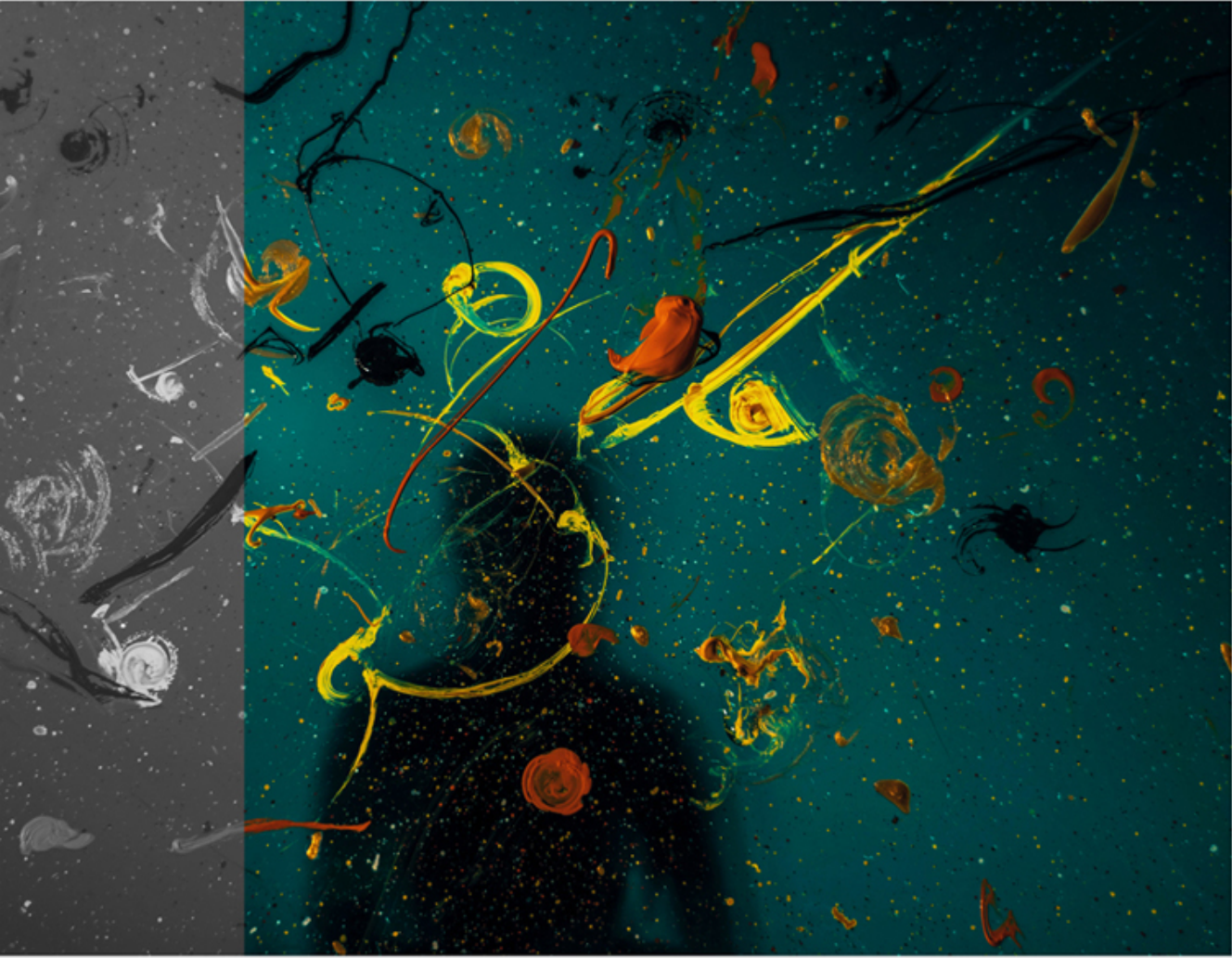


YENİ MEDYA ÇAĞINDA FOTOĞRAF ESTETİĞİNİN DEĞİŞİMİ



DR. HALİT KARTAL

izgi | e-Kitap



YENİ MEDYA ÇAĞINDA FOTOĞRAF ESTETİĞİNİN DEĞİŞİMİ

Dr. Halit KARTAL

Çizgi Kitabevi Yayınları (e-kitap)

©Çizgi Kitabevi
Ekim 2023

ISBN: 978-625-396-103-9
Yayıncı Sertifika No: 52493

KÜTÜPHANE BİLGİ KARTI
- Cataloging in Publication Data (CIP) -
KARTAL, Halit
YENİ MEDYA ÇAĞINDA
FOTOĞRAF ESTETİĞİNİN DEĞİŞİMİ

Yayına Hazırlık: Çizgi Kitabevi Yayınları
Tel: 0332 353 62 65- 66

ÇİZGİ KİTABEVİ

Sahiata Mah. | Alemdar Mah.
M. Muzaffer Cad. No:41/1 | Çatalçeşme Sk. No:42/2
Meram/**Konya** | Cağaloğlu/**İstanbul**
(0332) 353 62 65 - 66 | (0212) 514 82 93

www.cizgikitavevi.com
📞 / cizgikitavevi

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	8
GİRİŞ.....	9

I. BÖLÜM

ESTETİK KAVRAMI ve YENİ MEDYA.....	12
Estetik Kavramı.....	12
Estetiğin Tanımı ve Kökenleri.....	12
<i>Klasik Dönemde Estetik</i>	14
<i>Orta Çağ Döneminde Estetik</i>	16
<i>Rönesans Estetiği</i>	18
<i>Yeniçağ Döneminde Estetik</i>	18
<i>Çağdaş Estetik</i>	21
<i>Modern Estetiğin Kırılması: Postmodern Estetik</i>	23
Estetik Kuramları.....	24
<i>Yansıtma Kuramı</i>	24
<i>Anlatımcılık Kuramı</i>	25
<i>Biçimcilik Kuramı</i>	25
Yeni Medya.....	26
Yeni Medya Kavramı ve Yeni Medyanın Özellikleri.....	26
Yeni Medyanın Teknolojik Araçları.....	27
<i>Bilgisayar</i>	27
<i>İnternet</i>	29
<i>Kompact Disk-Çok Amaçlı Sayısal Disk (Dvd)</i>	31
<i>Cep Telefonu</i>	32
Gelenekselden Yeni'ye Medyadaki Dönüşüm.....	35
Yeni Medyanın Özellikleri.....	36
<i>Sayısal Temsil</i>	36
<i>Modülerlik</i>	37
<i>Otomasyon</i>	37
<i>Değişkenlik</i>	38
<i>Kod Çevrimi</i>	39
<i>Etkileşim (Interactivity)</i>	39
<i>Kitlesizleştirme</i>	40
<i>Asenkron - Eşzamansızlık</i>	40
Yeni Medyanın Toplumsal Hayata Etkileri.....	41
Yeni Medya'da Yakınsama Kavramı.....	44

Yeni Medya Ortamları.....	45
<i>Bilgisayar Oyunları</i>	45
<i>Mobil Medya</i>	46
<i>Bloglar</i>	47
<i>Çoklu Ortam</i>	47
<i>Sanal Gerçeklik</i>	47
<i>Yazılım</i>	48
<i>Web Siteleri</i>	49
<i>Elektronik Posta (e-posta, email)</i>	49
<i>Podcast</i>	50
<i>Etkileşimli Televizyon</i>	51
<i>Sayısal Kiosklar (Interactive Kiosk)</i>	51

II. BÖLÜM

FOTOĞRAF ve YENİ MEDYA SANATI	53
Yeni Medya Sanatı ve Estetiğin Değişimi.....	53
Geleneksel Sanatın Dönüşümü.....	53
<i>Dijital Sanat Kavramı</i>	54
<i>Yeni medya Sanatı Kavramı</i>	59
<i>Yeni Medya Sanatının Ayırt Edici Özellikleri</i>	70
<i>Yeni Medya Sanatının Estetik Yansımaları</i>	74
Analogtan Dijitale Fotoğrafın Kısa Tarihi.....	76
Yeni Medya ve Fotoğraf.....	85
Yeni Medyada Fotoğrafın Yer Alış Biçimleri.....	85
<i>Fotoğraf Dağıtım ve Sergileme Aracı Olarak Yeni Medyanın Kullanımı</i>	86
<i>Fotoğraf Üretim ve Yeniden Kurgulama Aracı Olarak Yeni Medyanın Kullanımı</i>	88
Yeni Medyada Fotoğrafın ve Estetiğin Değişen Formu.....	96

III. BÖLÜM

YENİ MEDYA ÇAĞINDA FOTOĞRAF ESTETİĞİNİN DEĞİŞİMİ	101
Çalışmanın Amacı.....	101
Çalışmanın Yöntemi.....	102
Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	102
Araştırmanın Sınırlılıkları.....	102
Analiz Yöntemi.....	102
Analizler – Bulgular.....	104
Murad Osmann'ın <i>the Holl Festival of Varanasi</i> Fotoğrafının Biçimsel Analizi.....	106
Chris Burkard'ın Fotoğraflarının Analizi.....	108
Chris Burkard'ın <i>Greenland-1</i> Fotoğrafının Biçimsel Analizi.....	109
Chris Burkard'ın <i>Greenland-2</i> Fotoğrafının Biçimsel Analizi.....	110
Mustafa Seven'in Fotoğraflarının Analizi.....	112
Mustafa Seven'in <i>Hallstat Austria</i> Fotoğrafının Biçimsel Analizi.....	113
Mustafa Seven'in <i>İstanbul</i> Fotoğrafının Biçimsel Analizi.....	115
Mehmet Kırallı Fotoğraflarının Analizi.....	116
Mehmet Kırallı'nın <i>Budapeşte</i> Fotoğrafının Biçimsel Analizi.....	117
Mehmet Kırallı'nın <i>Kapadokya</i> Fotoğrafının Biçimsel Analizi.....	119
Dan Marker Moore Fotoğraflarının Analizi.....	121
Dan Marker Moore'un <i>Timeslice Hong Kong-1</i> Fotoğrafının Biçimsel Analizi.....	121
Dan Marker Moore'un <i>Timeslice Hong Kong-2</i> Fotoğrafının Biçimsel Analizi.....	123

Stephanie Jung Fotoğraflarının Analizi.....	124
Stephanie Jung'un <i>Times Square</i> Fotoğrafının Biçimsel Analizi.....	125
Stephanie Jung'un <i>New York</i> Fotoğrafının Biçimsel Analizi	126
Pavel Khrustalev Fotoğraflarının Analizi.....	128
Pavel Khrustalev'in <i>Pixel Portrait - 1</i> Fotoğrafının Biçimsel Analizi	129
Pavel Khrustalev'in <i>Pixel Portrait - 2</i> Fotoğrafının Biçimsel Analizi	130
Serge Mendzhiyskogo Fotoğraflarının Analizi.....	132
Serge Mendzhiyskogo <i>Tren</i> Fotoğrafının Biçimsel Analizi.....	132
Serge Mendzhiyskogo <i>Londra</i> Fotoğrafının Biçimsel Analizi.....	134
Genel Değerlendirme.....	135
SONUÇ.....	139
KAYNAKÇA	142

ÖNSÖZ

Yeni Medya Çağında Fotoğraf Estetiğinin Değişimi başlıklı bu çalışma, bilgisayar ve internet gibi teknoloik gelişmelerin ardından ortaya çıkan yeni medya döneminde fotoğraf sanatının biçimsel estetik yapısının değişmesini konu almaktadır. Üç bölüm halinde ele alınan çalışmanın birinci bölümünde estetik ve yeni medya kavramları üzerinde durulmuş, ikinci bölümde ise yeni medya sanatı ve fotoğraf ilişkisine değinilmiştir. Üçüncü bölümde fotoğrafın yeni medya araçları ile üretilmesi ve biçimsel estetik kodlarının yeniden kurgulanması örnek fotoğrafçılar ve eserleri üzerinden çözümlenmeye çalışılmıştır.

GİRİŞ

Medyayı insanın bir uzantısı olarak gören McLuhan'dan beri iletişim ortamları, algı ve iletişim güçlerini arttıran ve geliştiren bir araçtır. Teknolojik gelişmeler bugün insanların düşünce pratiklerini ve yapısını köklü değişimlere uğratmıştır. 21. yüzyıl teknolojileri geçmiş dönem teknolojilerine göre çok daha büyük hızla ilerleyerek içerisinde yer aldığı yapıları değişime uğratmıştır.

Teknolojik gelişme ve ilerlemelerin merkezinde olan fotoğraf, köken itibariyle varlığını teknolojiye bağladığı için her türlü gelişime tepki vermiştir. Teknolojik anlamda fotoğraf makinelerinin gösterdiği gelişimler, başlangıçta teknik olarak, ardından ise içerik olarak fotoğrafa etki etmeye başlamıştır. Işığa duyarlı yüzeylerin gelişmesinden banyo kimyasallarına kadar her türlü ilerleme fotoğraf için anlatıma ve sunuma katkı göstermiştir. Pozlama sürelerinin kısalması fotoğrafçılara sadece sabit nesnelere değil hareketli nesnelere de görüntüleme imkanı verirken, ışığa duyarlı yüzeylerin ve fotoğraf banyosunun kimyasal olarak renkli çekimlere imkan vermesiyle birlikte renk, fotoğrafçıların içeriklerine dahil olmaya başlamıştır.

Günümüzde dijital makinelerin ve bilgisayar teknolojisinin fotoğraf ile birleşiminin ardından fotoğraf sanatı daha da hızla ilerlemiştir. Ortaya çıkan hemen her teknolojik gelişme fotoğraf sanatını dolaylı ya da doğrudan etkilemiştir. 21. yüzyılda iletişim araçları geleneksel yapılarından kurtularak yeni medya araçlarına geçişin başlamasıyla birlikte ise fotoğraf hem teknik hem de sosyal olarak büyük dönüşümler geçirmiştir. Özellikle icadından itibaren sanat ile iç içe olan, başlangıçta resim sanatına hizmet etse de daha sonra sanatsal bir tür olarak kendini kabul ettiren fotoğraf için yeni medya araçları içeriksel ve biçimsel değişimleri beraberinde getirmiştir. Sanat tarihi açısından bakıldığında genel olarak kabul edilen estetik değerleri ve yargıları kabul eden, yayımlandığı medyanın sınırlarını estetik olarak eserlerinde var eden fotoğraf, dijital medyanın yaygınlaşmasıyla beraber biçimsel formlarında ve estetiğinde bazı değişimlere uğramıştır.

Estetik kavramı sanatın var olduğu her dönem tartışılan bir kavram olmuştur. Gerek akademik çevreler gerekse de sanat otoriteleri, estetiğin ne olup olmadığı soruları üzerinde durmaktadırlar. İlkçağdan günümüze kadar tartışılmaya ve tanımlanmaya devam eden estetik konusunda ilk sorgulamalara Platon döneminde rastlanmaktadır. Platon'un "Güzel Nedir" sorusu estetik ile güzelliğin aynı noktayı ifade ettiği üzerinden devam etmiştir. İlkçağ filozofları Platon, Aristoteles ve Plotinus estetik güzelliği doğaya atfetmiş ve estetiğin doğada var olabileceğini savunmuşlardır. Orta çağ döneminde de tartışılmaya devam edilen estetik, o dönem baskın olan kilisenin de etkisiyle tanrıya ait bir kavram olarak kabul edilmiş ve ancak metafizik boyutunda estetiğin olabileceği iddia edilmiştir. Orta çağın ardından gelen Rönesans döneminde ise aydınlanma hareketi ile birlikte estetik kavramı tanrıdan uzaklaşmıştır. Rönesans dönemi estetiğinde güzel olan insana atfedilmiş ve estetik insan üzerinden tanımlanmıştır.

"Aesthetic" kelimesi ilk olarak Alman filozof Baumgarten tarafından duyuşsal bilim anlamında kullanılmış, yeniçağ döneminde "bilgi" olarak kabul edilmiş ve estetik bilginin diğer bilgi türlerinden ayrıldığı ifade edilmiştir. Kant ve Hegel estetik bilginin "yargı", "yüce", "güzel" gibi kavramlara karşılık geldiğini ve genel bir estetik kavramının olup olmadığını tartışmıştır. Hegel ve Kant gibi bazı düşünürler estetiğin sadece güzellik ile sınırlandırılmayacağını belirtmişlerdir.

Çağdaş estetik döneminde ise Marks'ın görüşleri öne çıkmaktadır. Marks güzel olanı ifade ederken üretim pratiklerinden yola çıkmış ve güzeli oluşturanın bilinç olduğunu ifade etmiştir. Çağdaş estetik dönemi, Adorno, Marcuse gibi düşünürler tarafından Marksist bakış açısıyla tanımlanmıştır. Postmodernizm döneminde ise estetik ile ilgili biçimsel veya içeriksel tanımlamalara imza atılmamış, onun yerine var olan biçimsel estetik kodları bir arada kullanılarak yeni anlamlar yaratılmaya çalışılmıştır.

Sanat kavramıyla iç içe tartışılan bir kavram olan estetik, sanat eserlerinin incelenmesi ve değerlendirme aşamasında sıklıkla başvurulan bir kavram olmuştur. Sanat felsefecileri sanat eserine estetik açıdan üç farklı yaklaşımı benimsemişlerdir. Estetiği dış dünyanın bir mimesisi olarak gören yansıtma kuramının yanında, sanatçı açısından estetiğe yaklaşan anlatımcılık kuramı sanatçının duygularını değerlendirme ölçütü olarak kabul etmiştir. Estetiğin sanatçının duyguları ya da yansıtma ile ölçülemeyeceğini savunan biçimcilik kuramı ise sanat eseri merkezli bir yaklaşım belirlemiştir. Biçimcilik kuramına göre estetik olan sanat eserinin kendisidir ve estetik kodlar sanat eserinin biçiminde aranmalıdır.

Medya araçları ile sanat eserleri arasında doğrudan bir bağ bulunmaktadır. Kimi sanat eserlerinde medya içeriksel olarak kendini gösterirken kimi sanat eserlerinde ise biçimsel formlar ile sanat eserine müdahil olmaktadır. Medyanın fiziksel yapısı sanat eserlerinin de fiziksel yapısında ve sınırlamalarında etkin rol oynamıştır. Bu bağlamda yeni medya araçları sanat eserleri ve sanat türleri arasında önemli bir etkiye sahiptir.

Bilgisayar teknolojilerinin gelişmesiyle ortaya çıkan yeni medya genel tanımlamasıyla, sayısal teknolojiler aracılığıyla üretilen ya da sayısal teknolojilere aktarılan, etkileşimli, farklı formatlara dönüşebilen medya olarak ifade edilmektedir. Özellikle internetin icat edilmesiyle birlikte yeni medya araçlarının yükselişi başlamıştır. Bilgiyi ön plana çıkartan 21. yüzyılda internet, bilgiye ulaşma ve dağıtmada zaman ve mekan kavramlarını ortadan kaldırarak yeni medyanın yükselişine katkı sağlamıştır. Yeni medya araçlarının zaman ve mekan gibi sınırları değişime uğratması, fiziksel yapıları ortadan kaldırması sanat alanında da etkisini göstermiş, kullanıldığı medya ile doğrudan ilişki içerisinde olan sanat eserlerinin yapısını değiştirmiştir. Yeni medya araçları yeni sanat türlerinin ortaya çıkmasını mümkün kılmış, aynı zamanda var olan sanat türlerinin anlatım dillerinde de değişikliklere neden olmuştur.

Bilgisayar teknolojilerinin sanat ile birleşimi dijital sanat ve yeni medya sanatı kavramlarını ortaya çıkarmıştır. Günümüzde birbirine yakın anlamlarda kullanılan bu iki kavram internet ve dijital teknolojilerin sanat eserleriyle birleşmesinin ardından ortaya çıkmıştır. Kökeni bilgisayar aracılığıyla grafik çizimler oluşturulmasına dayanan yeni medya sanatı, teknolojinin gelişmesi ve internetin ortaya çıkmasıyla birlikte hem yeni sanat türlerini ortaya çıkarmış hem de var olan sanat türlerinin formlarını değişikliğe uğratmıştır.

Üç bölümde ele alınacak çalışmanın birinci bölümünde ilk olarak estetik kavramı üzerinde durulacaktır. Estetik tartışmaların kökenlerine inilecek, farklı dönemlerde önemli düşünürler tarafından nasıl tanımlandığı üzerinde durulacaktır. Sanat ile bağı araştırılacak olan estetiğin, sanat eserlerinin incelenmesinde hangi kuramsal yaklaşımlara sahip olduğu açıklanacak ve bu kuramların estetiğe yaklaşımları incelenecektir. Birinci bölümün bir diğer konusu, yeni medyadır. Yeni kavramının ne olduğu, yeni olanın medya da ne gibi değişimlere ve yeniliklere neden olduğu bu başlık altında ele alınacaktır. Yeni medya ortamlarının ve bu ortamların arka planında yatan teknolojik gelişmelerin neler olduğu birinci bölümün son konuları olacaktır.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise sanat ile medya (ortam) ilişkisi ele alınacak, bu doğrultuda yeni medya ortamlarının ortaya çıkmasıyla meydana gelen dijital sanat kavramı tanımlanacaktır. Dijital sanat kavramının yeni medyada hangi sanat türlerini kapsadığına değinilecek ve ortaya çıkan dijital sanat türlerinin incelenmesinin ardından fotoğraf-dijital sanat ilişkisi üzerinde durulacaktır. Fotoğrafın dijital sanata kadar geçen süreçte yaşadığı teknolojik ilerlemeler ikinci bölümde ele alınacaktır. Yeni medya fotoğraf birlikteliğinin fotoğraf sanatına ve estetiğine olan etkisi, ortaya çıkan teknolojilerin fotoğraf eserlerinin yapısı üzerinde ne gibi değişimler yaşattığı örneklerle ele alınacak ve medyanın fotoğrafın

formu üzerindeki etkisi tartışılacaktır. İkinci bölümün son konusu fotoğrafın yeni medya ortamları ile birleşmesinin ardından ortaya çıkan yeni fotoğraf formlarıdır.

Üçüncü ve son bölümünde ise ilk iki bölümde anlatılanlar ışığında dijital dönemde fotoğrafın estetik kodlarındaki değişimler incelenecektir. Estetik kuramlarından biçimsel kuram yaklaşımına göre ele alınacak bölümde Roger Fry'nin görsel sanat eserlerinin çözümlenmesinde önerdiği Biçimsel Analiz (Formal Analysis) yöntemi çerçevesinde fotoğrafın biçimsel yapısı örneklerle incelenecek ve fotoğrafın biçimsel kodları olan kompozisyon kuralları irdelenecektir.

İncelemeye konu olacak sanatçılar belirlenirken iki farklı üretim tarzı dikkate alınmıştır. İlk olarak geleneksel araçlarla fotoğraf üreten dört sanatçının ikişer adet fotoğrafı Roger Fry'nin belirlediği tasarım prensipleri açısından incelenmiştir. İlk dört fotoğrafçının ardından incelenen diğer 4 fotoğrafçı ise yeni medya araçları kullanarak fotoğraf üreten sanatçılar arasından belirlenmiş ve biçimsel kodları değerlendirilmiştir.

Yapılan literatür taramaları ve araştırmaları sırasında yeni medya ve fotoğraf sanatının birlikteliğine biçimsel açıdan yaklaşan az sayıda araştırma olduğu görülmüştür. Gerek yeni medya gerekse fotoğraf üzerine yapılan çalışmalar daha çok içerik ve anlam üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu çalışma yeni medyada fotoğraf kavramına biçimsel olarak yaklaşmakta ve yapılacak yeni araştırmalara yardımcı olmayı umut etmektedir.

I. BÖLÜM

ESTETİK KAVRAMI ve YENİ MEDYA

Sanat tarihi içerisinde en çok tartışılan konulardan biri olan estetik, ilkçağ'dan günümüze kadar değişim ve gelişimini devam ettiren bir olgudur. İlk olarak felsefi tartışmalarda Alman filozof Baumgarten'ın tanımlamasının ardından, bilimsel alanda tartışılmaya devam etmiştir. Genel anlamda "Güzelin Bilimi" olarak tanımlanmakta olan estetik, en temelde güzel kavramının irdelenmesine dayanmaktadır. Estetik kavramı incelenirken yapılan tanımlamalar, içerisinde bulunan dönemde hakim olan sosyal, politik ve teknik/teknolojik fikirlere paralel değişiklikler göstermiştir. Her çağda farklı yaklaşımlar benimsenmiş, bir çağda geçerli olan görüş, diğer bir çağda geçerliliğini yitirmiştir.

Yeni medya çağı hem sanatsal eserlerin yapısını hem de estetik tanımlamaları değişikliklere uğratmaktadır. Özellikle bilgisayar teknolojilerinin ve network (ağ) kavramının yaygınlaşmasıyla birlikte ortaya çıkan yeni medya, resim, heykel, müzik, fotoğraf gibi sanat yapıtlarının sunum şekillerini ve izleyiciyle etkileşimini farklı bir boyuta taşımakta, aynı zamanda sanat eserlerini form olarak değişikliklere uğratmakta ve biçimsel estetik kodlarını yeniden şekillendirmektedir.

Estetik Kavramı

Estetik ile ilgili tartışmalar, sanat tarihinin her döneminde var olmuş ve her dönem tanımlanmaya çalışılmıştır. Kemal Suut Yetkin, *Estetik Doktrinler* (1972), kitabının önsözüne: "sanatın nasıl bir geçmişi varsa, sanat ve güzellik üzerine düşüncesin de öylece uzak bir geçmişi vardır. Sanatın değişimlerini nasıl sanat tarihinden öğreniyorsak, güzellik ve sanat üzerindeki düşüncesinde ne gibi evrelerden geçtiğini estetik tarihinden öğrenmekteyiz" diyerek başlamaktadır. Estetik kavramının tarihi, Platon'a kadar uzanmaktadır. Platon'dan günümüze kadar birçok filozof, estetiğin tanımını yapmaya çalışmıştır. Güzel olgusuyla başlayan estetik tanımlamaların kökeni, iyi, yüce gibi kavramları da içerisine katarak gelişmiştir. Bazı dönemlerde insan dışındaki varlıklarda aranan estetik, bazı dönemlerde ise insanın kendisinde aranmıştır.

Estetiğin Tanımı ve Kökenleri

Estetik, klasik anlamıyla 'güzel nedir?' sorusunu yanıtlamakla ilgilenen bir bilim olarak ifade edilmektedir. 18. yüzyıldan itibaren felsefeden ayrı bir alan olarak kabul edilmeye başlanan estetiğin kökeni, Platon, Sokrates, Aristoteles gibi antik çağ düşünürlerine kadar inmektedir.

Estetik, Yunanca *duyum* anlamına gelen Aestesis ve Aisthanesthai (duymak, algılamak) kelimelerinden gelmektedir (Doğan, 1975: 7, Sena, 1971: 9). Etimolojik kökeni Yunanca'ya dayanmakla birlikte 'estetik' teriminin anlamı tarih boyunca aranmış, birçok düşünür ve sanat adamı tarafından tanımlanmaya ve anlamlandırılmaya uğraşmıştır.

Estetik kelimesini bugünkü tanımına en yakın anlamda kullanan ve estetiği kendi başına bir bilim olarak ilk defa Alman filozof Alexander Gottlieb Baumgarten ele almıştır. Baumgarten, 1735 yılında ya-

yınladığı doktora tezinde estetik terimini ilk defa kullanır (Hammermeister, 2002: 4). Ancak, Baumgarten, bu çalışmasında, estetiği kendi başına bir bilim olarak almaz, böyle bir bilimin olabileceğinden bahseder. Estetik sözcüğünü bir bilim adı olarak ilk kez 1750 yılında yazmaya başladığı *Aesthetica (1750-1758)* adlı kitabında kullanır. Baumgarten'in "Wissenschaft der sinnlichen Erkenntnis", yani "duyumsal idrakin bilimi" olarak tanımladığı estetik en sade şekliyle "duyumsallık" olarak ifade edilebilir (Erzen, 2011: 11).

Estetik, duyumsama yoluyla yetkin bilgiye, doğruluğa ulaşmak ister ve doğruluk estetiğın alanına girdiğinde "güzellik" adını alır. Bu anlamda estetik güzel olan üzerine düşünmedir. Ancak bazı düşünürler duyusallığın çok geniş bir alanı kapsadığını, estetiğın ise bu alanda sadece 'güzel' olana odaklandığı için 'güzellik bilimi' adını almasının daha uygun olacağını düşünmektedir. 18. yüzyıl düşünürlerinden Johann Gottfried Herder, estetik adının bu bilime uygun düşmediğini söyleyerek "Kalligone" (Kallos, Grekçe güzel) (Gürel, 2006) adını önermiştir.

G.W. Friedrich Hegel, bu bilim için "estetik" kelimesinin yüzeysel kaldığını, eğer konu güzellik ise, "Kallistik" teriminin daha doğru olacağını, ancak bununda tam olarak uygun kavram olmadığını, dolayısıyla estetik bilimi için yeni kavramlar üretmeye gerek olmadığını, en uygun terimin sanat felsefesi, daha doğru bir ifadeyle "güzel sanatlar felsefesi" -fine art beauty- (Hegel, 1835: 1) olduğunu söylemiştir. Günümüzde günlük dilde 'güzel'i ifade etmek için kullanılan estetik, *Güzel Sanatlar Sözlüğü*'nde "Güzelliği, güzelliğın insan usu ve duyuları üzerindeki etkilerini konu olarak ele alan felsefe dalı" (Turani, 1968: 40) şeklinde tanımlanmaktadır. Ayrıca, birçok sözlükte de benzer tanımlamalar yapılmaktadır; Cambridge Online Dictionary'e göre, "Güzel olanla ilgili, güzele bakış yolu" (2014), Oxford Online Dictionary'e göre ise, "Güzel ile ilgili, güzele yaklaşım" (2014) olarak tanımlanmaktadır.

