: 8.07.2020, Kabul Tarihi: 26.08.2020

### Öz Abstract

Günümüzde teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesi birçok alanda olduğu gibi medya alanında da çok büyük değişikliklere neden olmuştur. Bu değişikliklerin sonucunda medya “geleneksel” ve “yeni” olarak ikiye ayrılmıştır. Ortaya çıkan “yeni medya” kavramı ise toplumların ve insanların günlük alışkanlıklarının, yaşam alanlarının ve iletişim süreç ve şekillerinin değişmesine neden olmuştur. Yeni teknolojiler, yeni medya aracılığıyla sinema alanını da etkilemiştir. Sinemanın anlatı teknikleri, anlatı çeşitleri, malzemeleri, çekim teknikleri, zaman ve mekandan bağımsızlaşması ve hatta oyuncuların bağımsızlaşması yeni medya ile gerçekleşmiştir. Bu noktada sinemanın mekan ve oyuncuların bağımsızlaşmasını detaylandırarak olursak

söylemek istediğimiz gelişen teknolojiye ayak uyduran sinema, yeşil perde vb. teknik gelişmeler sayesinde stüdyo içinde yapılan çekimleri çok farklı yerlerde yapılmış olarak gösterebilmektedir. Oyunculardan bağımsızlaşması noktasında da çeşitli bilgisayar programlarıyla gerçek insandan farksız görünürükte karakterler oluşturulabilmekte ve bu karakterler oyuncu olarak kullanılabilir. Yeni medya, 1970’li yıllarda ortaya çıkmış ve asıl ününü 1990’lı yıllarda kazanmıştır. Bu çalışmada da yeni medyanın genel özellikleri, yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran özellikler açıklanmış ve teknolojinin gelişmesiyle ortaya çıkan yeni medyanın sinemaya getirdiği yenilikler ele alınmıştır.

### New Media and Interactive New Cinema

There have been major changes in the field of media as many fields as because of nowadays development of technology quickly. As a result of these changes, media divided into two as traditional and new. Daily habits of societies and people, living areas and communication process and types as changed because of the emergence of the new media concept. New

technologies affect cinema field through new media. Cinema’s expression techniques, expression types, materials, filming techniques separated time and place, even separated actor through new media. New media, appeared in 1970’s but became famous in 1990’s. In this study, new media is explained and discussed new media effect to cinema with the developing technology.

### Anahtar Kelimeler

### Keywords

Yeni Medya, Teknoloji, Sinema, Yeni Sinema

New Media, New Cinema, Interactive Cinema

## Giriş

1970’li yıllarda ortaya çıkan ancak adını 1990’lı yıllarda gelişen teknoloji ile birlikte duyurmaya başlayan yeni medya günümüzün bütün iletişim sistem, teknik ve uygulama biçimlerine egemen olmuştur. Yeni medya kısaca, medyanın her alanında ve her şekliyle sayısallaşmasıdır. Televizyonun ortaya çıktığı dönemde olduğu gibi kimileri yeni medyanın kısa sürede yok olacağını kimileri de geleneksel medyayı tamamen yok edeceğini söylemektedirler. Ancak ne yeni medya yok olmuş ne de geleneksel medyayı yok etmiştir. Tam aksine yeni medya, geleneksel medyayı geliştirerek devam ettirmektedir. Yeni medya, medyanın her alanında olduğu gibi sinema alanında da kendini göstermiştir. Özellikle teknik anlamda olmak üzere sinemanın anlatı çeşitliliği, çekim, kurgu, mekan, zaman ve oyuncu bazında bile yenilik ve gelişmeler yaşanmıştır.

Çalışmanın amacı, günümüzde önüne geçilmez bir hal alan teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan yeni medyanın ne olduğu, sinema alanına neler getirdiği, neler kattığı ve sinemanın nasıl bir duruma geldiği noktasını incelemektir. Çalışmada ayrıca, yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran özelliklerin neler olduğu sözelimi geleneksel sinema ile yeni sinemanın birbirinden nasıl ayırt edileceği incelenmiştir. Yeni medyanın ne olduğu, yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran özellikler ve yeni medyanın sinemayı nasıl etkilediği üzerinde durulmuştur.

