

Kişisel Estetikten Kitle Tüketimine: Popülerite Ürünü Olarak Video Sanatının Dönüşümü

→ Eda ARISOY*

Öz

Video sanatı, 20. yüzyılın ikinci yarısında, özellikle 1960'larda Nam June Paik gibi öncü sanatçıların çalışmalarıyla sanat ortamında görünürlik kazanmış ve hareketli görüntüyü sanatsal ifade aracı olarak kullanan bir disiplin olarak gelişmiştir. Bu üretimler, başlangıçta sergi salonları ve galerilerle sınırlı bir dolaşım alanına sahipken, dijital teknolojiler ve internetin yaygınlaşmasıyla birlikte çevrim içi platformlarda da temsil edilmeye başlanmıştır. Bu süreç, video sanatının bireysel içerik üretimleriyle keşiştiği ince bir çizgiye evrilmesine zemin hazırlamıştır. Yakın dönem pratiğinde, sosyal medya tabanlı video üretim araçları ve şablonları, üretim sürecini teknik olarak erişilebilir ve hızlı hâle getirmiştir. Ancak bu tür içerikler, biçimsel olarak sanatsal video üretimlerine benzer nitelikler taşısa da Refik Anadol gibi sanatçıların eserlerinde görülen estetik ve kavramsal derinliği çoğunlukla barındırmamaktadır. Bu durum, video sanatının bireysel yaratımdan kitlesel tüketime uzanan dönüşümünde, estetik değer ile popüler üretim arasındaki ayrışmanın önemli bir göstergesini oluşturmaktadır. Bu çalışma, sanatsal video üretimi bağlamında Refik Anadol'un Machine Hallucinations: NYC başlıklı yapıtı ile sosyal medya odaklı popüler video üretim araçlarından biri olan CapCut şablonlarını karşılaştırmalı olarak incelemeye çalışmaktadır. Çalışmada, sinematik biçimin etkileşim dinamiklerindeki rolü analiz edilmekte, sanatsal özgünlük, estetik değer ve kitlesel üretim pratikleri arasındaki farklılaşma ve keşişim alanları kuramsal bir çerçevede tartışılmaktadır. Böylece, video sanatının tarihsel bağlamdan güncel üretim pratiklerine uzanan dönüşümü, biçimsel yapı ve izleyiciyle kurulan görsel-işitsel ilişki açısından değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Video Sanatı, Video Estetiği, Sosyal Medya, Popüler Kültür, Refik Anadol

*Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Bilim Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi Film Tasarımı ve Yönetimi Bölümü, Ankara, Türkiye

E-mail: eda.arisoy@ankarabilim.edu.tr

ORCID: 0000-0001-9779-4377

From Personal Aesthetics to Mass Consumption: The Transformation of Video Art as a Product of Popularity

→ Eda ARISOY

Abstract

This study examines the transformation of narrative and stylistic structures in Tim Burton's cinema. Video art emerged in the second half of the 20th century, gaining visibility in the art world particularly through the works of pioneering artists such as Nam June Paik in the 1960s. Initially confined to exhibition halls and galleries, these productions expanded their presence to online platforms with the proliferation of digital technologies and the internet. This shift has brought video art into closer proximity with individual content production, creating a fine line between the two. In recent practice, social media-based video production tools and templates have made the production process technically accessible and fast. However, while such content may resemble artistic video works in form, it often lacks the aesthetic and conceptual depth observed in the works of artists like Refik Anadol. This difference reflects a significant distinction between aesthetic value and popular production within the transformation of video art from individual creation to mass consumption. This study aims to conduct a comparative analysis of Refik Anadol's Machine Hallucinations: NYC and CapCut templates, a widely used social media video production tool. It examines the role of cinematic form in interaction dynamics and discusses, within a theoretical framework, the points of divergence and convergence between artistic originality, aesthetic value, and mass production practices. In doing so, it evaluates the transformation of video art from its historical context to contemporary production practices in terms of formal structure and the audiovisual relationship established with the viewer.

Keywords: Video Art, Video Aesthetics, Social Media, Popular Culture, Refik Anadol

1. Giriş

Video sanatının kavramsal temelleri, 1960'lı yıllarda Sony PortaPak¹ gibi el kameralarının kullanımının yaygınlaşması ve avangard sanat pratiklerindeki yeni arayışlarla atılmıştır (Burris, 1996, ss. 3-5). İlk video sanatçılarından Nam June Paik, 1965'te kamerayla gerçekleştirdiği deneysel çekimler ve TV monitörlerini içeren yerleştirmelerle alanın öncüsü kabul edilmektedir (Manovich, 2021). Paik'in 1973 tarihli *Global Groove* adlı video kolajı, televizyon kültürünü ve küresel iletişimi sanatsal bir anlatıma dönüştürmesi bakımından klasik bir örnek sayılmaktadır. Video sanatı tarihsel olarak yalnızca elektronik video teknolojisinin (Sony Portapak sonrası) değil, aynı zamanda hareketli imajın kavramsal olarak keşfi üzerinden de şekillenmiştir. Bu bağlamda, video sanatının öncülleri arasında yer alan ve özellikle deneysel film, dada/sürrealizm, fotogram ve sinema dışı medya ile çalışan sanatçılar da önemlidir. Bu anlamda anılması gereken öncü sanatçılar: Dziga Vertov², Man Ray³, Hans Richter⁴, Len, Lye⁵, hareketli görüntünün sanatsal bir ifade aracı hâline gelmesinde önemli katkılar vermişlerdir. Ancak video için o yıllarda bir sanat tanımı yapılmadığından, video işleri, deneysel üretimler adı altında kendine yer bulmuş, çağdaş sanat olgusu içerisinde de oldukça geç adlandırılıp bir tanıma oturtulabilmiştir. Üretim mecralarının çeşitlenmesi ve hızlı gelişimiyle birlikte, video çalışmalarını "hareketli görüntü" üst başlığı altında değerlendirmek, yeni koşullarda daha da önem kazanmıştır. Zira güncel üretim ve gösterim pratikleri, videonun yerleşik ve kabul görmüş tanımlarının ötesine geçmiştir.

Video sanatı, başlangıçta bir üslup ya da tür değil, daha çok bir ifade aracı olarak kabul görmekteyken, 1970'lerin ortalarından itibaren oluşmaya baş-

1 Sony Portapak, 1965 yılında Sony tarafından geliştirilen ve piyasaya sunulan, taşınabilir ilk video kayıt sistemidir. Özellikle video sanatının doğuşunda çok önemli bir rol oynamıştır (Kaynak: <https://en.wikipedia.org/wiki/Portapak>, Erişim Tarihi: 10.08.2025).

2 *The Man with the Movie Camera* (1929): *Kino-Eye* (sinema-göz) kuramı ile gerçekliği dönüştüren makine görüşünü, video sanatı pratiğinde etkili olan "kameranın düşünsel uzantısı" kavramıyla buluşturmuştur (Michelson, 1984).

3 *Le Retour à la Raison* (1923): Kamera kullanılmadan doğrudan filme ışık düşürülerek yapılan ilk "ışık filmi" örneklerinden (Ades, 1989).

4 *Rhythmus 21* (1921): Görsel-ritmik anlatılarla müzik ve hareketin görsel eşdeğerlerini sinema diline sokmuştur. Film Rhythm serisinin ilk bölümüdür ve soyut film akımının erken ve etkili bir filmi olarak kabul edilir (Kaynak: https://en.wikipedia.org/wiki/Rhythmus_21, Erişim Tarihi: 10.08.2025).

5 *A Colour Box* (1935): Filmi doğrudan çizim yüzeyi olarak kullanarak animasyon ve deneysel video tekniklerine öncülük etmiştir. (Horrocks, 2001).

layan literatürde, video sanatının “henüz kendi tarihi oluşmadan tarihi yazılan tek sanat biçimi” olarak tanımlanması dikkat çekmektedir.

“1974 yılında, insanlar şimdiden tarih üzerine konuşuyorlardı ve bunu birkaç yıldır yapmaktalardı. Video, kendi tarihi oluşmadan önce bir tarihe sahip olan tek sanat biçimi olabilir. Video icat edilirken aynı zamanda onun mitleri ve kültürel kahramanları da yaratılıyordu (Viola, 1974, akt. Sturken, 1990, s. 102).”

Bu ifade, ünlü video sanatçısı Bill Viola’nın video sanatının kurumsallaşmasından önce bile tarihsel bir anlatıya konu olmasına yaptığı vurgudan kaynaklanmaktadır. Viola’nın *History, 10 Years, and the Dreamtime* (1974), video sanatının henüz kurumsallaşma aşamasına gelmeden önce bile kendi tarihini oluşturma çabasına dikkat çekmektedir. Viola bu metinde, 1974 yılında (video sanatının doğuşundan sadece birkaç yıl sonra) bir grup sanatçının video sanatının tarihinden bahsettiğini anlatmaktadır (Viola, 1974 ss. 36-37). Video, sanat dünyasında ortaya çıktığı ilk dönemde geleneksel resim ve heykel gibi dallardan farklı olarak teknik bir yenilik olmasının yanı sıra sinema, performans ve müzik gibi farklı disiplinlerle ilişkilenerek kendi mecrasını yaratmıştır.

Video sanatının erken dönem teorisyenleri ve tarihçileri, bu mecranın sanat içindeki konumunu tartışmışlardır. Örneğin Marita Sturken, video sanatının evrimindeki paradoksları ele alarak, teknik gelişmelerin ve kavramsal sanat pratiklerinin videoyu beslediğini vurgulamaktadır. Ayrıca Sturken, video sanatının henüz olgunlaşmadan kendi tarihinin yazılmaya başlanmasını temel bir paradoks olarak tanımlar. Sanat dünyasında meşruiyet kazanması amacıyla biçimci estetik ölçütlerle tanımlanan bu alan, başlangıçta taşıdığı toplumsal ve ütopyacı çeşitliliği büyük ölçüde yitirmiş; kurumsal normlara uyan işler merkezileşirken diğerleri marjinalleşmiştir (Sturken, 1990, ss. 102-103). Sturken, video gibi teknolojik olarak şimdiye ve geleceğe yönelik bir ortamın bu denli tarihselleştirilme çabasını fazlasıyla paradoksal bulmaktadır.

Geçmişe duyulan bu saplantı, teknolojisi gereği şimdiki zamana yönelik ve gelecekle ilişkilendirilen bir ortamda son derece paradoksalıdır. Bu tespit, video sanatının doğasında bulunan zaman-mekân algısına ters düşen bir biçimde, erken bir aşamada kendi geçmişinin inşa edilmesine gönderme yapmaktadır. Martha Rosler, Hall ve Fifer’in kitabında yer alan *Video: Shedding The Utopian Moment* adlı yazısında, videonun toplumda sanat üretiminin gerçekleştiği mekânlara ve üretimin izleyiciye erişimi biçimlerinde

alımlama pasifliğine bir meydan okuma ortaya koyduğunu belirtmektedir (Rosler, 1990). Videonun erken dönem kullanımında yalnızca sistematik değil, aynı zamanda ütöpik bir eleştiri de örtük biçimde mevcuttur. Bu bağlamda amaç sisteme dâhil olmak değil, onun her yönünü dönüştürmek ve sanatı toplumsal yaşamla birleştirerek, izleyici ile üreticiyi birbirinin yerine geçebilir hâle getirip sistemi ortadan kaldıracak şekilde yeniden tanımlamaktı (Rosler, 1990, s. 31). Michael Rush (*VideoArt*, 2003) ve Catherine Elwes (*Video Art, a guided tour*, 2005) gibi yazarlar da video sanatının 1960'lardan 2000'lere uzanan sürecini kapsamlı şekilde inceleyerek Nam June Paik⁶, Bruce Nauman⁷, Vito Acconci⁸, Joan Jonas⁹, Gary Hill¹⁰, Bill Viola¹¹, Pipilotti Rist¹², Harun Farocki¹³, Sihirin Neshat¹⁴ gibi sanatçıların katkılarını vurgulamaktadırlar. Video sanatının ilk kırk yılında kadın sanatçıların da öncü roller üstlendiği görülmektedir. Örneğin Joan Jonas, Martha Rosler, Dara Birnbaum gibi isimler, feminist söylemi ve medya eleştirisini videoyla buluşturmışlardır (Museum of Modern Art [MoMA], 2025). Bu birikim sonucunda video sanatı günümüzde kendi tarihini oluşturmuş bir sanat alanı olarak anlanmaktadır. Başlangıçta alternatif ve deneysel bir ifade alanı olarak görülen video, zaman içinde müzelerde kabul görmüş ve sanat tarihinin bir alt konusu olabilmektedir. Bu da videonun felsefi alt tabanlı, çoklu tartışma ve kuramsal düşünme pratiklerine olanak verecek bir üretim şekline dönüşmesi adına önemli bir ölçüt sayılabilmektedir.