Estetiğın sadece "güzel olan" ile sınırlandırılmasına karşı çıkanlar da olmuştur. Kant, "güzellik" ile "yücelik" kavramlarının birbirleri ile benzer nitelikler taşıdığını (1764: 12), bu nedenle iki kavramın birlikte estetiğın konusuna girdiğini ifade etmektedir. G. Theodor Fechner, estetik kavramına psikolojik açıdan bakarak, asıl incelenmesi gerekenin güzel değil "haz" olduğunu ifade etmiş ve "estetik" yerine "hedonik" (hedone=haz) adını önermiştir (Tunalı, 2011: 16). Günümüzde de Ludwig Wittgenstein, estetiğın sadece "güzel" terimi ile sınırlandırılmayacağını şu sözlerle ifade etmektedir; "Estetiği güzelin ne olduğunu söyleyen bir bilim olarak düşünebilirsiniz -Kelime olarak bile gülünç-. Öyle olsaydı hangi kahve türünün bize daha çok tat vereceğini de söylemesi gerekirdi" (1967: 11). Estetiğın tanımlaması ile ilgili bu görüş ayrılıklarını Avner Ziss, *Estetik* adlı kitabında şu şekilde ifade etmektedir:

"Estetiğın tanımıyla ilgili görüş ayrılıkları, en başta, birbiriyle uzlaşmaz iki savdan kaynaklanırlar. Birinci sava göre, estetiğın bir tek konusu olur: Sanatın evrim yasaları ve sanatsal yaratının özü (nature); öyleyse o, sadece, genel sanat kuramı olarak kendini gösterecektir. Öteki görüşe göre ise, estetik ile genel sanat kuramı birbirinden büsbütün ayrı iki bilimdir: Genel sanat kuramı, sanattaki evrim yasalarını ve sanatsal yaratının özünü inceler; buna karşılık estetik de, sanatta ve gerçeklikte güzelin bilimidir" (2009: 1).

20. yüzyıldan itibaren gelişen çağdaş estetik, güzelin ne olduğu sorusunu araştırmaya yönelmemiştir. Sanat, artık, yalnızca güzeli betimlemek eylemi değildir (Sözen-Tanyeli, 2003: 79). Günümüz estetiği de, bu yeni anlayışı benimseyerek, geçmişteki kesin ve doktriner tutumundan uzaklaşmıştır.

Herder, Hegel ya da Baumgarten'in yanısıra Wittgenstein, Croce, Lipps gibi birçok düşünür kavram olarak olmasa da anlam olarak 'estetik' ile yakından ilgilenmişlerdir. Ancak Timuçin'e göre, estetik, çağlardan çağlara değişmeden geçen evrensel yargılara sahip bir alan değildir. Her çağ, doğruyu ve iyiyi olduğu gibi, güzeli de kendi bakış açılarına göre belirler ya da değişikliğe uğratar. Bu yüzden bilimsel bakış açıları da, ahlak görüşleride, sanat anlayışları da sık sık değişmektedir (2000: 28). Bu nedenle neredeyse günümüzde bile, tam olarak estetik kavramı üzerinde uzlaşmış bir tanım ya da anlama rastlanmamaktadır.

Kesin, kısa, bütün anlamları kapsayan bir tanımı yapılamasa da en derleyici şekilde estetik; güzelliğın oluşturulması ve değerlendirilmesiyle, duyularla, doğruluk, iyilik, gerçeklik, haz ve güzelliğın ilkeleriyle, biçim ve içerik ile, sanat eseri ve sanat eserinin algılanması ve alımlanmasıyla, kültür ve doğa ile, insanların güzelliğe verdiği tepki ile, evrensel ve göreceli zevkle ilgilenen bir felsefe dalı olarak değerlendirilebilmektedir.

Klasik Dönemde Estetik

Estetik kavramı, her ne kadar 18. yüzyılda, Baumgarten tarafından kullanılmaya başlanmış olsa da, konu bakımından estetik, ilk çağ filozoflarının da üzerinde durdukları bir olgu olmuştur. Klasik dönem estetiği dediğimiz bu dönem Platon ile başlar, çünkü Platon'a kadar, estetiğin konusu olan güzel üzerine sistemli ve felsefi bir tartışmaya rastlanılmamaktadır. Her ne kadar Platon'un da hocası olan Sokrates'in metinlerinde güzel ile ilgili diyaloglara rastlanmakta ise de, bu iddialar Sokrates'ten sonra ortaya atılmıştır. Bu çalışmada güzel üzerine düşüncelerin tarihine başlangıç olarak Platon kabul edilmektedir.

Platon, güzel üzerine sistematik olarak düşünen ilk düşünürdür. Platon'un güzellik üzerine düşüncelerine, *Büyük Hippias (Major Hippias)*, *Şölen (Symposion)* ve *Phaidros* diyaloglarında rastlanmaktadır. Atina doğumlu Yunan sofist Hippias, Platon'un *Büyük Hippias* ve *Küçük Hippias* diyaloglarında Sokrates ile sohbet etmekte, etik ve güzellik konularında fikir alışverişinde bulunmaktadır. Kendisi bir felsefe geliştirmemiş olan Hippias, varolan felsefi düşünceleri etkili bir şekilde değerlendirmiştir. Birçok alanda çalışan Hippias, sadece şiir, retorik, felsefe ve politika alanlarında değil, matematik, heykel, resim ve müzik alanlarında da çalışmalarda bulunmuştur. Sokrates ile aynı dönemde yaşamış olan Hippias, Sokrates ile *Büyük Hippias* diyalogunda "güzel" kavramı üzerine tartışmalar gerçekleştirmiştir.

Sokrates ile Hippias arasındaki diyaloglardan oluşan *Büyük Hippias*, güzel kavramının da ilk kez tanımlandığı, ya da daha doğru bir ifade ile "ne olduğu" nun sorulduğu ilk metinler olarak öne çıkmaktadır. *Büyük Hippias* diyalogunda Sokrates, Hippias'a "Güzel nedir?" sorusunu yöneltmekte ve Hippias güzeli, "Güzel bir kadın¹, gerçek güzelliştir" (Platon, 1759: 50) cevabını vermektedir. Diyalogun devamında Sokrates bu cevabı kabul etmemekte, Hippias ise yeni cevaplar vermekte, ancak Sokrates bu cevapları da yeterli görmemektedir. Sokrates'in, Hippias'ın ağzından aldığı sekiz "güzel" tanımının hiçbiri uygun değildir (Jimenez, 2008: 153). *Büyük Hippias* diyalogu "Güzel nedir?" sorusuna cevap aramakta ise de, daha çok güzelin ne olmadığı üzerinden devam etmektedir.

Platon'un güzellik kavramı ile ilgili düşünceleri zaman içerisinde değişiklik göstermektedir. O yüzden Platon'un güzellik kavramını ele alışı üç dönemde incelemek daha yerinde olacaktır. Bunlardan ilki, gençlik yıllarında güzel ile ilgili düşünceleridir. Platon'un gençlik döneminin en önemli metni yuvarıkta da bahsettiğimiz *Büyük Hippias* diyalogudur. Platon bu metninde daha çok güzelin ne olmadığı üzerinde durmakta ise de, özünde güzelin tanımına ulaşmak istemesi ve ilk defa güzeli konu alması nedeniyle önemlidir.

Platon olgunluk döneminde ise, güzeli daha derinden ele almaya çalışmaktadır. Bu dönemde güzeli konu alan en önemli metni *Şölen*'dir. Aşk ve ölümsüzlüğü konu alan *Şölen*, adını Yunancada "birlikte içme" anlamına gelen "Symposion" kelimesinden almaktadır. *Şölen* diyalogu, seçkin bir topluluğun sevgi üzerine konuştukları, tartıştıkları bir diyalogdur. *Şölen*, sözcük olarak bir konuşma, söyleşme, tartışma biçimi olduğu için, diyalogda tek bir görüşün açıklanması ve temellendirilmesi yapılmaz, birçok görüş bir arada, tartışma içinde sergilenir (Taşdelen, 2008: 386).

Platon, *Şölen*'de güzelliği, ruh güzelliği ve beden güzelliği olarak ikiye ayırmaktadır. *Şölen*, Eros örnekleme üzerinden ilerlemektedir. Eros aracılığıyla güzel olana ve ölümsüzlüğe ulaşmak amaçlanmaktadır. Platon'a göre, ölümsüzlüğe de iki yolla ulaşılabilir. Bunlardan ilki beden yoluyla, ikincisi ise ruh yoluyla.

"Bedenlerinde bereket taşıyanlar, daha çok kadınların yolundan gider; onların sevme yolu, çocuk yetiştirip, ölümsüzlüğü sağlamaktır. Adlarını yaşatarak, gelecek bütün zamanlarda mutluluğa ereceklerini sanırlar, ama bir de ruhlarında bereket olanlar vardır ki; onlar, bedenden çok daha bol verirler ürünlerini. Şimdi can kulağıyla dinle beni: Sevginin şimdi vardığımız yerine kadar giden adam, bütün güzel şeyleri birbirini ardı sıra ve doğru olarak gördükten sonra, sevgilerin sonuna ulaşarak, birdenbire eşsiz bir güzellikle, güzelliğin özü ile karşı karşıya gelir. İşte buna varmak içindir bütün emekleri. Bu güzellik artık hep vardır; doğumsuz, ölümsüz, artmaz, eksilmez bir güzelliştir; bir bakıma güzel, bir bakıma çirkin, bugün güzel,

¹ Floyer Sydenham tarafından yapılan orjinal çeviride Maiden ifadesi geçmektedir. Maiden kelime karşılığı olarak: Bakire, masum, el değmemiş gibi anlamlara gelse de bir çok çeviride "Kadın" kelimesi kullanılmaktadır.

yarın çirkin, şuna göre güzel, buna göre çirkin, bir yerde güzel, bir yerde çirkin, kiminin gözünde güzel, kiminin gözünde çirkin bir güzellik değildir. Kendini bir yüzde, elde, ayakta, bedene bağlı hiçbir şeyde göstermeyecek ne bir söz olarak, ne bir bilgi, ne bir canlıda, ne başka belirli bir varlıkta bulunmayacak, ne yerde, ne de gökte, hiçbir yerde olmayacak, ama kendi başına, kendi ile bir bütün olarak var olacak bir güzelliştir. Bütün güzellikler ondan pay alır; kendisi, onların parlayıp sönmeleriyle ne artar ne eksilir, ne de değişikliğe uğrar. Demek ki insan, doğru düşüncelerle, gençlik sevdasının dünya gerçeklerinin üstüne çıktı mı o güzelliği görmeye başlar. O zaman, artık neredeyse sevginin yüce sınırlarına ermiştir” (Platon, 2000: 50).

Platon bu noktadan sonra artık güzellik düşüncesini idea boyutuna taşımaktadır. Güzel artık görece-li ya da yaratılabilir değil, kendiliğinden güzel olandır. Platon’a göre, bu dünyada güzel olarak gördüğümüz herşey, idealar dünyasındaki gerçek güzelin bir yansıması, kopyasıdır. Onun güzelliği, idealar dünyasındaki güzelliğinden gelmektedir. Platon’un idealar dünyasına kısaca değinmek gerekirse; Platon’a göre, “gözle görünen ama kavranamayan ve kavranan ama gözle görülemeyen” olmak üzere iki dünya vardır (Devlet, 507c). Gözle görünen dünya, içinde bulunduğumuz yaşadığımız dünyadır. Bu dünya içerisinde gördüğümüz nesnelere hakkında ancak bir fikre sahibizdir. Gerçekte tam olarak o nesnelere hakkında bilgi sahibi değilizdir. Oysa gözle görmediğimiz dünyada, idealar dünyasını tam olarak kavrayabiliriz. Gözle görmesek bile, hakkında tam bilgiye sahibizdir. Gözle görülür dünyada gördüklerimiz ise, ancak idealar dünyasındaki gerçeğinin sadece taklitidir. Platon taklit konusunda sanata da değinmekten geri durmamıştır. Platon’a göre, sanat ve dolayısıyla sanatçı, idealar dünyasının yansımalarını taklit eden bir taklittir. Platon buna “mimesis” adını vermektedir. Yunanca “mimetisthai” kökünden gelen mimesis sözcüğü, “taklit etmek” anlamına gelmektedir (Doğan, 1975: 70). Ancak burada, Platon’un güzellik kavramı üzerinde durulduğu için, mimesis kavramının detaylarına girilmeyecektir. Yine de belirtilmesi gerekir ki Platon, sanatçıyı aynanın karşısındakileri taklit ettiği gibi, idealar dünyasından yansıyanları taklit eden olarak görmektedir.

Platon’un güzellik anlayışındaki üçüncü evre ise yaşlılık evresidir. Bu aşamada artık Platon, güzellik ile matematiği bir araya getirmektedir. Platon yaşlılık evresinde metafizik dünyadan vazgeçerek simetri ve oranı güzellik ile eşdeğer tutmakta, iyi ve güzelin tanımlayıcı ilkesi olarak belirtmektedir. Ölçü, uygun ilişkilerin, oran ve aritmetik yoluyla belirlenmesidir; çabalarını ve ümitlerini güzelliğe yönelten tüm yaratımın uyması gereken ideal standardı oluşturur ve bütün güzellik yargısının temel aldığı rasyonel tabandır (Pacteau, 2005: 30). Sadece geometrik formları güzel olarak kabul eden Platon, form güzelliği ile nesnenin güzelliğini aynı anlamda kullanmamış, form güzelliğini nesnenin güzellik prensibi olarak ifade etmiştir. Eğer bir objede sayı tam ise, bu objeler özleri gereği güzeldir (Kavuran, 2010: 14). Platon’un güzellik anlayışı, kendisinden sonra gelen birçok filozofun ilgisini çekmiş ve onlarda güzelliği tanımlamak için arayışlara girmişlerdir. Özellikle Platon’un da öğrencisi olan Aristoteles, matematiksel oranı göz önünde bulundurarak, güzelliği tanımlamaya çalışmıştır.

Aristoteles, başta hocası Platon olmak üzere kendisinden önceki diğer filozoflar gibi güzellik kavramına değinmektedir. Ancak Platon’un aksine, Aristoteles’in, özellikle güzel kavramı üzerinde durduğu ya da başlı başına güzeli ele aldığı bir eseri bulunmamaktadır. Bunun yerine, *Metafizik* ve *Poetika*’da güzel kavramına değinmiştir. Aristoteles, güzellik kavramını hocası Platon’un yaşlılık döneminde olduğu gibi, matematik ile açıklamaktadır. Aristoteles’e göre güzellik, simetri ve orandır. Ancak Aristoteles, Platon’un aksine güzellik kavramını idealar dünyasında değil, içinde yaşadığımız gerçek dünyada aramaktadır ve güzelliğin temelini matematik olarak görmektedir.

“Matematik bilimlerinin güzel ve iyi hakkında hiçbir şey söylemeyeceklerini öne sürenler aldanıyorlar. Şüphesiz, matematik bilimleri güzel ve iyiden söz ederler ve onları ortaya koyarlar. Ancak bunu onların isimlerini anmadan yapıyor, fakat onların görevlerini ve orantılarını gösteriyorlarsa, bu durum karşısında, onların bunlardan söz açmadığı anlamı çıkmaz. Güzelin temel formları, düzen ve sınırlılıktır; yani çoğu matematik disiplinler tarafından kanıtlanan şey” (akt. Tunali, 2011: 213).

Aristoteles, Platon'un aksine güzelin nesnel özellikleri ile ilgilenmiş, daha somut özellikler üzerinde durmuştur. O'na göre güzellik maddesel bir olgudur ve ancak matematiksel olarak, oran, simetri ve düzen ile belirlenebilir. Aristoteles'in düzen ile ifade etmeye çalıştığı şey, güzelin gelişigüzel ortaya çıkmadığıdır. *Poetika* adlı eserinde bunu şöyle ifade etmektedir:

"Bundan başka "güzel" ister canlı bir varlık, isterse belli parçalardan oluşmuş bir nesne olsun, sadece içine aldığı parçaların uygun düzenini göstermez. Aynı zamanda onun gelişigüzel olmayan bir büyüklüğü vardır. Çünkü güzel, düzene ve büyüklüğe dayanır. Bundan ötürü ne çok küçük bir şey güzel olabilir, çünkü kavrayışımız, algılanamayacak kadar küçük olanın sınırlarında dağılır, ne de çok büyük bir şey güzel olabilir. Zira o, bir kez de kavranamaz; bakanda birlik ve bütünlüğü sağlayamaz" (1987: 27).

Aristoteles'in, Platon ile olan görüş ayrılıkları mimesis kavramında da kendini göstermektedir. Sanatı bir taklit olarak gören ve bu nedenle olumsuzlayan Platon'un aksine Aristoteles, taklit kavramının sanatı değersizleştirmedini, aksine güçlendirdiğini iddia etmiştir. Doğada eksik ya da tamamlanmamış olarak var olan bir obje, sanatçının çalışmasında tamamlanarak daha güzel bir eser haline dönüşebilmektedir. Aristoteles'in kendi ifadeleriyle: "Şiir sanatı varlığını insan doğasında temellenen iki temel nedene borçlu gibi görünüyor. Bunlardan birisi taklit içtepi'si olup, insanlarda doğuştan vardır... İkincisi, bütün taklit ürünleri karşısında duyulan hoşlanma'dır ki, bu insan için karakteristiktir. Çünkü gerçeklikte hoşlanmayarak baktığımız bir nesne özellikle tamamlanmış bir resim haline geldiğinde, bu kez ona hoşlanarak bakarız" (1987: 16).

Poetika'da, sanat türlerini sınıflandıran ve özellikle tragedya sanatı üzerinde duran Aristoteles, katharsis sayesinde estetik ve etik olanı da birbirine yaklaştırmıştır. Tragedya sayesinde insanların, düzenli şehir hayatı nedeniyle açığa çıkartamadıkları coşku ve duygularını açığa çıkardıklarını, bunun ise insanları erdemli olana yaklaştırdığını ifade etmektedir. Sanatçının görevi sanat alanında gerçekleştirdiği etkinlikler aracılığıyla etik alanda bir arınma, temizlenme meydana getirmektedir (Taşdelen ve Yazıcı, 2012: 82).

Platon ve Aristoteles'ten sonra ilkçağda güzellik ve estetik üzerine düşünen bir diğer filozof ise Plotinus'tur. Plotinus'un güzellik ile ilgili düşüncelerine, altı kitapta toplanan, her biri kendi içerisinde dokuz bölümden oluşan ve öğrencisi tarafından bir araya getirilen *Ennaadlar*'ın ilk kitabının altıncı bölümünde rastlanır. Plotinus'un güzellik felsefesi, Platon ve Aristoteles'in düşüncelerine dayanmaktadır. Platon'da karşımıza çıkan, kendinden güzel olan ve güzelden pay aldığı için güzel olan ikiliği, Plotinus'ta da karşımıza çıkmaktadır. Kendiliğinden güzel olan idea'dır ve diğerleri ancak idea'dan pay alabilirlerse güzeldir. Plotinus'un güzellik ile ilgili düşünceleri ontolojiktir ve tanrı fikrinden yola çıkarak oluşturulmuştur. Güzelliği tanrıyla birleştirmeye çalışmıştır.

Plotinus her ne kadar estetik düşünceleri bakımından Platoncu olsada, sanatçının sanat eserini oluşturma süreci ile sanatın taklit olduğu düşünceleri bakımından Platon'dan ayrılır. Plotinus'a göre sanatçı, sanat eserini oluşturma sürecinde felsefi düşünceden faydalanır, çünkü sanatçı duyularla algılanabilen nesnelere ziyade, belirsiz yansımalar olan düşünceleri kavrayıp betimlemeye ve sembolize etmeye çalışmaktadır. Bu nedenle ruhun ulaşabileceği en yüksek bölgelere düşünce yoluyla ilerlemelidir (Korkmaz, 2013: 40).

Düşünce tarihinin en erken dönemlerinden itibaren güzelliğin bir problem olarak irdelenmesi, gelecekte felsefe için yeni bir çalışma alanının doğmasına neden olmuştur. Baumgarten tarafından isimlendirilen estetik üzerine ilk ciddi çalışmalar, Klasik dönem filozofları tarafından yapılmış ve özellikle orta çağ estetiği üzerine önemli katkılar sağlamıştır.

Orta Çağ Döneminde Estetik

Orta Çağ'ın estetik anlayışı, ilkçağın estetik anlayışının üzerine kurulmuştur. Klasik dönemdeki estetik anlayış ve yargılar, Orta Çağ'ın yargılarına göre elden geçirilerek bir takım estetik anlayışlar oluşturulmuştur. Temel olarak Klasik dönem estetik anlayışını kullansa da Orta Çağ estetiği daha çok teo-

lojik bir yaklaşıma sahiptir. Bu dönemde Hristiyanlığın baskın olması nedeniyle, güzellik anlayışında da Hristiyanlığın etkileri hissedilmektedir. Orta Çağ'da güzellik anlayışları ile öne çıkan düşünürler; Augustinus ve Aquinolu Thomas'tır.

Augustinus, Roma'lı bir subayın oğludur ve dindar bir aileden gelmektedir. Ancak gençlik yıllarında dinden ve dini öğretilerden uzak durmuştur. Daha çok eğlence ile geçen gençlik yıllarında bile güzellik kavramı ile ilgilenmiş olan Augustinus, *İtiraflar* adlı kitabında o dönemi şöyle ifade etmektedir: "aşağı güzellikleri seviyordum; uçuruma sürüklendiğim için, dostlarıma sesleniyordum: Güzellikten başka bir şey sevebilir miyiz? Güzel nedir öyleyse? Güzellik nedir? Sevdiğimiz şeylere bizi çeken, bizi onlara bağlayan nedir? Onlar güzel olmasalardı bizi etkileyebilirler miydi?" (2010: 50). Augustinus'un güzellik düşüncesi Hristiyanlığı kabul etmesiyle beraber değişmeye başlamıştır. Hristiyan olduktan sonra, özellikle de aziz mertebesine erişmesinin ardından güzellik anlayışını Tanrı'ya dayandırmaya başlamıştır.

"Augustinus'a göre, güzel dıştan gelen bir şey değildir, çünkü güzele esas olan birlik ve varlığa da esastır ve tek tek cisimler ve canlılar tam da bu yüzden gerçekte oldukları derecede güzeldirler. Düzen, sayı ve bağlantı içerdiğinden rasyonel bir karaktere sahiptir... Düzenin kavranması normatiftir: Düzensel nesne olması gerektiği gibi olan olarak algılanır ve anlaşılır. Bu normatif yön sanatçılara görmeleri gerekeni olduğu gibi görmelerinde yardım eder. Ne var ki, bu duyumda verilen bir şey olmayıp ilahi aydınlanma yoluyla gerçekleşen bir şeydir. Tanrı'nın ışığı sayesinde tanrısal biçimler sanatçının zihninde oluşur. Bundan çıkan sonuç şudur: Güzeli gören kişi güzel yargısından tamamen neseldir, çünkü güzel öznal ölçüt kabul etmediği gibi, görecelik içeren bir kaynaktan da gelmez" (Taşdelen ve Yazıcı, 2012: 86).

Gençlik yıllarında güzelliği uyum'da arayan Augustinus, din adamı olduktan sonra bu uyumu "birlik" olarak ifade etmiştir. Ancak birliği yalnızca Tanrı'ya atfetmiştir. Yani Augustinus'a göre diğer bütün varlıklar, bu birliğin yani Tanrı'nın izlerini taşımaktadır. Gençlik yıllarında bahsettiği uyum ve orantı da bu birliği aramakta O'na ulaşmaya çalışmaktadır.

Augustinus, Klasik dönem filozofları gibi kendinden güzel ve bağıntılı güzel ayrımını yapmış, güzelle birliği özdeş saymıştır (Sena, 1971: 189). Bağıntılı güzel olarak ifade edilen ve doğada karşımıza çıkan, gördüğümüz zaman güzel olduğunu kabul ettiğimiz güzeldir. İkincisi ise, kavram olarak güzeli anlayabilmek olan kendiliğinden güzeldir (Özel, 2014: 122). Augustinus, güzelin tek olarak sadece Tanrı'da var olduğunu, O'nun hem güzel hem de iyi olduğunu ifade etmektedir.

Orta Çağ döneminin güzellik anlayışı daha çok din merkezli olarak ele alınmaktadır. Orta Çağ'da, metafizik bakış açısı ile estetik ve güzele yaklaşan Klasik dönemin aksine, güzel ve estetik kavramlarına, Hristiyanlık temelli yaklaşılmaktadır. Bu dönemin bir diğer önemli felsefecisi Aquinolu Thomas'dır.

İtalyan din adamı ve teolog olan Thomas, orta çağ felsefesinde hakim olan genel düşüncenin aksine düşünceyi sadece teolojinin metotları ile sınırlandırmamış, akli da felsefesinin içerisine katmıştır. O'na göre, akıl ve inanç farklı kavramlardır ve her ikisi de birer bilgi kaynağıdır. Thomas'ın estetik görüşünde de benzer bir ayrım söz konusudur. Sanat ve güzellik kavramları için yaptığı ayrım Thomas'ın estetik görüşünü ifade etmektedir. Ona göre sanat, belirli bir pratik ve düzen içerisinde yapılan bir iş, bir pratik iken, güzellik bir eylem içermeyen salt bilmedeki derin düşüncedir. Thomas için güzel üç nitelik taşımalıdır (Özel, 2014: 125). Bu nitelikler; bütünsel olması, kendi parçaları arasında uyum ve doğru oranlara sahip olması, son olarak ise nesnenin açıklık özelliğine sahip olmasıdır. Bir nesne, bu üç koşuldan herhangi birini taşııyorsa o nesne için güzel tanımını yapmak Thomas'a göre mümkün değildir (Korkmaz, 2013: 43).

Güzellik ve estetik üzerine başlı başına bir yapıtı bulunmayan Thomas'ın bu konudaki fikirleri *Summa Theologica* adlı eserinin bazı bölümlerinden anlaşılmaktadır. Dinsel ve metafiziksel bir yaklaşım ile yazılan eserinde, inanç, ahlak gibi kavramları ele almaktadır. Ahlak ve inanç gibi kavramları teolojik olarak incelerken, akli da göz ardı etmemektedir. Güzelliğin düzen ve orantıdan meydana geldiğini söyleyen Thomas'a göre, güzel ve iyi kavramları birbiri ile ilişkilidir, hatta temelde aynı şeydir. Ancak ikisi arasındaki fark, iyilik, arzulama ile ortaya çıkarken, güzellik, bilişsel (cognitive) bir beceridir (Thomas, 1947: 33). Yani güzel olanı görmek yetmez, aynı zamanda bilinçli olarak algılamakta gerekmektedir.

Thomas kendisinde tamlık (bütünlük) yetkinlik, uygun oranlarla açıklık bulunan şeylerin güzel olabileceğini savunmuştur. (Sena, 1971: 189). Tamlık ya da bütünlük gereklidir. Çünkü eksik olan bir şey, bu eksiklikleri nedeniyle biçimden yoksundur ve bütünlük, nesne amacına ulaştığında gerçekleşir. Güzellik amaçlılığın sonudur (Taşdelen ve Yazıcı, 2012: 87). Bir bütünü meydana getiren parçalar arasında da uyum ve oran olmalıdır. Thomas oranı, salt matematiksel olarak ele almamakta, varlığın doğasına ve amacına uyumlu olmasını da kastetmektedir. Uyum ve oranı, ahlak ile de ilişkilendiren Thomas, ruhsal güzelliğin davranışlar ile uyumlu olması gerektiğini de ifade etmektedir. Thomas'ın güzelin ilkelerinden üçüncüsü olarak ifade ettiği açıklık ise, birçok kültürde varolan, Tanrı-Işık eşleştirmesinden yola çıkmaktadır. Thomas'a göre ışık, bedenın içerisinden yükselir. Mutluluğa ulaşan bedenın ışığı, ruhun aydınlığı ile aynıdır ve bir nesneye güzel denebilmesi için, o nesneye bakan kişinin bütünlük ve uyumu kavrayarak, bu uyumdan gelen ışığı bilişsel olarak algılaması, bundan haz duyması gerekmektedir.

Hristiyanlığın resmi bir din olarak yayılmasından, Rönesans'a kadar geçen zamanda, insan bedeni ve güzellik kavramları birbirinden uzak tutulmuştur. Güzellik, Tanrı'ya atfedilmiş ve din merkezli bir estetik anlayış benimsenmiştir. Klasik Dönem Estetiği güzellik ve sanattan bahsederken doğaya yönelmiş, Orta Çağ Estetiği ise Tanrı ve din merkezli olarak gelişmiştir.

Rönesans Estetiği

Orta Çağ'ın sonlarına doğru din adamları ve kilisenin güçlerini kaybetmeye başlamasıyla birlikte, felsefe ve inanç kavramları birbirinden ayrılmaya başlamıştır. Din adamlarının otoritesinin zayıflaması, felsefede aklın yavaş yavaş ön plana çıkmasına neden olmuştur. 'Yeniden doğuş' ya da 'canlanma' anlamına gelen Rönesans sözcüğü düşünceyi özgürleştirerek, orta çağın durağanlığının önündeki engelleri kaldırmıştır (Özel, 2014: 128). Rönesans ile birlikte, siyasi, ekonomik ve bilimsel alanda birçok yenilikler olmuştur. Yeni bir evren anlayışı ve bilimsel arayışlar, sanatta da etkisini göstermektedir. Sanat temel olarak doğayı incelemeyi, onu taklit etmeyi konu edinmiş, ancak insanı göz ardı etmemiştir. Rönesans döneminde estetik ile ilgili yazılı kaynaklara rastlanmamaktadır. Bu dönemin estetik anlayışı, sanat çalışmalarında kendisini göstermektedir. Rönesans estetiğinde sanat, doğayı inceleyen, içeriği sonsuz ve kısa bir formüldür. İki önemli yönü vardır. Öncelikle sanatçı teknik ve eğitsel incelemelerini doğa üzerine yapmalı, insan vücudu ve doğanın görünüşü çırılçıplak verilmelidir (Doğan, 1975: 84). İkinci olarak ise, bilimsel bilgi ile estetik bilgi karşı karşıya getirilmemelidir.

İnsan vücudu ve doğayı inceleyen Rönesans estetiği, matematiksel verileri kullanmaktan çekinmemektedir. Oran ve perspektif, bu dönem güzelin ölçülerinin belirlenmesinde kullanılmıştır. Rönesans estetiğinin ilkelerinin Marcus Vitruvius Pollio'nun *De architectura* adlı eserinden geldiğini ifade eden Castelli, *Rönesans Estetiği* kitabında bu ilkeleri şu şekilde sıralamıştır:

"Rönesans'ın estetik kategorileri, Marcus Vitruvius Pollio'nun *De architectura* adlı eserinde kendilerine bir model ve yaşamsal dürtü bulur. Mükemmel bir yapının altı ögesini şöyle sıralar: *ordinatio* (düzenleme), *dispositio* (planlama), *symmetria* (simetri), *eurythmia* (uyum), *decor* (süs, süsleme) ve *distributio* (dağıtım, dağılım). ... Bu kategoriler gerçekten toplumsal yaşamın parçası olur, dahası onun temeli olur ve onun, Rönesans'ın estetik evreninin varsayımlarının dayandığı 'oran', 'ölçü' ve 'kural' kavramlarına yönelen zevkini oluşturur ve düzenler" (2005: 35).

Güzel olarak doğa ve insanı incelemeyen, bunun yerine varlık üzerinde duran Orta çağ estetiğinin aksine Rönesans estetiği güzelliği, doğayı ve insanı bilimsel kurallar ile incelemektedir. Orta çağda sanat olarak müzik ve geometri benimsenmişken, Rönesans'ta resim ve mimari ön plana çıkmaktadır. Perspektif, oran ve uyum, mimari ve resimde kullanılarak güzelliğe ulaşılmaya çalışılmıştır.