## Yeni Medya

Medya kelimesi İngilizce “medium” kelimesinden gelmektedir. Diğer bir deyişle “ortam” anlamına gelmektedir. “Yeni medya” kelimesi de “yeni ortamlar, yeni araçlar ve yeni mecralar” anlamına gelmektedir (Yamak, 2013: 2). Yeni medya, biz farkında olmasak da gündelik hayatın her alanında kullanım pratikleri bulan ve var olan gündelik yaşam pratiklerini köklü bir değişikliğe uğratan, toplumsal yaşamdan dolayı kullanım oran ve yoğunlukları gittikçe artan hatta bedenlerimizin birer parçası veya uzvu haline gelen bilgisayar, İnternet ortamı, cep telefonları, oyun konsolları, İpodlardır yani bütün dijital teknolojilerdir (Binark, 2007: 21). Yeni iletişim ortamları yeni medya olarak adlandırılmaktadır. Yeni medya kavramı 1970’lerde, bilgi ve iletişim tabanlı araştırmalarda, sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalarda ortaya çıkmış bir kavramdır. 90’larda bilgisayar ve İnternet teknolojilerinin gelişmesine bağlı olarak yeni medya kavramı da farklı boyutlarda anlamlar kazanmıştır (Dilmen, 2007: 114). 2000’li yıllara geldiğimizde ise neredeyse her gün kendini geliştiren teknoloji aracılığıyla ortaya çıkan sosyal medya platformları ile bireysel medyalara dönüşmeye başlamıştır.

Yeni medya başka bir tanıma göre, bütün bilinen farklı ortamları bir araya toplama yetisi olan “multimedya” ya da “çoklu ortam”dır. Multimedya özelliği ise, metin, durağan görüntü, hareketli görüntü, ses gibi ortamların birliktelikleri ile meydana gelmektedir (Dilmen, 2007: 115). Geleneksel medya ürünlerine baktığımızda genellikle ses, görüntü, yazı unsurlarının farklı farklı ortamlarda bulunduğunu görmekteyiz. Teknolojinin gelişmesiyle sesin, yazının, farklı niteliklerdeki görüntülerin aynı medya platformlarında toplandığını görmekteyiz. Multimedya, bu duruma verilen isim olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yeni medya, yeni hizmetler sunan ya da var olanları geliştiren mikro elektronik, bilgisayar ve telekomünikasyon uygulamaları olarak da bilinir. Yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran en önemli unsur fiziksel atomların yerine sayısal baytların iletimidir (Başaslan, 2017: 3). Pavlik (1998), medya tüketicisi için yeni ve geleneksel medya arasındaki temel farkın kullanıcı için daha fazla kontrol ve seçim olduğunu vurgulamaktadır (Vural ve Bat, 2010: 3350). Yeni medya ortamlarının

“sosyal medya” olarak adlandırılmasının sebebi, yeni medyanın insanlara, düşüncelerini, duygularını paylaşma olanağı yaratan ve etkileşimin esas olduğu bir medya sunmasıdır. (Satıl, 2011: 43-44). Yeni medya teknolojik, kurumsal ve kültürel değişimin bir sonucudur. Yeni medya bu nedenle radikal bir değişimi kastedir. Yeni medya geniş çaplı toplumsal ve kültürel değişimin bir parçasıdır (Gürkan, 2016: 164).

## Yeni Medyayı Geleneksel Medyadan Ayıran Özellikler

Medya denilince aklımıza öncelikle gazete, radyo ve televizyon gelir. Fakat teknolojik gelişmeler özellikle de internetin hayatımıza girmesiyle birlikte biçim değişikliği söz konusu olmaktadır. Lister; teknolojik zorunlulukların sonucu olarak dijitalliği göstermektedir. Dijitallik; analog verilerin kodlanarak bilgisayar tabanlı sistemlere aktarılmasıyla oluşturulur. Dijitallik özelliği beraberinde veriye kolay ve hızlı ulaşımı getirmektedir (Yengin, 2012: 128). Lev Manovich’e göre dijitallik ise yeni medyanın ilk ve temel özelliğidir ayrıca bütün iletilerin sayılabilir ve programlanabilir hale gelmesini sağlayan kod ve matematiksel simgelerden oluşmasıdır (Taş Öz, 2012: 68). Dijitallik özelliği, geleneksel medya platformlarının sahip olamayacağı ve yeni medyayı geleneksel medyadan ayırmanın ilk önemli hususudur. İletişim ve bilgi teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler basit şekilde hazırlanan yazılım programları aracılığı ile kişilerin bilginin üretim, dağıtım ve tüketim aşamalarında geleneksel medya organlarından çok daha farklı imkanlara tamamen program ve sayısal kodlar ile ulaşabilmesini sağlamaktadır.