Video sanatının kavramsal çerçevesi, geleneksel sinema veya televizyon yayıncılığından ayrıışan yönlere sahiptir. Video sanatı genellikle galeri

6 Sanatçının 106 eseri, <https://www.moma.org/artists/4469-nam-june-paik>, Moma Müzesi resmî arşivinde yer almaktadır.

7 Sanatçının 93 eseri, Moma Müzesi resmî arşivinde yer almaktadır, <https://www.moma.org/artists/4243-bruce-nauman>.

8 Sanatçının 80 eseri, Moma Müzesi resmî arşivinde yer almaktadır, <https://www.moma.org/artists/53-vito-acconci>.

9 *Vertical Roll* (1972), kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=gFAzqyoGKsE>, Erişim Tarihi: 12.08.2025.

10 *Incidence of Catastrophe* (1987–88).

11 *The Reflecting Pool* (1977–79), kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=ZmUNtLfYiAynak>, Erişim Tarihi: 12.08.2025.

12 *Ever Is Over All* (1997), kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=gd06ukX-rU>, Erişim Tarihi: 12.08.2025.

13 *Images of the World and the Inscription of War* (1988), kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=w5Mv38MNDWw>, Erişim Tarihi: 12.08.2025.

14 *Turbulent* (1998), kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=VCassCuOGIs>, Erişim Tarihi: 12.08.2025.

ortamında yerleştirme formunda sunulurken, döngüsel veya etkileşimli yapılar içerebilir ve izleyiciyi uygulamalı bir deneyime ortak edebilmektedir. Dolayısıyla video, yalnızca bir kayıt teknolojisi değil, aynı zamanda mekân, zaman ve izleyici etkileşimini yeniden tanımlayan bir sanat formudur. 1970'lerden bu yana birçok sanatçı video aracılığıyla gerçeklik algısını ve anlatı biçimlerini dönüştürmüştür. Örneğin, Nam June Paik¹⁵, Peter Weibel¹⁶ ve Valie Export¹⁷ gibi sanatçılar televizyonun izleyici üzerindeki hâkimiyetini eleştirirken, ürettikleri sanat eserleriyle kendi söylemlerini de oluşturmuşlardır. Valie Export, çalışmalarında feminist felsefeyi açık bir biçimde ortaya koymaktadır. Sanatsal söyleminin gücünü, üretimlerini bir kadın bakış açısından yansıttığını özellikle vurgulayarak pekiştirmektedir (Export, 2004). Video sanatının özgün formu, sanatçı söylemlerinin cesurca ifade edilmesi için de uygun ortamlar hazırlamaktadır. Zira video sanatının üretim ve tüketim formları pek çok sanat alanına göre esnek yapıda ve tanımsız olma özelliği barındırmaktadır.

Video sanatı, başlangıcından itibaren toplumsal ve politik temaları da ele almaktadır. 1980'lerde özellikle aktivist video çalışmaları ortaya çıkmaya başlamış, video kullanımda farklılaşan pratikler, CCTV¹⁸ (*Closed Circuit Television*) kayıtları veya sokak röportajlarıyla mevcut iktidar yapılarını sorgulayan üretimler ön plana çıkmaktaydı. Video sanatının erken döneminde CCTV teknolojisi hem teknik hem de kavramsal düzeyde önemli bir rol oynamıştır. 1960'ların sonu ve 1970'lerde, CCTV'nin sağladığı gerçek zamanlı görüntü iletimi olanağı, sanatçılar tarafından izleyici ile yapıt arasındaki etkileşimi güçlendiren bir araç olarak kullanılmıştır. Örneğin, Nam June Paik'in *TV Buddha* (1974) yerleştirmesinde, CCTV kameraları Buda heykelinin kendi görüntüsünü monitörden izlemesini sağlayarak hem teknolojinin döngüsel görsellik etkisini hem de öz-bakış fikrini somutlaştırmıştır (Rush, 2003, s. 38). Benzer şekilde, kadın hareketi içinde video, sesini duyuramayanların tanıklık aracı hâline gelmekteydi (Evans, 1999). Bu bağlamda, video sanatının belgesel ile sanat arasındaki melez yapısı önem kazanmakta-

15 *Tv Buddha*, 1974, kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=CMfvLfDmqjw>, Erişim Tarihi: 12.08.2025.

16 <https://youtu.be/kq59KkdqQ6A?si=PZGji8W7GO1zKBz1>, Erişim Tarihi: 02.07.2025.

17 <https://youtu.be/X5cNz1NobxI?si=68q5GqVbdL4to1rN>, Erişim Tarihi: 02.07.2025.

18 *Close Circuit Television*: Kapalı devre televizyon anlamına gelmektedir. Televizyon sisteminden farklı olarak CCTV, bir merkezden geniş kullanıcı kitlesine yayın yapmak yerine belli bir alandaki görüntüyü izleme olanağı sunan sistem olarak tanımlanabilir.

dır. Sanatçılar, bir yandan gerçek görüntüler aracılığıyla toplumsal belleği kayıt altına alırken; diğer yandan kurgusal ve estetik müdahaleler yoluyla yeni anlatılar inşa etmektedir. Fredric Jameson, bu duruma ilişkin olarak şu tespitte bulunur:

“Bu tür makineler gerçekten de üretimden ziyade yeniden üretim makineleridir ve estetik temsil kapasitemiz üzerinde, fütürist dönemin eski hız ve enerji heykellerinin görece taklitçi putperestliğine kıyasla çok daha farklı talepler oluştururlar. Burada kinetik enerjiden çok, her türden yeni yeniden üretim süreci ile ilgileniyoruz ve postmodernizmin daha zayıf ürünlerinde, bu süreçlerin estetik olarak beden bulması çoğunlukla yalnızca içerik temsiline, yani yeniden üretim süreçleri hakkında olan anlatılara doğru daha rahat bir biçimde kayma eğilimindedir. Film kameraları, video, ses kayıt cihazları ve simülakrın üretim ve yeniden üretim teknolojisinin tamamını içeren anlatılar gibi. (Jameson, 1991, s. 79)”

Jameson’ın, “video gerilla” olarak nitelendirdiği ve bir yeniden üretim süreci olarak tanımladığı video sanatının sanatsal formu, kesin bir tanım içine sığdırılamayacak kadar çok yönlü ve çeşitlidir. Nam June Paik, televizyonu ve video teknolojilerini sıradan bir tüketici medyası olmaktan öte, sanatçının renk paletine dönüştürmekteydi. Paik, 1965 yılında piyasaya çıkan ilk taşınabilir video kamera Portapak’i kullanarak sanat üreten ilk kişi olmuş (Rush, 2003) ve böylece videonun sanatçılar için yeni bir ifade aracı hâline gelmesinde etkin rol üstlenmiştir. Paik’in çalışmalarında teknolojiyi yaratıcı biçimde eğip bükme, görüntüyü bozma veya yeniden yapılandırma sıkça görülürken; örneğin *Magnet TV*¹⁹(1965) işinde televizyonun üzerine yerleştirdiği bir elektromıknatısla ekran görüntüsü soyut formlara dönüşmektedir. Bu tür yenilikçi yaklaşımlar, Paik’in video ortamının içsel özelliklerini keşfetme ve izleyicinin alışılmış televizyon deneyimini sorgulama çabasının bir göstergesi olabilmektedir.

Benzer bağlamda, Paik’in 1973 tarihli ünlü video eseri *Global Groove*²⁰, küresel bağlantısallık ve kitle iletişimi üzerine bir manifesto niteliğindedir. Eserdeki anlatıcı ses, “Bu, geleceğin video dünyasına dair bir bakıştır.”²¹

19 <https://whitney.org/collection/works/6139>.

20 <https://www.mcba.ch/en/collection/global-groove/>.

21 Time code: 0.06, <https://www.youtube.com/watch?v=7UXwhIQsYXY>, Erişim Tarihi: 7.7.2025.

diyerek gelecekte insanların dünyanın her yerindeki yayınlara kolayca erişebileceğinin duyurusunu yapmaktadır. Nitekim *Global Groove*, dönemin çok ilerisinde bir vizyon ortaya koyarak yeni çağın iletişim biçimlerini öngörmekteydi. Bu kolaj video, ayrışan estetik anlayışıyla içerik bolluğunun hüküm sürdüğü, popüler sosyal medya mecraları olan YouTube ve TikTok platformlarının gelişini adeta haber vermiştir. Paik'in diğer çalışmaları da günümüz popüler video kültürüne dair öngörüler taşımaktadır. Örneğin, 1974'teki *TV Buddha*²² performansı, döngüsel görsel olarak, bugünkü *selfie*²³ kültürünün erken bir habercisi olarak yorumlanmıştır (Hanhardt, 2006, s. 153). Paik, sanat eserlerinde Doğu felsefesi ile çağdaş teknolojiyi buluştururken bireyin kendisini ekran aracılığıyla görmesine dair kavramsal bir sorgulama geliştirmiştir.

Paik'in yenilikçi vizyonu, sadece sanat galerileriyle sınırlı kalmayıp kitle iletişimine de yönelmiştir. 1984'te gerçekleştirdiği küresel uydu yayını *Good Morning, Mr. Orwell*²⁴, New York'taki WNET TV ile Paris'teki Pompidou Merkezi'ni canlı yayınlara birbirine bağlayan, uluslararası bir yerleştirme olarak tasarlanmıştır. Bu performans, 1984 yılbaşı gününde 25 milyondan fazla izleyiciye ulaşarak video sanatını kitlese tüketime yaklaştıran cesur bir deney olmuştur (Museum of Modern Art [MoMA], 2025). Paik'in televizyonu tıpkı fotokopi makinesi gibi ucuz ve erişilebilir kılma arzusu, aslında medyayı elit bir mecradan çıkarıp herkesin kullanımına sunma idealini yansıtmaktadır. Nitekim Paik, sanat yaşamı boyunca eserlerinin daha geniş kültürel manzarayla etkileşimde olmasını özellikle önemsemiş; sanat ve popüler kültür arasındaki sınırları bulanıklaştırmaya çalışmıştır. Onun bu yaklaşımı, video sanatının zamanla müze duvarlarının ötesine geçip gündelik hayatın bir parçası olacağının öngörüsü gibidir. Paik'in "*Global Village*" (Küresel Köy) ve "*Electronic Superhighway*" (Elektronik Süper Otoban) gibi kavramları, yakın dönemde dijital ağlar ve sosyal medya ile örülü küresel iletişim çağını önceden sezinlediğinin göstergesi niteliğindedir (Hanhardt, 1990). Öyle ki Paik'in eserlerine aşina olmayan genç içerik üreticileri bile, onun 1970'lerde video ile yaptıklarını görünce şaşırmakta; kendi özgün sandıkları pek çok dijital estetiğin temellerinin on yıllar önce atıldığını fark

22 <https://publicdelivery.org/nam-june-paik-tv-buddha/>.

23 *Selfie*, bir kişinin kendi fotoğrafını genellikle akıllı telefon, dijital kamera veya webcam ile çektiği bir fotoğraf türüdür.

24 <https://www.moma.org/magazine/articles/875>.

etmektelerdir. Bu durum, Paik'in çağının ötesindeki dehasını ve bugünün multimedya dünyasına etkisini ortaya koymaktadır.