Yeniçağ Döneminde Estetik

Yeniçağ dönemi düşünürlerinin ortak özelliği, estetik tarihi açısından bakıldığında estetik bilginin diğer bilgi türlerinden ayrıldığı üzerinde durmalarıdır. Özellikle Alman düşünürlerin etkisinde geçen Yeniçağ'da, Kant ve Hegel, estetik bilginin ve yargının temel kaynağının öznel olmasına karşın nesnel ve genellenebilir olup olmadığı üzerinde durmuşlardır.

Kant'ın felsefesinin özünü 'eleştiri' oluşturur. Eleştiriye çalışmalarının yöntemi olarak kullanan Kant'ın en önemli eserleri *Salt Aklın Eleştirisi* (1781), *Pratik Aklın Eleştirisi* (1788) ve *Yargı Gücünün Eleştirisi* (1790)'dır. Her kitap farklı bir konuyu incelemektedir. *Salt Aklın Eleştirisi*'nde doğayı ve doğanın düzenini inceleyen Kant, *Pratik Aklın Eleştirisi*'nde ise ahlak kavramını ele almıştır. *Yargı Gücünün Eleştirisi* kitabında ise merkeze 'güzel' kavramını oturmuştur. Kant'ın estetik ile ilgili görüşleri de bu kitapta yer almaktadır. İnsanın çevresini ve doğayı anlamak için pratik aklı kullandığını ifade eden Kant, *Yargı Gücünün Eleştirisi* kitabında teorik akıl ile pratik akıl arasında olan yargı yetisini, amaçsal yargı ve estetik yargı olmak üzere ikiye ayırmaktadır (Özel, 2014: 156). Kant'ın bu kitabında temel amacı estetik yargıyı kendi başına özerk bir yargı olarak ele almaktır. Estetik değeri, bir diğer ifade ile güzeli, iyi ya da doğru olandan ayırıp tek başına bir değer olarak incelemeye çalışmıştır.

Kant, güzeli tanımlarken daha önce *Salt Aklın Eleştirisi* kitabında vermiş olduğu şablonu esas almıştır. Nitelik, nicelik, ilişki (amaçsallık) ve yön (Yetkin, 2007: 70) olmak üzere önermeler kullanan Kant, her bir önermede güzel'in ya da estetiğin farklı bir özelliğini vurgulamaktadır.

Nitelik bakımından güzel, herhangi bir çıkar ya da karşılık gözetmeksizin hoş giden şeydir. Burada temel nokta, haz alma ya da almamadır. Bir şeyin güzel olup olmadığını söyleyebilmek için o şey hakkında herhangi bir şey bilmemize gerek yoktur. O'ndan haz alıp almamız önemlidir. Kant bu noktada güzel'i, hoş ve iyi gibi kavramlardan ayırmaya çalışmaktadır. Herhangi bir şeye iyi diye bilmek için o şey hakkında bilgi sahibi olmamız gerekmektedir. Ancak güzelde böyle bir gereklilik bulunmamaktadır. Bir şey sadece bizde haz uyandırdığı için güzeldir.

"Hoş, güzel ve iyi, buna göre tasavvurların haz ve acı duygularıyla üç farklı ilgisini gösterir. Hoş demek, herhangi birine zevk veren şey demektir.; güzel, salt hoş giden şeydir; iyi ise, değerlendirilen, kabul edilen şeydir. Yani objektif olarak değerlendirilen şeydir. Hoş, akıldan yoksun canlılarda, hayvanlarda vardır. Güzellik yalnız insan için vardır, yani akıllı canlılar için. İyi ise genel olarak akıl sahibi canlılar için vardır" (Tunalı, 2011: 251).

Nicelik olarak güzel ise, beğenilen şeylerin genel olmasıdır. Yani beğeni kavramı genel, herkeste bulunmalıdır. Beğeni duygusu kendi başına öznel bir duygu olmasına rağmen, bir şeyi güzel bulan kişi onu genellemek isteyecektir. Ancak burada genellemek istediği, kendisinin beğendiği şeyin güzel olduğu değil, güzellik yargısıdır. Burada güzellik yargısının genelliği nesnel bir genellik değil öznel bir genelliktir. Ama genelliğin temel özelliği nesnelliktir (Bozkurt, 2012: 146).

İlişki bakımından incelediği üçüncü önermesinde Kant, amaçsallığa bakmaktadır. Kant'a göre amaçsallık ikiye ayrılmaktadır. Nesnel amaçsallık bir kavrama bağlı iken öznel amaçsallık ise herhangi bir kavrama değil hayal gücüne bağlıdır. Nesnel amaçsallık olarak ahlaki yargıları gösteren Kant, öznel amaçsallık için ise estetik yargıları işaret etmektedir. Birinci önermede bahsedilen güzelden alınan haz, herhangi bir kavrama bağlı değildir, algılanan biçime bağlı öznel bir amaçsallıktır.

Güzelin ne olduğuna dair yaptığı dördüncü önermede Kant, güzeli kavramsız olan zorunlu bir hoşlanmanın konusu olarak tanımlar. Burada Kant, beğeni yargılarının da zorunlu olduğunu söylemektedir. Ona göre beğeni yargısı hem öznel hem de herkesten onay beklemektedir. Estetik yargıda bulunan bir kişi kendi öznel yargısını verirken, aynı zamanda herkesin katılacağı evrensel bir yargı da vermektedir (Korkmaz, 2013: 48).

Kant'ın estetik ile ilgili düşüncelerinde önemli olan bir diğer nokta, estetiğin özelliklerinden olan güzel ve yüce kavramlarını birbirinden ayrı tutmasıdır. Kant (2011: 101), doğal güzelliğin nesnenin biçimselliği ile ilgili olduğunu, yüceliğin ise biçimden yoksun olduğunu ifade etmektedir. Bir başka deyişle yücelik onu algılayan kişinin algılaması ile alakalıdır. Kişinin zihninde belirir. Yüce'nin de tıpkı güzel gibi evrensel olduğunu ve haz uyandırdığını ifade eden Kant, güzelin kendi içerisinde bir uyum taşıdığını, yüce'nin ise uyumsuzluklardan var olduğunu söylemektedir. O'na göre çiçek güzeldir, ancak çiçeklerle dolu uçsuz bucaksız dağlar yücedir. Güzel büyük olmalıdır, güzel küçükte olabilir. Yüce yalnız olmalıdır, güzel bezenip süslenebilir. Büyük bir yükseklik, büyük bir derinlik kadar yücedir (Kant, 1764: 10).

Kant, *Yargı Gücünün Eleştirisi* kitabında 'deha' kavramına da değinmektedir. Deha kavramı ile birlikte sanattan da söz eden Kant, sanatın güzelliği ile doğanın güzelliğini birbirinden ayırmaktadır. Doğanın güzelliği beğeniye gerektirirken, sanatın güzelliği ise dehayı gerektirmektedir. Sanattaki güzellik ile doğadaki güzelliği birbirinden ayıran bir diğer düşünür ise Hegel'dir.

Hegel'in estetik ile ilgili görüşlerine, ders verdiği yıllarda (1823-1829) öğrencileri tarafından tutulan notların ölümünden sonra bir araya getirilmesiyle oluşan *Güzel Sanatlar Üzerine Notlar* (1835) adlı kitabında rastlanmaktadır. Hegel eserinde Baumgarten tarafından ortaya atılan 'estetik' kavramını kabul etmekte, ancak bu kavramın kendi amacını ifade etmede yeterli olmadığını, kendisi için daha uygun ifadenin 'Sanat Felsefesi' ya da tam olarak 'Güzel Sanatlar Felsefesi' olduğunu belirtmiştir (1835: 1). Hegel, güzel üzerine düşüncelerini açıklarken, Antik Yunan felsefesine ve Kant'a dayanır. Platon ve Aristoteles'in güzellik üzerine düşüncelerini geliştirerek sanat felsefesine aktarmıştır.

Hegel, güzel düşüncesini açıklamak için 'tin' (ruh, ide)'i temel almıştır. Subjektif Tin, Objektif Tin ve Mutlak Tin olmak üzere tin'i üçe ayırmıştır. Subjektif Tin; ruhun gelişmemiş aşamasıdır. Ruh kendi kendinedir. Bireysel bir tindir. Objektif Tin; tin bu aşamada kendini yeniden gerçekleştirmeye başlamış, doğadan ayrılmıştır. Nesnel Tin'dir ve Hegel'in ahlak, politika felsefelerinin konusudur. Mutlak Tin; Öznel ve Nesnel Tin'in sentezidir. Sanat, din ve felsefe mutlak tinin konusudur (Stace, 1986: 185, Özel, 2014: 178).

Hegel, estetiği ele alırken, doğa ve sanat güzelliğini ayrı ayrı ele almaktadır. Güzel dendiğinde doğanın güzelliğini değil sanat güzelliğini ifade etmektedir. Hegel'e göre; sanat güzelliği mutlak tinden doğmuştur, tamamlanmış bir güzelliştir ve bu nedenle tamamlanmamış olan doğal güzelden üstündür (Hegel, 1835: 2). Elbette ki doğada da güzel vardır ancak o daha çok kendisini izleyen zeka için güzeldir, yani dışsal bir güzelliştir. Bu noktada Hegel biçimsel bir güzel üzerinde de durmakta ve fiziksel güzelliği, düzenlilik ve simetri, bir yasaya uygunluk, uyum ve sadelik olarak tanımlamaktadır. Sanat güzelliği ise tindir. Düşüncenin duygusal belirlenişidir. Hegel'e göre sanat ya da diğer bir ifadeyle sanat güzelliği belirli aşamalardan geçerek bugünkü haline ulaşmıştır. Bu ayrım Hegel'in sanat eserlerine bakışını da ortaya koymaktadır. Sanatın, sembolik, klasik ve romantik olmak üzere üç aşamada geliştiğini ifade eder.

Sembolik sanat, sanatın başlangıcıdır. Tin henüz kendini keşfedememiştir ve bu nedenle sanatsal obje ile arasında uyumsuzluk bulunur. Sembolik sanat bizde, heyecan, hayranlık ya da şaşkınlık uyandırabilir. Ancak henüz tin gerçek şeklini bulmamıştır. Hegel, Çin, Mısır gibi ülkelerin sanatını sembolik sanat olarak ifade etmektedir. Dev tapınaklar ve yapılar bunun en güzel örneğidir. Klasik sanatta ise ide artık kendini keşfetmiştir. Bu dönem insanın kendini tanıması ve yüceltmesi ile ortaya çıkmıştır. Klasik sanatın amacı ruh ile maddenin uyumunu göstermektir. Sembolik dönemdeki tapınaklarda ya da hayvan büstlerinde bu uyum görülmemektedir. Bu uyum Yunan ve Rönesans döneminde de sık karşılaşılan insan heykellerinde görülmektedir.

"Güzelliği teşkil eden iki unsurun mükemmel surette ahenkleşmesi için, ilk unsur olan fikrin kendi mahiyetini ve hürriyetini idrak etmesi zaruridir. Bu fikre uygun gelen ve şahsî ruhu ifade eden şekil, ancak insan şekli olabilir. Ancak insan şeklidir ki ruhu ifadeye kabiliyetlidir... Grek idealinin temeli, ruhla mahsus şekil arasındaki bozulmaz ahenktir. Fakat bu ahenkte, bu sükûnette soğuk ve cansız bir şey var. Klasik sanat, ne ilahî mahiyetin hakikî zatını anlamış, ne de ruhun derinliklerine kadar inmiştir" (Hegel, 1936: 12).

Klasik sanat, sanatın tamamlanmış şekli değildir. İde hala özgür değildir. Sanatın tamamlanmış hali Romantik Sanat'tır. Romantik Sanat; sanatın gelişme evresinin en son basamağı olan modern sanattır. İde klasik sanatın aksine artık herhangi bir bedene sığamayacak kadar büyümüştür (Yetkin, 2007: 110, Özel, 2014: 185). Sembolik sanattaki taşkınlığın tam tersi olarak bu defa madde değil ruh taşkındır. Hegel sembolik sanat olarak Hristiyan sanatını görmektedir ve şiir bu sanatların en üst basamağındadır.

Çağdaş Estetik

Yeniçağ dönemi düşünürleri estetiği, doğa-insan zihni ikilemi arasında değerlendirmişler ve buradan hareketle, estetiği özgürlük fikri çerçevesinde çözümlenmeye çalışmışlardır. Estetik çalışmaları, insanı özgürlüğe götüren bir yol olarak gören yeniçağ dönemi düşünürleri, bu yönleriyle çağdaş dönem estetikçilerine yol gösterici olmuşlardır.

Çağdaş dönemin en önemli estetik düşüncesi, Marksist Estetikdir. Marks ve Engels, başlı başına bir estetik kuram geliştirmemiştir. Ancak Marks ve Engels'in düşüncelerinden hareketle, Lukacs, Adorno ve Marcuse gibi düşünürler, Marksist bir estetik geliştirmeye çabalamışlardır. Marksist estetiğin diğer düşünürlerine geçmeden önce Marks'ın güzellik ve estetik konusunda parça parça da olsa düşüncelerine değinmekte yarar vardır.

Marks'ın sanat ve edebiyata olan ilgisi lise yıllarına dayanmaktadır. Bu dönemde aldığı klasik eğitimde özellikle edebiyata büyük ilgi duymuştur. Üniversite yıllarında Yunan tragedyası ve mitolojisine yönelen Marks, sonraki yıllarda siyaset ve toplumsal problemlere odaklanmıştır. Özellikle toplumsal problemlere odaklanma sistematığı, sanata ve estetiğe olan fikirlerini dile getirirken de Marks'a yol göstermiştir.

"Marks'ın sanat ve estetik konusundaki görüşleri onun tarihsel materyalizm görüşüyle doğrudan ilişkilidir. Çoğu Marksist estetikçi de sanat ve estetik konusunu bu görüş etrafında ele almıştır. Marksizmin temel savlarından biri olan tarihsel materyalizme göre toplumsal değişimin temelinde ekonomik unsur yer alır. Bu ekonomik unsur aynı zamanda insan varlığını, toplumsal konumunu ve bilincini belirler" (Taşdelen ve Yazıcı, 2012: 30).

Marks 1844 yılında kaleme aldığı *Ekonomi Politik ve Felsefe* yazılarında, birkaç kelime ile de olsa güzellik kavramından bahsetmektedir. Güzellik kavramını üretim pratikleri üzerinden açıklamaya çalışan Marks, özellikle insan-hayvan üretimi farklarından yola çıkarak bilinç üzerinde durmaktadır. Hayvanların yalnızca fiziksel ihtiyaçlarından dolayı ve sadece kendi türleri için üretim yaptığından bahsedilen Marks, insanın ise sadece fiziksel ihtiyaçlardan dolayı ya da kendi türü ile sınırlı bir üretim anlayışı olmadığını, her türde ihtiyaç ve ölçüde üretim yaptığını, nesnenin kendi içerisinde yatan ölçüsünü bildiğini ve güzelliğin yasalarına göre üretebildiğini ifade eder (1844: 68-69).

Marksist estetiğin temelinde bilgi yer almaktadır. Ancak bu bilgi estetik-gerçeklik neticesinde oluşan bilgidir. Marksist felsefe gibi Marksist estetikte gerçeklikten yola çıkar ve gerçekliğe dayalı bir estetiği ifade etmeye çalışır. Marksist estetiğin temelindeki bilgi, sanat yapıtının varlığı ve estetik gerçeklik ile ilgilidir (Özel, 2014: 222). Estetik gerçeklik, insan faktörüne bağlıdır. İnsan doğada gördüğü şeyi sanat yapıtına yansıtırken olduğu gibi değil, kendi yorum ve düşüncelerini katarak yansıtmaktadır. Sanatçı bir manzarayı resmederken onu gördüğü gibi değil, kendisinde oluşturduğu duygu ve ruh halini de yapıtına eklemektedir. Bu noktada Marksist Estetik, Platon ve Aristoteles'in sanat yapıtını doğanın taklidi/ yansıması olarak gören anlayışını kabul etmemektedir. Sanatçı gördüğünü yorumlamakta ve var olan gerçekliğin bir yansımasını değil, kendi oluşturduğu gerçekliği yaratmaktadır.

Marksist estetik, 20. yüzyılda birçok düşünürün katkısıyla gelişmiştir. Bu düşünürlerden Lukacs, sosyal gerçeklik yaklaşımı ile önemli bir yere sahiptir. Lukacs ilk dönemlerinde Kantçı bir estetik benimsemiştir. Ancak daha sonraki dönemlerinde Marksist bir estetik anlayışını dile getirmektedir. Lukacs'a göre, estetik ile içerik arasında doğrudan bir ilişki vardır.

Lukacs'ın estetik kuramına yaklaşımı, varlık kategorileri açısından dır. Kant'ın beğeni yargıları olan, nitelik, nicelik, ilişki ve modelite kategorilerini, sanat yapıtına yaklaşımında kullanır. Ancak kategorileri belirlerken, özne yerine nesneden hareket eder. Bireylik, özgünlük ve genellik olmak üzere üç temel kategori belirler. Bireylik kategorisini deneyimden hareketle "bu masa", "bu renk" gibi nesnelere ile tanımlarken, genellik kategorisini ise "masa", "renk" olarak ifade etmektedir. Bireylik ve genelliğin arasında ise özgünlük yer alır.

Lukacs'ın estetik yaklaşımının en çok eleştirilen noktası; sanat eserinin içinden çıktığı toplumu yansıttığı düşüncesidir. Marksist düşünürlerin birçoğu toplumsal bağlamın sanat eseriyle olan ilişkini kabul etmektedir. Ancak Lukacs'ın sosyal gerçeklik düşüncesi güçlü bir belirlenimcilik ve indirgemecilik taşımaktadır.

Marksist Estetiğin bir diğer önemli düşünürü Adorno'dur. Frankfurt Okulu'nun kurucularından olan Adorno'nun sanat yapısına yaklaşımının en temel noktası mimesis ve toplumsal gerçekliktir. Adorno'nun mimesis ile ilgili düşüncelerini Özel aşağıdaki şekilde özetlemektedir:

“Adorno, sanatı, doğanın düz bir taklidi olarak görmez. Doğal güzelliğin temeli olan mimesisi, sanattaki biçimin ortaya çıkışında olumlu bir nitelik olarak değerlendirir. Doğadaki güzel, insanın kendi yaratmadığı bir nesnelere dünyasına olan bağlılığın ve duyarlılığın göstergesidir. Güzellik, biçimin ifadesi olarak, aynı zamanda sanatsal bir kurgudur. Adorno'da estetik değer ile toplumsal içerik bütündür. Toplumsal sorunlar ve çelişkiler ancak estetik nitelikler üzerinden doğru değerlendirilebilir” (2014: 239).

Adorno'da diğer Marksist Estetikçiler gibi toplumsal gerçeklikten hareket eder. Ancak O'na göre sanat yapıtı toplumdaki sorunları ya da yozlaşmaları olduğu gibi yansıtmak yerine, yol gösterici ve çözüm önerisinde bulunacak nitelikte olmalıdır.

Marksist Estetik, sanat yapıtına 'biçim' ve 'öz' olarak yaklaşır. Diğer estetik yaklaşımlarda benzer bir yaklaşım benimsemektedir, ancak Marksist Estetik öz'ü ön planda tutar ve asıl sanatsal olan olanın 'öz' olduğunu savunmaktadır.

Çağdaş estetik döneminde Marksist Estetik dışında bir diğer estetik akım ise İtalyan düşünür Benedetto Croce'nin sezgisel estetiğidir. Çalışmalarını daha çok dilbilimi üzerine yoğunlaştıran Croce, ilk olarak 1902 yılında kaleme aldığı *İfade Bilimi Ve Genel Dilbilim Olarak, Estetik* isimli felsefe kitabına estetiğin tarihi bölümüyle estetiğe giriş yapar. 1913 yılında yayınladığı *Estetiğin Özü* kitabında ise sanatın mantıkla değil 'ifade' ile ortaya çıktığını savunmaktadır. Croce'ye göre, güzel ifade eyleminin kendisidir ve güzelin bilimi olarak düşünülen estetikse bir "ifade bilimidir." Sanat bir dil biçimidir ve sanatçı da fikirlerini somut bir biçim içerisinde ifade edebilen kişidir (Taşdelen ve Yazıcı, 2012:136). Croce'nin burada bahsettiği ifade, sadece sözel ifade değildir. Croce ifadenin, çizgiler renkler, notalar aracılığıyla da anlatılabileceğini kastetmektedir.

Croce'nin güzellik kavramına yaklaşımına baktığımızda ise, Klasik dönem filozoflarından itibaren süre gelen 'doğa güzelliği' ve 'sanat (yapma) güzelliği' ayrımından farklı bir yol izlediği görülmektedir. Croce, yukarıda bahsedilen iki güzellik kavramını, 'fiziki güzel' olarak ifade etmektedir. Croce'nin doğa güzelliği olarak ifade ettiği güzel, estetik olan güzelden farklıdır. Canlı cansız tüm varlıklar nasıl doğanın içine giriyorsa, aynı şekilde güzel olarak da ifade edilebilir. Ancak buradaki güzel estetik olan güzel değildir. İnsanın günlük yaşam içerisinde karşılaştığı, onu dinlendiren ya da ona haz veren şeyler güzeldir, ancak burada kullanılan güzel estetik olan güzel değildir.

Croce, estetik güzellik için Tin'i kaynak göstermektedir. Estetik güzel olan tinsel dünyanın ifadesidir. Doğanın güzel olabilmesi için, ona bir şeyler katılması, tinsel olarak ifade edilmesi gerekir ve bunu ancak sanatçı gözüyle doğaya bakanlar elde edebilir.

“Doğa güzelliği, o halde güzelliğini doğa varlığı düzeyinde değil, ona müdahale eden, onu değiştiren, bütün bunları yaparken de doğayı tinselleştiren; ona fantezi katan, onu hayal gücü ile bezeyen tinsel etkinlikte elde eder. Tinin, fantazinin karışmadığı bir doğa ne güzeldir ne de çirkin” (Tunalı, 2011:184).

Fiziki güzelin bir diğer bölümü olan yapma güzel ise sanat yapıtlarının güzelliğidir. Croce, estetik yaratma sürecinin dört basamakta gerçekleştiğini söylemektedir. İzlenimler, ifade veya estetik tinsel sentez, hedonist eşlik ya da güzelden alınan haz ve estetik olgunun fiziki fenomenlere aktarılması (Croce, 1983: 73). İlk basamak olan izlenimler basamağında sanatçı dış dünyadan gerekli malzemeleri edinmektedir. İfade veya estetik tinsel sentez basamağında ise, ilk basamakta elde ettiği izlenimleri tinsel dünyasında harmanlayarak birbiri ile sentezler, bir ifadeye dönüştürür. Hedonist eşlik basamağı ise, bir önceki basamakta elde ettiği ifade, sanatçının ruhunda bir haz duygusunu uyandırmasıdır. Bu üç basamakta elde edilen estetik olgu, son basamakta seslere, renklere ya da hareketlere aktararak fiziki fenomenlere

dönüştürülür. Son basamakta ortaya çıkan bu fiziki fenomenler de güzeldir, ancak Croce'ye göre asıl güzellik tinsel dünyada meydana gelen, sanatçının sentezinde ortaya çıkan güzeldir. Croce sanata da aynı şekilde yaklaşmaktadır. Sanat da aynı şekilde tinsel dünyada meydana gelmektedir.

“Sanat yapıtı ruhsal bir edimdir. Bunun için de dışsal (fiziki) bir olgu olarak varolamaz. Fizik bilginleri bir heykeli tartabilir, bir resmin renk tonlarını sayabilirler; çünkü onlar için, tartıp saydıkları o dış şeylerin ruhsal anlamının bir önemi yoktur. Oysa bir estetikçi için ölçülen, tartılan, sayılan şeyler yoktur, yalnızca imgeler vardır” (Cömert, 2007: 36).

Platon'dan günümüze kadar birçok düşünür gerek estetik kavramına gerekse estetiğin temel konularından olan güzellik kavramına tanımlamalar ve açıklamalar getirmeye çalışmıştır. Çalışmanın şu ana kadar olan bölümünde ele alınan düşünürler, estetiğe getirdiği açıklamalar ile öncü olma niteliği taşımaktadırlar. Ancak estetik kavramı ile ilgili çalışma yapan düşünürler elbette ki çok daha fazladır. Bu çalışma başlı başına estetiği konu alan bir çalışma olmadığı için, bütün estetik düşünürlere yer verilmiştir. Çalışmanın devamında yeri geldikçe bu düşünürlerden bazılarını da yer verilecektir.

Modern Estetiğin Kırılması: Postmodern Estetik

'Postmodern' ya da 'postmodernizm' kavramları, 19. Yüzyılın sonlarında ortaya çıkmış olmakla birlikte, 20. yüzyılda yaygın olarak kullanılmaya başlanmış, ancak bugünkü anlamını alması ise 1950'lere kadar mümkün olmamıştır. 1970'lerde iki yazar, Jean-François Lyotard ve Charles Jencks, postmodernizmi daha sabit bir kavram haline getirmeye çalışmıştır. Postmodernizmin bir dönemi tanımlamak için kullanılması, modern dönemin tarihin bir parçası olarak görülmeye başlandığı noktayı işaret etmektedir (Gern, 2017, Parag. 3). Postmodernizm, sanat çevrelerinde 1970'li yılların sonlarında yaygın olarak kullanılmaya başlanmış ve bugün bile sınırları ve kapsamı tam olarak belirlenememiştir. Bununla birlikte Jencks, *Postmodernizm nedir?* (1975) adlı kitabında postmodernizmi “modernizmin hem devamıdır hem aşılmasıdır” şeklinde tarif etmektedir (Jenks'ten aktaran Antmen, 2008: 275).

Postmodernizm, başta mimari ve plastik sanat alanlarında olmak üzere birçok alanda değişiklikler getirerek kendini belirginleştirmiştir. Kendinden önceki akımlara da atıfta bulunun postmodernizm, modernizmin belirgin, katı ve öz kurallarını kabul etmemekte, bunun yerine her şeyin serbest olduğu yeni bir dünyayı ifade etmektedir (Baykam, 1989: 6). Rosalind Krauss, Douglas Crimp, Craig Owens ve Hal Foster gibi postmodern düşünürlere göre postmodern sanat:

İktidarın kurumlarda ve katı geleneklerde cisimleşmesi sorununu ele alır; sanat yapıtının biçim ve üslup bakımından bütünlüğü talebine ve birey-sanatçı kültürüne karşı çıkar; avangardın güç kaybederek kurumların ve piyasanın eline düşmesini basitçe kabullenmek yerine, avangardı ve modernist sanatı eleştiriye tabi tutarak muhalif sanat pratiğinin biçim ve modellerini yeniden düşünmeye” çalışır. Bu çerçevede, “tek-değerliliğin karşısına çok-değerliliği, saflığın karşısına katışıklığı, 'yapıt'ın tekliliğinin karşısına metinlerarasılığı” koyar. Modernizm sanatçı özneye ve bireysel üslupçuluğa atfettiği öneme karşılık postmodernizm 'orijinallik' ve 'özgünlük' gibi belli başlı modernist ilkelere karşı çıkan yaklaşımları bünyesinde toplar. Sonuç olarak postmodern olarak nitelendirilen süreçte görülen sanatsal yaklaşımlar bütünü belli bir mecraya bağlı olmaksızın re sim, heykel, enstalasyon, fotoğraf gibi farklı ifade biçimleriyle yeni bir kavramsal sanat anlayışı yaratmış tek bir sanat dalının –örneğin resmin- diğerlerine egemenliğine son vererek disiplinler arası ve çoğulcu bir anlayış getirmiştir (Antmen, 2008: 277).

Toplumsal teori alanında modernlik ve postmodernlik arasında yapılan ayrıma ilave olarak postmodern söylem, estetik bilgisi ve kültür teorisi alanında önemli rol oynamaktadır. Modernizm ve Postmodernizmin arasındaki tartışma sanat alanında da devam etmektedir. Modernizm, modern çağ sanat hareketlerini (izlenimcilik, gerçeküstücülük ve diğer avant-garde hareketler) betimlemek için kullanılırken postmodernizm, modernizmden sonra gelen ve ondan kopan çeşitli estetik form ve uygulamaları betimlemektedir (Best & Kellner, 2001: 4). Postmodern estetiğin başlıca niteliklerinden birisi biçimsel norm ve yöntemlerin çeşitliliğidir. Biçimsel çeşitlilik üstüne yapılan vurgu, modernist estetiğe duyulan güvensizliğin bir sonucudur (Sarup, 1997: 245). Jameson'a göre (1984), postmodern dönemde biçimsel olarak yenilik söz konusu değildir. O'na göre postmodern döneme kalan 'pastiş'tir. Artık yeni bir bi-

çemden ziyade önceki dönem biçemlerinin taklitleri söz konusudur. Sanat eleştirmeni Arthur Danto da aynı şeyi ifade etmektedir. Postmodern sanat eseri, yeni bir biçem ortaya koymamış, önceki biçemleri tekrarlamış ya da sadeleştirerek yeniden sunmuştur (akt. Crowther: 1993: 181). Postmodern estetik, kolaj temeline dayanmaktadır ve yeni bir biçem ortaya koymaktan ziyade var olan biçemleri bir araya getirerek yeni bir biçem tasarlamaktadır.

Estetik Kuramları

Estetiğin ve güzelin tanımlanmaya başlandığı ilk günden itibaren çok çeşitli tartışmalar yaşanmış, her düşünür kendisinden önce gelen düşünürlerin fikirlerinden yola çıkarak, ya da bunlara karşı fikirler oluşturarak estetik, güzel, sanat gibi kavramları açıklamışlardır. Her ne kadar çok fazla ve de farklı tanımlamalar var gibi görünse de özellikle yukarıda yer alan düşünürlerden hareketle bu tanımlamalar belli başlıklar altında sınıflanabilmekte ve bu bakımdan ortak estetik kuramlara ulaşılabilir. Estetik kuramlardaki farklılaşma genellikle sanatın değişik yetilerine göre değerlendirilmesiyle oluşmaktadır. “Örneğin, tarih boyunca ve hala bugün sanat düşüncesini en fazla yönlendiren kuramların, sanatın değerini onun gerçeği yansıtmadaki yetisine göre ölçen kuramlar olduğu iddia edilebilir (Erzen, 2011: 75). Estetik kuramları oluştururken temel hareket noktası sanat eserinin çok yönlülüğü ve bu çok yönlülüğü oluşturan, sanatçı, sanat eseri, izleyici ve tüm bunları içerisinde barındıran toplumdur. Estetik düşünürlerin tanımlamalarında da hareket noktası olan bu dört unsur, estetik kuramlarının sınıflandırılmasında da kullanılmaktadır. Bazı kuramlar sanat eserlerinin içerisinde yaşadığı toplum tarafından oluşturulduğunu ifade ederken, bazı kuramlar daha çok sanatçıyı ön planda tutmaktadır. Bazı kuramlar ise sanat eserinin kendisinin başlı başına bir estetik unsur olduğunu, onun biçimsel özelliklerinin önemli olduğunu ifade etmektedir. Bu kuramlar estetik konusunda yeni bir şeyler söyleme çabası içerisinde değildir. Daha çok, Platon’dan beri süre gelen fikirleri daha sistemli bir şekilde ortaya koymaktadırlar.