Yeni medya; temelinde dijital kodlama sistemine dayanan, hipermetinlilik ve modülerlik özelliklerini içinde barındıran yüksek hızda etkileşimin olduğu iletişim alanlarıdır. Teknolojinin gelişmesi internet ve bilgisayar teknolojilerinin hayatımıza girmesiyle iletişim alanlarında biçim değişikliği yaşanmış olsa da geleneksel medya yeni medyaya karşı güncelliğini hala koruyabilmektedir. Örneğin halen kâğıt kullanımı devam etmektedir. Bolter ve Grustin’e göre yeni medya geleneksel medyayı iyileştirmektedir. Yeni medya, geleneksel medyanın tekniğini sahiplenip yeniden biçimlendirmektedir (Yengin, 2012: 128). Lev Manovich’e göre yeni medya olgusunun ortaya çıkması ve geleneksel medyayı yeniden biçimlendirmesi teknolojide meydana gelen gelişmelerin hem toplumsal hem de ekonomik gelişme ve değişimlerle paralel bir olaydır (Başlar, 2013: 823). Yeni medya, Kamil Ahmet Özkan’ın İsmail Hakkı Polat’tan aktardığına göre “İçeriğin sayısallaştırılarak üzerindeki herhangi bir noktadan/noktaya her an erişilebildiği ve tüm bu sürecin veri’ye dönüştürdüğü siber alandır” (<https://kamilmehmetozkan.com/2013/01/21/buyuk-donusum-yeni-medya-nedir-ne-degidir/> Erişim Tarihi: 13.08.2020). Yeni medyanın ortaya çıkması teknolojik, tarihsel, toplumsal ve hatta bireysel açılarından bakıldığında çağımızın bir gereği olarak kabul edilebilir. Devletler, toplumlar ve her ikisinin de temelini oluşturan bireyler günümüzde bilgiye her zamankinden daha açıktır. Bu açlığın giderilebilmesi geleneksel medya araçları tarafından karşılanamaz duruma gelmiş ve bunun yanında teknolojinin de gündün güne hızlı bir şekilde gelişmesi geleneksel medyaya göre daha hızlı ve açık etkileşim özelliğine sahip, ortam ve zaman kavramlarını bir anlamda ortadan kaldıran ve daha bireysel olan medya platformlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Daha önceki dönemlerde televizyon ortaya çıktığında radyonun, sinema ortaya çıktığında ise televizyonun ortadan kalkacağı görüşü yeni medya platformlarının ortaya çıkmasıyla geleneksel medyanın yok olacağı şeklinde ortaya çıksa da aynı televizyonun radyoyu, sinemanın da televizyonu yok etmediği, ortadan kaldırmadığı hatta birbirlerini besledikleri gibi yeni medya da geleneksel medyayı ortadan kaldırmamış tam tersine hem geleneksel medyaya katkı sağlamış hem de ondan yararlanmıştı.

Rogers'a göre yeni medyanın üç temel özelliği vardır:

*Etkileşim (Interactive)*: Alıcı ve verici tarafların eş zamanlı iletişimidir ve iletişimde etkileşim gereklidir. *Kitlesizleştirme (Demassification)*: Büyük bir kullanıcı grubu içinde her bireyle özel mesaj değişimi yapılabilmesidir. *Eş zamansız (Asenkron) olabilme*: Bireyin kendisi için uygun olan zamanda mesaj gönderme ya da almasıdır (Yılmaz, 2018: 5-6). Yeni medyada kişiler, başka kişi veya kişiler ile istedikleri zaman, yer ve ortamda etkileşime geçebilmektedirler.

“Geleneksel medyada da etkileşim mevcuttur. Yayınlanan haberler için okuyucular yorumlarını, düşüncelerini haberin yayınlandığı gazeteyle iletebilirler. Ancak bu durum yeni medyadaki gibi hızlı bir süreç değildir. Okuyucuların fikir ve yorumları da editöryal düzeydedir. Yeni medyada ise okuyucu yorumları hızlı ve kamuya açık bir şekilde yapılır hale gelmiştir” (Yılmaz, 2018: 6). Yeni medya, geleneksel medyada olmayan eş zamansız olabilme (asenكرون) gibi özellikleri içinde barındırmanın yanında geleneksel medyada da olan etkileşim gibi bazı özellikleri de daha hızlı ve daha açık hale getirmiştir.