Paik'in medyayı demokratikleştirme ve sanatı gündelik yaşama entegre etme yönündeki bu vizyonu, gelineen noktada dijital teknolojilerle bambaşka bir boyuta taşınmıştır. Bugün bireyler, yalnızca izleyici olmakla kalmayıp, akıllı telefonlar ve sosyal medya platformları aracılığıyla aktif üretici konumuna geçebilmektedir. Bu dönüşüm, video üretimini yalnızca teknik olarak erişilebilir kılmakla kalmayıp, aynı zamanda estetik, politik ve ekonomik bağlamlarda da yeniden tanımlamaya ortam sağlamaktadır. Paik'in analog çağda öngördüğü "Elektronik Süper Otoban", yeni dönemde sosyal medya algoritmalarıyla şekillenen küresel içerik trafiğiyle fazlasıyla örtüşmektedir. Ancak burada önemli bir soru gündeme gelmektedir: Paik'in video sanatını kitlelerle buluşturma ideali ile bugünkü sosyal medya videolarının popülerlik temelli üretim motivasyonları ne ölçüde benzeşmektedir? Video sanatının eleştirel ve kavramsal yönleri, TikTok, YouTube ya da Instagram gibi sosyal medya platformlarının hız, dikkat ekonomisi ve algoritmik görünürlük üzerine kurulu yapısı içinde nasıl bir varlık gösterebilir? İşte bu noktada, çağdaş sanat üretimi ile dijital içerik üretimi arasındaki sınır çizgileri giderek belirsizleşmekte, estetik değerlerin yeniden tanımlandığı hibrit bir medya ortamı ortaya çıkmaktadır. Paik'in öncülüğünü yaptığı bu tarihsel ve kavramsal zemin üzerinden yakın dönem dijital video kültürünü değerlendirmek hem video sanatının evrimini hem de güncel mecralarla kurduğu ilişkiyi daha derinlikli bir biçimde sorgulamayı mümkün kılmaktadır.

Sanatsal üretimin bireysel, eleştirel ve estetik katmanları, günümüz dijital kültüründe popülerlik, algoritmik yönlendirme ve sosyal medya ekonomisi karşısında önemli bir dönüşüm geçirmektedir. Bu dönüşümde, sanat izleyicisi ile içerik tüketicisi arasındaki temel farklar da önem arz etmektedir. Bilhassa katılım biçiminin niteliğinin üretilen işin bağlamsal derinliğinde ortaya çıktığı varsayımı ile sanat izleyicisi, eseri çoğunlukla belirli bir mekân, zaman ve kültürel bağlam içinde deneyimlemektedir. Bu deneyim, Jacques Rancière'in "duyusal paylaşım rejimi" kavramında olduğu gibi, yalnızca görünür olanı değil, görünürlüğün koşullarını da sorgulayan bir etkileşim biçimi üretmektedir (Rancière, 2004, ss. 12-13). Bu bağlamda, Refik Anadol'un deneyimsel, yerleştirme sanatı *Machine Hallucinations: NYC*²⁵

25 *Machine Hallucinations: NYC*, medya sanatçısı Refik Anadol'un 2019 yılında gerçekleştirdiği, yapay zekâ ve veri

gibi mekâna özgü, çevreleyici ve kavramsal yapıtlar, izleyiciyi bedensel, duygusal ve düşünsel düzeylerde saran bir ortak deneyim alanı yaratmaktadır. Buna karşılık, içerik tüketicisi çoğunlukla dijital platformlarda, algoritmalar tarafından biçimlendirilmiş ve kısa süreli dikkat döngülerine uygun olarak tasarlanmış görsel-işitsel formatlarla karşılaşmaktadır. CapCut²⁶ şablonları örneğinde olduğu gibi, içerik tüketicisi aktif bir rol üstlense de üretim süreci çoğunlukla hazır estetik kodların kişisel veriyle yeniden doldurulmasıyla sınırlı kalmaktadır (Toffler, 1980). Bu durum, Guy Debord'un *Gösteri Toplumu* (*La Société du Spectacle*, 1967) eserinde belirttiği gibi, üretim ve tüketimin aynı anda metalaşarak dolaşıma girdiği bir kültürel form yaratmaktadır (Debord, 1967). Dolayısıyla, sanat izleyicisi ile içerik tüketicisi arasındaki fark, yalnızca estetik deneyimin süresi veya yoğunluğunda değil, aynı zamanda üretim ve tüketim ilişkisinin epistemolojik temellerinde de belirginleşmektedir.

Bu bağlamda, video sanatının dijital çağda özgün ve eleştirel bir ifade biçimi olarak varlığını sürdürebilme potansiyeli çoklu parametrelerle sorgulanmayı hak etmektedir. Bu çalışma, video sanatının günümüzdeki estetik ve yapısal farklarını hem sanatsal üretim hem de popüler içerik ekseninde ele almaya çalışmaktadır. Yöntem olarak çalışma, biçimsel yapıyı ön planda tutan karşılaştırmalı bir içerik analizi öngörmektedir. Videoların biçimsel yapısı (renk, doku, ritim kurgusu, ses uygulamaları), ses-görüntü dengesi

görselleştirmesini bir araya getiren büyük ölçekli bir medya sanatı enstalasyonudur. Proje New York City'ye ait 300 milyondan fazla kamusal fotoğraf arşivi ve çevrim içi görsel veri (Flickr, sosyal medya, açık veri tabanları) toplanmış, bu devasa veri seti makine öğrenmesi algoritmalarıyla analiz edilerek imgeler, renkler, dokular ve biçimsel ilişkiler üzerinden sınıflandırılıp yeniden kurgulanmıştır. Sanatçı bu süreci "makinenin gördüğü düşler" (*machine hallucinations*) olarak tanımlar; çünkü yapay zekâ, gerçek fotoğraflardan hareketle kendi görsel hayallerini üretir. Ortaya çıkan görseller, izleyicinin işin içinde yer aldığı, devasa bir mekânda devasa projeksiyon yüzeylerine yansıtılarak izleyicilere hem tanıdık hem de soyut bir New York temsili sunar. İlk olarak Arthouse NYC'de sergilenen proje, kent belleğini ve yapay zekâ ile insan algısı arasındaki ilişkiyi sorgulayan estetik bir deneyim olarak öne çıkar. Ayrıntılı bilgi ve görseller için : www.refikanadol.com, Erişim Tarihi:11.08.2025.

26 CapCut, ByteDance tarafından geliştirilen, mobil ve masaüstü cihazlarda kullanılabilen, ücretsiz bir video düzenleme uygulamasıdır. Kullanıcı dostu arayüzü sayesinde hem amatör hem de profesyonel içerik üreticileri tarafından tercih edilir. Uygulama; kesme, birleştirme, hız ayarlama, filtre ve efekt ekleme, metin yerleştirme, ses düzenleme gibi temel ve gelişmiş düzenleme araçları sunar. CapCut'un öne çıkan özelliklerinden biri, kullanıcıların kolayca erişip uyarlayabileceği hazır şablonlardır. Bu şablonlar; önceden belirlenmiş geçişler, müzikler, efektler ve metin animasyonları ile tasarlanmış olup, kullanıcıların yalnızca kendi video veya fotoğraflarını ekleyerek kısa sürede profesyonel görünümlü içerikler üretmelerine imkân tanır. Özellikle TikTok ve Instagram Reels gibi dikey video formatları için optimize edilmiş bu şablonlar, sosyal medya trendlerine uyumlu ve yüksek etkileşim potansiyeline sahip içerikler oluşturmayı kolaylaştırır. (Örnek uygulamalar için kaynaklar: <https://www.youtube.com/watch?v=4TnztBpbwE4> https://www.youtube.com/watch?v=j5_471mO14c&t=8s, Erişim Tarihi: 11.08.2025).

ve izleyiciyle kurduğu etkileşim biçimleri (yorumlar, beğeni sayıları vb.) analiz konusu olmaktadır. Estetik ekonomi, görsel kültür kuramları (Mirzoeff, 2011), medya arkeolojisi (Huhtamo ve Parikka, 2011) ve popüler kültür eleştirisi (Adorno ve Horkheimer, 1944; Jenkins, 2006) video üretimlerinin dönüşüm sürecini açıklamada kullanılan temel kuramsal yaklaşımlardır. Nam June Paik'in 1960'larda video teknolojisini sanatsal ifade aracı olarak kullanarak geliştirdiği deneysel anlatı tarzı, araştırmannın tarihsel zeminini oluşturmaktadır. Paik'in medya estetiğini geniş kitlelere ulaştırma vizyosunu ise çağdaş dijital içerik üretim ortamlarını anlamada önemli bir referans noktasıdır. Böylece çalışma, video sanatının tarihsel mirası ile çağdaş sosyal medya estetiği arasında eleştirel bir bağ kurmaktadır.

2. Video Kültüründe Görsel ve İşitsel Estetik

Video estetiği, sanatsal pratik bağlamında yalnızca bir kayıt teknolojisi değil, aynı zamanda görsel-işitsel algının yeniden kurgulanmasına olanak tanıyan çok katmanlı bir ifade biçimidir. İlk dönemlerinde Nam June Paik'in gerçekleştirdiği doğrudan müdahaleci kayıtlar, video sanatını hem sinemadan hem de geleneksel plastik sanatlardan ayıran zamansal bir kopuş yaratmıştır. Video sanatı, lineer olmayan anlatıya, gerçek zamanlı manipülasyona ve döngüsel zaman estetiğine olanak tanıyarak yeni bir görsel anlayış inşa edebilmektedir. Teknik anlamda video estetiği; düşük çözünürlük, manyetik bant bozulmaları, analog sinyal çarpışmaları, görüntüdeki *noise* (gürültü), *feedback* (geri besleme) ve *slow-motion* (ağır çekim) gibi efektlerle imajlada bilinçli bir deformasyon üretebilmektedir. Sinematografik olarak ise kadrajın sabitlenmesi ya da hareketli kamera kullanımı, yakın plan yüzey dokuları, ışık parlamaları, düşük diyafram açıklığı ile yaratılan sığ alan derinliği ve yüksek kontrastlı ışık-gölge oyunları, videoyu adeta bir görsel deneyim alanına dönüştürmektedir. Montaj ritmi, çoğunlukla geleneksel anlatı kurgusuna karşı konumlanarak; *loop* (döngü), *jump-cut* (atlamalı kurgu/kesme) ve *long take* (uzun çekim) gibi teknikler aracılığıyla zamanın sürekliliğini kesintiye uğratabilmektedir. Bu bağlamda video, yalnızca estetik bir form değil, aynı zamanda algısal, teknik ve felsefi bir müdahale pratiği olarak değerlendirilmektedir. Yeni teknolojilerle birlikte, yapay zekâ ile üretilen video imajlar, sensör verileriyle tetiklenen etkileşimli yapılar ve veri görselleştirme temelli sinematik üretimler, bu estetik mirası dijital çağın yeni sinematografik paradigmalarına taşımaktadır.

Akıllı telefonlar ve sosyal medya uygulamaları, video üretimini ve tüketimini hızlandırarak kısa video kültürünü doğurmuştur. Özellikle Instagram ve TikTok gibi platformlar, 15 saniyeden 3 dakikaya kadar değişen kısa süreli videoların hızlı üretimine ve yayılmasına imkân tanımaktadır. Bu videolarda görsel estetik, dikkat çekmenin ve izleyiciyi etkilemenin başlıca yollarından sayılabilir. Kullanıcılar videolarında çeşitli filtreler, renk düzenlemeleri ve yaratıcı kadrajlama teknikleri kullanarak özgün bir görsellik ve işitsellik oluşturabilmektedirler. Örneğin, Instagram uzun süredir *küratörlü estetik* anlayışıyla anılan bir platform olduğundan, Reels içeriklerinde de çoğu zaman özenle düzenlenmiş, yüksek görüntü kalitesine sahip, adeta profesyonel dokunuşlu sahneler ön plana çıkmaktadır. Açıklamak gerekirse “küratörlü estetik”, sosyal medya kullanıcılarının paylaştığı içerikleri belli bir stil, tema, renk paleti, ses seçimi veya görsel düzen çerçevesinde özenle seçmesi, düzenlemesi ve sıralaması anlamına gelmektedir. Bu yaklaşım, sıradan içerik paylaşımı anlayışını esneterek, adeta bir sergi düzenler gibi estetik bütünlük yaratmayı amaçlamaktadır. Paylaşımların en önemli nedenlerinden biri bireysel beğenilme, takip edenlerin dikkatini çekebilmek üzerine olunca küratör titizliğinde bir davranış modeli ortaya çıkmaktadır. Dijital içerik üretimi, yalnızca paylaşım odaklı bir etkinlik olmanın ötesine geçerek, kullanıcıların kendi dijital kimliklerini estetik tercihler aracılığıyla yapılandırdığı bir küratörlük pratiğine dönüşmektedir. Lev Manovich *Instagram and Contemporary Image* çalışmasında, Instagram’da görsellerin seçilme ve sunulma biçimini, geleneksel sanat küratörlüğüyle ilişkilendirerek, görsel kültürün dijitalleşme sürecinde bireyin yeni bir estetik özneye dönüştüğünü ileri sürmektedir (Manovich, 2016). Benzer biçimde, Olga Goriunova *Art Platforms and Cultural Production on the Internet* eserinde dijital platformlarda sanat üretiminin ve sergilemenin, platform yapılarıyla iç içe geçmiş yeni formlar aldığını belirtmektedir. Bu estetik yönelim, sadece bireysel beğenilere değil, aynı zamanda algoritmik görünürlük ve izleyici etkileşimi üzerinden şekillenen bir stratejiye dönüşmektedir (Goriunova, 2012). Böylece “küratörlü estetik” hem bireysel ifade özgürlüğünün hem de sosyal medya ekonomisinin estetik kodlarının iç içe geçtiği melez bir üretim biçimini temsil eder.