Yansıtma Kuramı

Platon’dan günümüze birçok düşünür, sanat eserinin bir yansıma olduğunu iddia etmişlerdir. Bu bakımdan estetik kuramları içerisinde üzerinde en çok durulan ya da en uzun süre tartışılan kuram yansıtma kuramı olmuştur. Sanat eserini doğanın bir yansıması olarak gören Platon, sanatçıyı ise taklitçi olarak görmektedir. O’na göre sanatçı sadece doğadan gördüğünü taklit etmektedir. Öz’ünde sanat eserinin işlevinin toplumu, doğayı, insanı ve en temelinde gerçekliği yansıtmayı olduğunu ifade eden bu kuram, düşünürlerin sanat eserine ve sanatçıya yaklaşımları açısından kendi içerisinde farklılaşmaktadır.

Sanatın görüngenü dünyasını taklit ettiğini ifade eden Platon’a göre sanat hiçbir zaman gerçeği göstermemektedir. Sanat eseri gerçeğin bilinçsiz bir kopyasıdır. Özellikle zamanında sosyal etkisi çok büyük olan tiyatro ya da şairlerden yola çıkarak bunların kişiliklerini kaybederek, düşünmeden taklit ederek sanatlarını ifa ettiklerini söyler (Erzen, 2011: 78).

Aristoteles ise sanatın görüngenü dünyasını taklit etmediğini, özü ortaya koyduğunu, gerçekte olanı değil ideal olanı yansıttığını ifade etmiştir. Aristoteles’e göre sanat doğayı taklit etmemekte, onu sanat eserinin objesi haline getirerek, uygun gördüğü ekleme ve çıkarmaları yaparak gerçeğin özünü ortaya koyduğunu söylemektedir.

Yansıtma kuramı sadece Antik Yunan’da değil günümüzde de kullanılmaktadır. Özellikle Marksist Estetik ve onun en önemli temsilcilerinden olan Lukacs, Aristoteles’ten hareketle yansıtma kuramını kullanır. Tunalı, Lukacs’ın yansıtma kuramı ile ilgili görüşlerini şöyle ifade etmektedir:

“Yansıtma her bilginin temelini oluşturur. İster doğa, isterse toplumsal gerçeklik olsun, gerçekliğin her doğru bilgisinin temelinde, dış dünyanın objektivliğinin, yani onun varlığının insan bilincinden bağımsızlığının onaylanması bulunur. Dış dünya vardır, onu algılayan bilinçten bağımsız olarak vardır. Bilgi olayında bir yanda nesnel dünya bulunur, öbür yanda da onu algılayan bilinç bulunur. Ama sorun burada ortaya çıkar: Bilinç kendisinden bağımsız olan bu dış dünyayı, nesnel dünyasını nasıl kavrar? Bu ancak yansıtma etkinliği ile gerçekleşir” (2011: 177).

Yansıtma kuramının temelinde dış dünyanın yansıtılması vardır. Bazı düşünürler bu yansıtma esnasında sanatçıyı reddederken, bazıları ise sanatçıyı bu yansıtma eyleminde yorumlayıcı/anlatımcı olarak görmekte ve dış dünyadan yansıyanların sanatçının düşünce süzgecinden geçtiğini ifade etmektedir.

Anlatımcılık Kuramı

Anlatımcılık kuramı özellikle 18. yüzyılda ortaya çıkan romantizm akımı ile ilişkilidir. Romantizm, insanın iç gerçekliğini duyguları aracılığıyla dışa vurması olarak tanımlanabilir. Bu bakımdan anlatımcılık kuramı sanatçı merkezli bir yaklaşımdır. Yansıtma kuramı dış dünyayı temel alırken, anlatımcılık kuramı ise sanatçının iç dünyasını, duygularını ele alır. Anlatımcılık kuramında önemli olan bireydir yani sanatçıdır. Sanatçının iç dünyası dışındaki nesnelere, olaylar önemsizdir. Sanat, sanatçının kendi duygularını dışa vurması, duygularını anlatmasıdır.

Anlatımcılık kuramının merkezinde olan ve sanatçının yaratım sürecinin temel ögesi olan duygu, herkeste bulunan ortak duygu değil, sanatçıya özgü duygudur. Günlük yaşamda hissedilen soyut duygu değil, sanat eserinde ortaya çıkan somut duygudur. Sanatçı herkes tarafından bilinen, ya da daha önce hissettiği duyguyu değil, bir ifadeyi bir anlatımı ortaya koymaktadır. Anlatımcılık kuramı, asıl değeri sanat yapıtına değil sanatçıya vermektedir. Ötügen bu durumu şu şekilde ifade etmektedir:

“Sanatçı merkezli yaklaşım biçiminde alımlayıcının karşısında her şeyi bilen, gören, her şeye gücü yeten bir sanatçı, bir mitos vardır. Bu tür yaklaşımlarda yapıtı üreten kişi egemen olan kutuptur. Bu bakış açısıyla yapıta yaklaşan bir alımlayıcı, yapıtı ve sanatçıyı daha işin başında kutsallaştırır. Sanatçının bir deha olduğu ön kabulüyle yapıta bakılır. Sanatçının saygınlığı, biricik oluşu, dehası, yaratıcılığı çok fazla öne çıkarıldığı için alımlayıcı yapıt karşısında edilgen olur. Eşitlik sanatçıdan yana bozulur. Yine de sanatçı dikkate alınmadan yapılan yorum da eksik bir yorumdur. Çünkü üzerine kafa yorulan bir ürün, sanatçı onu biçimlendirmeden önce yoktur” (2009: 162).

Anlatımcılık kuramı sanatçıyı merkezine koyarken sanat eserinin sahip olduğu tüm değerlerin sanatçıdan geldiğini ifade etmektedir. Ancak bir diğer kuram olan Biçimcilik Kuramı ise bu düşüncenin tam aksine merkezine sanat eserinin kendisini koymaktadır.

Biçimcilik Kuramı

Biçimcilik, Öz'e, içeriğe önem vermeyen, salt biçim üzerinde duran, biçime önem veren görüştür (Akarsu, 1975: 30). Biçimcilik kuramı ise Yansıtma kuramına karşıt olarak çıkmış, 21.yy'ın belki de en çok tartışılan estetik ve sanat kuramı olmuştur. Özellikle resim, heykel ve müzikte ortaya çıkan bu kuram sanatı, biçimsel özelliklerine göre ele almakta, bunu yaparken de sanatçıya değil sanat eserine odaklanmaktadır. Ancak burada sanat eserine odaklanırken asıl üzerinde durulan, sanat eserinin biçimsel özellikleri, yani şekilleri, çizgileri, renkleri, oranları, kalıplarıdır. Biçimsel kurama göre bir resmin içerik olarak ifade ettiği anlam önemsizdir. Önemli olan onun biçimsel olarak ne ifade ettiğidir. Bir resmin ifade ettiği anlam kötü olabilir, ancak biçimsel olarak o resim izleyende güzel'i çağrıştıracak bir coşku yaratabilir.

“Biçimcilik kuramı, sanat yapıtlarında değerlendirilecek tek şeyin, yapıtın kendisinden gelen, kendisinde olan biçimsel öge olduğunu bunun dışındaki şeylerin ise dış dünya betimlemeleri, resmin hikâye yanı, gerçek yaşamla ilgili şeyler bizim sanat yapıtının asıl değerini görmemize engel olan, değerlendirmede hiç hesaba katılmaması gereken şeyler olduğunu ileri sürmektedir. Bir sanat yapıtından beklenen estetik bir duygu uyandırma görevi, çizgi, kütle, ışık ve gölge, renk gibi öğelerin içinde düzenlenişleri sonucunda ortaya çıkan “anamlı biçim” ‘signifiant form’ tarafından yerine getirilir” (Doğan, 1975: 255).

Biçimcilik Kuramı, Berna Moran'ın *Edebiyat Kuramları ve Eleştiri* (1972/1994) adlı kitabında 'esere dönük eleştiri' başlığında yer almaktadır. Moran ayrıca 'Yeni Eleştiri', kuramını da esere yönelik eleştiri başlığında tartışmaktadır. Yeni Eleştiri özellikle Amerika'da kabul görmüş, edebiyat ve sanat eserlerinin tarihsel ve toplumsal koşullar üzerinden eleştirilmesine karşı çıkmıştır. Yeni Eleştiri anlayışı, temelde yazar (sanatçı) merkezli çözümlemeyi eleştirir. Peter V. Zima'ya göre Yeni Eleştiriciler, edebiyatın nasıl

yazıldığı ve düzenlendiği sorusunu içeren nasılın cevabı üzerine yoğunlaşmışlar; edebiyatın niçin belirli bir sosyal kurgu içinde yazıldığı ve edebiyatın bileşenlerinin sosyal ve siyasal amaçlarının ne olduğu sorusunu tamamen göz ardı etmişlerdir (Zima'dan akt. Zariç, 2014: 105). Yeni Eleştiri'de sanat eseri kendi başına dilsel bir düzendedir. 'Organik Düzen' adı verilen bu düzen, eserdeki her ögenin eserin değeri için gerekli olduğunu, gereksiz hiçbir ögenin eserde bulunmaması gerektiğini ve her ögenin kendi başına bir anlam taşımayıp diğer öğeleri de etkilemesini ifade etmektedir (Moran, 1994: 146).

Yeni Eleştiri'ye göre bir sanat eseri ortaya çıkartılırken sanatçının ne düşündüğü önemli değildir. Önemli olan ortaya çıkan eserin ne anlattığıdır. Amerikan Biçimcileri'ne göre; kendi kendine yeterli olan edebiyat eserinin değerlendirilmesi için gerekli olan bütün veriler eserin kendisinde var olduğundan, metnin dışına taşan ve yazınsal olmayan ölçütlere başvurulması gereksiz ve anlamsızdır. Sanat eserinin anlamı ancak o biçimin taşıdığı anlam olduğu için teknikten söz etmek her şeyden söz etmektedir (Moran, 1994: 190). Yeni Eleştiri'de eserin bütünlüğünden ve organik yapısından ortaya tek bir doğru çıkmaktadır, yani sanat eserinin tek bir anlamı vardır.

Biçimcilik kuramının, sanatı, insandan ve içinde bulunduğu toplumdaki ayırdığı söylenmektedir. Biçimi bir perde gibi kullanarak, sanatın gerçek işlevinin gizlendiği yönünde eleştirilen biçimcilik kuramını bu açıdan bakıldığında her ne kadar yerilmek istense de biçimi önemsemeyip sadece sanat eserinin ve sanatçının mesajını ön plana çıkarmaya çalışan kuramlar kadar, sanat tarihi içerisinde kendisine yer bulmaktadır.

Bu bölüme kadar açıklananlardan hareketle estetik, güzellik kavramından yola çıkarak içerisinde bulunduğu dönemin düşüncelerinden etkilenerek günümüze kadar gelmiştir. Teknolojik gelişmeler beraberinde toplumsal ilerlemeleri de getirmiş ve bu da yeni sanat dallarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sanatın toplumsal yapı ile birlikte ilerlemesi ve gelişmesi, estetiğin de toplumsal yapı ile birlikte değişmesine/farklı yorumlanmasına neden olmuştur. Buhran dönemlerinde estetiğin gerçek güzeli değil olması gereken güzeli yansıtması gerektiğini savunan düşünürler olduğu gibi, toplumsal olarak daha durgun geçen dönemlerde estetiğin sanatçının fikirlerinde değil sanat eserinde kendini göstermesi gerektiğini ifade eden düşünürler de olmuştur.

Tüm bunlardan hareketle, teknolojinin ilerlemeye devam etmesi ve beraberinde toplumsal yapıyı da etkilemesi ile birlikte, estetikte dönüşüm de devam etmektedir. Özellikle iletişim ortamlarının son 50 yıllık periyotta hızla değişmesi, sanat ve estetik tartışmalarının da devam etmesine neden olmaktadır.

Yeni Medya

Yeni medya ile ilgili hemen hemen bütün araştırmalar, yeni medyanın ne olduğu ya da ne olmadığını tanımlamaya çalışarak başlamaktadır. Bazı araştırmacılar 'yeni' kavramı üzerinde durmakta ve geleneksel medya ile yeni medyanın farklarını ortaya koymaya çalışmakta iken, bazı araştırmacılar ise yeni medyanın başlı başına yeni bir iletişim aracı ve ortamı olduğunu ifade etmektedir. Kökenleri 1970'li yıllara dayanan yeni medya kavramı ile ilgili ilk sistematik çalışmayı 2001 yılında *The Language of New Media (Yeni Medyanın Dili)* adlı kitabında Lev Manovich yapmıştır. Yeni medyanın ne olduğunu, tarihini ve özelliklerini detayları ile ortaya koymaya çalışan Manovich, bu alanda çalışma yapan birçok araştırmacıya da kaynak olmaktadır.

Yeni Medya Kavramı ve Yeni Medyanın Özellikleri

Yeni medyanın ne olduğu sorusuna Manovich (2001a: 43), bilgisayarlar aracılığıyla üretilen, çoğaltılan ve dağıtılan 'veri' olarak ifade etmekte, ancak bunu yaparken var olan geleneksel medya verilerinin de sayısal teknoloji ile bilgisayar ortamına aktarılması ve dağıtılmasının da bu kapsamda olduğunu eklemektedir. Manovich'in tanımından yola çıkılırsa; CD-Dvd, akıllı telefonlar, bilgisayarlar, internet siteleri, podcast, IP-Tv, elektronik gazeteler ve elektronik postalar yeni medya ortamlarıdır.

Geray Yeni Medya'yı kitle iletişim araçlarının yazı, ses ve görüntü gibi özelliklerinin internette yer almaya başlamasıyla ortaya çıkan yapı olarak ifade etmektedir (2003: 20). Santomier ve Costabiei (2010: 38-39) yeni medyayı, telekomünikasyon, bilgi işlem ve geleneksel medyanın birleşmesinin bir sonucu olarak ifade eder ve genel olarak hem etkileşimli hem de dijital olarak dağıtılan bir sayısal medya üretimine atıfta bulunur.

Yeni medya terimi, genel olarak var olan medyayı, etkileşimli olarak sayısal veriye dönüştürmeye yönlendiren ve bilgisayarlar aracılığıyla üretim, dağıtım ve iletişim biçimleri olarak tanımlanmaktadır (Alioğlu, 2010: 13). Dewdney ve Ride'a göre ise yeni medyanın ne olduğu ile ilgili tartışmalar halen devam etmektedir. Bazı tanımlamaların bilgisayar teknolojilerine odaklandığını, bazı tanımlamaların ise teknoloji temelli sanat, bilim, film ve en önemlisi internet gibi kültürel formlara odaklandığını ifade eden Dewdney ve Ride, yeni medyada eşitleme, teknoloji ve kültürel formlar gibi kavramların bulunduğunu belirtmektedirler (2006: 8).

Yeni medyayı bilgisayar ağları ve kişisel bilgisayarlar gibi çevrimiçi ve çevrimdışı ortamların birleşimi olarak tanımlayan Van Dijk (2006: 4-5), iletim hatları ve yapay hatıraların (metin, veri, görüntü ya da seslerle dolu) kombinasyonu olarak ayrı ayrı cihazlara kurulabildiğini, bu nedenle yeni medyanın şimdiye kadar medya geçişini tanımlayan yer ve zamanı köprüleyen devrim planının dışında bir adım olduğunu belirtmiştir.

Yeni medya, başlı başına bilgisayar ya da internet teknolojilerinden oluşmamaktadır. Teknolojinin gelişmesi ve iletişim araçları olmak üzere iki farklı boyutu vardır ve bu iki boyut birbirileri ile bütünleşerek yeni medyayı ortaya çıkarmaktadır. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte iletişim araçları da dönüşüm geçirmektedir ve bu dönüşüm bazı iletişim araçları için içeriksel bazda, bazıları için ise hem içerik hem de yayımlanma bazında olmaktadır. Timisi'ye göre yeni medyanın yeni'liği buradan gelmektedir. Yeni kavramı teknolojik olarak bir karşılaştırmayı ifade etmektedir ve 'eski'nin karşısında yer almaktadır (2003: 80). Ancak burada ifade edilen 'karşısında yer alma' eskiyi reddetme ya da yok sayma değildir. Yeni medya eski iletişim ortamlarını reddetmemekte, 'eski'nin devamı niteliği taşımakta veya bir alternatif sunmaktadır. Manovich, bu birlikteliğin başlangıcını ve yeni medyanın ortaya çıkışını şu şekilde ifade etmektedir:

"... bilgisayar ve medya teknolojileri. Her ikisi de 1830'larda Babbage'ın Analitik Motoru ve Daguerre'nin dagureotype'ı ile başlar. Sonunda, yirminci yüzyılın ortalarında, sayısal verilere ilişkin hesaplamaları daha verimli bir şekilde gerçekleştirmek için modern bir dijital bilgisayar geliştirildi; bu bilgisayar yüzyılın başından beri hükümetler ve büyük şirketler tarafından kullanılan mekanik hesap tablolarının ve hesap makinelerinin yerini aldı. Buna paralel olarak, görüntü, görüntü dizileri, ses ve metin gibi farklı medya formlarının depolanmasına olanak tanıyan modern medya teknolojilerinin yükselişine tanık oluruz: bir fotoğrafik plaka, bir film stoku, bir gramofon kaydı, vb. Bu ikisinin sentezi, mevcut tüm medyanın bilgisayarlar için erişilebilir sayısal verilere dönüştürülmesidir. Sonuç, yeni medyadır" (2001a: 44).

Yeni medyanın ortaya çıkmasında ve gelişmesinde, teknolojik gelişim yatmaktadır. Yukarıdaki paragraftan da anlaşılacağı üzere, ilk bilgisayarın geliştirilmesi bu süreç başlamış, internetin icat edilmesi, bilgisayarların günlük kullanım pratiklerine yerleşmesi ve buna bağlı olarak bilgisayar temelli ürünlerin ortaya çıkmasıyla devam etmiştir.

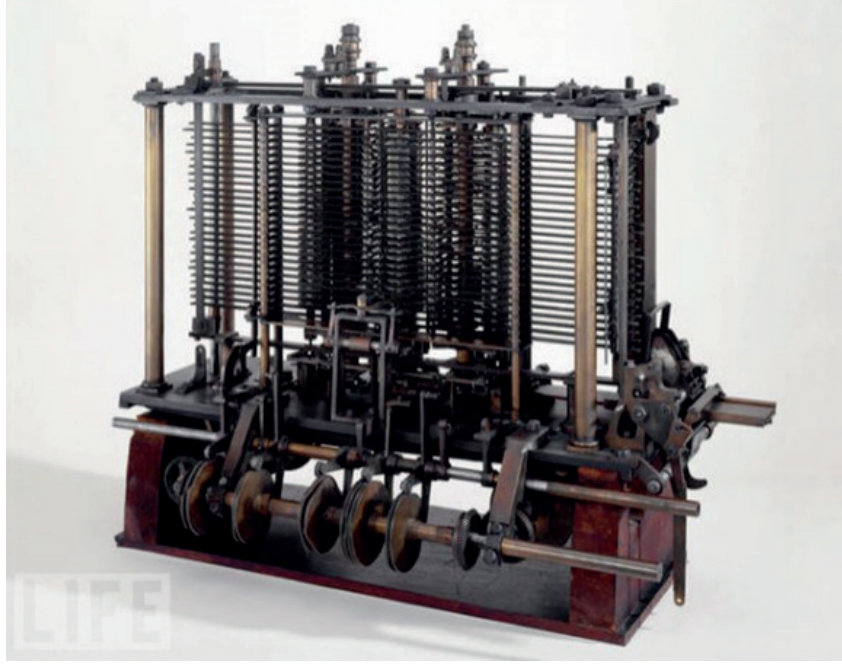
Yeni Medyanın Teknolojik Araçları

Sayısal teknolojiler olarak da adlandırılan bilgisayar donanımları ve yazılımları, internet ve benzeri teknolojiler yeni medyanın teknolojik altyapısını oluşturmaktadır.

Bilgisayar

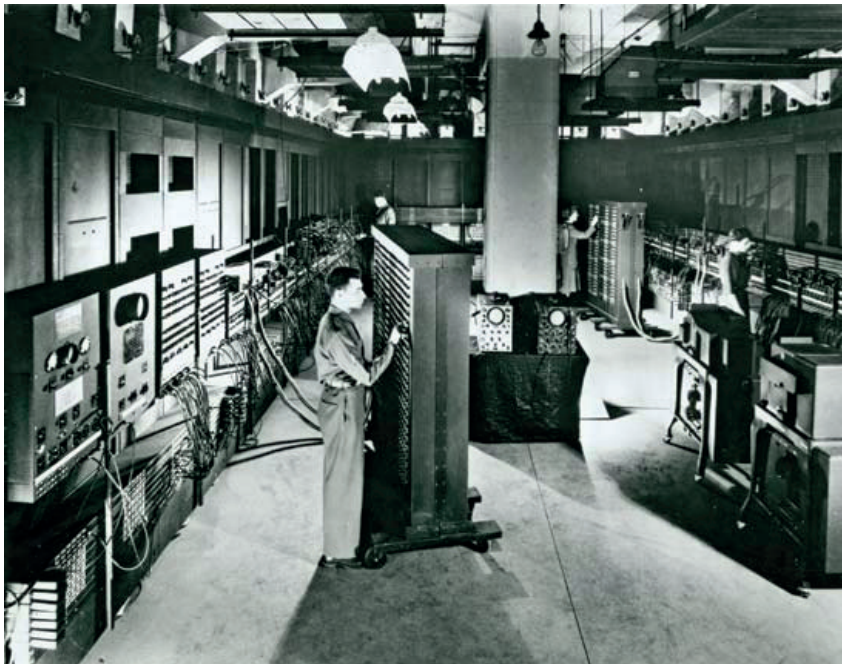
Günümüzde hemen her alanda kullanılan bilgisayarın temelleri Charles Babbage'ın 19. Yüzyılda icat ettiği analitik motoruna (Fotoğraf-1) dayanmaktadır. Analitik motor, günümüz gelişmiş bilgisayarların sahip olduğu bazı temel özelliklere sahiptir. Dört aritmetik işlem hafızasına sahip olan analitik motor doğrudan çarpma ve bölme işlemlerini yapabilmekteydi (<http://computerhistory.org>).

1937 Yılında ilk elektronik bilgisayar Dr. John V. Atanasoff ve Clifford Berry tarafından inşa edilmiştir. ABC (Atanasoff-Berry Computer) adı verilen bu ilk elektronik bilgisayarın ardından 1946 yılında ilk genel amaçlı bilgisayar olan Electronic Numerical Integrator and Computer (ENIAC) inşa edildi. Burada inşa edildi kavramı önemlidir çünkü ENIAC (Fotoğraf-2), yaklaşık 30 ton ağırlığında ve 18.000 vakum tüpünden oluşmaktaydı (Castells, 2000: 54/).



Fotoğraf-1: Charles Babbage'ni Analitik Motoru (Kaynak: www.ntv.com.tr)

1951 ise bilgisayar teknolojilerinde devrim sayılabilecek yeniliklere sahne olmuştur. İlk nesil bilgisayarlarda kullanılan vakum tüpleri yerine transistörlerin kullanılmaya başlanması ve ilk ticari bilgisayar UNIVAC-1 bu dönemde üretilmiştir. 1953 Yılında ise International Business Machine yani bugünkü bilinen adıyla IBM, 650 ve 700 serisi adını verdiği bilgisayarlar ile bilgisayar dünyasına damga vurmuştur. İşletim sistemi ve bellek sahibi olan IBM 650 ve 700, ayrıca şerit ve disk gibi depolama ortamlarına ve yazıcı için çıkışlara sahipti (<http://people.bu.edu>).



Fotoğraf-2: Electronic Numerical Integrator and Computer (ENIAC) (Kaynak: britannica.com)

İlk kişisel bilgisayar ise yine IBM firması tarafından geliştirilmiştir. IBM 5150 (Fotoğraf-3) olarak isimlendirilen bilgisayar, bugünkü bilgisayarların ilk versiyonudur. O dönemki IBM Başkan Yardımcısı C. B. Rogers'ın: Bu bilgisayar, ofiste, üniversitedeki kampüslerde veya evde kişisel bir sistem isteyen hemen hemen herkes içindir (<http://www.telegraph.co.uk>) sözleriyle piyasaya sürülen IBM 5150, 4.77 mhz Intel 8088 mikroişlemci, 16 kilobyte bellek, 160k floppy disk sürücüsüne sahipti ve istenirse renkli monitörü ile satın alınabiliyordu.

IBM 5150 Microsoft Disk İşletim Sistemi (Ms-Dos) ile çalışmaktaydı ve MS-Dos bugün kullanılan Microsoft İşletim Sistemi'nin temelini oluşturmaktaydı. IBM'in MS-Dos kullanan ilk kişisel bilgisayarından on yıl sonra MS-Dos'un gelişmiş varyasyonlarını kullanan elli milyondan fazla bilgisayar bulunmaktadır (Chposky'den akt. Ceruzzi: 2003: 272).



Fotoğraf-3: İlk Kişisel Bilgisayar IBM 5150 (Kaynak: wikipedia.org)

1984 Yılında Apple ilk Machintosh bilgisayarı piyasaya sürdü. IBM bilgisayarlarında kullanılan MS-DOS'un kısıtlı özelliklere sahip olduğunu ve IBM'in bu konuda herhangi bir adım atmadığını ileri süren bazı Apple çalışanları, IBM PC'den daha önce duyurulan ancak başarılı olamayan Xerox ile ortak çalışmaya başlamıştır. Xerox laboratuvarında çalışan ve daha sonra Apple'a geçen Jef Raskin, Apple'ı yeni bir grafik-metin tabanlı bilgisayar üretmeye ikna etti ve 1984 yılında Apple II piyasaya sürüldü. Apple II ile birlikte fare (Mouse) teknolojisi de bilgisayarlarında yer almaya başlamıştır (Ceruzzi: 2003: 273-276).

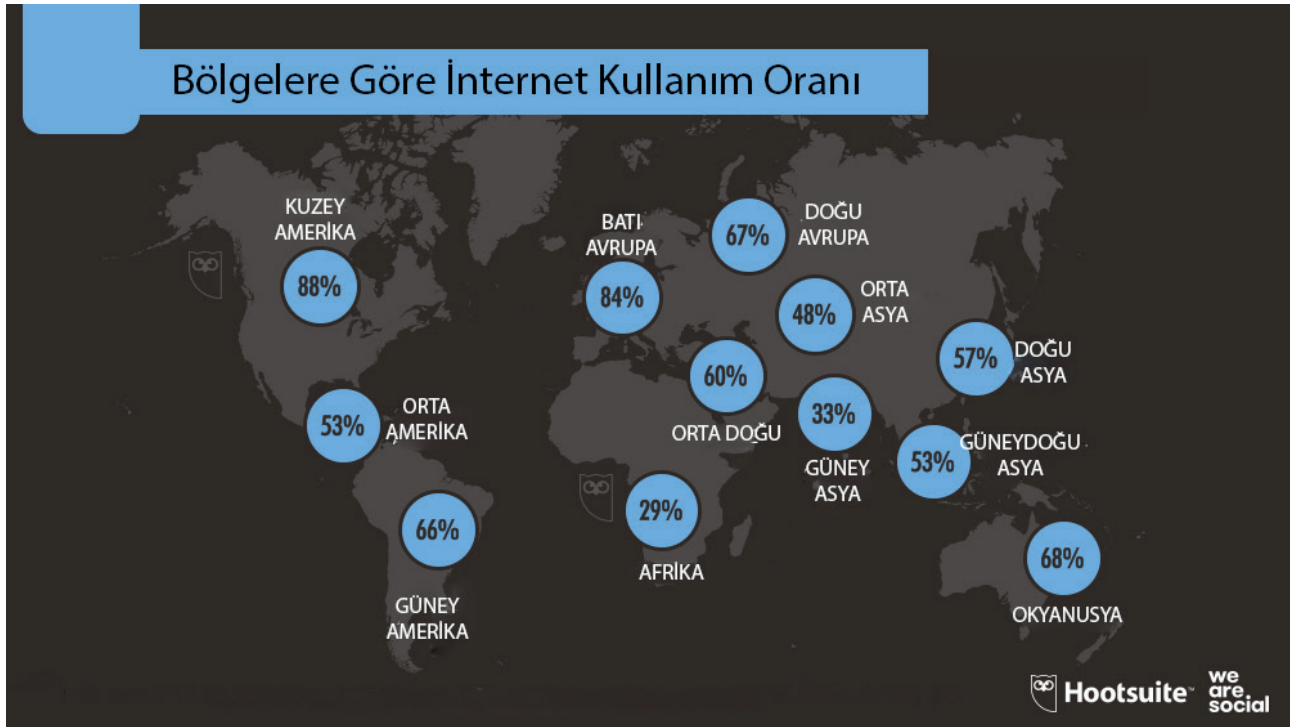
İnternet

Hesap makinesi olarak tasarlanan ilk bilgisayarların ardından ABD ile Sovyetler Birliği arasındaki soğuk savaş döneminde bilgisayarların askeri amaçla kullanılmasıyla birlikte teknolojik olarak inanılmaz bir hızla gelişmiş ve hemen hemen her alanda hizmet vermeye başlamıştır (Aydoğan, 2010: 11). Başta askeri alan olmak üzere birçok noktada hizmet vermeye başlayan bilgisayarlar arası bir iletişim kurulmadığı sürece basit bir hesap makinesinden öteye gidememektedir. Bu noktada yine çıkış noktası askeri temele dayanan internet devreye girmektedir. Soğuk savaş döneminde radyo frekans temelli iletişim kullanan ABD ordusu, Sovyet ordusunun atmosferde nükleer bir bomba patlatması sonucu iletişimin kopacağından endişe etmekteydi ve alternatif bir iletişim yöntemi aramaktaydı. Savunma Bakanlığı

bünyesinde kurulan ve kısa adı ARPA olan İleri Araştırma Projeleri Ajansı (Advanced Research Project Agency) alternatif iletişim yöntemi üzerine araştırma yaparken, Paul Baran tarafından önerilen ve nükleer saldırılardan etkilenmeyecek, nörolojik ağları temel iletişim sistemi önerisinden yararlanarak ARPANET'i geliştirmiştir (Naughten, 2000: 90-91, Ryan, 2010: 13-26). Askeri amaçla üretilen ve bilgisayarlar arasındaki iletişim protokollerinden oluşan ARPANET, daha sonra ABD'deki üniversiteler ve sivil kuruluşlar arasında da faaliyete geçirilmiş ve hızla yayılmaya başlamıştır.