Yeni medyanın beş temel niteliği vardır: (Öğüt, 2005: 1)

1. Sayısal Temsil
2. Modülerlik
3. Otomasyon
4. Değişkenlik
5. Kod Çevrimi

Sayısal temsil, ortamın koddan, yani matematiksel simge ve algoritmalarından oluşmasıdır. Böylece yeni ortamdaki bütün veriler sayılabilir ve programlanabilir bir hale gelerek daha tutarlı davranmaktadır. Modülerlik, yeni medyanın bağımsız parçalardan oluşması anlamına gelmektedir. Örneğin, internet pek çok web sayfasından, bunlar da fotoğraf, video, metin ve sekmeler gibi başka unsurlardan meydana gelmektedir. Otomasyon, yeni medyanın, kullanıcı olmadan üretebildikleri etkinlikleri simgelemektedir. Kod Çevrimi, yeni ortamların iki temel katmanını temsil etmektedir: Sosyal katman ve bilgisayar katmanı. Alışlagelmiş ortam prodüksiyonunun ve yayınının bilgisayarlar tarafından ele alınmasıyla, geçmiş kültürel yargılar da bilgisayarlar ile bir geçiş içerisine girmiştir. Bunun yanı sıra sayısallaştırılmış verinin bir formattan diğerine çevrilmesini de kapsamaktadır (Yılmaz, 2018: 3-4). Yeni medya asenkron, etkileşimli, multimedya, kitlesizleştirme, veri kaybının önlenildiği ortam özelliklerine sahiptir. Bu özellikleri yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran diğer bir deyişle ayırt edici özellikleridir. Asenkron diğer bir deyişle eş zamansız olabilme özelliği ile yeni medyada bir yıl önce yayınlanmış bir habere anında ulaşılabilir. Böylece yeni medya rastgele erişim imkânı sağlamaktadır. İstedığımız veriye istediğimiz anda ulaşabiliriz. Etkileşimli olma özelliği medya kullanıcısının anında geri dönüşümde bulunabilme olanağını ve karşılıklı etkileşimi ifade etmektedir. Multimedya özelliği ise göstergelerin, simge sistemlerinin, iletişim çeşitlerinin ve farklı veri türlerinin tek bir araçta toplanmasıdır (Yamak, 2013: 4). Kitlesizleştirme özelliği ile kitle kavramını çürütmüş ve bireyselliği ön plana çıkarmıştır. Sayısalığın bir uzantısı olarak yeni medya, veri kaybının önlenildiği ortamlardır. Bir verinin bire bir kopyası kayıpsız olarak çıkarılabilir. Çünkü her verinin içerdiği veri sayısı belli ve katidir. Geleneksel medyanın analog olmasından kaynaklı olarak bu özelliğe sahip olmadığını görüyoruz (Yılmaz, 2018: 4). Analog sistemlerdeki veri miktarının ölçülememesi bire bir kopyaların alınamamasına da sebep olmaktadır. Buda zaten veri kaybının olduğunu göstermektedir. Ayrıca istediğimiz bir veriye ulaşmak için belirli bir çizgi doğrultusunda tarama

yapma zorunluluğu mevcuttur. Verilere rastgele ulaşmak mümkün değildir (Öğüt, 2005: 4). Yeni medya ayrıca kullanıcı, izleyici, okuyucu ve dinleyiciyi de sadece tüketen olmaktan çıkararak üreten grubuna da dahil ederek pasif konumdan aktif konuma dahil eder (Bulunmaz, 2014: 25). Yeni medya yukarıda açıklanan özellikleri, kişilere kendilerine ait sosyal alanlar sunması, bilginin sadece tüketim değil üretim, dağıtım, tüketim ve hatta yeniden üretimi aşamalarında yer vermesi nedeniyle geleneksel medyadan ayrılmaktadır.

## Sinema

### *Sinema Kavramı*

Sinema sözcüğü Rumca kökenlidir. “Kinemasatos” hareket; “graphein” sözcüğü de yazmak kelimesinin karşılığıdır ve bu ikim kelimenin bir araya gelerek oluşturdukları sinematograf sözcüğü “hareketleri yazan” anlamına gelir. Ardı ardına çekilmiş ya da alınmış resimleri bir mercekten hızlı hızlı geçirerek, resmi hareketli gibi gösterme esasına dayanan bir tekniktir. Bizler bir saniye içinde 24 kareyi art arda gördüğümüzde retinamız bu görüntüleri hareketli olarak algılar, sinema da bu prensibe dayanmaktadır (Yamak, 2013: 5).