Bu bağlamda, belirli estetik düzenlemeleri izleyiciyle buluşturmak amacıyla kullanılan çeşitli video düzenleme uygulamaları önem kazanmaktadır. Özel bir teknik eğitim gerektirmeyen ve geniş kullanıcı kitlesine erişim im-

kâni sunan bu tür araçlar, kullanıcıların estetik müdahalelerle kendi ifade biçimlerini geliştirmelerine olanak tanımaktadır. CapCut, iMovie, Adobe Premiere Rush, InShot ve Kinemaster gibi kullanıcı dostu uygulamalar, kısa sürede öğrenilebilen arayüzleri ve çeşitli hazır şablonlarıyla bireysel yaratıcılığı desteklemektedir. Kısa videolarda işitsel estetik de en az görsellik kadar kritik bir rol oynar. Aslında TikTok ve Reels fenomenini benzersiz kılan unsurlardan biri, sesin ve müziğin videolarla bütünleşik şekilde kullanımıdır. Telif hakkı ve benzeri kısıtlamaların bulunmadığı ortamlarda ses ve müziğin, görüntü ile bütünleşen etkisi içerik üreticileri için son derece cazip hâle gelmektedir. Zengin bir müzik ve ses kütüphanesine sahip olan TikTok, kullanıcıların mevcut sesler üzerine dudak senkronizasyonu, dans veya komedi performansları gerçekleştirmelerine imkân tanır. Popüler müzik parçaları ya da platformda viral hâle gelmiş özgün ses klipleri, sayısız videoda yeniden kullanılarak ortak bir kültürel anlatının oluşmasına katkıda bulunur. TikTok'taki çeşitli alt kültür topluluklarının (örneğin *Cottagecore*, *Dark Academia*, *WitchTok* gibi akımların) kendilerine özgü anlatı stratejileri geliştirirken belirgin görsel stiller ve ses manzaraları kullanması önemli bir detaydır. Suriyapong'a göre, izleyicilerle uyum sağlayan bütünlüklü alt kültürel kimlikler inşa etmek için o kültüre özgü görsel stiller, ses efektleri, müzik, renk paletleri ve anlatı tekniklerinden yararlanılmaktadır. Estetik, değerleri ve felsefeleri ileten görsel unsurlar olarak işlev görürken; ses manzaraları ve müzik, bu toplulukların duygusal ve kültürel ortamlarını daha da tanımlayan işitsel göstergeler olarak rol oynamaktadır (Suriyapong, 2024). Bu alt kültür grupları, paylaşımlarında tutarlı bir estetik kimlik inşa edebilmek için belirli renk paletleri, giyim-kuşam ve mekân seçimleri gibi görsel öğelerin yanı sıra, temalarına uygun müzik ve ses efektlerinden yararlanırlar. Örneğin *cottagecore* (kır yaşamı romantizmi)²⁷ estetiğindeki videolar, pastoral manzaralar ve yumuşak filtrelerle birlikte kuş cıvıltıları veya akustik halk müziği gibi rahatlatıcı seslerle tamamlanabilmektedir. *Dark academia*²⁸ alt kültürü ise loş kütüphane görüntüleri, antika objeler ve

27 Cottagecore, özellikle 2010'ların sonlarında internet ve sosyal medya platformlarında (özellikle Tumblr, TikTok, Instagram) popülerleşen bir estetik ve yaşam tarzı akımıdır. Adını İngilizce'de "kır evi" anlamına gelen *cottage* ve "estetik akım"ları tanımlamak için kullanılan *-core* ekinde alır. *Cottagecore*, kırsal yaşamı, doğayla iç içe olmayı, sadeliği, el işi üretimi ve nostaljik bir pastoral yaşam tarzını yücelten bir kültürel estetik anlayışıdır. Modern dünyanın karmaşasından uzaklaşma, yavaş yaşam felsefesi ve doğaya dönüş temalarını merkezine almaktadır.

28 *Dark Academia*, edebiyat, sanat, tarih ve klasik bilgiye duyulan tutkuyu merkezine alan, gotik ve nostaljik öge-

klasik müzik veya kalem kâğıt hışırtısı gibi ses öğeleriyle kendini ifade etmeye çalışmaktadır. Bu doğrultuda, estetik öğeler, topluluğun değerlerini ve dünya görüşünü görsel-işitsel bir dille aktaran göstergelere dönüşmektedir. Ses, duygusal atmosferi şekillendiren ve kültürel kimliği güçlendiren temel bir ifade aracı olarak öne çıkmaktadır. Aynı zamanda, platformlardaki algoritmalar da popüler olan sesleri ve müzikleri teşvik ederek bunların yayılımını hızlandırmaktadır. Örneğin, Zebracat'ın güncel verilerine göre, Instagram Reels üzerinde trend müzik kullanan videolar, diğer içeriklere kıyasla %27 daha fazla toplam etkileşim sağlamaktadır. Ayrıca, Reels reklamları, geleneksel Instagram tabanlı video reklamlara göre %33 daha fazla tamamlanma oranına ulaşmaktadır. Bu istatistikler hem organik içeriklerde hem de reklam kampanyalarında popüler müzik kullanımının ve Reels formatının erişim ile etkileşim performansını önemli ölçüde artırdığını göstermektedir (Zebracat, 2025). Bu durum, içerik üreticilerinin geniş kitlelere ulaşmak adına popüler müzik ve ses parçalarını bilinçli şekilde videolarına entegre ettiğini düşündürmektedir. Uygulamaların sunduğu yerleşik video düzenleme araçları sayesinde kullanıcılar kırpma, hızlandırma/yavaşlatma, filtre ekleme, efekt uygulama gibi işlemleri zahmetsizce yapabilmektedir. Bu araçlar, içerik üretim sürecini oyunlaştırarak hem eğlenceli hâle getirip hem de üretim hızını arttırmaktadır. Sonuç olarak, bir içerik üreticisi günde birden fazla video üretebilecek bir tempoya ulaşabilir ki bu, geleneksel medya üretim döngülerine kıyasla son derece hızlıdır.

3. Video Sanatından Dijital Çağa: Popüler Kültürde Dönüşüm

21. yüzyılın ilk çeyreği, gelişen dijital teknolojiler ve internetin etkisiyle video sanatında yeni kırılma noktalarına sahne olmuştur. 2000'li yıllardan itibaren *video mapping* (video yansıtma)²⁹, sanal gerçeklik (*Virtual Reality-VR*) ve artırılmış gerçeklik (*Artificial Reality-AR*) gibi uygulamalar, video sanatı-

lerle bezeli bir alt kültür ve estetik akımıdır. Özellikle sosyal medya platformlarında (Tumblr, TikTok, Instagram) 2010'ların sonlarında yaygınlaşmıştır. Hem bir yaşam tarzı hem de bir giyim tarzı ve kültürel ifade biçimi olarak ortaya çıkmıştır. *Dark Academia*, klasik Batı kültürünü ve entelektüel uğraşları (felsefe, edebiyat, sanat, tarih, dil, mitoloji) romantize eder. Özellikle 19. ve 20. yüzyıl Avrupa akademilerine, taş bina üniversitelere, kitaplarla dolu kütüphanelere ve loş koridorlara duyulan özlemle beslenir. Aynı zamanda ölüm, melankoli, güzelliğin geçiciliği gibi temaları da kapsar. Bu açıdan hem aydınlanma hem de karanlık bir felsefe barındırmaktadır.

29 Projeksiyon haritalama: Bir yüzeyin (bina cephesi, heykel, sahne dekoru vb.) üç boyutlu özelliklerine göre özel olarak hazırlanmış görüntülerin, projeksiyon cihazıyla o yüzeye "yerleştirilerek" yansıtılması tekniği.

na alternatif görme ve yorumlama biçimleri kazandırmıştır. Bu gelişmeler, video sanatının zamana, mekâna ve harekete ilişkin yerleşik algıları dönüştürme potansiyelini güçlendirmektedir. Medya kuramcısı Ulus Baker, dijital teknolojiler ve internetin video sanatına sunduğu katkılara dikkat çekerek, özellikle dijital ortamda eserlerin korunması, çoğaltılması ve küresel ölçekte paylaşılmasının mümkün hâle geldiğini belirtmektedir (Baker, 2017, s. 23). Nitekim internet, video sanatı için yeni bir dolaşım mecrası yaratarak coğrafi sınırların etkisini büyük ölçüde ortadan kaldırmıştır.

1980’lerde MTV³⁰ gibi televizyon kanalları, müzik videoları aracılığıyla Nam June Paik’in deneysel estetiğinden izler taşıyan yenilikçi görsel tekniklere yer vermiştir (newretro.net, 2025). Video sanatının kolaj, hızlı kurgu, görüntü efektleri gibi unsurları popüler müzik videolarında yaygınlaşmış ve geniş izleyici kitlesine ulaşmıştır. Bu durum, sanat ile popüler içerik arasındaki erken dönem etkileşimlerden biri olarak değerlendirilebilir. Dijital teknolojilerin ve internetin yükselişiyle birlikte 2000’li yıllarda bu etkileşim ivme kazanmıştır. Özellikle YouTube’un ortaya çıkışı, video içeriğinin üretim ve tüketim biçimlerinde köklü bir dönüşüm meydana getirmiştir. Video üretimi, bu süreçte yalnızca sanatçılara veya profesyonellere özgü bir pratik olmaktan çıkarak, katılımcı kültürün temel bileşenlerinden biri hâline gelmiştir (Jenkins, 2006). Bireyler hem içerik tüketicisi hem üreticisi rolünü üstlenmeye başlayarak, yapımcı-tüketici denilen hibrit bir kimliğe bürünmüşlerdir. Bu dönüşümü mümkün kılan en önemli etkenlerden biri, gelişen dijital teknoloji sayesinde video üretim araçlarının ucuzlayıp yaygınlaşması gösterilebilmektedir. Sıradan bir akıllı telefon ve ücretsiz yazılımlar kullanılarak, geçmişte yalnızca profesyonel stüdyoların üretebileceği kalitede videolar oluşturmak mümkün hâle gelmiştir. Güçlü ve düşük maliyetli dijital içerik üretim araçlarının yaygınlaşması, kullanıcıların pahalı ekipmanlara ihtiyaç duymadan yarı-profesyonel, hatta profesyonel standartlara yakın içerikler üretmelerine imkân tanımaktadır. Sosyal ağ platformları, aracı kurumlar olmaksızın bu içeriklerin potansiyel olarak milyonlarca kullanıcıya ulaşmasını sağlamaktadır. Bu gelişmeler, kültürel üretim ve dağıtım ekosis-

30 MTV, açılımı Music Television olan, 1 Ağustos 1981’de ABD’de yayın hayatına başlamış bir televizyon kanalıdır. Başlangıçta temel amacı, müzik videolarını 24 saat boyunca yayınlamak ve müzik endüstrisindeki yeni sanatçıları tanıtmaktır. MTV’nin ilk yayınladığı video “Video Killed the Radio Star” (The Buggles) olmuştur. Bu da kanalın görsel müzik kültüründe başlatmak istediği dönüşümü simgeleyen ironik bir seçimdir.

temini köklü biçimde dönüştürerek yaratıcı ifadenin önündeki geleneksel engelleri büyük ölçüde ortadan kaldırmıştır.