İnternetin bugünkü bilinen noktaya gelmesi ve web adını almasının temeli ise, Fransızca Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi anlamına gelen Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire'in kısaltması olan CERN araştırmacılarından Tim Berners-Lee'nin 'Enquire' adlı yazılımına dayanmaktadır. Enquire Lee'nin kendi bilgisayarı içerisindeki farklı belgelere bağlantı sağlamaktaydı ancak başka bir ağa bağlanamamaktaydı (Ryan, 2010: 105-107). Bu nedenle 1990 yılında World Wide Web'i geliştirdi ve bugünkü internet ortaya çıkmış oldu. Bu yeni teknolojik yapılanma ile birlikte, başlangıçta tek başına bir gelişim olan bilgisayarlar, diğer bilgisayarlar ile serverlar üzerinden bağlantıya geçebilmekte ve birbirileri ile iletişim halinde bir ağ oluşturabilmektedir. Kullanıcılar evde, işte ya da herhangi bir mekanda bu ağlara bağlanabilmekte ve iletişime geçebilmektedir.

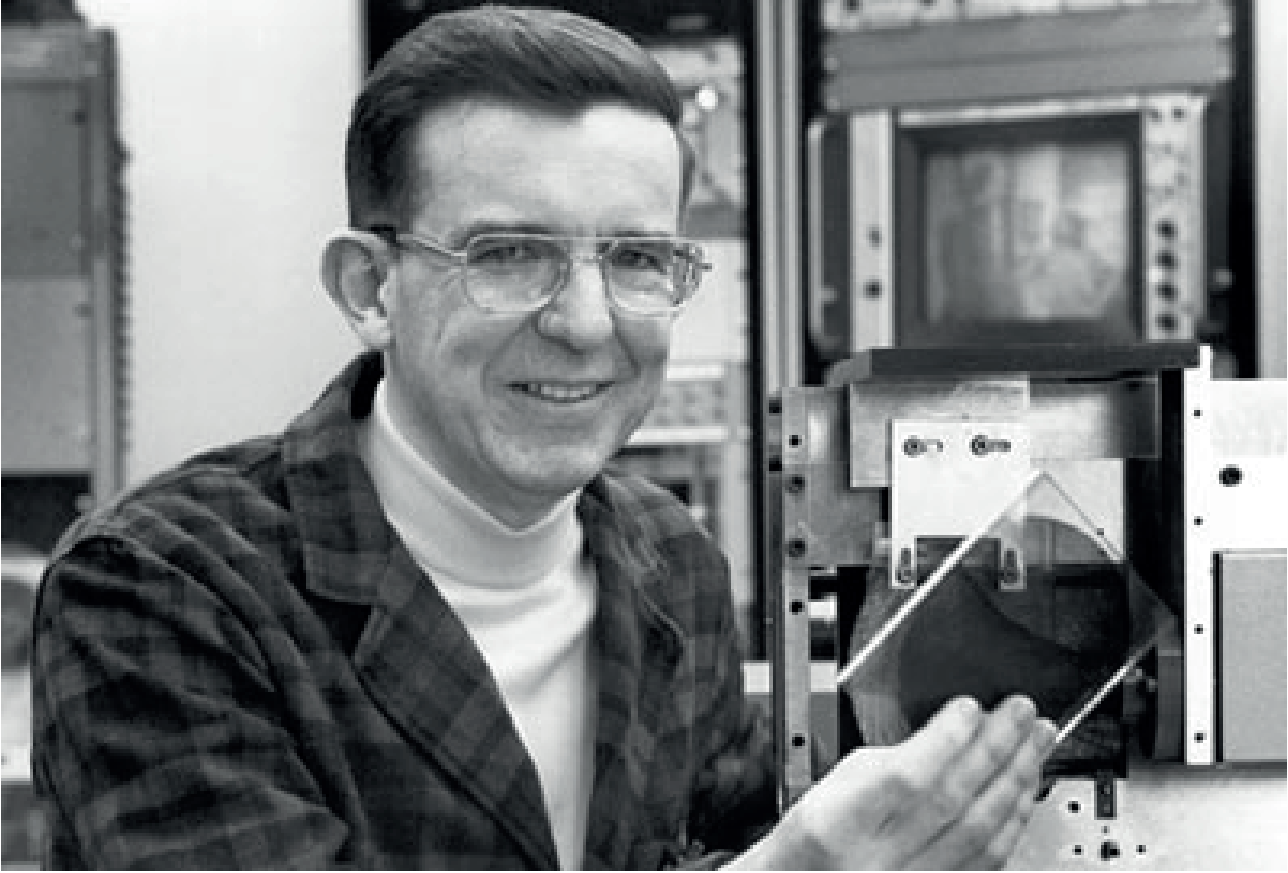
İnternet bugün yeni medyanın bel kemiği sayılmaktadır. Dünyadaki iletişimin büyük çoğunluğu internet üzerinden gerçekleşmektedir. İnternet'in ilk on yılında ağa bağlı 63 milyon ana bilgisayar, 950 milyon telefon terminali, 5 milyon ikinci düzey domain, 3,6 milyon web sitesi bulunmaktaydı ve 200 ülkede 179 milyon kişi internet kullanıcısıydı (Cerf'ten akt. Castells: 2008: 463). Her yıl internet kullanımı ve büyümesi ile ilgili rapor yayımlayan Wearesocial.net'in 2017 yılı raporuna göre ise; 7,476 milyar olan ve %54'ü kentlerde yaşayan dünya nüfusunun, 3,773 milyarı aktif olarak interneti kullanmaktadır. Yine 4,917 milyar mobil internet kullanıcısı vardır. 2017 yılında internet kullanıcı sayısı bir önceki yıla göre %10 büyümüştür (<https://wearesocial.com>). İnternet kullanımı bölgesel nüfus ile karşılaştırıldığında, Afrika ve Orta Doğu dışında kalan bölgelerde nüfusun %50'sinden fazla bir orana karşılık gelmektedir (Grafik-1).



Grafik-1: Bölgelere Göre İnternet Kullanımının Nüfusa Oranları (Kaynak: wearesocial.net)

Kompakt Disk-Çok Amaçlı Sayısal Disk (Dvd)

Kompakt Disk (CD), ses, video ve diğer verileri dijital biçimde kaydetmek, saklamak ve oynatmak için kullanılabilen taşınabilir bir depolama ortamıdır. Bilgisayar teknolojilerinin gelişmesinden önce ses kayıtları vinil yüzeylere kaydedilerek saklanmaktaydı. Ancak Amerikalı mucit James Russell (Fotoğraf-4) 1966 yılında vinil albümlere alternatif olabilecek, lazer, dijital kayıt ve optik disk teknolojilerinin birleşimini andıran bir teknoloji için patent almıştır (<http://techtargget.com>). Philips ve Sony firmaları 1980 yılında bu teknolojinin lisansını satın alarak optik disk alanına yatırım yapmaya başladılar. Philips firmasından Lou Ottens, sesi küçük bir optik disk üzerine kaydetmek için çalışmalar yapmaktaydı, daha sonra Sony ile ortaklığa giderek 1982'de yaygın olarak kullanılan 4,8 inçlik (12 cm) kompakt diskler piyasaya çıktı; bu buluş daha sonra da CD-ROM olarak bilgisayarlara uyarlandı. İlk ticari kompakt disk, 1982 yılında piyasaya sürülen, piyanist Claudio Arrau Chopin valsini çaldığı ve kaydettiği disk kayıdır (<http://news.bbc.co.uk>).



Fotoğraf-4: James Russell Optik Disk (Kaynak: <http://history-computer.com>)

CD ortamlarında kayıt merkezden dışa doğru yapılmaktadır ve bu nedenle boyutları değişkenlik gösterebilmektedir. Ancak en yaygın boyut 120mm çapındaki kompakt disk boyutudur. 1980'de Philips ve Sony, kompakt diskler için tüm standartları belirleyen Kırmızı Kitap'larını (Red Book) ürettiler. O tarihten itibaren şirketler kendi CD çalışmalarını ayrı olarak yürüttü ancak başlangıç bileşenlerini paylaşmayı kabul etti. Nisan 1982'de Philips, Ekim 1982'de ise Sony ilk CD çalarlarını piyasaya sürdü. İlk piyasaya sürüldüklerinde CD'lerin üretim maliyetleri 40 Dolar civarındaydı ancak üretim tesislerinin artırılması ile maliyetler 20 Dolar'a kadar düşürülmüştür. 1982 yılında Hitachi firması da ilk CD çalarını üretti ve 6 Bin adet sattı. Sony o zamana kadar 20 Bin CD çalar satmayı başarmıştı (Staff, 2014). CD başlangıçta özellikle ABD'li plak şirketleri tarafından kuşku ile yaklaşmış ancak tanıtılmasının ardından hızla yayılmaya başlamıştır. 1985 yılında Dire Straits'ın Arthros'taki Brothers bir milyondan fazla satan ilk CD oldu. 2000'de CD albümlerinin küresel satışları 2.455 milyar dolara yükselmiş ancak 2006'da bu rakam 1.755 milyar dolara gerilemiştir (<http://news.bbc.co.uk>).

1980'lerin sonlarına doğru kompakt disk ses verileri için sektör standardı haline gelmişti, ancak 1990'lı yıllarla birlikte bilgisayarların giderek yaygınlaşması neticesinde multimedya içerikler kişisel bilgisayarlara yayılmaya başladı. Haziran 1985'te Sony ve Philips tarafından birlikte geliştirilen CD-ROM ve 1990'da CD-R piyasaya sürüldü. Eylül 1987'de Microsoft, ilk CD-ROM yazılımı Microsoft Bookshelf'in dağıtımına başladı. Ocak 1991'de Commodore bir CD-ROM oynatıcı içeren ve sadece 1.000 dolara mal olan CDTV'yi (Commodore Dynamic Total Vision) çıkardı. Apple'ın bir CD-ROM sürücüsüne sahip ilk bilgisayarı Macintosh IIvx'i 1992 yılında piyasaya sürdü. 1990'ların geri kalanında, kişisel bilgisayarlarda CD-ROM sürücüleri standart haline geldi ve atlaslar, sözlükler ve ansiklopedi gibi yazılımlar için CD-ROM'lar giderek multimedya amaçlı kullanıldı. Macromedia'nın Director uygulaması, şirketlerin birçok özellikli interaktif multimedya CD-ROM'ları kolayca oluşturmalarına izin verdiği için bunun büyük bir parçasıydı (Staff, 2014).

Multimedya içeriklerin bilgisayarlar tarafından yaygın olarak kullanılmaya başlanmasıyla birlikte 700 MB kapasiteye sahip CD-Romlar yetersiz gelmeye başlamış, bu nedenle 4,7 GB kapasiteye sahip Dijital Video Disk ya da Dijital Çok Yönlü Disk'ler (DVD) üretilmiştir. DVD'lerin iki farklı isim ile anılmasının nedeni ilk olarak kaydedilmiş hareketli görüntüleri ve televizyon programlarını oynatmak için üretilmesi (bu nedenle dijital video disk denmektedir), daha sonra ise kişisel bilgisayarlarda her türlü verileri okuma, kaydetme ve depolama (dijital çok yönlü disk) için kullanılmasıdır (<https://www.britannica.com/topic/DVD>). İlk DVD Sony ve Philips firması ortaklığında 1995 yılında üretilmiştir. Daha önceki dönemde her iki firma birbirinden bağımsız olarak yüksek kapasiteli diskler üzerinde çalışmaktaydı ancak 1995 yılında bir standart oluşması açısından ortaklığa gittiler ve DVD'yi ürettiler. İlk DVD'nin üretilmesinin ardından 1996 Yılında ilk DVD oynatıcılar Japonya'da piyasaya sürülmüştür (Arnold, 2017: Parag. 8). Dijital görüntü sıkıştırma formatı Mpeg-2'nin geliştirilmesiyle birlikte iki saatlik bir film tek bir DVD ortamına kaydedilebilir boyuta indi ve DVD'ler evde film izlemek için standart haline geldi.

Yayıncılık teknolojisindeki dijitalleşme ile birlikte televizyon yayıncılığı daha kaliteli yayınlara izin veren yüksek çözünürlüklü (High Definition-HD) yayıncılığa geçmesiyle birlikte bu kez DVD'ler için kapasite sorunu ortaya çıkmıştır. 2002 yılında Toshiba ve NEC Corporation ortaklığı ile HD-DVD ortamları üretildi. Aynı yıl Sony Blu-ray Disk'i piyasaya sürerek DVD'lerin kapasite sorununa çözüm üretti. HD-DVD ve Blu-Ray Disk benzer teknolojiler kullanılarak üretilmiş olmalarına rağmen HD-DVD 15 GB, Blu-ray Disk ise 25 GB saklama kapasitesine sahiptir. CD ve DVD döneminin aksine HD yayın döneminde iki farklı ürünün piyasaya sürülmesi nedeniyle başlangıçta her iki disk türü de sektör tarafından yeterince kabul görmemiştir. Özellikle bilgisayar üreticileri ürünlerinde hangi disk türü için okuyucuya yer verecekleri konusunda kararsız kalmaları ve oluşan piyasa baskısı nedeniyle 2008 yılında Blu-ray eğlence sektörü için standart kabul edildi ve Toshiba HD-DVD için geliştirmeyi durdurdu (<https://www.britannica.com/>). Günümüzde halen disk kapasiteleri konusunda çalışmalar devam etmekle birlikte, artan internet bağlantısı hızları ve depolama seçenekleri nedeniyle Disk teknolojisi yerini yavaş yavaş Bulut Depolama (Cloud Storage) ve Online Akış (Streaming) teknolojisine bırakmaktadır.

Cep Telefonu

Cep telefonları 2000'li yıllar ile birlikte hayatımıza girmiş olsa da arkasında yatan teknolojinin temelleri ilk radyo sinyallerine dayanmaktadır. Maxwell, Hertz, Hughes ve diğerlerinin çalışmalarının ardından, Marconi radyo tabanlı iletişimlerin geliştirilmesinde merkezi öneme sahip olmuştur (Farley'den akt. Ling; 2004: 6). Marconi 1890'lı yıllar boyunca birkaç yüz metreden birkaç kilometreye uzanan ve okyanuslar arası iletişimi kapsayan, radyo sinyallerini taşımayı başarmıştır. 1906 yılında ilk sesli mesajlar karadan denizdeki gemilere gönderilmeye başlandı. İlk mobil telefon denemeleri 1911 yılında test edilmiştir. Bir arabanın arkasına yüklenen telefon istenilen yere hareket ettirilmiş daha sonra araba durdurularak telefon hattına bağlanmıştır. Bu sistem bugün kullandığımız cep telefonları ile uzaktan yakından ilgisi olmamakla birlikte ilk taşınabilir telefon deneyleri olarak önem taşımaktadır. Detroit Polis Departmanı 1921 yılında mobil telsiz testlerine başlamış, hareket halindeyken polis devriyesi aracı

durdurarak merkez ile irtibata geçmeyi denemiştir. Bu testlerin ardından 1928’de Detroit’te ilk ses temelli mobil radyo sistemi kurulmuştur (Agar: 2003: 57). Pek çok teknolojik gelişmede olduğu gibi mobil iletişim teknolojisindeki gelişmeler de ilk olarak askeri kullanım için üretilmiştir. İlk iki yönlü iletişim sistemi İkinci Dünya Savaşı sırasında Amerikan ordusu için üretilen sırt çantası mobil sistem, walkie-talkie benzeri bir telsiz sistemiydi. İkinci dünya savaşının ardından sivil kullanımı artan bu telsiz sistemler ilk olarak taksiler tarafından kullanılmıştır. Bu radyo sistemlerinin kullanımının artmasıyla birlikte frekans sorunu ortaya çıkmaya başlamıştır. Sınırlı transfere izin veren radyo frekansları amatör radyocular tarafından kullanılmaktaydı ve iki yönlü telsiz sistemi geniş bant bağlantıya ihtiyaç duymaktaydı (Gow & Smith 2006: 26). 1960’ların ortalarına doğru daha gelişmiş bir sistem üretildi. Bu sistem, otomatik kanal ataması, doğrudan arama işlemlerini yapabiliyordu. Belli bir coğrafi bölgedeki sistem aynı anda sadece bir düzine kullanıcıya izin vermekteydi. Örneğin, 1976’da New York’taki sistem, yaklaşık 550 kullanıcıya 12 hattı paylaşıyordu (Borth, 2016). Mobil terminaller yüksek enerji gerektiren sistemlerdi ve bir aküden daha ağır pillere ihtiyaç duymaktaydı. Dolayısıyla, mobil telefon sistemleri bir aracın arkasına yüklenmiş (Fotoğraf-5) otomobil tabanlı telefon anlamına geliyordu (Ling, 2004: 8).



Fotoğraf-5: Bell tarafından geliştirilen otomobil tabanlı mobil telefon. (Kaynak: <http://chipdesignmag.com>)

Taşınabilir telefonlara olan ilginin artması nedeniyle daha yüksek kapasitede hücreli veri hatlarına ve sistemlerine ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır. 1980’lerde ABD’de, birçok hücreli veri iletim sistemi kurulmuştur. Aynı dönemde Avrupa’da ise, çağrı sürecini otomatikleştiren ve uluslararası dolayım için izin verilen ilk başarılı hücreli sistem kurulmuştur. 1980’lerin başında İsveç, Danimarka, Norveç ve Finlandiya’da tarafından geliştirilen sistem, tüm bölge boyunca aynı mobil telefon ile uyumlu olarak kullanılabildi. Yine de İngiltere, İtalya, Fransa ve diğer Avrupa ülkeleri kendi hücreli veri sistemlerini geliştirmişlerdir. Neredeyse her ülkenin kendi sistemini kurması uyumluluk açısından sorun çıkarmaya başlamasıyla birlikte, Avrupa kamu telefon şebekesi operatörleri, Avrupa Topluluğu ve Avrupa Telekomünikasyon Standartları Enstitüsü (ETSI) ile birlikte GSM’in (Global System for Mobile Communications) geliştirilmesine başlamıştır (Ling, 2004: 8-9).

1960'lerden itibaren hücresel şebekelerin kurulmasıyla hareketliliğin (mobilité) önündeki tek engel telefon cihazının kendisiydi. 1973 yılında Motorola mühendisi Martin Cooper ilk mobil telefonu üretmek için cep telefonuyla görüşen ilk kişi unvanını almıştır. Cooper yaptığı telefon görüşmesinde bu alandaki rakibine yarışı kazandığı haberini veriyordu (Spam, 2015: 20-21). Cooper'ın icadı Motorola tarafından geliştirilerek 1983 yılında DynaTAC 8000X (Fotoğraf-6) adıyla piyasaya sürülmüştür. DynaTAC 8000X yaklaşık bir kilogram ağırlığında, sekiz saatlik bekleme süresi, 35 dakikalık konuşma süresine sahip ilk ticari cep telefonudur (Grow & Smith, 2006: 32).

Birinci nesil cep telefonları olarak adlandırılan ilk cep telefonları boyut olarak taşınması zor cihazlardı ve yüksek maliyetleri nedeniyle yalnızca gelir seviyesi yüksek kişiler tarafından satın alınabiliyordu. İkinci nesil cep telefonları ise 1990'ların başından itibaren geliştirilmeye başlandı. Cep telefonu bileşen parçalarının teknolojik olarak gelişmesi, boyutlarının küçülmesi, maliyet oranlarının azalması nedeniyle daha geniş kitlelere ulaşmayı başarmıştır.



Fotoğraf-6: Motorola DynaTAC 8000X. (Kaynak: <http://img.timeinc.net/>)

Dijital cep telefonu şebekelerinin geliştirilmesiyle birlikte ses kalitesi artmış ve daha fazla kullanıcıya hizmet verilmesi mümkün hale gelmiştir. Dijitalleşmeyle birlikte ikinci nesil cep telefonları ile 160 karakterlik mesaj göndermek mümkün hale gelmiş, 1993 yılında Finlandiya'da ilk kişiden kişiye mesaj gönderilmiştir (Literall, 2017). İkinci nesil cep telefonu teknolojisinin gelişmesiyle birlikte 1990'lı yıllarda birçok firma cep telefonu üretmeye ve satmaya başlamıştır. Ancak 100 milyondan fazla cep telefonunun satıldığı 2002 yılında Finlandiyalı şirket Nokia, 37 milyon cep telefonu satışıyla pazar lideri konumunu elde etmiştir (Tablo-1).

Şirket	Satılan Telefon Sayısı (Milyon)	Satılan Telefon Sayısı (%)
Nokia	37,447	35.9
Motorola	15,030	14.4
Samsung	11,063	10.6
Siemens	8,145	8.4
Sony/Ericsson	4,999	4.8
Diğer	27,572	26.4
Toplam	104,256	100

Tablo-1: 2002 Yılı Cep Telefonu Satış Oranları. (Kaynak: Ray Le Maistre'ten akt. Grow & Smith, 2004: 52)

Günümüzde kullandığımız çoklu-görevleri yerine getiren cep telefonları, üçüncü nesil hücreli veri istasyonlarının geliştirilmesinin ardından üretilmeye başlanmıştır. Üçüncü nesil cep telefonları resimli mesajlaşmanın yanı sıra basit e-posta gönderip almaya ve internete bağlanmaya izin vermektedir. Bu teknolojik yenilik cep telefonlarında yeni bir devri başlatmıştır. Başlangıçta sadece sesli görüşme için kullanılan cep telefonları artık veri iletimi içinde kullanılabilir hale gelmiştir.

2000'li yıllara gelindiğinde cep telefonları artık sadece telefon değil aynı zamanda fotoğraf çekebilen ve internete girebilen aygıtlara dönüşmüştür. Samsung tarafında geliştirilen ilk kameralı cep telefonu SCH-V200, 0,35 Megapiksel çözünürlüğünde görüntü kalitesi sunmakta, ancak fotoğraf çekebilmek için bilgisayara gereksinim duymaktaydı. Gerçek anlamda ilk kameralı cep telefonu ise Sharp tarafından Haziran 2000'de piyasaya sürülen J-SH04'tür. Sharp J-SH04'ün, Samsung SCH-V200'den farkı, çekilen fotoğrafların gönderilmesine izin vermesiydi (Hill, 2013). 2000 yılında kameraların cep telefonlarına entegre edilmesiyle başlayan bugünkü deyimle 'megapiksel savaşları' günümüzde halen en iyi kameraya sahip telefon yarışı olarak devam etmektedir.

Cep Telefonlarından Akıllı Telefonlara

Teknolojinin ilerlemesi ve iletişimin öneminin artmasıyla birlikte cep telefonları giderek daha fazla özelliği bünyesinde barındırmaya başlamıştır. Özellikle e-posta gibi servislerin yaygınlaşması, internetin öneminin artması gibi nedenlerle cep telefonlarının çok daha fazla özelliğe sahip olması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bugünkü bilinen anlamıyla ilk akıllı telefon 1994 yılında üretilen Simon Personal Communicator'dır. Cihaz telefon özelliklerinin yanı sıra e-posta, takvim, hesap makinesi, adres defteri, dünya saati, not defteri, birden fazla ekran klavyesi ve hatta faks gönderip alabilme gibi pek çok uygulama ve hizmeti içeriyordu ve MS-DOS'un geliştirilmiş bir türü olan ROM-DOS işletim sistemiyle çalışmaktaydı (Pothitos, 2016: Parag 2-3). 1996 yılında ise Nokia, Simon Personal Communicator'ın yapabildiği her işlemi yapabilen ve grafiksel bir web tarayıcısını da bünyesinde barındıran Nokia 9000 modelini piyasaya sürdü (Mccarty, 2011: Paraf 3-4). 2000'li yılların başında, hemen hemen her markanın birden fazla akıllı telefon modeli vardı. 2007 yılı ise akıllı telefon teknolojileri için bir devrim olarak nitelendirilmektedir. Apple firması dokunmatik ekran teknolojisine sahip Iphone Ocak 2007'de tanıtıldı ve 'oyun değiştiren' cihaz sıfatını aldı (Clawson, 2015: 25). Kendi işletim sistemini kullanan Iphone, dokunmatik ekran teknolojisinin yanında aynı zamanda üçüncü taraf uygulamalarında yüklenmesine -sınırlı da olsa- izin vererek cep telefonlarında yeni bir çağı başlatmıştır.

Geleneksel Yeni'ye Medyadaki Dönüşüm

İnternetin bu denli büyümesi, beraberinde teknolojik yeniliklerinde ilerlemesi ve gelişmesi ile birlikte adeta dijital bir devrim yaşanmış, yayın sistemleri ve haberleşme araçları bu değişime entegre olarak kitle iletişim araçlarının bir dönüşüm geçirmesini sağlamış ve böylelikle yeni medya kavramı daha çok önem kazanmaya başlamıştır (Çağlayan, 1998: 23-24). Ortaya çıkan bu yeni medya, giderek eskinin yerini almaya başlamış ve her geçen gün önemini arttırarak yayılmasını sürdürmüştür. Yeni medya kavramının literatürde yer alması ile birlikte, 'eski' ya da 'geleneksel' medya kavramı da ortaya çıkmıştır.

Yeni medya ile eskisi arasında kesin bir ayırmadan söz edilememektedir. Eski medya dağıtım için ağ tabanlı dağıtım kanallarını (telefon hatları, radyo frekansları vb.) kullanmakta ve bu teknoloji olmadan var olamamaktadır. Günümüzde ise bu dağıtım kanallarına internet eklenmekte ve eski medya yeni medyanın dağıtım kanallarını kullanmaktadır. Eski medya tamamen yok olmamıştır. Postmodernizm tarafından reddedilen modernizm gibi eski medya yeni medya tarafından reddedilmemiştir. Yeni, eskinin üzerine inşa edilerek ortaya çıkan sürece atıfta bulunmaktadır. Yeni, süreç içinde ortaya çıkan ortamı ifade etmektedir (Dilmen & Öğüt, 2006: 6). Geleneksel medya ve bilgisayar teknolojisinin birlikteliğinden oluşan yeni medya özellikle 20. yüzyıldan itibaren ortaya çıkan teknolojik gelişmelerle birlikte, geleneksel medyadan daha kesin çizgilerle ayrılmaya başlamıştır. Geleneksel medya ile yeni medya arasındaki farklar yeni medyanın özelliklerinin sıralandığı bir sonraki bölümde daha detaylı açıklanacaktır.

Yeni Medyanın Özellikleri

Yeni medyanın kendine has özellikleri incelendiğinde, geleneksel medya ile olan farkları daha net ortaya çıkmaktadır. Manovich (2001a), yeni medyanın kendine has özelliklerini şu şekilde sıralamaktadır:

- Sayısal Temsil
- Modülerlik
- Otomasyon
- Değişkenlik
- Kod Çevrimi

Geleneksel kitle iletişim araçlarında mesaj, belirli bir merkezden kitle olarak tanımlanan farklı türden toplum kesimlerine iletilmektedir. İletişim araçlarında kitleye yönelik bu doğrusal iletişim düzeninde, kitlelerin hiçbir belirleyici/denetleyici rolü bulunmamakta ve hedef kitleler geri bildirim için farklı kanallara yönelmek zorunda kalmaktadırlar (Gülнар & Balcı, 2011: 69-70).

Sayısal Temsil

Sayısal temsil, verilerin bilgisayar diline çevrilmesi anlamına gelmektedir. Bilgisayarlar ya da diğer yeni medya araçları, hesaplama bazlı araçlardır ve herhangi bir veriyi işleye bilmek için matematiksel algoritma ve hesaplamalar yapmaktadır. Yeni medya nesnelere ister bilgisayarda sıfırdan oluşturulmuş olsun, isterse geleneksel medya nesnelere dönüştürülmüş olsun, dijital kodlardan oluşmak zorundadır. Bunun iki temel sonucu vardır:

- Yeni medya nesnesi matematiksel olarak açıklanabilmektedir. Örneğin, bir görüntü ya da grafik matematiksel formül kullanılarak tanımlanabilmektedir.
- Yeni medya nesnesi, algoritmik olarak manipüle edilebilir. Örneğin bilgisayar yazılımları aracılığıyla otomatik olarak bir fotoğrafta oluşan 'gürültü' (noise) iyileştirilebilmekte, keskinliği ya da kontrastı ya da orantısı değiştirilebilmektedir. Yani ortam programlanabilir hale gelmektedir (Manovich, 2001a: 49).

Sayısal (dijital) dile çevrilen veriler, ağlar aracılığıyla başka bir noktaya gönderilebilir ve burada ekranlar aracılığıyla görüntülenebilir ya da bir kopya kaydedilebilir. Ancak burada görüntülenen ya da kopyalanan veri de sayısal kodlardan oluşmaktadır. Bu noktada geleneksel medya ya da analog medyada durum farklıdır. Analog veri, el yazmalarını, ya da kimyasal bir duyarkat üzerine kopyalanan verileri ifade etmektedir. Sayısal veriler matematik algoritmaları ile oluşturulurken, analog veri fizik ve kimya bileşenlerinden faydalanmaktadır. Yeni medya nesnelere sayısal olarak oluşturulmasının, ya da geleneksel medya metinlerinin sayısallaştırılması sayesinde; veriler çok küçük alanlarda sıkıştırılıp depolanabilmekte, çok yüksek hızlarda ve doğrusal olmayan yollarla erişilebilmekte ve analog verilerden daha hızlı ve kolay bir şekilde manipüle edilebilmektedir (Lister, Dovey, Giddings, Grant & Kelly, 2003: 18). Analog veriler fiziksel olarak yer kaplamaları nedeniyle depolanmaları için büyük hacimli alanlara

ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak sayısal veriler fiziksel bir alan kaplamadıkları için çok küçük depolama birimlerinde rahatça saklanabilmektedir. Örneğin basılı kitapları saklamak için devasa kütüphaneler oluşturulurken, aynı kitapların sayısal olanları için bir cebe sığacak boyutta alanlar yeterli gelmektedir.