### *Analog Sinema*

1878’de Fransız fizyolog Marey ile Amerikalı fotoğrafçı Muybridge, atın hareketinin aşamalarını birbirinden ayırmak ve kuşların uçuşunu incelemek üzere, geliştirilmiş bir zootrop’tan yararlandılar (Betton, 1990: 5). Muybridge, koşan bir atın bütün ayaklarının yerden kesilip kesilmediğini belgeleyebilmek için bir yarış pistinin kenarına 24 kamera yerleştirir ve atın geçişi sırasında sırayla fotoğraflar çeker, Muybridge bu çalışmada tüm ayakların yerden kesildiğini ispatlarken bir yandan da yeni bir buluşun altına imzasını atmak üzeredir (Öğüt, 2004: 24-25). 1894 yılında Thomas Alva Edison “Kinetograph” adı verilen ilk pratik kamerayı icat etti. 1894 yılında icat ettiği “Kinetoscope” adı verilen, hareketli görüntülerin izlenmesini sağlayan dolap ise 30 saniyede yaklaşık 1,5 metrelik bir filmi oynatabilmekteydi (Yamak, 2013: 5-6). Louis Lumiere ise, sinematografi icat ettikten sonra aynı yılın 28 Aralık tarihinden itibaren Paris’teki Grand Cafe’nin bodrum katında halka açık gösterilerde kullanmaya başladı (Betton, 1990: 6). Lumiere Kardeşler’in Grand Cafe’nin bodrum katındaki on filmlik gösterimleri sinemanın başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Tuğran ve Tuğran, 2016: 201). İlk filmler açık havada çekilen, senaryoları ve yöneticileri olmayan filmlerdi. Daha çok belgesel türünde röportaj filmler (Lumiere Fabrikasından Çıkan İşçiler, Trenin Ciatat İstasyonu’na Girişi, Bahçesini Sulayan Bahçıvan, Deniz Kıyısında Bir Banyo Sahnesi) (Betton, 1990: 6-7) dir. Bir Trenin Gara Girişi isimli filmin, küçük ve keyifli bir hikâyesi vardır. Filmi ilk defa izlemeye giden insanlar trenin üzerlerine (perdeye) yaklaşmasıyla kendilerine çarpmasından korkmuşlar ve salondan kaçmışlardır (Yamak, 2013: 6).

Georges Melies, 1895’ten başlayarak 1914’e kadar 400’den fazla (bazıları 700 m uzunluğunda) film çekti. Bunlardan 1902’de çektiği Aya Seyahat, ticari değer taşıyan ilk gösteri filmi olarak kabul edilebilir (Betton, 1990: 7).

### *Sayısallaşan Sinema*

Lev Manovich, yeni medya olarak adlandırılabilir ilk medyanın sinema olduğunu belirtir (Usubütün, 2017: 60). Lev Manovich’e göre sinemayı sayısallaştıran etken bilgisayarın film üretim sürecine dahil olmasıdır (<http://manovich.net/index.php/projects/what-is-digital-cinema> Erişim Tarihi: 13.08.2020). Aydan Özsoy’a göre sayısallaşan sinema, filmlerin teknoloji yardımı ile üretiminin ve gösteriminin yapılmasıdır (2017: 363-364). Dijital sinemanın altyapısı teknolojik değişimlerin bir sonucu olarak 1970’lerde oluşmaya başlamış, etkisi ise 1990’lı yıllarda

görölmeye başlamıştır. Geçerliliğini hala korumakta ve gün geçtikçe önemi daha artan bir üretim biçimi halini almıştır (Yamak, 2013: 7). Günümüze geldiğimizde sinemanın üretimden tüketime kadar olan bütün aşamalarında dijitalleşmenin büyük etkisi vardır. Özellikle bilgisayar, internet ve çeşitli programların kullanımı sinemanın her aşamasında meydana gelen değişimleri gözle görülür hale getirmektedir.

Günümüze bilgisayar her alanda etkilidir bu alanların içinde hiç şüphesiz sinema da vardır (Sunal, 2016: 295). Sayısal kamera çekiminden, sayısal kurgu ve görüntü düzenlemeye, özel efektlerden, sayısal karakterler yaratmaya kadar pek çok özellik sinemaya hakim duruma gelmiştir. Ayrıca bilgisayar teknolojisi ile çok pahalıya mal olabilecek filmler, çok daha ucuza mal edilmektedir. Bilgisayar ile tasarlanıp, kurgulanan sahneler, zamandan bağımsız olarak yapılabilen çekimler sayesinde maliyetler çok fazla düşmüştür. Doğrusal kurgunun yerini doğrusal olmayan kurgu almış ve bu anlamda müthiş bir hız kazanılmıştır. Sinemadaki bu teknik dönüşüm, içeriği de etkilemiştir. Günümüzde pek çok sinema filminin %80 - %90'lık bir kısmı bilgisayar destekli olarak çekilmektedir. Yıldız Savaşları'nın ikinci bölümü olan Yıldız Savaşları: Klonların Saldırısı'nın oyuncular ile çekimleri 80 gün sürerken, geriye kalan bütün prodüksiyon bilgisayarlar ile 8 ayı aşkın bir sürede tamamlandı. Ayrıca Yüzüklerin Efendisi üçlemesi, Örümcek Adam, Batman gibi süper kahraman filmleri ve yerli bir yapım olan G.O.R.A da üst düzey bilgisayar desteği ile üretilmiş sinema filmleridir. Sinemanın sayısallaşması ile birlikte gerçek mekan ve gerçek oyuncu kullanımındaki azalma, oyuncuların özel olarak hazırlanmış stüdyolarda yeşil ya da mavi perde önünde, çoğu zaman gerçekte var olmayan nesnelere ya da kişiliklerle etkileşime geçmesi, oyunculuk kavramına da yeni bir yaklaşım getirmektedir. Bunun sonucu olarak da oyuncuların birbirleriyle olan etkileşimi gittikçe azalmaktadır (Öğüt, 2005: 6).