Dijital çağın erken dönemlerinde içerik üretimindeki demokratikleşme potansiyeli, herkesin bir sanatçı ya da içerik üreticisi olabileceğine yönelik iyimser beklentiler doğurmuştur. Herkese açık platformlar ve düşük maliyetli üretim araçları, “herkes için sanat” anlayışını besleyen bir ütopyanın oluşmasına zemin hazırlamıştır. Medya arkeolojisi perspektifinden bakıldığında, bu durum yeni gibi görünen dijital üretim pratiklerinin, geçmişteki amatör medya üretimi ve katılımcı kültür örnekleriyle süreklilik içinde değerlendirilebileceğini göstermektedir. Ancak söz konusu beklenti, uygulamada tam anlamıyla karşılık bulmamıştır. Sosyal medya katılımı üzerine gerçekleştirilen araştırmalar, çevrim içi içerik üretiminin ve özellikle en popüler içeriklerin, gerçekte nispeten küçük bir “süper kullanıcı” tarafından yönlendirildiğini ortaya koymaktadır (Chen ve Zeng, 2023; Pilati vd., 2025). Medya arkeolojisi, Wolfgang Ernst’in tanımıyla, medyayı yalnızca doğrusal bir tarih anlatısı içinde değil, teknolojik katmanlar, unutulmuş formatlar, arşivler ve medyanın kendi materyal zamanları üzerinden inceleyen eleştirel bir yaklaşımdır (Ernst, 2013, “Archives, Materiality and the ‘Agency of the Machine’” interview). Bu yaklaşım, geçmişin medyalarının yeniden keşfi ve güncel teknolojilerle kurduğu ilişkiler üzerinden hem süreklilikleri hem de kopuşları ortaya koymaktadır. Erkki Huhtamo’nun ifadesiyle medya arkeolojisi, medyanın kültürel topografyasını kazıyarak görünmez kalan tarihsel kökleri açığa çıkarma sürecidir (Huhtamo ve Parikka, 2011, ss. 2-3).

Bu perspektif, *Machine Hallucinations: NYC’de kullanılan veri setlerinin (milyonlarca dijital fotoğraf) hem çağdaş yapay zekâ teknolojilerinin ürünü hem de kentsel hafızanın dijital bir arşivi olarak anlamlandırılmasına imkân tanımaktadır. Aynı şekilde, CapCut şablonları da medya arkeolojisi açısından “tekrar eden estetik formatların” güncel dijital mecralardan aldığı yeni biçimlerle karşılaştırmalı bir yeni estetiğini ön plana koymaktadır. Böylece, geçmişin sinema montaj teknikleri veya erken dönem video sanatı estetiği ile yeninin algoritmik video kalıpları arasında tarihsel bir köprü kurmak mümkün hâle gelebilmektedir.*

Bu köprünün sağlıklı şekilde kurulabilmesi için estetik değerlerin salt sanatsal veya kültürel bağlamda değil, ekonomik dolaşım, görünürlük ve tüketim mantığı içinde de düşünülmesi gerekmektedir. Bu Nicolas Bourriaud’nun

ilişkisel estetik yaklaşımıyla birlikte düşünüldüğünde, estetik artık yalnızca bireysel deneyim değil, aynı zamanda pazar dinamikleri, algoritmik görünürlük ve izlenme istatistikleriyle belirlenen de bir kavrama dönüşmektedir (Bourriaud, 2002). CapCut şablonlarının milyonlarca kullanımı, bu estetik ekonominin en somut göstergesidir; popüler kodlar, algoritmalar ve kullanıcı tercihleri estetik formun standardizasyonunu belirlemektedir. Buna karşılık, *Machine Hallucinations: NYC* gibi büyük ölçekli sanat projeleri, estetik ekonomiye doğrudan entegre olmasa da veri seti toplama, sergi mekânı deneyimi ve medya görünürlüğü üzerinden yine bu ekonomiyle ilişkilendirilebilir niteliktedir.

Medya arkeolojisi, bu çalışmaya Nam June Paik ve sonrası anlamında, zamansal ve tarihsel derinlik perspektifi kazandırabilir; estetik formların geçmişten bugüne nasıl dönüştüğünü, hangi teknolojik ve kültürel kodları taşıdığını hatırlamaya yardımcı olabilir. Estetik ekonomi ise bu formların günümüz dijital pazarında nasıl dolaşıma girdiğini, değer kazandığını veya standardize edildiğini anlamak için analitik bir çerçeve sunmaktadır. Böylece, *Machine Hallucinations: NYC* ile CapCut şablonlarının karşılaştırılması yalnızca estetik düzeyde değil, aynı zamanda teknoloji, tarih ve ekonomi ekseninde bütüncül olarak değerlendirilebilir.

4. Dijital Video Üretiminde Karşılaştırmalı Bir Analiz Örneği Olarak *Machine Hallucinations: NYC* ve CapCut Şablonları

New York MoMA'nın 2023'te düzenlediği *Signals: How Video Transformed the World* sergisi (Museum of Modern Art [MoMA], 2025), video sanatının kapalı devre gözetimden viral videolara, devasa yerleştirmelerden sosyal medya ağlarına uzanan çeşitlilikte format ve bağlamlara ulaştığını vurgulamaktadır. Serginin tanıtım metninde, yeni dönemde videonun, telefonların kameraları aracılığıyla her yerde olabileceğine, yeni kamusal mekânlar ve kitleler yarattığına, internet görsellerinden propagandaya toplum üzerinde güçlü etkiler oluşturduğuna dikkat çekilmektedir. Bu durum, sanatçıların da videoyu küresel değişim alanı olarak konumlandırmasına yol açmaktadır. Artık video sanatçıları, bir yandan YouTube gibi ağlarda milyonlarca izleyiciye ulaşabilmekte, diğer yandan bu mecranın getirdiği enformasyon kirliliği, ticarileşme ve sansür gibi olgularla da yüzleşmektedir.

YouTube’da ve Vimeo gibi platformlarda doğrudan eserlerini yayımlayan sanatçılar mevcuttur. İzleyiciler, fiziksel bir galeriyi ziyaret etmeksizin bir video sanat işini çevrim içi izleyebilmektedir. Örneğin, ABD’li sanatçı Bill Viola’nın klasikleşmiş video işleri veya Nam June Paik retrospektifine ait arşiv kayıtları YouTube üzerinden on binlerce kez izlenmiştir. Benzer biçimde, Türkiye’de de Pera Müzesi gibi kurumlar düzenledikleri video sanatına dair konuşmaları ve sergi turlarını çevrim içi paylaşımına açmaktadır. Böylece video sanatı üzerine içerikler daha geniş bir eğitimsel kaynak havuzu oluşturacak şekilde dolaşıma girmektedir.

Sosyal medya mecraları içinde Instagram da görsel sanatçılar için önemli bir vitrin hâline gelmektedir. Kısa video klipler, *time-lapse* yerleştirme kurulum görüntüleri veya dijital sanatçılara ait görseller Instagram’da binlerce kişiye ulaşabilmektedir. Hatta bazı sanatçılar eserlerinin kısa ön izlemelerini veya sürece dair videolarını Instagram üzerinden yayınlarak kitleleriyle doğrudan etkileşime girmektedir. Örneğin, Refik Anadol’un resmî Instagram hesabının 1 milyonun üzerinde takipçisi bulunmakta ve sanatçı burada atölye süreçlerini, yeni işlerindeki teknolojik yenilikleri düzenli olarak paylaşmaktadır. Bu sayede geleneksel olarak müze veya galeri duvarlarıyla sınırlı kalabilecek bir sanat pratiği, dijital ortamda adeta sürekli bir sergiye dönüşmektedir.

Öte yandan, dijital platformların sağladığı görünürlük, sanat eserinin bağlamından kopma riskini de beraberinde getirmektedir. Bir video yerleştirme, galeride izleyiciyi sarmalayan bir ortam sunarken, aynı işin küçük bir ekranda ve gündelik hayat akışı içinde izlenmesi farklı bir deneyim yaratabilmektedir. Bu durum, video sanatının “içerik”e indirgenmesi endişesine yol açabilmektedir. Nitekim MoMA’daki *Signals* sergisi kapsamında küratör Stuart Comer, video sanatının sosyal medyada viral videolarla iç içe geçmesinin, sanat yapıtının eleştirel ve şiirsel boyutunun göz ardı edilmesine neden olabileceğini belirtmiştir (Comer, 2023). Yine de birçok sanatçı, yeni mecraları yaratıcı şekilde benimsemekte, hatta bu mecraların dilini sanatsal ifadeye dönüştürmektedir. Örneğin genç kuşak sanatçılar TikTok veya Instagram Reels gibi kısa video formatlarını deneysel anlatılar için kullanmayı denemektedir. Dolayısıyla dijital platformlar, video sanatına bir yandan demokratik bir erişim alanı açarken bir yandan da sanat üretiminin popüler kültür dinamikleriyle iç içe geçmesine neden olarak ikili bir etki yaratmaktadır.

Refik Anadol³¹'un eserlerinin önemli bir yönü, büyük veri setlerini (örneğin binlerce fotoğraf, resim ya da iklim verisi) yapay zekâ algoritmalarıyla işleyerek soyut ve hareketli görsel kompozisyonlara dönüştürmesidir. Bu yaklaşımı sergilediği en prestijli işlerden biri, 2022-2023'te New York Modern Sanat Müzesinde (MoMA) gerçekleştirdiği "*Unsupervised-Machine Hallucinations*" sergisidir (refikanadol.com, 2025). Anadol, MoMA'nın dijitalleştirilmiş koleksiyon verilerini bir makine öğrenmesi modeline yükleyerek, müzenin 200 yıllık sanat birikimini halüsinatif bir görsel şölene dönüştürmüştür. MoMA'nın giriş alanında dev bir dijital ekran üzerinde sergilenen bu eser, yapay zekânın bir sanat koleksiyonunu kendi rüyası gibi yeniden yorumlaması olarak tanımlanmıştır (Kuo, 2023). MoMA küratörleri için bu sergi o denli önem arz etmiştir ki, müze tarihinde ilk kez bir dijital sanat eseri kalıcı koleksiyona alınmıştır (Museum of Modern Art [MoMA], 2025).

Sanatçının eserleri genellikle fiziksel kamusal alanlarda sergilense de bu sergiler dijital medyada viral hâle gelmektedir. Yaklaşık 580 bin metreka-relik dış yüzeyi tamamen bir ekrana dönüşen bu küre üzerinde Anadol'un eseri sergilendiğinde, dünya çapında haber olmuş ve "dünyanın en büyük yapay zekâ destekli sanat eseri" olarak anılmıştır (aa.com.tr, 2023). Bu gösteriyi hem Las Vegas'ta on binlerce kişi canlı deneyimlemiş, hem de sosyal medyada paylaşılan videoları milyonlarca kişi çevrim içi ortamda izlemiştir (aa.com, 2023). Benzer biçimde, Anadol'un 2018'de Los Angeles Walt Disney Konser Salonu'na yansıttığı *WDCH Dreams* projesi (Günel, 2018) ya da İstanbul'da Plevneli Galeri'de açılışı 2018'de gerçekleştirilen *Sonsuzluk Odası: İstanbul Boğazı- Infinity Room: Bosphorus* eserinin gösterisi, yüz binlerce izleyiciye ulaşmış ve YouTube üzerinden de geniş kitlelerce erişilmesi mümkün olmuştur (Laphil, 2025).

31 Refik Anadol, İstanbul doğumlu olup Los Angeles'ta yaşayan bir yeni medya sanatçısı ve yapımcıdır. Anadol, çalışmalarında yapay zekâ, veri bilimi ve görselleştirme tekniklerini kullanarak kamusal alanda çarpıcı görsel-işitsel deneyimler yaratmasıyla tanınır. Kariyerinin başlarında bina cephelerine yaptığı büyük ölçekli projeksiyon haritalama (*projection mapping*) işleriyle dikkat çeken sanatçı, ilerleyen yıllarda veri heykelleri ve yapay zekâ destekli yerleştirmeleriyle uluslararası başarıları imza atmıştır. Refik Anadol Studio bünyesinde bir ekip ile çalışan sanatçı, teknoloji şirketleriyle iş birlikleri de yapmaktadır. Nitekim Microsoft, NVIDIA, Google gibi devlerle ortak projeleri olmuş; Los Angeles Philharmonic gibi kurumlar için kalıcı dijital eserler üretmiştir. Ben Davis'in (2023) belirttiği üzere Anadol'un son yıllarda yıldızının parlamasında, çalışmalarının üç güncel trendi bünyesinde barındırmasının payı büyüktür: büyük boyutlu yerleştirmeler, NFT (benzersiz, orijinal kopya) eserler ve yapay zekâ uygulamaları. Gerçekten de Anadol, teknoloji ve sanat kesişimindeki en popüler konulara yenilikçi bir estetik yaklaşarak hem sanat çevrelerinin hem de teknoloji meraklısı geniş kitlelerin ilgisini çekmeyi başarmıştır (Wikipedia.org, 2025).