Modülerlik

Modülerlik, yeni medyanın birbirinden bağımsız parçalardan oluşan bir bütün olmasını ifade etmektedir (Başlar, 2013: 3). İnternette ziyaret ettiğimiz bir web sayfası birbiri ile bütünleşmiş pek çok parçadan oluşmaktadır. Fotoğraflar, sesler ve metinler bir araya gelerek yeni medya nesnesini meydana getirmektedir. Manovich, modülerliği, 'yeni medyanın fraktal²' yapısı' olarak tarif etmektedir (2001a: 51). Bu fraktal yapıyı oluşturan nesnelerin her biri kendi orijinal yapısını korumaktadır. Bir araya gelerek daha büyük yapılar oluşturmaları, yapısal bir değişikliğe uğratmamaktadır. Yeni medya ile geleneksel medya arasındaki farklarından bir diğeri de yeni medyanın modülerliği sayesinde ekleme ve çıkarmalara izin vermesi ve bu işlemlerin nesnenin bütünlüğü üzerinde bir etkisi olmamasıdır. Örneğin basılı bir gazete de bir fotoğrafı çıkarmak için kesmeniz gerekmektedir ve yerine yenisini koymanız mümkün değildir. Ancak online bir gazete sayfasında istediğiniz içeriğe müdahale edebilir, ekleyebilir ya da çıkarabilirsiniz. Bu o gazete sayfasının yapısal bütünlüğüne etki etmemektedir. Gazete sayfası hala gazete sayfasıdır. Benzer şekilde fotoğraf düzenleme programları aracılığıyla fotoğraf üzerine istenilen ekleme ya da çıkarmalar birbirinden bağımsız katmanlar halinde yapılabilmektedir.

Otomasyon

Otomasyon, yeni medyanın ilk iki karakteristiği ile birlikte işler hale gelmektedir ve herhangi bir işlemin insan müdahalesi devreden çıkartılarak, algoritmik yazılımlar aracılığıyla otomatik olarak yapılmasıdır. 'Alt Seviye' ve 'Üst Seviye' olmak üzere iki sınıfa ayrılabilen otomasyon, basit banka transferlerinden, yapay zekalı oyunlara kadar birçok ortamda kullanılmaktadır (Manovich, 2001a: 53-54). Fotoğraf düzenleme yazılımlarında (Photoshop, Lightroom vb.) renk düzenleme, kontrast ayarları gibi birçok düzenleme, önceden kaydedilmiş hazır filtre ve ön ayarlar aracılığı ile otomatik olarak yapılabilmektedir. Yine başka sanatçılar tarafında fotoğraflarına yapılan ve kaydedilen düzenlemeler, bir diğer fotoğrafçı tarafından otomatik olarak kendi eserine uygulanabilmektedir. Geleneksel medya döneminde radyo yayınları manyetik bantlara kaydedilen müzik parçalarının bir insan aracılığıyla yayına gönderilmesiyle yapılmaktaydı. Ancak günümüz dijital yayıncılığında radyo yayınları, otomasyon yazılımları sayesinde (Fotoğraf-7) insana ihtiyaç duyulmadan otomatik olarak yayımlanabilmektedir. Dijital müzik platformlarında da durum benzerdir.

² * Matematikte kullanılan bir terim olan fraktal, bir nesneyi oluşturan parçalar nesnenin tamamına benzemesi olarak adlandırılır. Manovich'in burada kastettiği, yeni medya nesnelerinin bir araya geldiklerinde anlamlı bir bütün oluşturan parçalardan oluşmasıdır.

The screenshot displays the RadioDJ v1.6.4.8 software interface. At the top, it shows the station name 'HUN HAN DSACHINGIS KHAN' and the DJ's name 'DSCHINGIS KHAN'. The current time is 00:00:51 and the date is Wednesday, 25 September 2013. The interface is divided into several sections:

- Playlist (Left):** A list of tracks with columns for track number, title, artist, and duration. Tracks include 'Paradiso Bailando' by Acapela, 'Jingle 2008 Radio DJ 01', 'Samantha Sang Emotion', 'Smokie Oh Carol', and 'Hermes House Band Que Sera Sera'.
- Search Table (Right):** A table with columns for Artist, Title, Album, Intro, and Duration. It lists various tracks by Aerosmith, Afrika Bambaataa & Th..., Afrojack, After 7, After the Fire, Air Supply, and Alabama.
- Playback Controls (Bottom):** Includes buttons for play, stop, and volume, along with a progress bar and a '1-100/2857' indicator.
- Auxiliary Players (Bottom Right):** A section for managing multiple playback channels, labeled 'Player 1', 'Player 2', and 'Player 3'.

Fotoğraf-7: Radyo otomasyon yazılımı Radio DJ (Kaynak: <http://www.radiodj.ro>)

21. yüzyılın sonunda yeni medyada bir nesne oluşturmak sorun olmaktan çıkmış ve yeni bir sorun meydana gelmiştir: Hali hazırda üretilen nesnelere arasında istediğini bulmak (Manovich, 2001a: 55). Bu bağlamda, internet üzerinde var olan nesnelere belirli kategorilere sınıflandıran, araştıran, düzenleyen arama motoru ve benzeri yazılımlar da otomasyon sistemi başlığında değerlendirilebilir.

Değişkenlik

Değişkenlik, sayısal temsil ve modülerliğin bir uzantısıdır (Dilmen & Ögüt, 2006: 7). Yeni medya nesnesi sabit yapıda değildir. Aynı veri birden farklı şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Bilgisayar yazılımları aracılığı ile güncellenen sayfalar, başka internet sitelerine hiper-metin aracılığıyla verilebilecek bağlantılar, yeni medyanın değişken olmasına örnek olarak gösterilebilir. Geleneksel medyada nesnelere insan tarafından, elle belirli bir düzen ve sıra içerisinde üretilmektedir. Üretilen bu nesnelere adet olarak tekrar tekrar çoğaltılabilir, ancak bunlar benzer kopyalar olmaktadır. Yeni medya ise değişkenlik üzerine karakterize edilir. Yeni medya nesnesi, tekrar tekrar benzer kopyalar yerine genellikle birbirinden farklı kopyalar olarak oluşturulabilir. Tamamen insan tarafından üretilmiş nesnelere aksine, yeni medya nesnesi bilgisayarlar tarafından kısmen otomatik olarak meydana getirilmektedir (Manovich, 2001: 56). Değişkenlik ilkesi sayısal temsil ve modülerliğin bir uzantısı olduğu gibi aynı zamanda otomasyon ile de yakından ilişkilidir.

Post-endüstri döneminin kişiye özel üretim mantığı ile aynı mantığa sahip olan yeni medya, bilgisayar ve ağlar aracılığıyla bunu mümkün kılmaktadır (Manovich, 2001a: 56). Bilgisayar girdiğiniz verilere karşılık olarak anında size özel içerikleri ekrana yansıtabilmektedir. Son dönemde artan 'kişiyeye özel reklam' mantığı da aslında aynı prensibin sonucudur. Kişinin ziyaret ettiği web sitelerini kayıt altına alan

Google, daha sonra bu verileri analiz ederek ziyaret ettiği web sayfalarının reklam için ayrılan bölümlerini kişinin arama geçmişine göre değiştirmektedir. Bu Google AdSense yazılımı aracılığıyla otomatik olarak yapılmaktadır.

Kod Çevrimi

Yeni medyanın kod çevrimi başlığı ile incelediğimiz özellikleri teknoloji temelli olması nedeniyle, bu başlığında teknolojik tanımlamalarda bulunduğu düşünülmektedir. Ancak yeni medyada iki tür kod çevriminden söz edilebilir. Bunlardan ilki teknoloji temelli olarak, yeni medya nesnelere oluşturulan sayısal verilerin bir formattan başka bir formata çevrilmesidir. Örneğin, dijital fotoğraf makinesi ile Raw formatta çekilen ve bilgisayara aktarılan bir görüntü, çeşitli yazılımlar kullanılarak Jpeg ya da Tiff olarak yeniden kodlanabilmektedir. Yine benzer şekilde metin yazma programları ile üretilen dosyalar Doc ya da Rtf olarak kodlanmaktadır. Ancak bu metin dosyalarının içerisine bir görüntü dosyası eklemek mümkündür. Metin dosyasının içerisine Jpeg uzantılı bir dosya eklenmesine rağmen dosya yine de Doc uzantısı ile saklanabilmektedir. Bu Doc ile Jpeg arasındaki bir kod çevrimidir (Dilmen & Öğüt, 2006: 8). Manovich ise kod çevrimini sadece teknoloji olarak görmemektedir. O'na göre kod çevrimi ile kastedilen, yeni medya dilinde sayı değerlerinin kültürel formlara tercümesi olarak algılanabilir. Kültürün sayısallaşması ile diğer kültürel formlar da yeni biçimlerle bilgisayarın varlıkbilimi alanı içerisine girerler (Manovich'ten akt. Gülay, 2015: 59). Yeni medyanın kültürel yapı üzerinde değişiklik yapmasına gönderme yapan bu özelliği ilerleyen bölümlerde ayrı bir başlık olarak ele alınması daha açıklayıcı olacaktır.

Bu bölüme kadar yeni medya ile ilgili yapılan tanımlamalar ve sıralanan özelliklerle, 'yeni' olan teknolojik olarak açıklanmaya çalışılmaktadır. Ancak yeni medya bir taraflı teknolojik bir yapı barındırırken bir koluyla da iletişim boyutuna getirdiği yeniliklerden oluşmaktadır. Rogers'ın, yeni medyayı tanımlarken atıfta bulunduğu üç özelliği, yeni medyanın iletişim boyutuna getirdiği yenilikler olarak dikkat çekmektedir: Etkileşimlilik, Kitlesizleştirme, Eşsamsızlık (Rogers'tan akt. Geray, 2003: 18). Bu üç özellik hem yeni medyanın geleneksel iletişime getirdiği yenilikler hem de yeni medyanın özellikleri olarak sınıflandırılmaktadır.

Etkileşim (Interactivity)

TDK tarafından "birbirini karşılıklı olarak etkileme işi" olarak tanımlanan etkileşim, Oxford sözlükte ise "birlikte çalışan ve birbirini etkileyen iki kişi ya da süreç" olarak ifade edilmektedir. Kitle iletişimi açısından ele alındığında ise etkileşim, yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran en önemli özelliklerden biridir. Geleneksel medyada hedef kitle (ya da kitle) yalnızca alıcı konumundadır ve iletişim sürecine herhangi bir müdahalede bulunamamaktadır. Kitle iletişim araçları tarafından gönderilen mesajlar üzerindeki tek etkisi, mesajları alıp almama tercihidir ki bu sınırlı bir etkidir. Ancak geleneksel medyanın aksine yeni medya, bilgisayar ve internet birlikteliği sayesinde mesajların sadece alıcısı olmamakta, aynı zamanda içeriğe müdahalede bulunabilmektedir. Timisi'nin (2003:132) deyişiyle "Kullanıcı, iletişim sürecinin içinde aktif olarak yer alan bir öznedir."

İzleyicinin aktif olduğu tezi, daha önceki dönemlerde de dile getirilmiştir. Eliha Katz, Robert Merton gibi akademisyenler, kullanıcının kitle iletişiminde izleyicinin pasif konumda olduğuna şiddetle karşı çıkmaktadır. Katz, medyanın insanlara gönderdiği iletiler ile ne yaptığından çok, insanların bu iletileri nasıl kullandıkları ile ilgilenmiş ve kullanımlar doyumlar yaklaşımını³ hesaba katmıştır. İzleyicileri bilinçli tüketici olarak konumlandıran bu kuram, bireylerin medyayı kullanmayı bildiklerini ifade etmektedir (Aydoğan, 2011: 45-46). Bu noktada kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı izleyiciyi aktif konuma koymakla birlikte, gönderilen mesajları alıp almama kararını vermektense öteye götürememektedir. İzleyici sadece hangi mesajları alacağına karar verebilmekte, içerik ya da mesaj üretimine herhangi bir müdahalede bulunamamaktadır.

³ Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı İzleyicilerin bilinçli tercihlerde bulunduğunu, kendilerine gönderilen mesajları almakta seçici davranışlarını ifade eden, izleyici ihtiyaçlarından yola çıkan iletişim kuramıdır.

Yeni medyanın 'yeni' olmasının en önemli özelliklerinden olan etkileşim, tek yönlü geleneksel medya iletişimi yerine, her kullanıcının iletişim sürecinde aktif şekilde yer alarak, iletişim kanalları üzerinde eşit haklara sahip olmasını sağlamaktadır. İletişim sürecindeki alıcı, yeni medya sayesinde kaynak konumuna gelebilir. Bu Toffler'ın üreten-tüketici 'prosumer' kavramıyla da örtüşmektedir. Prosumer, tüketicinin üretim sürecine dahil olarak üreten konumuna gelmesini tanımlamaktadır. Toffler'ın *Üçüncü Dalga* (The Third Wave-1981) kitabında ekonomik dinamikler üzerinden ortaya attığı kavram, yeni medyanın etkileşimlilik özelliğini tanımlamak içinde yerinde bir ifade olmaktadır. Sosyal medya ve blogların yaygınlaşmasıyla birlikte alıcılar, takip ettikleri web sayfaları üzerinden bilgi alabildikleri gibi, içerik üzerine eklemeler çıkarmalar düzenlemeler yapabilmekte ve üretim sürecine dahil olmaktadırlar. Jimmy Wales tarafından 2001 yılında kurulan Wikipedia (Wikipedia) bunun en bilinen uygulamalarındandır. "Herkesin katkı sağlayabildiği özgür ansiklopedi" sloganı ile yayında olan site, kullanıcıların bilgi ekleyebildiği online ansiklopedidir. Birçok farklı dilde hizmet veren Wikipedia'nın Türkçe sürümünde yaklaşık 1 Milyon kullanıcı-içerik üretici bulunmaktadır (Wikipedi, 25 Haziran 2017). Wikipedia gibi açık kaynak kodlu web siteleri sayesinde her gün binlerce içerik kullanıcı-üreticiler tarafından internete eklenmektedir.

Kitlesizleştirme

Geleneksel medya araçları, kitle iletişim aracı olarak adlandırılmalarının temel nedeni, hedef kitleyi büyük kitleler olarak kabul etmesi ve mesajları alıcılara kitlesel olarak iletmesidir. Özelde bireyler kitleleri oluşturmakla birlikte mesaj iletiminde bu bireysellik dikkate alınmamaktadır. Ancak yeni medya araçları, kitlesel olarak mesaj iletebildiği gibi, bireysel ya da belirli gruplara özel mesajların iletilmesine de izin vermektedir. Tek bir kaynaktan, birden çok alıcıya mesaj gönderilebilmekte ve bu mesajların içeriği her alıcı için özelleştirilebilmektedir. Castells *Ağ Toplumunun Yükselişi* kitabının birinci cildinde Françoise Sabbah'ın bu konudaki görüşlerini şu şekilde açıklıyor:

"Kısaca yeni iletişim araçları, parçalanmış, aralarında büyük fark bulunan bir izleyici kesimini belirliyor; sayıca çok olsa da aldığı mesajın eşzamanlılığı ve aynılığı açısından artık bir kitle değil. Yeni iletişim araçları, homojen bir dinleyici kitlesine, sınırlı sayıda mesaj gönderme bakımından geleneksel anlamda artık kitle iletişim araçları değiller. Mesajların ve kaynakların çokluğu yüzünden, izleyicinin kendisi daha seçici hale geldi. Hedeflenen dinleyici kendi mesajlarını seçme eğiliminde; bu onun bütünden kopukluğunu derinleştiriyor, mesajı gönderenle alan arasındaki bireysel ilişkiyi güçlendiriyor" (2000: 454).

Geleneksel iletişim sürecinde kontrol, mesajı gönderene aittir. Ancak yeni medyada denetim, mesaj yapıcından çok alıcıya aittir (Geray, 2003: 18, Timisi, 2003: 82). Geleneksel medyada televizyon ya da radyo yayınları, programlanmış içerikleri ile bütün kullanıcılara (izleyicilere) aynı anda iletilmekteydi, ancak günümüzde yeni medya ile birlikte online müzik platformları ya da on demand (seç izle) televizyon uygulamaları sayesinde izleyici istediği yayını, kendi seçip takip edebilmektedir. Yine e-posta sistemleri sayesinde kullanıcılara bireysel bilgilendirme ya da mesajlar gönderilebilmektedir. Yeni medya araçlarının kitlesizleştirme özelliği olarak tanımlanan bu özellik sayesinde kitle iletişim araçları günümüzde kişisel iletişim araçları konumuna gelmiştir.

Asenkron - Eşzamansızlık

Yeni medya iletişim araçlarının, karşılıklı etkileşim ve kitlesizleştirme dışında iletişim alanına getirdiği bir diğer yenilik, asenkron yani eş zamansız olabilmek özelliğidir. Bireyler iletişim sürecini istedikleri zaman başlatabilme ya da durdurabilme özgürlüğüne sahiptirler. Geleneksel medya araçlarının sağladığı iletişim sürecinin zaman ve mekân boyutu yeni medya araçlarında ortadan kalkmaktadır. Geleneksel iletişimde iletişim sürecinin gerçekleşebilmesi için, kaynak ile alıcı aynı zaman diliminde ve aynı mekânda (Geray, 2003: 19) iletişim sürecini paylaşmaktaydı. Ancak yeni medyada, yeni iletişim araçlarının her yerden ulaşılabilir olması nedeniyle mekân boyutu ortadan kalmış, zaman boyutu ise farklı bir noktaya gelmiştir (Törenli, 2005: 161). Kaynak mesajı gönderdiğinde alıcı aynı zamanda mesajı alması gerekmemekte, daha sonra uygun bir zaman diliminde mesajı alabilmektedir. Örneğin e-posta mesajları ile

gönderilen ileti, farklı bir zamanda okunup geri dönüş yapılabilmektedir. Bu şekilde senkron bir iletişim süreci yerine asenkron bir iletişim gerçekleşmektedir.

Lev Manovich'in sınıflandırdığı yeni medyanın beş özelliğinin yanı sıra Rogers'ın tanımladığı üç özellik bir araya getirildiğinde yeni medyanın özellikleri tam olarak bir araya gelmektedir ve tanımlanması daha kolay olmaktadır. Şu ana kadar sıralanan sekiz özelliğe baktığımızda yeni medyanın teknolojik olarak neden yeni kabul edildiği (Manovich'in 5 özelliği) ve geleneksel medyaya göre yeni medya (Rogers'ın üç özelliği) olarak adlandırıldığı daha açık anlaşılmaktadır. Bu sekiz özellikten hareketle yeni medya tanımı yapıldığında; internet aracılığıyla istenilen her yerden ve her zaman erişilebilen, üretilen çalışmaların farklı çalışmalara dönüştürülmesine imkân veren, kullanıcı geri dönüşlerine olanak tanıyacak şekilde etkileşime izin veren, bilgiye ulaşma konusunda zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldıran bilgisayar teknolojileri temelli ortam ya da araçlardır.

Yeni medyanın yeni olmasının ve yeni iletişim teknolojilerinin sadece teknolojik ya da iletişimsel boyutu yoktur. Her teknolojik ilerleme gibi yeni medya da toplumsal ve kültürel boyutta değişimler meydana getirmiştir.

Yeni Medyanın Toplumsal Hayata Etkileri

Yeni medyanın toplumsal etkileri yeni iletişim teknolojilerinin kültürel, ekonomik ve sosyal alanda yaptığı değişiklikler incelendiğinde ortaya çıkmaktadır. Lister ve arkadaşları (2003: 10-11), yeni medyanın ortaya çıkışını, tekno-kültürün parçası olarak görmektedirler ve Featherstone, Castells ve Harvey'in görüşlerinden de faydalanarak yeni medya araçlarının ortaya çıkmasıyla birlikte meydana getirdiği, hızlandırdığı ya da katkı sağladığı toplumsal değişiklikleri şu şekilde özetlemektedir.

- Moderniteden postmoderniteye geçiş: 1960'lı yıllardan itibaren toplumlardaki ve ekonomilerdeki yapısal derinlemesine değişiklikleri, birbirleriyle bağlantılı kültürel değişikliklerle karakterize etmek için kullanılan, fakat hala uzlaşmamış bir tanımlama girişimidir. Yeni medya, estetik ve ekonomik açıdan böyle bir değişikliğin önemli bir göstergesidir.
- Yoğunlaşan küreselleşme süreçleri: ulusal devletlerin, ticaret, kurumsal organizasyon, geleneksel ve kültürel, kimlik ve inançların sınırlarının birbirlerine karışması, yeni medyanın katkıda bulunduğu birer unsur olarak görülmektedir.
- Batı'da endüstriyel üretim çağına yerine "post-endüstriyel" bilgi çağına geçilmesi: Malzeme ve malların üretimindeki istihdam, beceri yatırım ve kârların hizmet ve bilgi sektörlerine kayması yeni medya kullanımının örneklerindedir.
- Yerleşik ve merkezileşmiş jeopolitik güçlerin, merkezden uzaklaşması: Dağılmış ve sınırları aşan yeni medya iletişim ağları, batı koloni merkezlerindeki güç ve kontrol mekanizmalarının zayıflamasını kolaylaştırmıştır.

Yeni medyanın etkileri tartışıldığında iki görüş ön plana çıkmaktadır. Bunlardan ilk yeni medyaya iyimser gören yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre yeni medya özellikle internet sayesinde merkezi otoriteden ve denetimden (sansürden) uzaklaşarak özgürleştirici bir etkiye sahiptir. Demokrasi ve insan hakları internet çağında güç kazanmaktadır. Yeni medyanın etkileşimlilik özelliği, bireylerin pasif konumdan aktif konuma gelmelerine, tüketen hedef kitleden, karşılıklı üreten hedef kitleye dönüşmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda internetin demokratikleşme adına en büyük desteği siyasi katılım ve temsil noktasında kendini göstermektedir. İnternet kamusal tartışmalarda farklılıkların doğmasına neden olmakta ve bu farklılıklar siyasal iletişim çevresini genişletmektedir (Karaçor, 2009: 125). Ancak yeni medyaya iyimser bakmayan ikinci görüşe göre ise durum farklıdır. Özgürlüğün ve demokrasinin başlarda var olabileceğini belirten bu yaklaşım, ilerleyen zamanda bunun ortadan kalkacağını, yeni medyanın sahiplik yapılarının da geleneksel medya araçlarında olduğu gibi ilerleyeceğini ileri sürmektedir. Yeni medya teknolojilerinin toplumları ve bireyleri eğlendirme ve bilgilendirme amaçlarının yanında kontrol etme ve yönetme gibi amaçlar hedeflediğini belirten Yengin (2012: 117), sahiplik yapılarının devam ettiğine

dikkat çekerken, internetin kendi başına kötü bir araç olamayacağını, tam aksine iletişimi hızlandırdığı için faydalı olduğunu belirtmektedir (Türkoğlu, 2010: 398).

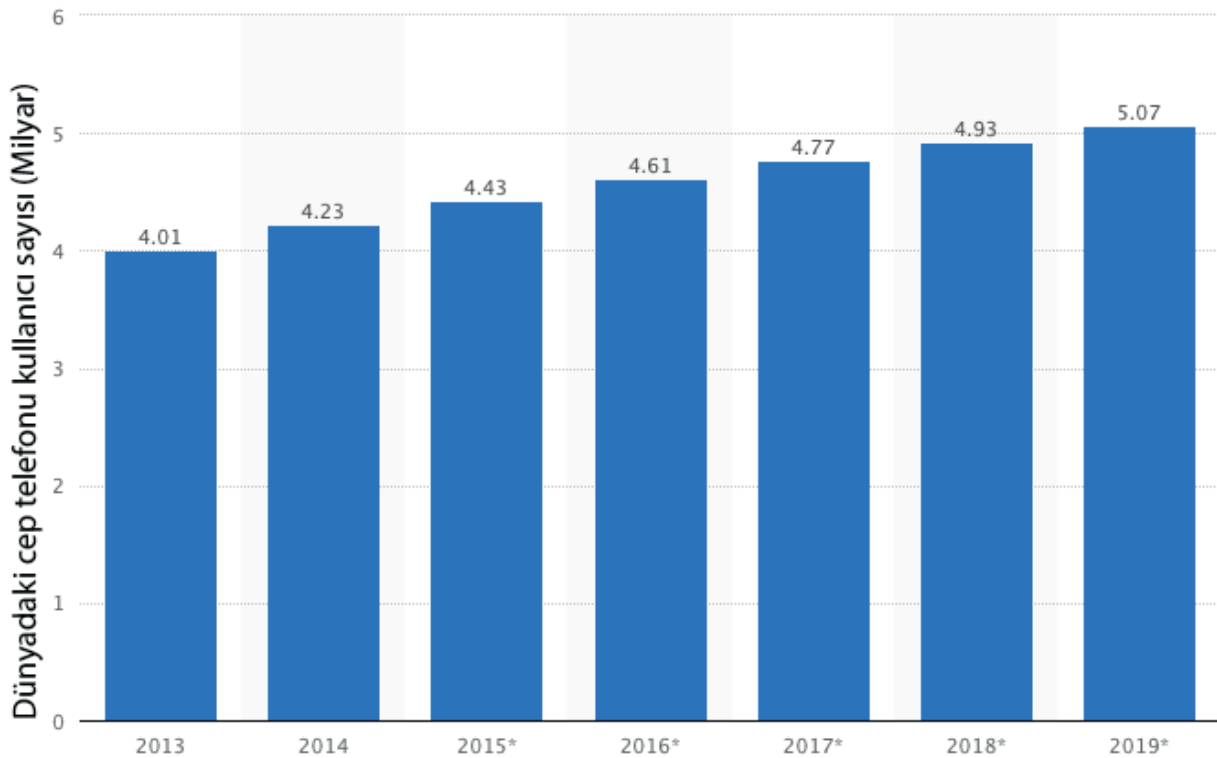
Yeni medyanın temelinde teknolojik yenilikler yer almaktadır ve hiçbir teknolojik yenilik ekonomik sistemden bağımsız olarak gelişmemektedir. Castells (2000: 16) bugünün teknolojik temellerinin kapitalizmden bağımsız düşünülemediğini, kapitalist sistemin temel araçlarından birinin teknolojik devrim olduğunu ifade etmektedir. Schiller'e göre yeni medya kapitalizmin dijitalleşmesidir (1999: xiv). İnternet ve internet teknolojileri küreselleşmenin getirdiği finans ve ekonomi ilişkilerinin sınır ötesi boyutlara ulaşmasıdır. Yeni medyanın temellerinin atıldığı 1970'li yıllardaki kapitalist ekonominin en önemli adımlarında biri üretim ve ticaretin küreselleşmesidir. Soğuk savaş döneminin ardından askeri kontrol mekanizmalarının dışına çıkan teknolojik ilerlemeler, üretim ve pazarlamanın da ulusal sınırlarını ortadan kaldırmaya başlamış ve çok uluslu şirketlerin giderek güçlenmesine neden olmuştur. Şirketlerin farklı kıtalara yayılması, üretim ya da pazarlama tesislerini farklı yapılara ayırarak merkezi yapıdan uzaklaşmaları, beraberinde çok büyük bir iletişim ağına ihtiyaç duyulmasına yol açmış ve o dönemdeki mevcut altyapılar bu ihtiyacı karşılayamamıştır (Palvia'dan akt. Van Dijk, 2006: 66). Altyapısal yatırımların genelinin kamusal olduğu bu dönemde artan ihtiyacı karşılamak için ticari şirketler kendi altyapılarını kurma çalışmalarına girişmişlerdir. İletişim altyapılarının güçlendirilmesi ile birlikte dağıtım ve pazarlama ağları giderek genişlemiş ve çok uluslu şirketlerin teknolojiye yatırımları da artmaya başlamıştır. Başlangıçta merkezler arasındaki ürün transferi ve fiziki dağıtıma eşlik etmek için kullanılan ağ teknolojileri zamanla bilgi taşıma araçlarına dönüşmüş ve daha sonra bağımsızlığını ilan ederek bilgi ve hizmet sektörüne dönüşmüştür. Sektörün giderek büyümesi ile birlikte elektronik ağlara ihtiyaç artmış ve buna paralel olarak bu alana yapılan yatırımlar giderek yükselmiş ve kendi başına yeni bir ekonomi sınıfı meydana getirmiştir. Ağ ekonomisi (Spahiro & Varian, 1999) olarak adlandırılan bu ekonomi, enformasyon ve iletişim teknolojilerine dayalı ürün ve hizmetler ile, enformasyonun bilgiye dönüştüğü, bilginin yönetimi, işlenmesi ve dağıtımı ile ilgili endüstrileri kapsayan piyasayı tanımlamak üzere kullanılmaktadır (Başaran Özdemir, 2011: 4). İnternet, haberleşme altyapısını ve bu altyapıya entegre olarak çalışan bilgisayar vb. teknolojileri ağ ekonomisi kavramı içerisinde yer almaktadır. Bu açıdan bakıldığında ağ ekonomisi kavramı yeni iletişim araçları ve ortamları ile paralel ilerlemektedir. Ağ ekonomisi içerisinde yer alan ürün ve sistemler yeni medyanın ana bileşenlerini oluşturmaktadır. Ağ ekonomileri geleneksel ekonomik sistemlerden farklı özelliklere sahiptir. Shy (2001), ağ ekonomisinin özelliklerini dört başlık altında toplamıştır.

- Tamamlayıcılık, uyumluluk ve standartlar,
- Tüketim dışsallıkları,
- Değiştirme maliyetleri ve bağımlılık
- Üretimde kayda değer ölçek ekonomisi olarak adlandırılmaktadır (akt, Başaran Özdemir, 2011: 4).

Ağ ve bilgisayar sistemleri birbiri ile bütünleşik çalışan sistemlerdir ve birbirlerinin tamamlayıcısı konumundadırlar. Bir bilgisayar satın alındığında çalışması için bir işletim sistemine ihtiyaç duyulmaktadır. İşletim sistemi satın aldığınızda yapılacak işlemlere göre farklı bilgisayar çevre birimleri ve bu birimler için gereken yazılımları da satın almanız gerekmektedir. Tüketim dışsallığı ya da ağın dışsallığı ise bir ağa bağlanan kullanıcı sayısı ile ifade edilmektedir. Bir ağa ne kadar çok kullanıcı bağlanıyor ise o ağın değeri ve kullanılabilirliği o kadar artmaktadır. Örneğin hiç kimsenin e posta kullanmadığı bir sistemde e postanın bir değeri yoktur (Van Dijk, 2006: 87). Değiştirme maliyetleri ve bağımlılık, kullanıcıların sisteme bağımlı olmalarını ifade etmektedir. Bir kullanıcı bir sistemi satın aldığı anda alacağı çevre birimleri vs. unsurlar bu sisteme uyumlu olmak zorundadır. Sistem değiştirilmek istendiğinde, yeni sistemin maliyeti yüksek olabilmektedir. Örneğin, Windows işletim sisteminden Mac Os X işletim sistemine geçilmek istenirse tüm sistem buna uyumlu olarak değiştirilmesi gerekmektedir. Kayda değer ölçek ekonomisi ise ağ ekonomilerinde başlangıç maliyetinin son derece yüksek oluşu, kullanıcı artışının ise üretim maliyeti oluşturmaması durumunu ifade eder. Yazılım ya da daha genel olarak her enformasyon

yon, ilk kopya üretimi için harcanan batık maliyetin son derece yüksek olduğu bir özelliğe sahiptir. İkinci kopya ve daha sonraki kopyaların yeniden üretimi ise neredeyse sıfır maliyetle gerçekleşir (Başaran Özdemir, 2011: 6, Van Dijk, 2006: 77-78).