Sinemanın ilk zamanlarında görüntüler "pelikül" denilen filmlere çekiliyordu. 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 (Canıklıgil, 2007:5-6).

Geleneksel yöntem olan peliküllere karşılaştırıldığında dijital sinema kameralarıyla çalışmak birçok açıdan daha avantajlıdır. Bu avantajlar, farklı anlatım tarzları oluşturmak, harddisk ve hafıza kartlarının maliyetlerinin peliküller kadar fazla olmaması ve tekrar tekrar kullanılabilmesidir. Dijital sinema kameralarının bir diğer avantajı ise çekim süresidir. Bir kutu 35mm film yaklaşık 4 dakikanın biraz üstünde net çekim imkânı verir. 16mm kameralardaki filmler ise 11 dakika civarında bir kayda imkân verir. Video kamerada tek çekim süresi çok daha uzundur. Günümüzde harddisk veya hafıza kartlarına kayıt yapan kameralarda bu süre çok daha uzundur. Alfred Hitchcock, ilk renkli filmi olan "Rope"u 1948'de tek planlı bir filmmiş gibi çekmiştir. Çekimlerde uzun plan sekanslar için kameraların üzerindeki magazin denilen ham filmin geldiği ve kaydedilmiş filmin aktarıldığı silindir kutuların en büyükleri ve normalden daha uzun film şeritleri kullanılmıştır. Filmlerin bittiği yerlerde ise bir oyuncu kameranın önünden geçerken ekranı siyaha düşürdüğünde hissedilmeyen bir geçiş yapılır (Yamak, 2013: 8).

### **Yeni Sinema**

Lev Manovich ve arkadaşlarına göre yeni medyanın etkisinde gelişen yeni sinema, izleyicinin kendisine keyfi olarak dayatılan görüntü, ses ve metin havuzuna ulaşabilmesini sağlamıştır (Gardner, 2009: 143). Geleneksel sinemadaki üreticinin görmesi ile izleyicinin görmesi arasındaki

ilişki yeni sinemada değişmiş ve üretici bu ilişkiyi oluşturmak yerine ilişkinin konumuna seyirciyi yerleştirmiştir (Çelenk, 2015: 218). Sinemanın geleneksel döneminde sadece üretilen film içeriklerini izleyebilen izleyici yeni sinema döneminde zaman ilerledikçe üretim aşamasına da dahil olabilmektedir. Günümüzde bazı filmlerin üretim aşamaları sinema salonlarında, izleyicilerin oturdukları koltuklarda bulunan iki butondan birini tercih etmelerine bağlı olarak gerçekleşmektedir. Film, izleyicilerin istedikleri doğrultuda ilerlemektedir.

Sinemanın sayısallaşması, yeni bir medya olabilmesi için çok önemlidir ancak yeni medyadaki en önemli dönüşüm etkileşim alanında yaşanmaktadır (Yamak, 2013: 9). Etkileşim, en az iki nesne arasındaki iletişim vasıtasıyla, nesnelerin birbirlerini davranışsal ya da biçimsel olarak değişikliğe uğratmasıdır. Yeni medya etkileşim opsiyonu sunmaktadır (Öğüt, 2005: 7). Yeni medya teknolojilerinin temel kavramlarından biri “interaktivite” kavramıdır. İnteraktif sinema bağlamında, seyirci ile seyredilen filmin etkileşim içinde olması, bunun sonucunda da seyircinin filmi, filmin de seyirciyi etkileme şansı olacak şekilde yapılandırılması anlamına gelmektedir. Sinemanın diğer üretim biçimlerinde de seyirci ve film arasında bir ilişki vardır ancak, interaktif sinemada, bu ilişki karşılıklı diğer bir deyişle etkileşimlidir. İnteraktif sinemaya göre, sinema filmi bir etkileşim nesnesidir. Yönetmen ve seyirci film aracılığıyla ilişki kurar yani film, yönetmen ve seyirci tarafından ortaklaşa yaratılmış olur. İnteraktif sinemanın ilk örneği Çek Yönetmen Radúz Činčera tarafından 1967 yılında çekilen “Kinoautomat” filmidir. Sinema salonunun koltukları bu film için özel olarak hazırlanmıştır. Koltukların üzerinde bir kumanda ve kumandanın üzerinde de filme ayrı bir yön vermek amacıyla biri yeşil diğeri kırmızı renkte iki buton vardır. Her sahnenin sonunda yönetmen ya da bir kişi sahneye çıkarak, 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 (Taş Öz, 2013: 70-71). Buradan özellikle teknolojik gelişmelerin dinamik bir olgu olarak değişebilir özellikler barındıran seyir kültürü olgusunu da değiştirdiğini çıkarabiliriz (Medin, 2018: 143). Sinemadaki seyir kültürü, yeni medyanın etkisiyle kökten bir değişimle karşı karşıya kalmıştır. Üretilen içeriği ekranda sadece izleyen eski dönem seyircilerinin aksine günümüzde seyirciler sadece seyirci değil aynı zamanda içeriğin üretim aşamasında da kendisine yer bulmaktadır. Bir anlamda hem filmin üreticisi hem de tüketicisi olmaktadır. Bu noktada da hem filmin üreticisi hem de tüketicileri arasında etkileşim sağlanmaktadır.