Refik Anadol'un başarısının ardında yatan bir diğer etken, disiplinler arası çalışma modelidir. Sanatçı, İstanbul ve Los Angeles'ta kurduğu stüdyosunda yazılımcılar, tasarımcılar, mühendisler ve araştırmacılardan oluşan bir ekip ile üretim yapmaktadır. Bu ekip yapısı, özellikle karmaşık verileri işlemesini ve gerçek zamanlı görsel efektleri hayata geçirmesini mümkün kılar. Ayrıca sponsorluk ve iş birlikleri de önemli rol oynar: Örneğin Anadol'un projelerine teknoloji firmaları donanım ve yazılım desteği sağlamış, bazı sergileri için NVIDIA yüksek performanslı GPU'lar temin etmiştir. Bu durum, büyük ölçekli dijital sanat üretiminin kolektif ve endüstriyel bir boyutu olduğuna işaret eder. Anadol örneğinde görüldüğü üzere, sanatçı artık tek başına atölyesinde video çeken biri değil; bir nevi yaratıcı yönetmen olarak bir ekibi koordine eden ve sanat ile teknolojiyi buluşturan bir profil çizmektedir.

Bu tür kolektif ve teknolojik üretim pratikleri, yalnızca büyük ölçekli sanat projelerinde değil, popüler kültürün dijital üretim alanlarında da karşılık bulmaktadır. Sosyal medya tabanlı video uygulamaları, benzer biçimde çok katmanlı teknik süreçlerin daha erişilebilir ve yaygın bir formda deneyimlenmesini sağlamaktadır. Bu çalışma kapsamında, popüler kültür ürünü olarak sosyal medya alanında video üretimi için bilinen uygulamalardan yararlanılmıştır. Özellikle Instagram Reels, TikTok, YouTube Shorts gibi platformlara uygun kısa video formatı üretmek için tasarlanmıştır: CapCut³², InShot³³, Canva³⁴, Adobe Premiere Rush³⁵, LumaFusion (iOS)³⁶ uygulamaları bilinen popüler olanlardan örneklerdendir. Çalışma özelinde CapCut uygulaması erişim kolaylığı, arayüzünün kullanıcı dostu olması, popülerlik ve güncellik

32 TikTok'un da sahibi olan ByteDance tarafından geliştirilen ücretsiz video düzenleme uygulaması. Hazır şablonlar, efektler, geçişler ve popüler müzikler üretebilir. Otomatik altyazı ekleme seçeneği sunmaktadır. Mobil ve masaüstü sürümleri vardır. Bağlantı: <https://www.capcut.com>.

33 Basit ama güçlü mobil video düzenleme; özellikle Instagram ve YouTube içerikleri için popüler. Kullanıcı dostu arayüze sahip bir uygulama. Hızlı kesme, kırpma, müzik ekleme. Ücretli versiyonda filigranı kaldırma seçeneği sunmaktadır. Bağlantı: <https://inshot.com>.

34 Tasarım ve video düzenlemeyi birleştiren çok yönlü araç. Hazır sosyal medya video şablonları. Metin animasyonları ve stok görsel/video entegrasyonu. Web tabanlı ve mobil uygulaması var. Bağlantı: <https://www.canva.com>.

35 Adobe'nin sosyal medya içerik üreticilerine özel geliştirdiği hızlı düzenleme aracı. Profesyonel düzenleme araçlarını basitleştirilmiş formatta sunar. Cihazlar arası senkronizasyon. Renk düzenleme ve ses optimizasyonu. Bağlantı: <https://www.adobe.com/products/premiere-rush.html>.

36 Mobil cihazda profesyonel video düzenleme. Çok kanallı zaman çizelgesi mevcut. Renk düzeltme, efektler, ses miksajı özellikleri var. Özellikle iPad kullanıcıları arasında popüler. Bağlantı: <https://luma-touch.com/lumafusion>.

anlamında örnek olarak tercih edilmiştir. Uygulamanın TikTok ile doğrudan bağlantısı bulunmaktadır. CapCut, TikTok'un sahibi olan ByteDance³⁷ tarafından geliştirildiği için TikTok ile senkron çalışmakta olan bir uygulamadır. Bu nedenle popülerliği yüksektir. Ayrıca çalışmanın sanatsal temelli dijital veri kullanımı tartışması için karşılaştırmalı analize konu olarak Refik Anadol'un *Machine Hallucinations: NYC* işi karşılaştırmalı analiz edilmeye çalışılmaktadır. Ancak örneklem anlamında çalışmanın bir kısıtlılığı olarak, sosyal medya videolarının hangi programla tam olarak üretilip, medya yayılımı yapıldığı güvenilir bir kesinlik barındırmamaktadır. Bu nedenle bu program ve uygulamalar genel kullanımları şekliyle ele alınmaya çalışılmıştır. Zira tümünde, rekabet nedeni olarak izleyici ve kullanıcı etkileşimi anlamında benzerlikler ve ortaklıklar söz konusudur. Refik Anadol'un *Machine Hallucinations: NYC* işi ise ikonografik bir sembol olarak, bu alanda üretilen video sanatı işlerini temsilen çalışmanın örneklemine somut şekilde yer bulmaktadır.

Temelde bu iki ürün, farklı bağlamlarda konumlanmakta ve üretim amaçları açısından birbirine zıt nitelikler taşımaktadır. Bununla birlikte, Refik Anadol'un yenilikçi görsel yaklaşımı, video sanatına farklı bir perspektif kazandırarak, hareketli görüntünün ilk yıllarından bu yana süregelen "rahat izlenebilirlik" olgusuna özgün bir yorum getirmiştir. Sosyal medya videoları ise benzer bir "kolay tüketilebilirlik" anlayışını, farklı bir alt felsefe çerçevesinde yeniden üretmektedir. Ancak, veri temelli sanatsal üretimler gerçekleştiren Refik Anadol gibi sanatçıların eserlerinde, izleme deneyimi açısından benzer bir akışkanlık sağlansa da, bu eserlerin içeriksel algısı ve kavramsal yoğunluğu, sosyal medya videolarının sunduğu yalınlık düzeyinden belirgin biçimde ayrılmaktadır. Daha karmaşık yapılar içeren, salt görsel popülerlik yaratmaktan uzak bir noktada durmaktadır. Bu çalışma, bu nedenle birbirinden farklı, iki uç video ürünü olarak *Machine Hallucinations: NYC*³⁸ ve (temsili olarak) CapCut³⁹ video hazır şablonları üzerinden tartışma yürütmeye

37 ByteDance, 2012'de Zhang Yiming tarafından Pekin'de kurulmuş, yapay zekâ tabanlı içerik platformları geliştiren küresel bir teknoloji şirkettir. En bilinen ürünleri arasında TikTok, Çin versiyonu Douyin, haber platformu Toutiao ve video düzenleme uygulaması CapCut yer alır. Gelişmiş algoritmalarıyla kişiselleştirilmiş içerik akışları sunan ByteDance, CapCut gibi araçlarla dijital içerik üretimini kolaylaştırarak popüler kültürde önemli bir yer edinmiştir.

38 New York'un toplu görsel hafızasını temsil eden bu eser; 300 milyon civarı kamuya açık fotoğraf, metro sesleri ve trafik gürültüsü gibi 113 milyon ek veri kullanılarak üretildi. Makine öğrenimi algoritmaları (ör. StyleGAN ve RNN'ler) ile 1025 boyutta veri evrenleri yaratıldı ve 16K çözünürlüğünde 30 dakikalık deneysel sinema olarak sunulmuştur (Wikipedia, 2025).

39 <https://www.capcut.com/templates/> Erişim Tarihi: 06.08.2025.

çalışmaktadır. Konu olan ürünlerin temel özelliği video ve dijital veri kullanımıyken, üretim ve tüketim hızları, yayınladıkları mecra, hedef kitle gibi temel farkları da tartışmaya dahil edilmektedir. Çalışmalardan *Machine Hallucinations: NYC* için www.refikanadol.com⁴⁰ bağlantısından erişim sağlanarak detaylı görsel ve teknik bilgiye erişilmiştir. Sosyal medya şablonları için temel olarak www.capcut.com⁴¹ adresinden faydalanılarak, uygulamanın önerdiği video şablonları incelenmiştir. Görsel kullanımlarının, sanatçının ve CapCut firmasının izni dahilinde olmaması adına, etik nedenlerle işlere erişim için internet adresleri verilmiş olup, okuyucuların bu adreslerden gerekli eserlere ve üretimlere ulaşabilecekleri varsayılmaktadır. Her iki web sitesi kurumsal oldukları için güvenilir bilgi yaydıkları esasına dayanılmıştır. Her iki mecranın da dijital veri ile çalışması ortaklıkları olsa da “sanatsal ürün olarak” video ve “popüler dağıtım ürünü” olarak video iki ayrı amacı temsil etmektedir. Bu bağlamda karşılaştırıldığında, toplumsal anlamda da insanların daha kolay erişebildiği ürünlerin popülerleşme potansiyelinin yüksek olması önemlidir.

Refik Anadol’un *Machine Hallucinations: NYC* projesi, New York’a ait milyonlarca görsel veriyi yapay zekâ ile işleyerek mekânın kolektif hafızasını estetik bir forma dönüştürmek üzerine bir eserdir. Anadol’un işi aynı zamanda, sosyal medyanın veri yığını üretme pratiğini tersine çevirip, onları eleştirel ve sanatsal bir hafıza arkeolojisine dönüştürme imkânı sunmaktadır. Sosyal medyada video ve görsel içerikler hızla tüketilip unutulurken, Anadol’un işi veriyi anıtsal ve uzun süreli bir deneyime dönüştürmektedir. Bu durum, kültürel üretimin “hızlı içerik” mantığına karşı bir karşıtlık olarak değerlendirilebilir. Diğer bir taraftan bakıldığında, projedeki görsel aşırılık, renk patlamaları ve sürekli akış, TikTok, Instagram gibi platformların görsel dinamiklerine yakın bir estetik taşımaktadır. Ancak Anadol’un estetik uygulamalarının temelinde salt dikkat çekmek değil, bir verinin şiirsel aktarımı ön planda yer almaktadır. Buradan hareketle, verinin yalnızca reklam algoritmalarını besleyen bir meta olmaktan çıkarılıp sanatsal bir hafızaya dönüştürülmesi, hem popüler kültürün hız ve yüzeysellik eleştirisini hem de sanatın veri çağındaki işlevini tartışmak için uygun bir zemin sunmaktadır.

40 <https://refikanadol.com/> Erişim Tarihi: 07.08.2025.

41 <https://www.capcut.com/templates> / Erişim Tarihi: 07.08.2025.