Bilgisayar ve ağ altyapılarının gelişmesi, hizmet ve bilgi sektörünün genişlemesi ile birlikte toplumun ekonomik yapılanmalarında da değişiklikler medyana gelmiştir. Örneğin bankacılık sektörü hızlı bir şekilde bilgisayar ve internet teknolojisine entegre olarak, online bankacılık sistemlerini geliştirmiş, böylece kullanıcılar banka şubesine ihtiyaç duymadan bankacılık işlemleri gerçekleştirmeye başlamışlardır. Banka şubelerine olan gereksinimin azalmasının iki yönlü yansıması vardır. Bunlardan ilki işlemlerin çok daha hızlı yapılmasından dolayı sürecin hızlanması, bir diğeri ise maliyetlerin azalmasıdır. Yeni medya araçlarının toplumsal alana yayılması sadece internet vasıtasıyla olmamaktadır. Cep telefonları bugün en yaygın yeni medya aracı olarak sayılabilir. Özellikle smartphone denen akıllı telefonlar bireylerin gündelik yaşamlarında vazgeçilmez araçlardır. Bugün dünya nüfusunun yarısından fazlası akıllı telefon sahibidir ve sayı her yıl giderek artmaktadır. Yine dünya nüfusunun üçte ikisi cep telefonu kullanmakta ve dünyadaki internet kullanımının yarısından fazlası mobil internet üzerinden yapılmaktadır (<https://wearesocial.com>). Cep telefonları başlangıçtaki üretim amaçlarının çok ilerisine geçmişlerdir. Önceleri sadece taşınabilir telefon olarak tasarlanan cep telefonları daha sonraları akıllı telefona dönüşmüş ve bu sayede hemen hemen her alanda günlük ihtiyaçları karşılayabilir olmuşlardır. Dernekler cep telefonları aracılığıyla yardım toplama faaliyetleri yürütebilmektedirler (Yengin, 2014: 155). Kızılay 2011 Van Depremi sonrasında başlattığı SMS yardım kampanyaları aracılığıyla operatörle üzerinden 10.530.535,00 TL yardım toplamıştır (Kızılay Van Faaliyet Raporu sf: 37). Günümüzde akıllı telefonlar iletişim ihtiyacını karşılama boyutunun çok ilerisine geçmiş ve bankacılık işlemlerinden televizyona, oyun konsollarından taşınabilir müzik çalarlara kadar birçok işlevi yerine getirir konuma gelmiştir.



Grafik-2: Dünyadaki cep telefonu kullanıcı sayısı. (Kaynak: <http://www.statista.com>).

Yeni medya araçlarının hızla yayılması günümüzde eğitim öğretim alanlarında da değişikliklere neden olmuştur. Yeni medyanın entegre yapısı nedeniyle bilgisayar, dijital kameralar ve internet aracılığıyla bugün birçok eğitim kurumu uzaktan eğitim programları düzenlemektedir. Dünyanın herhangi bir

yerinde bilgisayar, tablet ya da akıllı telefon ve internet bağlantısına erişimi olan bir öğrenci, dünyanın başka bir noktasındaki eğitim programını takip edebilmektedir. Ayrıca yeni medya araçlarının asenkron yapısı nedeniyle aradaki saat farkının bir önemi olmamaktadır.

Bu noktaya kadar baktığımızda yeni medya birçok bileşenden oluşmaktadır ve bu bileşenlerin temelinde de internet yatmaktadır. İnternet sayesinde birçok geleneksel ve yeni medya aracı yakınsama içerisine girmiştir.

Yeni Medya'da Yakınsama Kavramı

İngilizce 'converge' kelimesinden gelen yakınsama sözcüğü, Latince köklerinden hareketle bir yöne doğru ilerlemek, birlikte aynı noktaya gitmek (Kejanlıoğlu: 1998: 54), anlamına gelmektedir. Converge kelimesi biyolojide "belirli çevre koşulları altında birbirileri ile alakasız bitki ya da hayvan türlerinin yüzeysel olarak birbirilerine benzemesi"⁴ olarak karşılık bulmaktadır. Medya açısından baktığımızda ise yakınsama, farklı iletişim araçlarının tek bir mecra ya da araç üzerinden sunulması (McPhills & Merlo, 2008: 237) olarak tanımlanabilmektedir. Kısa adı ITU olan Uluslararası Telekom Birliği (International Telecommunication Union) yakınsamayı, geçmişte ayrı olan endüstriyel yapıların, teknolojik olarak bir araya getiren yapı olarak tanımlamak ve özellikle geniş bant internet hızlarının ve kapasitelerinin artması (www.itu.int) üzerinden açıklamaktadır.

Yakınsamanın kökeninde, telekomünikasyon ve bilgisayar teknolojilerinin ilerlemesi yatmaktadır. Telekomünikasyon hatları, yayıncılık teknolojileri ve bilgisayarların sayısallaşması, yakınsamanın ortaya çıkmasının en önemli etkenleridir (Törenli, 2005: 124). Yakınsama neticesinde metin, ses, görüntü (video, grafik, fotoğraf) ve müzik gibi her türlü iletişim ögesi daha öncesinde var olmayan yeni mecralarda (örn: web siteleri) dahil olmak üzere yayımı olanaklı hale gelmektedir (Tuncel, 2003: 92). Yakınsama farklı süreçlerde ve seviyelerde gerçekleşebilmektedir. Arenaza (2007: 1), teknolojik ve medya yakınsaması olmak üzere iki süreçten bahsetmektedir. Teknolojik yakınsamayı farklı cihazları başka cihazlarda olan özellikleri kendi bünyesinde barındırması olarak tanımlamaktadır. Örneğin cep telefonlarının fotoğraf çekme özelliğine kavuşması teknolojik yakınsamadır. Medya yakınsaması ise farklı enformasyon teknolojileri arasındaki sınırların kalkarak tek bir sektör haline gelmesidir. İnternet bunun en bilinen örneğidir. OECD (Organization For Economic Cooperation And Development / İktisadi Kalkınma Ve İşbirliği Orgutu) 2008 yılında yayımladığı "Yeni Nesil Ağlarda Yakınsama" raporunda altı tür yakınsama sürecinden bahsetmektedir:

- Ağ Yakınsaması: IP tabanlı genişbant şebekelere geçişin bir sonucudur. Sabit mobil yakınsama ve 'üç ekranlı yakınsama' (mobil, TV ve bilgisayar) bu kapsama girmektedir.
- Hizmetlerin Yakınsaması: Ağ yakınsaması ve gelişmiş cihazlar nedeniyle ortaya çıkan hizmet yakınsaması, ağ tabanlı uygulamalara erişimin ve geleneksel veya yeni katma değerli hizmetlerin çok çeşitli cihazlar yoluyla sunulmasını içermektedir.
- Sektör/Piyasa Yakınsaması: Bilgi teknolojileri, telekomünikasyon ve medya gibi daha önce ayrı alanlarda faaliyet gösteren sektörlerin bir araya gelmesidir.
- Kurumsal Yakınsama veya Düzenleme Yakınsaması: Yayıncılık ve telekomünikasyon düzenlemeleri arasında meydana gelmektedir. Politika belirleyiciler içerik veya hizmetler için taşıyıcı şebekelerden bağımsız olarak yakınsak düzenlemeler getirmeye çalışmaktadır (Tarafsız Teknoloji Yönetmeliği).
- Cihaz Yakınsaması: Mikro-işlemci, ekran, bellek, giriş ünitesi ve ağ bağlantısı içeren cihazların, birçok iletişim görevini ya da uygulamasını yerine getirmesidir.
- Kullanıcı Açısından Yakınsama: Telekomünikasyon, medya ve bilgisayar teknolojilerinin son kullanıcılar için tek bir ara yüz sağlamasıdır.

Tüm bu tanımlamalar ve ifadelerden sonra yeni medyada yakınsama kavramına baktığımızda bugün yeni medyanın temelini yakınsamanın oluşturduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Özellikle sayı-

⁴ <https://en.oxforddictionaries.com/definition/convergence>

sallaşma ile birlikte kendi başına geleneksel bir medyanın neredeyse kalmadığı ve her birinin bir diğeri ile yakınsayarak yeni bir medya aracına dönüştüğü ifade edilebilir. Bugün televizyon cihazları ve yayınları artık sadece tek bir işlevi yerine getirmemektedir. Etkileşimli televizyonlar ya da akıllı televizyonlar sayesinde istenirse geleneksel televizyon yayınları takip edilebilmekte, istenirse kişiye özel yayınları içerikleri seçilebilmekte, istenirse de müzik dinlenebilmektedir. Ayrıca bilgisayarlar kadar rahat bir kullanıcı deneyimi sunmamakla birlikte yine web sitelerini ziyaret etmek de günümüz akıllı televizyonları üzerinden yapılabilmektedir. Akıllı televizyonların, cep telefonlarının ya da bilgisayar gibi yeni medya araçlarının bu ve benzeri işlemleri yapabilmemesinin en önemli etkeni internettir. Üretilen birçok yeni medya aracı ve yazılımları, internet sayesinde birbiri ile etkileşim içerisine girebilmekte ve birçok yeni medya ortamının hem üreticisi hem de dağıtıcısı olabilmektedir.

Yeni Medya Ortamları

İnternet 21. yüzyılın en vazgeçilmez ögesi konumundadır. Bugün toplumun hemen her kesiminin mutlaka internet ile ya da internet üzerinden bir etkileşimi bulunmaktadır. Bankacılık, telekomünikasyon ya da eğlence sektörlerinin tamamı internet ortamını bir şekilde kullanmaktadır. İnternet yalnızca bireysel kullanım açısından yaygınlaşmamış, tıpkı ilk ortaya çıktığı dönemde olduğu gibi kamu servislerinin de en önemli aracı haline gelmiştir. Bugün kamu kurumları tarafından sağlanan her türlü hizmetin bir aşamasında internet yer almaktadır. Örneğin şehir elektrik hatlarının kontrolleri, ya da barajların kontrol ve denetimleri, internet aracılığıyla yapılabilmektedir. Bazı ülkeler, özellikle yurt dışında yaşayan vatandaşlarının oy kullanma ve diğer işlemlerini internet üzerinden yapabilmelerini sağlayan sistemler kullanmaktadır. Yine Türkiye’de e-devlet sistemi üzerinden vatandaşlar birçok işlemi bilgisayar başından yapabilmektedirler. İnternet yeni medya ortamları için olmazsa olmaz bir kanal haline gelmesi, yayıncılık ve benzeri üreticilerin yeni medya ortamlarına yatırım yapmasına neden olmuştur. Birçok kesimin ilgisini çeken yeni medya ortamlarını *Yeni Medya Reklamlarında Marka Kişiliği (2010)* adlı çalışmasında Serkan Akgün on iki başlık altında ele almıştır. Yeni medya ortamları sınıflandırılırken Akgün’ün bu sınıflandırmasını kullanmak mümkündür.

Bilgisayar Oyunları, Mobil Medya, Bloglar, Çokluortam, Sanal Gerçeklik, Yazılım, Web Siteleri, E-posta, Podcast, Etkileşimli Televizyon, Sayısal Kiosklar.

Bilgisayar Oyunları

İnsanın ilk toplumsal faaliyetleri oyunla iç içedir. Kendi yarattığı dili aracılığıyla çevresi ile ilişki kuran insan, erken yaşta başlayan oyun aracılığıyla da madde ile düşünülen arasındaki bağlantıyı kurmaktadır. Oyun sosyal yaşamın önemli bir bileşenidir (Ankaralıgil & Kartal, 2013: 126). Başlangıçta bireyin toplumla kaynaşmasında, kültürlerin ortak payda etrafında toplanmasına hizmet etmekte olan oyun, içinde bulunduğumuz teknolojik çağda daha çok şiddet ve hazzın araçları (Ayhan, 2016: 266) haline dönüşmektedir. Özellikle bilgisayar ve bilgisayar temelli oyunlar teknolojik altyapı sayesinde giderek güçlenmekte ve hem yetişkinlerin hem de çocukların evrenini kuşatmaktadır. Bilgisayar oyunlarının olumsuz etkileri hala tartışılmakta ve araştırılmakta ise de bu çalışmada bilgisayar oyunları yalnızca yeni medya ortamı olarak incelenmektedir. Bu bakımdan incelendiğinde bilgisayar oyunları, sayısal yapıları, insan-makine, insan-insan etkileşimine imkân tanınması, modüler yapıda olması gibi yeni medya özelliklerini bünyesinde barındırmakta ve 21. yüzyılın en etkili yeni medya ortamlarında biri olmaktadır. Bugün eğitimden reklama kadar birçok alanda bilgisayar oyunlarından faydalanılmaktadır. Malone (1981) ve Rieber (1996) bilgisayar oyunları kullanımının öğrencilerin öğrenme isteğini artırdığını ifade ederken; Garris, Ahlers ve Driskell 2002 yılında yaptıkları çalışmada bilgisayar oyunlarının öğrencileri öğrenme ortamlarında aktif kıldığını ve öğrencilerin yapılandırarak öğrendiklerini, Kaptelin ve Cole (2002) bilgisayar oyunlarının işbirlikçi öğrenimi destekleyici bir yapıda olduğunu vurgulamaktadır (Akt. Demir & Kalsın, 2013). Yine birçok firma tanıtım ve promosyon oyunreklam⁵ hazırlamakta ve online olarak ya da taşınabilir diskler aracılığıyla dağıtmaktadır.

⁵ Oyun reklam, (advergame), pazarlama ve oyun konseptlerini birleştiren amacı marka bilinirliğini artırmak ve pazarlama içerikli mesajların verilmesini sağlamak olan bir oyun türüdür. Oyun reklamlar (advergame) ile sunulan eğlence karşılığında, ziyaretçinin yani tüketicinin markaya ve markanın verdiği mesajlara ilgisi çekilmeye çalışılmaktadır (www.pazarlamacyiz.biz).

Mobil Medya

Günlük yaşamda sıkça kullanılan ve dikkat çekmeyen cep telefonları ve tabletler, bugün küresel çapta bir yaygınlığa sahiptir. Cep telefonları birçok yönü ile ilgi uyandırmaktadır. Bunlardan biri cep telefonlarının 'mobil medya' (Hjorth & Goggin, 2009) haline dönüşmeleridir. Mobil medya aracılığıyla iletişim, yaşları, cinsiyeti, ırkı veya etnik kökenine bakılmaksızın milyonlarca insan yaşamının merkezi haline gelmiştir. 2007'de iPhone ve Android mobil işletim sisteminin tanıtılmasından bu yana, akıllı telefon fenomeni tüm dünyayı sarmıştır. Cep telefonları günlük hayatın her noktasına nüfuz etmekte, insanlar arasındaki ilişkileri şekillendirmekte ve derin sosyal değişimlere yol açmaktadır (Wei, 2016: 3). Mobil medyanın kendine has bazı özellikleri bulunmaktadır. Schrock 'Mobil Medyanın İletişimsel Duyarlılığı' olarak isimlendirdiği süreci, Taşınabilirlik, Ulaşılabilirlik, Konum Tespiti ve Çokyönlülük olarak sıralamaktadır (2015: 1235-1239).

Taşınabilirlik: Mobil medyanın en temel özelliği taşınabilir olmasıdır. Bugün gittiğimiz her yere cep telefonları da bizimle birlikte gelmektedir. Günün her saatinde cep telefonları elimizin altında kullanımımıza hazır olarak bulunmaktadır. Mobil medyanın taşınabilirliği, cihazın boyutu, ağırlığı gibi etmenlerin yanı sıra batarya performansı ile de ölçülmektedir.

Ulaşılabilirlik: Mobil medyada ulaşılabilirlik, diğer medya araçlarına göre daha farklıdır. Mobil medya kullanıcısı seçici bir ulaşılabilirlik seviyesi belirleyebilmektedir. Örneğin daha az samimi olduğu kişiler ile sosyal medya üzerinden iletişim kurarken, daha samimi olduğu kişilerle, kısa mesaj ya da doğrudan ses ile bağlantı kurabilmektedir. Yine mobil medya içinde bulunulan duruma göre iletişim şeklini düzenleyebilmektedir. Gelen bir arama sırasında çevre sesli ya da görüntülü görüşme yapmaya müsait değil ise, karşı tarafa kısa mesaj ya da benzeri uygulamalar aracılığıyla bilgi verebilir ve ulaşılabilirlik seviyesini düzenleyebilir.

Konum Tespiti: GPS konum belirleme kısıtlamalarının 2000 yılında kaldırılması (Goggin, 2011) ile birlikte mobil medyada konum bazlı uygulamaların ve hizmetlerin sayısında bir patlama yaşanmıştır. Konum bazlı sosyal medya uygulamaların yaygın olarak kullanılması ile birlikte, bireyler arasında farklı bir iletişim boyutu ortaya çıktı "check-in". Lee Humphreys, check-in'lerin, bireylerin daha önce yakın arkadaş olmadan, çevrelerindeki insanlarla komünleşmek için bir araya getirdiği bir "sosyal molekülerleşme" modu olduğunu ileri sürmektedir (Akt. Schrock, 2015: 1238-1239). Yeni medyanın etkileşim özelliği, konum bazlı uygulamalar üzerinden sık sık kendisini göstermektedir. Kullanıcılar sadece konumlarını paylaşmakla kalmamış, aynı zamanda buldukları konumlara dair fotoğraf ve bilgi güncellemeleri paylaşarak içerik üreticisi haline de gelmişlerdir.

Çokyönlülük: Mobil medya, teknolojik yakınsamanın en yoğun görüldüğü medya ortamlarından birisidir. Cep telefonları ve tabletler, radyo ve kamera sistemleri ile entegre olarak üretilmeye başlanmış ve birçok farklı işlemi mobil medya aygıtları ile kullanılabilir hale gelmiştir. Mobil cihazlar aracılığıyla fotoğraf ve video çekme, günümüzde sıradan bir aktivite haline gelmiştir. Dijital kameraların cep telefonları ve tabletlere entegre edilmesi, iletişimde farklı bir işlevi üstlenmiştir. Görüntülü görüşme, ya da fotoğraf paylaşımı ile birlikte bireyler hem özel görüşmelerinde hem de sosyal paylaşımlarında farklı bir deneyim içerisine girmişlerdir.

Günümüzde mobil medyanın, taşınabilirlik, kullanılabilirlik, ulaşılabilirlik ve çok yönlülük gibi iletişimsel avantajları vardır. Bununla birlikte mobil medya sadece iletişimsel faaliyetler için kullanılmamaktadır. Özellikle mobil internet hızlarındaki kapasite ve hız artışının ardından, mobil televizyon platformları da mobil medya içerisinde yerini almıştır. Kullanıcılar hareket halindeyken bile mobil medya sayesinde televizyon yayınlarını takip edebilmektedir.

Bloglar

Blog kelimesi, İngilizcedeki web ve log (bilgisayar dilinde kayıt) kelimelerinin birleşmesinden oluşmaktadır. Weblog kelimesi zaman içerisinde kısaltılmış ve blog halini almıştır. Bloglar elektronik günlükler olarak da adlandırılabilir. Bloglar, WWW'deki diğer web sitelerinin aksine çoğunlukla kullanıcılar tarafından hazırlanan ve nispeten diğer web sitelerinin aksine daha az teknik bilgi gerektiren ortamlardır (Byrd, www.blogbasics.com). Bloglar bireysel ya da belirli gruplara özel olabileceği gibi, tüm web'e de açık olarak oluşturulabilir. Başlangıçta çevrimiçi günlük olarak oluşturulmaya başlanan bloglar, zamanla benzer düşüncelere sahip kişilerin etkileşime girdiği, ortak konuları tartıştığı ortamlar haline gelmiştir. Blogların yaygın hale gelmesi reklam ve pazarlama şirketlerinin de dikkatinden kaçmamış, kimi zaman sponsorluk anlaşmalarıyla, kimi zaman da doğrudan kendi bloglarını oluşturarak ürün tanıtım faaliyetlerini yürütmeye başlamışlardır.

Günümüzde blog kavramının yanına yeni bir kavram daha eklenmiştir. Vlog olarak adlandırılan bu kavram video ve log kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. Özellikle youtube video paylaşım platformu sayesinde kullanıcılar, ilgi duydukları konuları sadece yazarak paylaşmamakta, video aracılığıyla da günlüklerini oluşturmaktadır. Youtube'da ilgi alanlarına göre sınıflanmış binlerce vlog bulunmaktadır ve kullanıcılar istedikleri takdirde kendi vloglarını oluşturmakta, isterlerse de diğer vlog kullanıcılarıyla iletişime geçebilmektedir.

Çoklu Ortam

Çoklu ortam (multimedia), bilgisayar tabanlı tekniklerle üretilmiş metin, grafik, ses, video animasyon gibi her türlü bilginin temsil edilebileceği, işlenebileceği, depolanabileceği, dijital ortamlardır (Webster, 1999: 590). Çoklu ortamlar, yeni medyanın sayısallaşma özelliğinden beslenmektedir. Bugün yeni medyanın sayısal ve modüler yapısı sayesinde ses, görüntü gibi birçok unsur bir araya gelebilmekte ve bu sayede çoklu ortamları oluşturmaktadır. Çoklu ortamda önemli olan birden fazla verinin bir arada olmasıdır. Tek başına ses ya da görüntü çoklu ortamı oluşturmamaktadır. Ses ya da görüntünün yanına ikincil bir veri eklendiğinde çoklu ortam ortaya çıkmaktadır (Akgün, 2010: 196). Yeni medya ortamı olarak çoklu ortam, geleneksel yöntemlerle bir araya getirilerek oluşturulan (Analog filmler gibi) ortamlardan farklı olarak izleyici etkileşimine ve katılımına izin vermektedir. Kullanıcı, dokunmatik ekran, fare kontrolü ya da sesli komutlar ile içeriği kontrol edebilir ya da yönlendirebilir.

Sanal Gerçeklik

Sanal gerçeklik, arttırılmış gerçeklik, mekânsal gerçeklik, karma gerçeklik (McMenemy & Ferguson 2007: 3) kullanıcılar ve bilgisayarlar tarafından üretilen, gerçek gibi görünen ve bilgi araçlarının bütünleştirildiği, katılımcılarına gerçekmiş hissi veren, dinamik bir ortamla etkileşim imkânı sunan, tanıyan üç boyutlu bir benzetim modelidir (Can & Şimşek, 2016: 353, Bayraktar & Kaleli, 2007: 1). Sanal gerçeklik, eğitimden sağlığa, eğlenceden askeri alanlara kadar birçok sektörde kullanılmaktadır. Gelişmiş sanal gerçeklik araçları ve uygulamaları, kullanıcılarına gerçek çoklu ortam deneyimi yaşatabilmektedir. Video grafik ses gibi veriler bilgisayarlar aracılığıyla bir araya getirilerek sanal gerçeklik uygulamalarına dönüştürülmektedir.

1962 yılında Sensorama adı verilen ilk sanal gerçeklik cihazı (Fotoğraf-8) günümüzdeki giyilebilir cihazlar gibi taşınmamaktaydı. Ancak üreticisi Heilig'in 'deneyim tiyatrosu' adını verdiği Sensorama, kullanıcılarına 25 sent karşılığında 10 dakikalık bir New York motosiklet turu sunmaktaydı (<http://medienkunstnetz.de>).



Fotoğraf-8: Sensorama. (Kaynak: <http://medienkunstnetz.de>).

Günümüzde sanal gerçeklik cihazları daha küçük boyutlarda ve taşınabilir olarak üretilmektedirler. Ayrıca cep telefonları ile birlikte kullanılacak sanal gerçeklik gözlükleri de bugün kullanıcılara sunulmuş durumdadır. Böylece kullanıcılar istedikleri ortamda sanal gerçeklik deneyimini yaşayabilmektedir. Bugün özellikle online alışveriş siteleri ya da turizm şirketleri sanal gerçeklik uygulamaları ile müşterilerine ulaşmaya çalışmaktadır. Yine bilgisayar oyunları sanal gerçeklik alanında en çok yatırım alan ortamlardır.

Yazılım

Yazılım, işlemci temelli çalışan elektronik cihazların (bilgisayar, cep telefonu gibi) çalışmasını sağlayan, belirlenen görevleri yerine getirmesi için yöneten, elektronik cihazlara ne yapacağını söyleyen, kodlanmış komutlar dizisidir. Yazılım, dikkatle düzenlenmiş talimatlardan ve programcılar tarafından çeşitli özel bilgisayar dillerinden herhangi birinde yazılan koddan oluşur. Yazılım genel olarak iki ana kategoriye ayrılmıştır: (1) Sistem yazılımı; bir bilgisayarın temel (ve görünmez) işlevlerini kontrol eder ve genellikle makineyle birlikte önceden gelir. Ayrıca bkz. BIOS ve İşletim Sistemi. (2) Uygulama yazılımı; bir kullanıcının, muhasebe, iletişim, veri işleme, kelime işlemesi gibi gerçekleştirmek istediği çok sayıda ortak ve uzmanlaşmış görevleri yönetir (www.businessdictionary.com). Her iki yazılım türü de yeni medyanın merkezinde yer almaktadır. Sistem yazılımları yeni medya araçlarının çalışmalarını sağlarken, uygulama yazılımları ise yeni medya ortamı olarak kullanılmaktadır. Mobil medya araçları için kodlanan, yüzlerce uygulama (Facebook, Instagram vb.) sayesinde kullanıcılar hem mobil cihazlar ile hem de diğer insanlar ile etkileşime girebilmektedir. Tasarlanan bu etkileşimli yazılımlar, kullanıcıların yeni özellikleri deneyimledikleri bir yeni medya ortamı oluşturmaktadır. Örneğin, analog dönemde

çekilen bir fotoğraf basıldığında sabit bir nesneye dönüşür. Fotoğraf sanatçısı baskı sırasında sınırlı da olsa renk ya da keskinlik düzenlemeleri yapabilmekte ve yeniden baskı alabilmekteydi. Ancak bu ortaya çıkan ikinci nesne birincisinden farklı olarak yeni bir nesnedir. Ancak dijital fotoğraf makinelerinin üretilmesiyle birlikte durum değişmiştir. Dijital fotoğraf makineleri sayısal veriler olarak görüntüleri kaydetmektedir ve çekilen fotoğraf dijital kodlardan oluşmaktadır (Manovich, 2012: 5). Daha sonraki aşamada fotoğrafçı fotoğraf düzenleme yazılımları aracılığıyla fotoğrafında istediği düzenlemeleri yapabilmekte (kullandığı yazılım türüne bağlı olarak) ve etkileşime girebilmektedir.

Yazılım ve uygulamalar, kültürel yapıda da değişimlere sebep olmaktadır. Yeni düzenleme formları ve yazılım geliştirme biçimleri, kültür kurumları ve izleyicileri arasındaki ilişkinin dönüşmesini sağlamaktadır (Stiegler'dan akt, Penz, 2012: 296). Uygulama yazılımları ya da etkileşimli yazılımlar sayesinde kişilerarası iletişim, yazılımlar aracılığıyla sağlanmaya başlanmıştır. Cep telefonları için geliştirilen SMS, MMS gibi haberleşme uygulamaları sayesinde anlık haberleşme günlük hayatın parçası haline gelmiştir.

Web Siteleri

Web sitesi World Wide Web'de tek bir varlık olarak görülen, genellikle bir kişi veya kuruluş tarafından idare edilen, tek bir konuyla ya da birbiriyle yakından ilişkili birkaç konuya ayrılmış, birbirine bağlı sayfa grubu olarak tanımlanmaktadır (www.dictionary.com). Yeni medya ortamı olan web siteleri, yeni medyanın tüm özelliklerini bünyesinde barındırmaktadır. Web siteleri, dijital ortamlardır ve modüler yapıdadırlar. Birçok farklı veriden oluşabilirler. Web sitesinin içerik türüne göre, metin, ses, grafik, fotoğraf video gibi verilerin, birkaç tanesinden ya da tamamından biraraya gelebilirler. Web 2.0⁶ teknolojisinin yayılmasıyla birlikte etkileşim web sitelerinin en önemli hizmetlerinden biri haline gelmiştir.

Bugün web siteleri hemen hemen her alanda kullanılmakta ve günlük yaşam pratiklerine etki etmektedir. Online alışveriş siteleri, alışveriş kültürünü baştan aşağıya değiştirmektedir. İnternette önce bir şey satın almak istediğinizde o ürünün satıldığı mağazaya gitmeniz gerekirken, ancak online alışveriş siteleri sayesinde artık evden çıkmadan alışveriş yapılabilmektedir. Hatta karşılıklı alışverişlerin yapılabildiği, kullanmadığınız ürünleri satabildiğiniz siteler de giderek yaygınlaşmaktadır. Yine bilgi edinme için milyonlarca web sitesi mevcuttur. Geleneksel medya döneminde herhangi bir konu hakkında bilgi almak için evinizdeki kaynaklar yeterliyse evinizdeki kaynaklardan, eğer değilse merkezi kütüphanelere giderek saatlerce araştırma yapmanız gerekirken, ancak günümüzde istediğiniz bilgiye kolayca ulaşmanızı sağlayan web siteleri mevcuttur. Yapmanız gereken tek şey ne aradığınızı arama ekranına yazmak. Web sitelerinin yaygın kullanımı nedeniyle, siyasi partiler çok sayıda bilgiyi kısa sürede ve hızla web sayfalarına girebilmekte ve benzer şekilde çok sayıda hedef kitleye de ulaşabilmektedir. Böylelikle de interaktif denilen çift yönlü iletişime zemin hazırlanmış olmaktadır (Çalışır, 2015: 162). Her gün milyonlarca kullanıcı tarafından ziyaret edilen, Facebook, Twitter gibi web siteleri, kişilerarası iletişimin yeni ortamı olmuş, Instagram, 500px gibi web siteleri ise, profesyonel ya da amatör birçok fotoğrafçının geniş kitlelere ulaşmasına imkân tanımıştır.