Etkileşim günümüzde ciddi bir seviyede sağlanmaktadır. Yeni sinema kavramı da etkileşime açık bir platformdur. Lev Manovich, Soft-Cinema adını verdiği projesinde, önceden kaydedilmiş video parçacıkları, ses kayıtları ve çeşitli görselleri bir veri tabanında toplayarak, kullanıcıya bir ara yüz sunmaktadır. Bu ara yüz sayesinde kullanıcı, veri tabanında metadatalar ile tanımlı ortam parçacıklarını, kendi istekleri doğrultusunda bir araya getirebilmekte ve kendi filmlerini yapabilmektedirler. Projenin bir başka özelliği de rastgele bir film oluşturulabiliyor olmasıdır. Söz gelimi kullanıcı “korkunç” bir sahne istediğinde, ara yüze konuyla ilgili verileri girerek, yazılımın kendi kendine “korku verici” bir sahne oluşturmasını sağlamaktadır (Öğüt, 2005: 8).

## Sonuç

Sinema ortaya çıktığı günden bugüne kadar zaman içinde çok fazla yenilik ve değişiklik yaşamıştır. Teknolojinin gelişmesi çok hızlı ve önüne geçilemez bir hale gelmiştir. Sinema da bu gelişmelere devletler, toplumlar ve bireyler gibi ayak uydurmak zorundadır. Teknolojik gelişmeler zaman içerisinde “yeni medya” kavramını ortaya çıkarmıştır. Yeni medya, birçok alanı olduğu gibi sinemayı da sayısallaştırmıştır. Bu sayısallaşma ile birlikte sinemanın üretim ve gösterim olanakları da değişmiştir. Film üretim olanaklarına baktığımızda zaman içerisinde sınırlı kullanıma sahip ve

aynı zamanda çok da fazla maliyeti olan cihazlar kullanılmaktayken zaman içerisinde teknolojiye ayak uydurarak kullanımı neredeyse sınırsızlaşan ve maliyet olarak da çok daha ucuz cihazlar kullanılmaya başlanmıştır. Çekim konusunda önceki dönemlerde gerçek mekanlara giderek çekim yapma zorunluluğu varken günümüzde çekim yapılmak istenen yerin birebir halini hatta hiç var olmayan mekanlar bile stüdyo ortamlarında oluşturulabilmektedir. Oyuncular açısından bakacak olursak da bazı değişikliklerden bahsetmek mümkündür. Eski dönemlerde özellikle zor ve tehlikeli sahnelerde oyuncular dublör dediğimiz kendilerine çok benzeyen yardımcı oyuncular kullanıyorlardı. Bu uygulama günümüzde de devam etmesine rağmen oldukça azalmıştır. Çünkü teknolojik gelişmeler tehlikeli sahnelerin çekimleri stüdyo ortamlarında ve son derece güvenli bir şekilde yapılabilmektedir. Bu değişiklikler de seyir kültürü ve seyircinin film içindeki konumlarını da değiştirmiştir. Sinemanın geleneksel döneminde diğer bir deyişle pelikül döneminde hâkim seyir kültürü sinema salonlarındaki toplu seyir kültürüdür ancak gelişen teknoloji ile birlikte toplu seyir kültüründen bireyselleştirilmiş seyir kültürüne geçiş yaşanmıştır. Hatta öyledir ki artık toplu seyir kültüründe sinema salonunda bile seyirci filmin gidişatını etkileyebilmektedir. Bu da interaktif sinemadır diğer bir deyişle seyirci sinemada özne konumuna gelmiştir ve film seyircilerin isteklerine göre şekil almaktadır. Sayısızlaşan sinema da artık zaman, mekan ve oyunculardan bağımsızlaşmıştır. Günümüzde birçok sinema filmi tek bir ortamda, uzun zaman harcanmadan ve az sayıda oyuncu ile çekilmektedir. Bu şüphesiz gelişen teknolojinin ve onun ortaya çıkardığı yeni medyanın sinema alanına olan etkisinin bir sonucudur.