Ek olarak, sosyal medyada hangi videonun hangi uygulama ile üretildiği tam belirli olmasa da www.capcut.com resmî sitede, şablonların altında indirilme ve kullanım sayılarına bakarak uygulamanın popülerliği tartışılabilmektedir. Bu verilere göre; CapCut'un resmî sitesi "Trending Templates" ve "Trending Video CapCut Template" bölümleri, kullanıcıların oluşturduğu ve oldukça yüksek kullanım/saklama sayılarına sahip şablon videoları örnekleri şöyle listelenebilir;

Şablon Adı	Kullanım Sayısı
Sync edit photo dump	726,400
wabadaba meme	3,100,000
heart attack ♥	1,200,000
What's Happiness?	3,600,000
Don't Look Touch	4,700,000
ai hugging trend	814,300
Sync edit photo dump (FR)	3,000,000
orang lama atau	33,400,000
TREND GLOW UP SLOWMO	4,500,000

Tablo 1. Örnek CapCut Şablonları ve Kullanım Sayıları⁴²

Kaynak: <https://www.capcut.com/templates>, Erişim Tarihi:10.08.2025

Ayrıca görsel ve işitsel estetik açısından *Machine Hallucinations: NYC* ile CapCut video şablonlarının içerik analizleri sunulurken, tartışma biçimsel açıdan da farklı bir açılıma evrilmektedir. İçerik analizini oraya çıkartan görsel ve işitsel estetik karşılaştırma kriterleri olarak renk paleti ve ışık kullanımı, ha-

42. Kullanım ve indirilme rakamları yaklaşık değerlerdir. İnternet üzerinden hızlı bir erişim ve indirme söz konusu olduğu için kesin rakamlar değildir. Ancak çalışma adına örnek teşkil edebileceği düşünüldükçe dahil edilmiştir. Bu rakamlar, CapCut'un resmî web sitesinde yer alan "Trending Templates" ve "Trending Video CapCut Template" bölümlerindeki şablon kartlarının üzerinde gösterilen "X kullanıldı" (veya İngilizce "Used X times") bilgileri doğrudan incelenerek alınmıştır. Kaynak: <https://www.capcut.com/templates>, Erişim Tarihi: 10.08.2025.

reket dinamiği ve ritim, ses tasarımı ve müzikal senkronizasyonu, çerçeveleme ve görsel odak kriterleri belirlenmiştir. Videonun görsel ve işitsel estetiğini tamamlayıcı olduğu varsayılarak seçilen bu kriterler her iki üretim şekli için farklı parametreler barındırmaktadır. Üstelik biri için kıymetli olan bir görsel-işitsel estetik unsuru bir diğeri için anlamlı olmayabilmektedir. Örneğin Refik Anadol'un çoğu video üretiminde yer bulan tekrarlı hareketli veriler, sosyal medya için uzun ve odak dağıtıcı olma özelliği ile çekici değildir. Sosyal medyada üretilen ve tüketilen her videonun çekici, kolay ve hızlı tüketilme gibi özelliklere ihtiyaç duyması farklılık yaratan temel noktadır. Bu bağlamda analiz şu şekilde tablolastırılabilir:

Kriter	Machine Hallucinations: NYC	CapCut Şablonları
1. Renk Paleti ve Işık Kullanımı	Geniş bir mekânda, yüksek çözünürlükte, yoğun ve sürekli değişen renk patlamaları, veri temelli geçişler, mekânsal ışık atmosferi. Renkler ve ışık, mekânın bütününe kaplayarak izleyicinin bedensel deneyimine entegre olur.	Popülerlik odaklı, genellikle filtre veya hazır LUT (renk sınıflandırması) kullanımı, doğal ya da yapay ışık şablonlarla sabitlenmiş, çoğunlukla mobil cihaz ekranına uygun kontrast ve parlaklık tercihleri.
2. Hareket Dinamiği ve Ritim	Akışkan görsellik, hipnotik ve büyük ölçekli hareketler, mekânın tamamını saran ritmik veri animasyonları. Görsel akış, izleyicide meditatif bir akış hissi uyandırmaktadır.	Hızlı kesme (jump cut), beat sync (müziğin ritmine göre otomatik görüntü değişimi), görsel ritim kısa süreli dikkat çekmeye yönelik, yüksek tempolu ve hızlı tüketim odaklı.

3. Ses Tasarımı ve Müzikal Senkronizasyon	Mekâna yayılmış, özel tasarlanmış çok kanallı ses kullanımı, çevresel (ambiyans) ve senfonik elementler, ses, görselle veri paralelinde dönüşmektedir. Ses atmosferi izleyicinin mekânla bütünleşmesini sağlamaktadır.	Popüler şarkılar, viral ses klipleri veya telifli popüler müziklerin kullanım ve erişim olanağı, ses doğrudan görsel ritme uyarlanabilir şekilde tasarım, otomatik senkronize edebilme özelliği barındırmaktadır. Müzik seçimi çoğunlukla mevcut popüler akımlara bağlı olarak güncellenmektedir.
4. Çerçeveleme ve Görsel Odak	360° panoramik deneyim olanağı, izleyici fiziksel olarak merkezdedir, odak noktası sürekli değişerek görüntüler mekân içinde dolaşmaktadır. İzleyici, çevresini tarayarak deneyimin parçası olmaktadır.	9:16 dikey format kullanımı, tek sabit odak noktası ve mobil ekran izleme alışkanlıklarına uyumlu tasarım özelliği vardır. Kullanıcının gözünün hızlıca ana unsura yönelmesi hedeflenmektedir.
5. İzleyici Deneyimi	İzleyici fiziksel olarak yerleştirmenin içine girerek mekânsal, bedensel ve duyuşsal olarak deneyime katılmaya zorlanmaktadır. Katılımcı pasif alıcı olmaktan çıkarak mekânın ve deneyimin bir parçası hâline gelmektedir.	Kullanıcı kendi fotoğraf ve videolarını şablona ekleyerek üretime katılım sağlamaktadır. Katılım dijital ve kişisel içerik temellidir. Anlam, kişisel verinin popüler estetik kodlarla buluşmasından doğmaktadır.

Tablo 2. Görsel ve İşitsel Estetik Karşılaştırması: *Machine Hallucinations*: NYC ve CapCut Şablonları

5. İzleyici Deneyimi Karşılaştırması

Machine Hallucinations: NYC'yi izlemek isteyen katılımcılar, 360° projeksiyonla kaplı geniş bir alana fiziksel olarak girmektedir. Mekânın boyutu, ses tasarımı ve veri akışı izleyiciyi işin içine çekerken, bedensel ve duyuşsal katılıma olanak sağlamaktadır. İzleyici bu “veri rüyasının” bir parçası olur ancak içeriği birebir değiştiremez. Anadol'un işinde katılım, algılayıcı ve deneyimleyici düzeyindedir. Katılımcılar sanat eserini izlerken aynı zamanda deneyimin bir parçası olmaktadır.

Deneyim süresi ve derinliği anlamında bakıldığında, Anadol'un işi uzun süreli, izleyiciyi görsel ve işitsel anlamda sarmalayıcı, çok katmanlı izleme pratiği sunan, mekânda geçirilen zaman boyunca anlam katmanları farklılaşan bir sanat eseri olarak tanımlanabilir. Duyusal yoğunluğu yüksek, izleyicinin yavaş yavaş keşfettiği katmanları olan bir yapı tasarımı sunmaktadır. CapCut şablonları ve benzeri sosyal medya video programları ise kısa süreli deneyimlerle, hızlı etkileşimli, içeriklerin çoğu kez birkaç saniyede tüketilir olduğu videolardır. Anlam, çoğunlukla popüler akımlar ve sosyal etkileşim bağlamından gelmektedir. İzleyici daha hızlı tüketerek bir anlamda doyumdan ziyade bir sonraki videoya erişebilmek adına bir süre sonra doyumsuzluk hissine sahip olabilmektedir. Bu durum benzer videoların hızlı ve çokça üretilmesine ortam hazırlamaktadır.

Machine Hallucinations: NYC için, katılımın, bireyin kolektif bir veri-hafıza evreninin parçası olduğunu hissetmesi üzerine kurulu olduğu söylenebilir. Anlam, sanatçının kurguladığı estetik deneyim üzerinden gelmektedir. CapCut şablonları, kullanıcının kendi kimliğini, görsel arşivini ve duygusunu popüler şablonlar içinde ifade etmesine dayanmaktadır. Ayrıca kişisel verinin hazır görsel-işitsel formatlara eklenmesinden doğan bir anlam arayışı, sosyal medya görsel kullanımlarında sıkça soru işareti bırakan toplumsal ve psikolojik nedenlere de açık hâldedir. Her iki durumda da izleyici/kullanıcı işin içine dahil edilmektedir. Ancak Anadol'da katılım, bedensel varlık ve kolektif estetik deneyimi üzerinden gerçekleşirken, CapCut gibi sosyal medya araçlarında katılım, kişisel içerik üretimi ve algoritmik görünürlük kazanma arzusuna bağlı gelişmektedir. Dolayısıyla, her iki formatta da katılımı deneyimin merkezine almak önem taşıyabilmektedir. *Machine Hallucinations*: NYC bunu estetik ve duyusal derinlik için kullanırken, CapCut ve benzeri araçlar popüler akımlar ve etkileşim ekonomisi için kullanmaktadır.

Machine Hallucinations: NYC ile CapCut şablonları arasındaki erişim ve katılım biçimleri, iki formatın izleyiciyle kurduğu ilişki açısından belirgin farklar barındırmaktadır. *Machine Hallucinations*: NYC, sergi süresince binlerce fiziksel ziyaretçiyi ağırlayan, mekânsal bütünlük ve uzun süreli izleme imkânı sunan bir sanat deneyimidir. İzleyici, 360° projeksiyonla çevrelenmiş bir alanda bedensel, duyusal ve mekânsal olarak eserin içine dâhil olmaktadır. Buna karşılık, CapCut şablonları milyonlarca kullanıcıya ulaşarak dijital ortamda çok daha geniş bir kitleye erişebilmektedir. Örneğin "orang lama atau"

şablonu yaklaşık olarak, 33.400.000 kez, “Don’t Look Touch” 4.700.000 kez, “What’s Happiness?” ise 3.600.000 kez kullanılmıştır. Ancak bu katılım, kullanıcıların kendi görsellerini ve videolarını önceden tasarlanmış kısa formatlara eklemesiyle sınırlanmaktadır. *Machine Hallucinations: NYC*’de deneyim, mekânda geçirilen zaman boyunca anlam katmanlarının yavaş yavaş açılmasıyla derinleşirken, CapCut içerikleri ortalama 10–30 saniyelik kısa süreli izleme veya üretim süresiyle hızlı tüketime yöneliktir. Dolayısıyla, Anadol’un işi az sayıda katılımcıyla derin etkileşim kurarken, CapCut şablonları çok sayıda kullanıcıyla yüzeysel ve hızlı etkileşim modeli sunmaktadır.

6. Sonuç ve Öneriler

Nam June Paik’in tekil sanatçı vizyonu ile temellerini attığı video sanatı, 21. yüzyılda sosyal medya platformları aracılığıyla kitlesel bir fenomen hâline gelmiştir. “Kişisel estetikten kitle tüketimine” uzanan bu dönüşümde, video artık yalnızca galerilerde izlenen bir öncü sanat formu olmanın dışında, milyarlarca insanın günlük yaşamının parçası olan, sürekli akan bir medya formudur. Paik’in öngördüğü küresel video peyzajı gerçeğe dönüşmüş, fakat bu manzarayı şekillendiren etkenler sanat idealizminden ziyade algoritmik kurgular ve ticari dinamikler olmuştur. Yeni dönemde estetik Reels videoları ve eğlence odaklı reaksiyon içerikleri, görsel-işitsel zenginlikleriyle bir yandan yaratıcılığın demokratikleştiğine işaret ederken, diğer yandan da kültür endüstrisinin seri üretim mantığına uygun biçimde tekilleşme riskini taşımaktadır.

Video sanatı, ortaya çıktığı 1960’lı yıllardan bu yana teknolojik dönüşümlerle yakından ilişki içinde olmuş ve her yeni iletişim aracının sanat pratiğine katılmasıyla evrim geçirmiştir. Video sanatı artık kapalı devre sergi salonlarından çıkarak çevrim içi ağlarda, sosyal medyada ve dijital pazaryerlerinde varlık göstermektedir (Hanhardt, 1990). Gelişen teknolojiler video sanatına yeni ifade araçları kazandırırken (VR, AR, yapay zekâ, veri görselleştirme vb.), internet de bu işleri coğrafi sınır olmaksızın paylaşmanın yolunu açmıştır (Viola, 1995). Böylece video sanatı, bir yandan demokratikleşerek daha geniş kitlelere ulaşırken öte yandan mecralar arası geçirgenlik nedeniyle içerik ve estetik açıdan yeni sınamalarla yüzleşmektedir.

Refik Anadol’un da aralarında bulunduğu birçok dijital sanatçı, video temelli üretimlerinin popülerleşme potansiyeli ile sanatsal niteliklerini koru-

ma arasındaki ince çizgide konumlanmaktadır. Bu sanatçıların temel amacı, popülerlikten ziyade kendi sanatsal söylemlerini ortaya koymak ve video-nun bir sanat formu olarak algılanmasını ve kabulünü sağlamaktır. Bu bağlamda, Anadolu gibi sanatçılar kendi dijital platformlarını oluşturarak, dijital sanatın dolaşımı için alternatif modeller önermiş ve bu yolla dijital sanat ekosisteminin gelişimine önemli katkılarda bulunmuşlardır. Bu yaklaşım, dijital platformların yalnızca eserlerin yaygınlaştırılması için değil, aynı zamanda sanatçıların güç birliği yaparak ekonomik ve kültürel değer üretebilecekleri birer araç olarak işlev görebileceğini ortaya koymaktadır. Ek olarak, sosyal medya mecralarının video sanatı üretiminde bireyleri daha cüretkâr ve özgür kıldığı da göz ardı edilemez ancak herhangi bir tanıma gerek duymayan bu üretim biçimi, ortaya çıkan işlerin sanatsal yeterliliklerinin sorgulanmasına da zemin hazırlamaktadır.