## Kaynaklar

Başlar, G. (2013). Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm. *Akademik Bilişim 2013-XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* 823-831, 23-25 Ocak 2013. Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

Başaslan, Z. (2017). *Yeni Medya Ve İdeolojik Çevrimiçi Sosyal Ağ Topluluklarında Uyma Davranışı Üzerine Netnografi Çalışması, Yüksek Lisans Tezi*, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

Betton, G. (1990). *Sinema Tarihi Başlangıcından 1986'ya Kadar*. (Çev. Şirin Tekeli). İstanbul: Yeni Yüzyıl – İletişim Yayınları, s.5-7.

Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmaları "Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu"*. Ankara: Dipnot Yayınları, s.21.

Bulunmaz, B. (2014). Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı Ya Da Kim Kazanacak?. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 22-29. Retrieved From <https://dergipark.org.tr/tr/pub/e-kiad/issue/49298/629850>.

Canıklıgil, İ. (2007). *Dijital Video ile Sinema*, İstanbul: Pusula, s.5-6.

Çelenk, S. (2015). Görsel Gerçekçilik Rejiminin Sonu Mu? "Yeni" Medya Döneminde Sinema. *Mülkiye Dergisi*, 39(1), 215-245.

Dilmen, N. Emel (2007). *Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları, Marmara İletişim Dergisi*, sy. 12. Erişim: <http://iletisim.marmara.edu.tr/dosyalar/dergi.pdf> (20 Kasım 2018).

Gardner, J. (2009). *Greenaway's Suitcase Cinema And New Media Archaeology, Studies In European Cinema*, 5:2, 143-153.



Medin, B. (2018). Dijital Kültür, Dijital Yerliler ve Günümüzdeki Yeni Film Seyir Denemeleri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 142-158.

Öğüt, S. (2004). *Interactivity In New Media*. Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Öğüt, S. (2005). *Yeni Medya'da Sinema, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı Bilişim Bilim Dalı*, İstanbul.

Özsoy, A. (2017). Sinema, Yeni Seyir Deneyimleri ve Çocuk İzleyici. *TRT Akademi*, 2(4), 356-374.

Satlı, E. (2011). *Yeni Medya Ve Sosyalleşme, Yüksek Lisans Tezi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Sunal, G. (2016). Sanal Gerçeklik ve Dijital Sinemanın Olanakları. *İNİF E- Dergi*, 1(2), 294-309. Retrieved From <https://dergipark.org.tr/en/pub/inifedergi/issue/45222/566372>.

Taş Öz, P. (2012). Pelikülden Dijitale Sinemada Seyir Kültürü Ve Seyircinin Değişen Konumu. *Türk Online Tasarım, Sanat ve İletişim Dergisi*, Cilt 2 Sayı 2, (70-71).

Tuğran, F. E., ve Tuğran, H. (2016). Pelikülden Dijitale: Sinema'daki Değişimler. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(4), 193-206.

Usubütün, S. (2017). Post-Sinema I: Lev Manovich. *SEKANS Sinema Kültürü Dergisi*, Sayı e5, s.58-63.

Vural, B. Akıncı, Bat, Mikail (2010), Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma, *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, S. 20, s. 3348-3382.

Yamak, M. (2013). *Yeni Medya Ve Yeni Medya Olma Yolunda Sinemanın Geçirdiği Teknolojik Süreç, Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Yengin, D. (2012). *Yeni Medyaya Eleştirel Bakış. Yeni Medya Ve...* Ed: Deniz Yengin. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınları, s.128.

Yılmaz, A. B. (2018). *Yeni Medya Ve Toplumsal Hareketler: Vegan Hareketi Örneği Üzerine Bir İnceleme, Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

### **İnternet Kaynakları**

<http://manovich.net/index.php/projects/what-is-digital-cinema> Erişim Tarihi: 13.08.2020

<https://kamilmehmetozkan.com/2013/01/21/buyuk-donusum-yeni-medya-nedir-nedegildir/> Erişim Tarihi: 13.08.2020)