Bu araştırma çerçevesinde, dijital platformların video sanatını hem kuramsal hem pratik açılarından dönüştürdüğü gerçeği önemlidir. Popüler mecraların (Instagram, YouTube vb.) video üretimlerindeki estetik kaygılarla, dijital sanatçıların video estetiği birbirlerinden ayrılmaktadır. Ancak mesele tam olarak farklılığı söylemekten ziyade fark oluşturan sınırları çizmenin önemindedir. Video sanatının estetiği, hızlı üretim ve tüketim öneren sosyal medya mecralarında değer kaybetmemelidir. Video üretimlerinin çeşitlenmesi, estetik anlayışının değişimi, kuramsal olarak, video sanatının tanımının genişlemesine olanak tanımaktadır. Artık yalnızca galeride gösterilen tek kanallı videolar değil, internet performansları, etkileşimli yapay zekâ görselleri, sosyal medya yerleştirmeleri de bu kapsama dâhil olmaktadır. Video sanatının “mekânı”, dijital ağlar sayesinde katbekat büyümüştür. Zamanında Nam June Paik’in hayal ettiği “elektronik otoyollar” bugün YouTube ve Instagram akışları olarak gerçeğe dönüşmektedir. Pratik olarak ise sanatçıların çalışma biçimleri, eserlerinin görünürlüğü ve gelir modelleri köklü biçimde değişmektedir.

Video sanatının popüler kültürdeki dönüşümü, aynı zamanda sanat ile kitle arasındaki ilişkinin de dönüşümü sayılabilir. Paik’in döneminde video sanatı çoğunlukla galerilere gelen sınırlı bir izleyiciye hitap ederken, bugün benzer estetik kaygılar TikTok’un sonsuz akışında milyonlar tarafından deneyimleniyor olabilir. Bu genişleme, sanatın demokratikleşmesi olarak görülebileceği gibi, sanat değeri tartışmalarını da beraberinde getirmekte-

dir. Her video bir sanat mıdır, yoksa ‘sanatsal ifadenin’ yerini ‘içerik’ mi almıştır? Bu sorunun kesin bir cevabı olmasa da ortada bir gerçek vardır ki video denen mecra, insan iletişiminin en baskın formlarından biri hâline gelmektedir (Viola, 1995).

Sonuç olarak video sanatının popüler kültür bağlamındaki dönüşümü, teknolojik inovasyon, toplumsal katılım ve ekonomik güçlerin kesişimindeki karmaşık bir süreçtir. Bu sürecin bir ucunda, her bireyin yaratıcılığını sergileyebildiği ve yeni estetik biçimlerin filizlendiği umut vadeden bir dünya dururken, diğer ucunda tek tipleşen zevklerin ve hızla tüketilip unutulmuş içerik yığınlarının gölgesi belirmektedir. Akademik incelemeler, bu alanın dinamiklerini anlamaya yardımcı oldukça, belki gelecek için daha bilinçli platform tasarımları, daha dengeli içerik ekosistemleri geliştirmek mümkün olabilecektir. ‘Kişisel estetikten kitle tüketimine’ uzanan bu yol, henüz tamamlanmış bir hikâye değildir; video sanatının ve kültürünün evrimi, dijital çağın ruhuna uygun şekilde, izleyicilerin ve yaratıcıların etkileşiminde şekillenmeye devam etmektedir. Evrilen sanat formlarının başka çalışmalarda genişletilmesi mümkündür. Yenilene teknolojiler kapsamında araştırmalar yapay zekâ ve benzer platformların karşılaştırılması ya da entegrasyonları üzerinden de genişletilmeye açıktır.

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarı herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Kaynakça

- Ades, D. (1989). *Photomontage*. Thames & Hudson.
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1944). *The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception*. In *Dialectic of Enlightenment*.
- Baker, U. (2017). *Beyin Ekran*. Ege Berensel (Der.), İletişim Yayınları.
- Bourriaud, N. (2002). *Relational Aesthetics*. Dijon: Les presses du réel.
- Burris, J. (1996). Did the portapak cause video art? Notes on the formation of a new médium. *Millennium Film Journal*, (29), 2-28.
- Chen, X., & Zeng, H. (2023). Analysis of Media's Effect on People's Aesthetic: A Case Study on TikTok. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 9, 120-126. <https://doi.org/10.54097/ehss.v9i.6434>
- Comer, S. (2023, March 3). Museum of Modern Art's new exhibition explores how video transformed the world. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/artanddesign/2023/mar/03/museum-of-modern-art-video-exhibition-new-york>
- Debord, G. (1967). *La Société du spectacle*. Paris: Buchet-Chastel.
- Davis, B. (2023, 22 Ocak). *An Extremely Intelligent Lava Lamp: Refik Anadol's A.I. Art Extravaganza at MoMA Is Fun, Just Don't Think About It Too Hard*. Artnet News.
- Ernst, W. (2013, February 8). *Archives, Materiality and the "Agency of the Machine": An Interview with Wolfgang Ernst*. National Digital Stewardship Alliance Innovation. Retrieved from [<https://blogs.loc.gov/thesignal/2013/02/archives-materiality-and-agency-of-the-machine-an-interview-with-wolfgang-ernst/>]
- Export, V. (2004). *VALIE EXPORT: Texts on the artist's works*. Ostfildern-Ruit, Germany: Hatje Cantz.
- Günel, Ç. M. (2018, 17 Eylül). *Refik Anadol'dan, Walt Disney Concert Hall'un dış cephesine yeni açılım*. İçmimarlık Dergisi. <https://www.icmimarlikdergisi.com/2018/09/17/refik-anadoldan-walt-disney-concert-hallun-dis-cep-hesine-yeni-acilim/>
- Hall, D., Fifer, S. J., & Acconci, V. (1990). Illuminating video: An essential guide to video art. (*No Title*).
- Hanhardt, J. G. (1990). Video Art: Expanded Forms. *Leonardo*, 23(4), 437-439. <https://doi.org/10.2307/1575348>
- Hanhardt, J. G. (2006). Nam June Paik (1932-2006): Video Art Pioneer. *American Art*, 20(2), 148-153. <https://doi.org/10.1086/507506>
- Horrocks, R. (2001). *Len Lye: A Biography*. Auckland University Press.
- Huhtamo, E., & Parikka, J. (Eds.). (2011). *Media Archaeology: Approaches, Applications, and Implications*. University of California Press.
- Internet, 1980s?srsItd=AfmBOoqfmaDOLxmPAo4b-Ye7TZiVYND-zLYQX3GI0OpZ-ZxHPaNNLNMm, (Erişim Tarihi: 09.07.2025).

- Internet, https://www.facebook.com/MuseumLudwigKoeln/videos/in-topak-ev-zeigt-nil-yalter-mit-der-jurte-einen-privaten-und-der-weiblichen-sph/334172850626781/?locale=zh_CN, (Erişim Tarihi: 12.07.2025).
- Internet, <https://www.istanbulmodern.org/koleksiyon/bassiz-kadin-ya-da-gobek-dansi>, (Erişim Tarihi: 06.07.2025).
- Internet, <https://www.moma.org/calendar/exhibitions/5224>, (Erişim Tarihi: 12.07.2025).
- Internet, https://tr.wikipedia.org/wiki/Refik_Anadol, (Erişim Tarihi: 12.07.2025).
- Internet, <https://www.moma.org/magazine/articles/875>, (Erişim Tarihi: 10.07.2025).
- Internet, <https://whitney.org/collection/works/6139>, (Erişim Tarihi: 10.07.2025).
- Internet, <https://www.mcba.ch/en/collection/global-groove/>, (Erişim Tarihi: 10.07.2025).
- Internet, <https://publicdelivery.org/nam-june-paik-tv-buddha/>, (Erişim Tarihi: 10.07.2025).
- Internet, <https://youtu.be/kq59KkdqQ6A?si=PZGJi8W7GO1zKBz1>, (Erişim Tarihi: 02.07.2025).
- Internet, <https://refikanadol.com/works/unsupervised/>, (Erişim Tarihi: 02.07.2025).
- Internet, <https://youtu.be/X5cNz1NobxI?si=68q5GqVbdL4to1rN>, (Erişim Tarihi: 02.07.2025).
- Internet, <https://www.aa.com.tr/tr/kultur/moma-refik-anadolun-eserini-kalici-koleksiyonuna-ekledi/3015081>, (Erişim Tarihi: 10.07.2025).
- Internet, <https://www.laphil.com/>, (Erişim Tarihi: 10.08.2025).
- Internet, <https://www.aa.com.tr/tr/kultur/refik-anadol-las-vegastaki-dunyanin-en-buyuk-led-kuresinde-eseri-sergilenen-ilk-sanatci-oldu/2982047>, (Erişim Tarihi: 10.07.2025).
- Internet, <https://www.icmimarlikdergisi.com/2018/09/17/refik-anadoldan-walt-disney-concert-hallun-dis-cephesine-yeni-acilim/>, (Erişim Tarihi: 10.07.2025).
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*. Durham, NC: Duke University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York, NY: New York University Press.
- Manovich, L. (2021). Interfaces for a Global Village: Nam Jun Paik, Marshall McLuhan, and the Future. "Next 15 Minutes" exhibition catalog, Daejeon Museum of Art, South Korea.
- Manovich, L. (2016). *Instagram and contemporary image*. <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image> Manovich, L. Interfaces for a global village: Nam June Paik, Marshall McLuhan, and the future. In *Catalogue de l'exposition "Next 15 Minutes"*, Daejeon Museum of Art, South Korea (Vol. 15).
- Mirzoeff, N. (2011). *The Right to Look: A Counterhistory of Visuality*. Duke University Press.

- Michelson, A. (Ed.). (1984). *Kino-Eye: The Writings of Dziga Vertov*. University of California Press.
- Museum of Modern Art (MoMA). (2023). *Signals: How Video Transformed the World* (Sergi metni).
- Museum of Modern Art. (2025, Mart 10). *Video art in the 21st century*. MoMA. <https://www.moma.org/video-art-21st-century>
- Pilati, F., Sacco, P. L., Scianna, M., & Arttime, O. (2025). The broadcasting trap: TikTok and the “democratization” of digital content production. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), Article 496. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-04797-w>
- Rancière, J. (2004). *The Politics of Aesthetics: The Distribution of the Sensible*. London: Continuum.
- Rush, M. (2003). *Video art*. London: Thames & Hudson.
- Rosler, M. (1990). [Video:Shedding The Utopian Moment]. In D. Hall & S. J. Fifer (Eds.), *Illuminating video: An essential guide to video art* (pp. 31-50). New York, NY: Aperture Foundation.
- Sturken, M. (1990). Paradox in the evolution of an art form: Great expectations and the making of a history. In D. Hall & S. J. Fifer (Eds.), *Illuminating video: An essential guide to video art* (pp. 101–121). New York, NY: Aperture Foundation.
- Suriyapong, A. T. (2024). The aesthetic and narrative strategies of subcultures on TikTok: Analyzing the presentation of niche identities. *Studies in Social Science & Humanities*, 3(9), 42–47.
- Viola, B., (1974) “History, 10 Years, and the Dreamtime,” Video Art: A Retrospective, Long Viola, B. (1984). VIDEO AS ART. *Journal of Film and Video*, 36(1), 36–41. <http://www.jstor.org/stable/20687589>
- Viola, B. (1995). *Reasons for Knocking at an Empty House: Writings 1973-1994*. MIT Press.
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. New York: Bantam Books.
- Wikipedia. (2025, Ağustos 6). *Refik Anadol*. Wikipedi. Alındığı adres: Wikipedia’dan alındı
- Wikipedia. (2025, Ağustos 7). *Refik Anadol*. Wikipedi. https://en.wikipedia.org/wiki/Refik_Anadol
- Zebracat. (2025). *Instagram Reels statistics you need to know*. Zebracat. <https://www.zebracat.ai/post/instagram-reels-statistics>