Elektronik Posta (e-posta, email)

Elektronik posta ya da kısa adı ile e-posta, özel yazılımlar aracılığıyla, internet ağı üzerinden haberleşme sistemidir. Bugünkü kullanımıyla ilk e-posta 1971 yılında Ray Tomlinson tarafından gönderilmiştir. 1976 yılında ARPANET ağına bağlı bilgisayarlar arasındaki trafiğin %75'ini e-posta oluşturmaktaydı. ARPANET ağına bağlı bilgisayarlar arasında haberleşme olarak başlayan e-posta kullanımı, kurumlar arasında giderek yaygınlaşması neticesinde e-posta göndermek, almak ve depolamak için yeni protokollere ihtiyaç duyuldu ve bunun sonucu olarak günümüzde kullandığımız gelen kutuları doğmuş oldu. 1993 yılına kadar elektronik posta (electronic mail) ismi kullanılırken, 1993 yılından itibaren e-posta (email) kısaltması resmi olarak kabul edilmiştir (<https://phrasee.co/a-brief-history-of-email/>).

⁶ İlk kez 2004 yılında O'Reilly Media tarafından kullanılan kavramdır ve ikinci nesil interneti ifade eder. Toplumsal iletişim sitelerini, sözlükleri, internet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak yarattığı sistemi tanımlar. (Bkz. <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>)

E-posta WWW'nin icadından sonra hızla ağıba bağlı tüm kullanıcılar arasında yaygınlaşmış ve sadece kurumsal mesajlaşmalar için değil, kişisel mesajlaşmalar için de kullanılmaya başlanmıştır. Başlangıçta yalnızca metin mesajları üzerinden yazışmaya olanak tanıyan e-posta, yeni medyanın yükselişiyle birlikte basit mesajlaşma sistemi olmaktan çıkmış, kendi başına yeni medya ortamına dönüşmüştür. Bugün video, fotoğraf, metin ve ses gibi verilerin paylaşılmasına imkân tanıyan e-posta, aynı zamanda dosya alıp gönderme işlemleri içinde kullanılmaktadır. E-posta, hizmet sağlayıcılar üzerinden yürütülen, gönderilen ve alınan sağlayıcılar tarafından oluşturulan sunucular (server) üzerinde depolanan bir sistemdir. Bu nedenle alıcı konumundaki kullanıcı e-posta gönderildiğinde ağıba bağlı olmak zorunda değildir. Daha sonra istediği bir zaman diliminde ağıba bağlanarak daha önceden gönderilen e-postayı alabilmektedir. Bu asenkron yapı, yeni medya ortamlarının en temel özelliklerinden biridir.

E-postanın muciti olan Tomlinson, ARPANET'in kurulmasının ardından ağıba bağlı bilgisayarlar arasında bir anlık haberleşme protokolü olarak hazırladığı e-posta, günümüzde anlık haberleşme olarak kullanılmasa da halen en çok kullanılan haberleşme sistemlerinden biridir. Özellikle mobil araçların sayısının ve kullanımının artmasıyla birlikte e-posta haberleşme sistemi etkinliğini arttırmıştır. Radicati Group tarafından Şubat 2017'den yapılan araştırmalarda, dünya çapındaki e-posta kullanıcılarının sayısı 3,7 milyar, bir günde gönderilen e-postaların 269 milyar civarında olduğu tahmin edilmektedir (<https://www.lifewire.com/how-many-emails-are-sent-every-day-117121>). Kişisel dosya paylaşımından, reklam ve tanıtım hizmetlerine kadar hemen her alanda kullanılan e-posta ağıba tabanlı yeni medyanın en etkin araçlarından biridir.

Podcast

Bir web sitesinden bir medya oynatıcıya veya bilgisayara indirilebilen, genellikle temalı bir dizinin parçası olan bir dijital ses veya video dosyası (<http://www.dictionary.com/browse/podcast>) olarak tanımlanan podcast, ilk olarak Apple firması tarafından kullanıma sunulmuştur. Apple firmasının taşınabilir dijital müzik oynatıcısı İpod ve yayın anlamına gelen broadcast sözcüklerinin birleşiminden oluşan podcast, genellikle benzer temalar üzerinden devam edilen ve abonelik sistemi ile çalışan kayıtlardır. Bölüm bölüm yüklenen ve yeni kayıtlar sisteme yüklendiğinde aboneye bildirim gönderen ya da otomatik olarak indirilen podcast'ler, amatör ya da profesyonel tüm üreticiler tarafından kullanılabilir. Podcasting, genellikle benzer temalar üzerinden devam edilen ve abonelik sistemi ile çalışan kayıtlardır. Bölüm bölüm yüklenen ve yeni kayıtlar sisteme yüklendiğinde aboneye bildirim gönderen ya da otomatik olarak indirilen podcast'ler, amatör ya da profesyonel tüm üreticiler tarafından kullanılabilir.

Online Cambridge sözlüğünde 'internet'ten indirebileceğiniz ve bir bilgisayarda veya bir MP3 çalarda oynatabileceğiniz dijital bir formda saklanan bir radyo programı' olarak tanımlanan podcast, radyo yayınlarının tekrarlarını takip etmek isteyen kullanıcılar açısından popülerliğini korumaktadır. Podcast'lerin geleneksel radyo yayıncılığına göre avantajlıdır, çünkü genellikle reklam çok az ya da hiç yapılmamaktadır. İzleyicilerin radyo yayınlarını istedikleri zaman dilimine kaydırmasına ve daha kişiselleştirilmiş bir dinleme deneyimine izin verir (Crofts, Dilley, Fox, Retsema, & Williams, 2005). Bu nedenle, Podcasting hem geleneksel yayıncılık için bir nimet hem bir meydan okuma olarak görülebilir. Örneğin, Haziran 2012'de, Apple'ın iTunes dizinindeki en iyi 100 podcast'in üçte birinden fazlası, Ulusal Halka Açık Radyo (NPR), Amerikan Kamu Medyası (APM) ve İngiliz Yayın Kuruluşu (BBC) gibi geleneksel kamu hizmetleri yayıncılarından geldi (Markman & Sawyer, 2014: 20). Günümüzde radyo istasyonları sıralamanın en üst basamağında olmasa da halen en çok aboneliği bulunan podcastler arasında yer almaktadır.

Podcast, sadece eğlence amaçlı kullanılan bir ortam değildir. Özellikle eğitim alanında podcastin yoğun kullanımı görülmektedir. Özellikle ABD ve İngiltere'de eğitimciler, hazırladıkları ses ve videolarından oluşan eğitici podcastler yayımlayarak müfredatlarını geliştirmektedirler. Yine dil eğitiminde destek alınabilecek binlerce podcast yayınına internet bağlantısı olan her yerden ulaşılabilir. Bilgisayar ya da mobil cihazlara kaydedilebilmekte ve istenilen zamanda istenilen yerde dinlenebilir.

Etkileşimli Televizyon

Televizyon icat edilen en başarılı teknolojik cihazlardan birisidir. Bugün neredeyse her evde bir adet televizyon bulunmaktadır. Haber verme ve eğlendirme işlevlerinin merkezinde televizyon yer almaktadır. Ancak internetin ve yüksek hızlı veri hatlarının icadı ile birlikte yeni medyanın ortaya çıkması, televizyonun temel işlevlerinden fazlasını yerine getirmene olanak tanımıştır. Bugün televizyon kendisine entegre edilerek çalışan oyun konsolları ve dijital medya oynatıcılar ile birlikte çok daha fazla özellik kazanmıştır. Yine de televizyondaki en büyük değişim, Etkileşimli Televizyon (Interactive Television-ITV) sisteminin ve yayıncılığının ortaya çıkmasıyla gerçekleşmiştir. Etkileşimli Televizyon; iki yönlü veri iletişim sayesinde kullanıcıların komutlar ve geri bildirim aracılığıyla etkileşime girebildiği (www.techopedia.com) bunun için bir dijital kutuya (set up box) ihtiyaç duyduğu sistemdir. Kullanıcı, Etkileşimli Televizyon ile farklı düzeylerde etkileşime girebilir. Program içerikleri ile etkileşime girerek geri bildirimde bulunabilir ya da ücretli servislerden sipariş verebilir. Televizyon, basit kullanım arayüzü sayesinde yüksek bir kullanılabilirlik oranına sahiptir. Etkileşimli Televizyon sistemleri aracılığıyla sistemin kullanılabilirliği bozulmadan gelişmiş işlevlerden yararlanmak ve kullanıcılara sunmak önem taşımaktadır (Wittig: 1999: 3). Geleneksel televizyon sistemleriyle karşılaştırıldığında, etkileşimli TV sistemleri ayrıca hizmet etkileşimi ve genişletilmiş bir işlevsellik sağlamaktadır.

Etkileşimli Televizyon teknolojisinin temelinde yakınsama yatmaktadır. Bugün yakınsama sayesinde veri iletim ve internet hizmetleri televizyon teknolojisiyle birleşmiş ve Etkileşimli Televizyonun ortaya çıkmasını sağlamıştır. Günümüzde etkileşimli televizyon terimi, çok çeşitli içerik, uygulama ve hizmetleri kapsamakla birlikte, etkileşimli televizyon öğelerinin çeşitliliğini bir dizi önemli kategoriye veya etkileşimli tür ve biçime göre gruplamak mümkündür. Elektronik program rehberleri (EPG'ler), Geliştirilmiş TV, isteğe bağlı içerik, Kişiselleştirilmiş TV, İnternet TV, interaktif reklamcılık, tele-ticaret ve oyunlar ve bahisler (Jensen, 2005: 90) yaygın olarak kullanılan Etkileşimli Televizyon türleridir.

Etkileşimli Televizyonun en büyük özelliği, kitle iletişim aracı olan televizyonu, bireysel iletişim aracına çevirmesidir. Kullanıcılar kendi istekleri doğrultusunda içerikleri seçebilmekte, yine kendi istekleri doğrultusundan izleyebilmektedirler. Bugün Etkileşimli Televizyon sayesinde aynı yayını izleyen iki kullanıcı bile isterse aynı yayını farklı şekilde izleyebilmektedir. Örneğin bir spor yayını takip eden kullanıcı, Etkileşimli Televizyon yayıncılığı sayesinde isteği kamera açısını kendisi belirleyebilmektedir. Günümüzde Etkileşimli Televizyon, akıllı televizyonlar (smart tv) sayesinde herhangi bir set üstü kutuya ihtiyaç duymadan kullanılabilir. Akıllı televizyonlar, internet bağlantısı sayesinde set üstü kutuların sağladığından daha fazla özelliği taşımaktadır. Dijital yayın platformları, akıllı televizyon uygulamaları aracılığıyla içeriklerini dağıtmakta, kullanıcılar istedikleri içerikleri buradan takip edebilmektedirler. Cep telefonları ve tabletler aracılığıyla kullanıcılar akıllı televizyonlarını kontrol edebilmekte ve etkileşime girebilmektedirler. Akıllı televizyonlar birçok teknolojik yeniliği bünyesinde barındırmakta ve bu şekilde etkin bir yeni medya ortamına dönüşmektedirler. Televizyon içeriklerinin sayısallaşması, internetin tüm elektronik cihazlarda neredeyse standart bir özellik haline gelmesi ve yüksek hızlı internet sayesinde geleneksel televizyon yayıncılığı yerini yeni medyanın Etkileşimli Televizyon'una bırakmıştır.

Sayısal Kiosklar (Interactive Kiosk)

Sayısal Kiosklar, kamusal alanlarda halkın kullanımına sunulmuş, bilgi vermektense satış yapmaya kadar birçok işlevi yerine getirebilen, bilgisayar istasyonlarıdır. Günümüz kioskları klavye ve fare yerine dokunmatik ekran teknolojisine sahiptir. Kiosklar aracılığıyla fotoğraf çekilebilmekte, ulaşım için bilet tedarik edilerek bastırılabilir. Özellikle insan trafiğinin yoğun olduğu sektörlerde kiosklardan yoğun olarak yararlanılmaktadır. Havaalanlarında online check-in işlemleri kiosklar aracılığıyla yapılabilmekte ve bu sayede zaman kaybı en aza indirilmektedir. Alışveriş merkezleri bugün kioskların en yoğun kullanıldığı sektörlerin başında gelmektedir. Alışveriş merkezleri fiziksel olarak büyük mekanlardır ve müşteriler özellikle sınırlı zamanları olduklarında bu devasa yapılarda yollarını bulmakta zorlanmakta-

dırlar. İşletmeler bunun önüne geçilmek için kiosklerden yararlanmaktadır. Müşteriler kiosklar sayesinde o an buldukları konumu ve aradıkları ürünlerin olduğu mağazaya ulaşım için izlemeleri gereken yolu kiosklerden öğrenebilmektedir (Tüzün, Telli & Alır, 2016: 74). Kiosklar, temelde bir kabin içerisine yerleştirilmiş bilgisayarlardır. Ancak normal bilgisayarlardan farklı olarak kullanıcı tüm işlemleri yapamamakta, yalnızca kioska tanımlanan işlemleri gerçekleştirebilmektedir (Fotoğraf-9). İnternet bağlantısı her kiosk türünde bulunmamakta ancak özellikle online işlem gerektiren kiosklerde bulunmaktadır.

Kiosklar self-servis kullanım için hizmete sunulmuşlardır. Günün 24 saati kullanılabilen ve kullanıcıya herhangi bir ek maliyet getirmemektedir.



Fotoğraf-9: Kiosk Modelleri. (Kaynak: www.gonca.com.tr)

Günümüzde cep telefonu kullanımı özellikle akıllı telefonlar sayesinde oldukça yüksektir (bkz. Mobil Medya Bölümü). Bununla birlikte mobil internet kullanımı toplumun tamamı tarafından kullanılmamaktadır. Bu nedenle internet erişimi sağlayan kiosklar özellikle otel ve havaalanı benzeri mekanlarda sıkça kullanılmaktadır. Müşteriler e-postalarına internet kioskları sayesinde rahatça bakabilmektedirler. Kiosklar bugün başta ulaşım ve alışveriş olmak üzere birçok sektörde yaygın olarak kullanılmaktadır.

II. BÖLÜM

FOTOĞRAF ve YENİ MEDYA SANATI

Sanat eserleri ve sanatçılar içerisinde buldukları koşullardan her dönem etkilenmiştir. Ortaya konan sanat eserlerinin içeriklerinden, o sanat eserini yaratan sanatçının kullandığı araçlara kadar her şey toplumsal ve teknolojik gelişmeler ile paralel doğrultuda ilerlemiştir. Günümüzde sayısal teknolojiler hayatın her alanına yerleşmiştir. Bu anlamda sayısal teknolojilerin sanatın bütün alanlarında hâkim olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Özellikle bilgisayarların gündelik pratikler içerisinde vazgeçilmez hale gelmesi, sanatın da ister istemez bilgisayar temelli ortamlar ile etkileşimini arttırmıştır. Özellikle grafik işleme yazılımlarının geliştirilmesiyle birlikte bilgisayar, sanat yapıtının üretim aşamasına da müdahil olarak yeni anlatım biçimlerine ve sanat türlerine olanak sağlamıştır. Geleneksel dönemin imkanlarıyla ortaya konması mümkün olmayan sanat yapıtları, günümüzün bilgisayar teknolojileri sayesinde kolayca üretilebilmekte ve geniş kitlelerin beğenisine sunulabilmektedir.

Yeni Medya Sanatı ve Estetiğin Değişimi

Dijital teknolojilerin sanat alanında kullanılmaya başlanması ile birlikte sadece geleneksel sanat türleri değişim geçirmemiş, aynı zamanda yeni sanat türleri de ortaya çıkmıştır. Özellikle internetin keşfedilmesi ve tüm kitlelere yayılmasının ardından yeni sanat türlerinin ortaya çıkması ve geniş kitlelere ulaşması daha da hızlanmıştır. Başlangıçta geleneksel sanat anlayışını sayısal ortama aktarmaya aracılık eden dijital teknolojiler, zamanla yalnızca dağıtım aracı olmakla kalmamış, üretim sürecinin de birer parçası haline gelmiştir. Sağlamtimur'un da aktardığı gibi; fotoğraf, resim, baskı, video gibi geleneksel sanat formlarının yanına internet sanatı, yazılım sanatı, piksel sanatı gibi sanat formları da eklenmiştir (2010: 214). 21. yüzyılda yeni medyanın tüm bu alanları kapsamıyla birlikte yeni medya sanatı dijital teknolojilerin sanat dünyası ile kesişmesinin son noktası olmuştur.

Geleneksel Sanatın Dönüşümü

1980 ve 1990'lı yıllardan itibaren teknolojik gelişmelerin ilerlemesi ve internetin de bu gelişmelere dahil olması ile birlikte dijital teknolojiler "dijital çağ"ı yaratmış ve hemen her şey teknolojik kültürün bir parçası haline gelmiştir. Kültürel değişimlere en hızlı uyum sağlayanlar arasında olan ve genellikle bu tür kırılmalara öncülük eden sanatçılar, teknolojik devrim henüz gerçekleşmeden önce bu alanda çalışmalar yapmaya başlayan toplumsal kesim olmuştur. Başlangıçta elektronik sergilemeler ya da konferanslar düzenleyen ana akım sanat camiasının elinde olan dijital sanat, yüzyılın sonlarına doğru terminolojideki yerini almış ve dünyanın farklı yerlerinde dijital müzeler ve sergiler açılmaya başlanmıştır (Paul, 2013: 12-13). Sonrasında ise internetin ortaya çıkmasıyla dijital sanat belirli bir kitlenin elinde kalmaktan kendini kurtararak tüm alanlara yayılmıştır. Sanat dünyasının çok hızlı terminoloji değiştirmesi dijital sanatta da kendisini göstermektedir. Başlangıçta "bilgisayar sanatı" daha sonraları "multimedya sanatı" ya da "internet sanatı" olarak adlandırılan dijital sanat günümüzde "yeni medya sanatı" formuyla kendine yer bulmaktadır.

Yeni medya sanatı ile ilgili çalışmalara bakıldığı zaman genellikle dijital sanat ile yeni medya sanatının aynı dönemi ya da sanat biçimini ifade ettiği belirtilmektedir. Bu çalışma dijital sanat ve yeni medya sanatını ayrı ayrı tanımlamakta, ancak ilerleyen bölümlerde iki kavramı birbiri yerine kullanmaktadır.

Dijital Sanat Kavramı

Dijital sanatı tanımlamak ve tüm dünyada kabulünü yaygınlaştırmak için bir araya gelen on beş sanatçı⁷ tarafından hazırlanan The Digital Art Practices and Terminology Task Force (DAPTF) *Dijital Sanat ve Baskı Sözlüğü'ne* (2005) göre dijital sanat "bir veya daha fazla dijital işlem (process) ya da teknoloji ile yaratılan sanat" olarak tanımlanmaktadır (Johnson ve Shaw, 2005: 10). Stanford Üniversitesi tarafından hazırlanan felsefe sözlüğünde ise; "bilgisayar tabanlı dijital kodlamaya ya da bilginin farklı formatlarda (metin, sayı, resim, ses gibi) elektronik bir şekilde depolanması ve işlenmesine dayanan sanat" (Thomson-Jones, 2015: 3) şeklinde ifade edilmektedir. Nejat Kutup "İnternet ve Sanat, Yeni Medya ve net.art" (2010: 14) adlı çalışmasında dijital sanatı sadece bilgisayar kullanılarak üretilen ve/veya sayısallaştırma teknikleri kullanılarak (örneğin, geleneksel bir tablonun taranarak bilgisayar formatına aktarılması, ya da dijital fotoğraf teknikleri ile yapıtların üç boyutlu çoğaltılması ile) yapılan sanat olarak tanımlamaktadır. Buradaki her üç tanım da bilgisayar teknolojilerine atıfta bulunmaktadır.

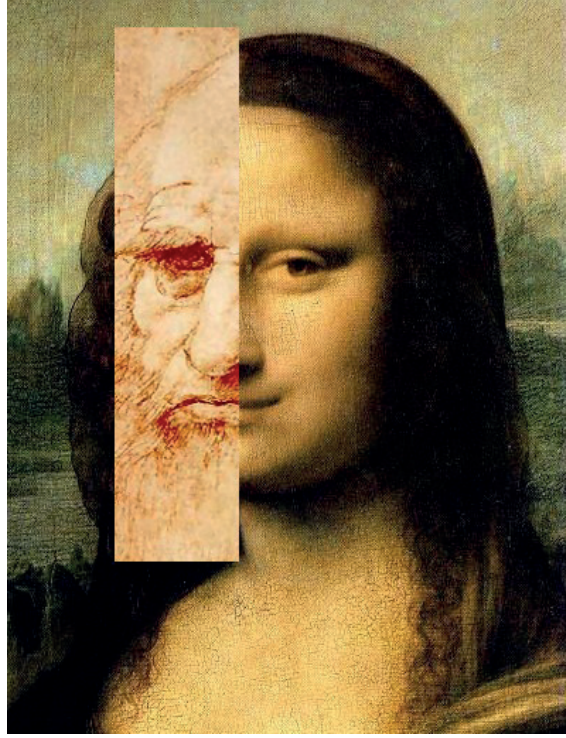
Dijital sanatı, "üretim aşamasında bilgisayarların rol aldığı fiziksel olmayan nesnelere üretilmesiyle gerçekleşen sanat" olarak tanımlayan Çuhacı (2007: 27), bilgisayarın üretim aşamasında yardımcı bir araç değil, üretim aracının kendisi olduğunu ifade etmekte, film, video ve animasyon, internet ve ağ sanatı, yazılım sanatı gibi sanatların dijital sanat olarak kabul edildiğini belirtmektedir.

Dijital sanat, doğrudan sanat tarihinin içerisinde çıkmamakla birlikte birçok sanat akımına atıfta bulunmakta ya da bu sanat akımlarının bazı özelliklerini dolaylı olarak bünyesinde barındırmaktadır. Örneğin, Dada akımının rastlantısal kelimelerden oluşan yapısı, dijital sanat eserini üretirken kullanılan bilgisayar algoritmalarının yapısında kendisini göstermektedir. Yine Marcel Duchamp ya da Nagy gibi sanatçılar tarafından araştırılan görsel yanılsama kavramı, dijital sanattaki 'interaktivite' ve 'sanallık' kavramlarının arka planında yer almaktadır (Paul, 2015: 22). Özellikle Duchamp'ın çalışmaları dijital sanat çalışmalarına temel oluşturmaktadır. Duchamp'ın hazır nesnelere kullanarak ürettiği sanat eserleri (Readymade Art) bugün dijital sanatın birçok hazır ögeyi bir araya getirmesiyle benzerlik taşımaktadır.



Fotoğraf-10: Marcel Duchamp – Bicycle Wheel (Kaynak:<https://www.moma.org>)

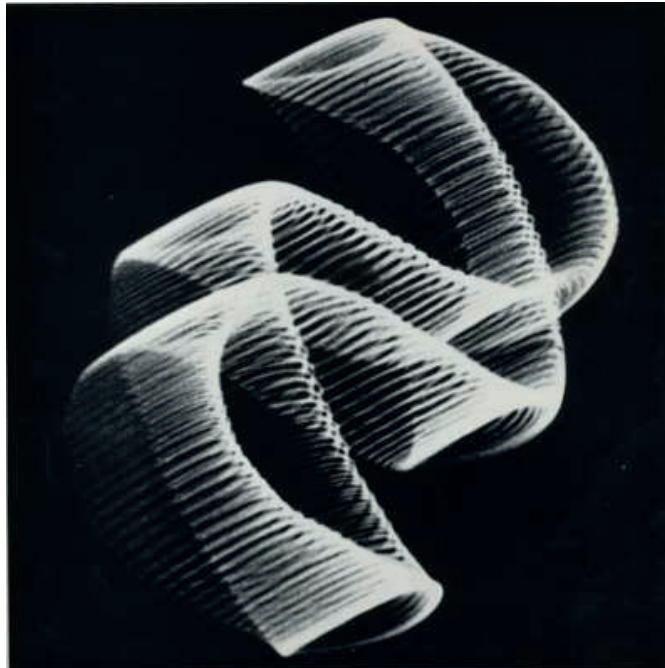
⁷ Detaylı bilgi için: <http://www.bermangraphics.com/dapttf/committee.html> Erişim Tarihi: 17 Ocak 2018



Resim-1: David R. Tribble – DaVinci_MonaLisa 13 Nisan 2008
(Kaynak: https://commons.wikimedia.org/wiki/File%3ADaVinci_MonaLisa1b.jpg)

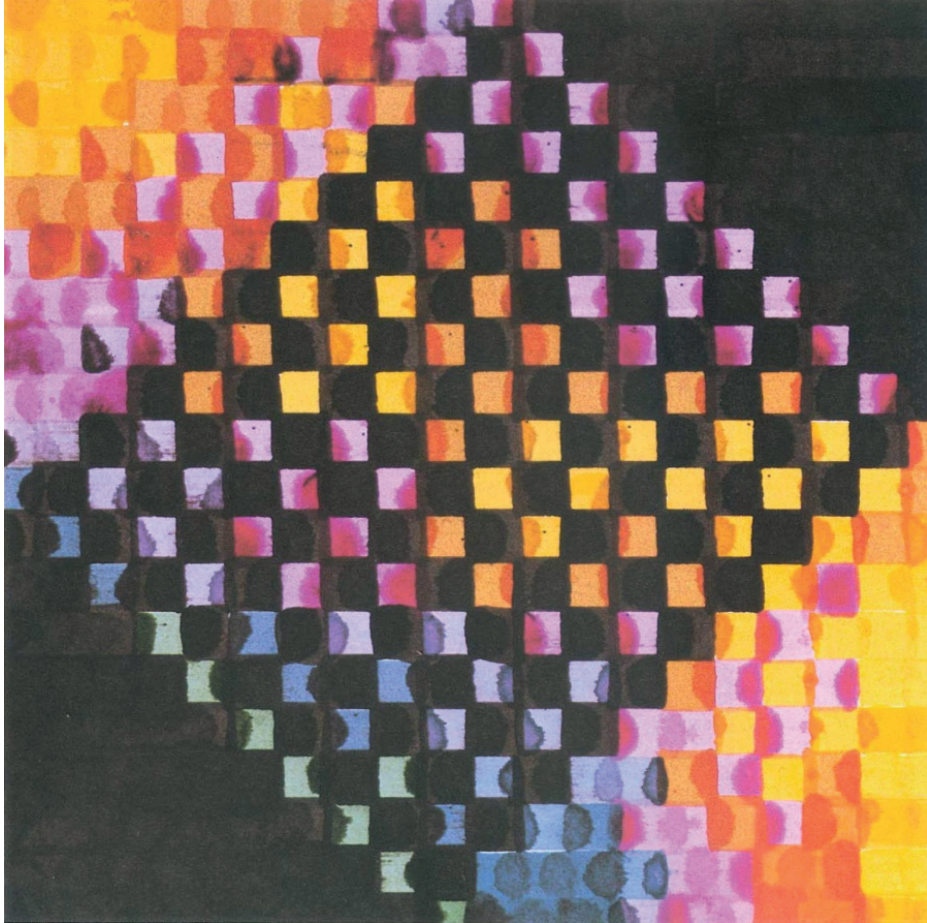
Dijital Sanata İlişkin İlk Örnekler

Temeli bilgisayar ve buna bağlı teknolojilerin icat edilmesine dayanan dijital sanata ilişkin ilk eserler 1950'li yıllardan itibaren görülmeye başlanmıştır. Amerikalı asker ve matematikçi Ben Laposky'nin yaptığı çalışmalar dijital sanatın ilk örnekleri olarak kabul edilmektedir. Askerlik kariyerinde teknik çavuş olarak görev yapan Laposky, terhis olmasının ardından 1947 yılında osiloskop gibi televizyon ekipmanlarını kullanarak sanat çalışmalarına başlamış ve "elektiriksel kompozisyonlar" adını verdiği çalışmalarla dijital sanatın ilk örneklerini vermiştir. Osiloskopun ışın tüpü aracılığıyla görüntülenen elektronik dalgalara müdahale ederek ve bu görüntüleri yüksek hızlı kameralar aracılığıyla çekerek "Oscillons" adını verdiği fotoğraf çalışmalarına imza atmıştır.



Resim-2: Ben Laposky - Oscillation 7 (Kaynak: Franke, 1971: 96)

Laposky'nin osiloskop çalışmalarını dışında bırakırsak bilgisayar temelli ilk dijital sanat çalışmaları 1963 yılından itibaren üretilmeye başlanmıştır. 1963 yılında estetik gaye güdülen bilgisayar ve animasyon çalışmalarını konu alan bir yarışma düzenlenmiştir. İlk yıllarda katılım çok düşük olsa dahi, sonraki yıllarda katılım giderek artmış ve dijital sanat çalışmalarına ilişkin eserler çoğalmıştır. 1966 yılında yapılan yarışmayı "Composition with Squares" adlı eseriyle kazanan Frieder Nake, bilgisayar grafikleri kullanan dönemin en önemli sanatçılarından biridir. Nake kendisi gibi bilgisayar grafikleri (Computer Graphic) kullanarak sanat çalışmaları yapan, Alman George Nees ve Amerikalı A. Michael Noll ile birlikte Ocak 1965'te Stuttgart'ta bulunan Max Bense Enstitüsünde ilk sergilerini açmışlardır (Franke, 1971: 97). Özellikle Frieder Nake bilgisayarda grafiksel çalışmalar yapabilmek için bir dizi işlemi gerçekleştirebilen bir algoritma yazmış ve bu alana öncülük etmiştir.



Resim-3: Frieder Nake – Polygon Drawing (Kaynak: Franke, 1971: 70)

"Computer Graphic" terimini ilk kullanan William Fetter'dir. Grafik tasarımı ve sanat alanında eğitim alan Fetter mezun olduktan sonra farklı işlerde çalışmış ve daha sonra Boeing Company'de sanat yönetmeni olarak işe başlamıştır. 1960 yılında Boeing Askeri Uçak Sistemleri ile ortak bir projeye imza atan Fetter, jet uçak tasarımlarını bilgisayarın gerçek perspektif çizimlerini iletmesine yarayacak yeni grafik teknikleri geliştirmiş ve bu teknik için "Computer Graphic" terimini kullanmıştır (Oppenheimer, 2005: 2). Fetter ve diğer Boeing Dijital Hesaplama Birimi çalışanları, bilgisayar tarafından programlanabilen, geliştirilebilen ya da kontrol edilebilen bir sanat alanını tanımlamışlardır.

Bilgisayar aracılığıyla üretilen dijital sanat eserlerine ait çalışmalar yapan diğer bir sanatçı da Charles Csuri'dir. 1967 yılında "Bilgisayar ve Otomasyon" dergisi tarafından açılan Dijital Sanat yarışmasında Csuri, James Shaffer ile birlikte, IBM ana bilgisayarlarındaki sinüs eğrisini haritala işlevi ile manipüle ederek oluşturduğu bir adam çizimi olan en tanınmış eserleri Sine Man (Sinüs Adam) ile Birincilik ödülünü kazanmıştır. Csuri'nin yine Shaffer ile birlikte hazırladıkları 10 dakikalık bir bilgisayar animasyon filmi de bulunmaktadır.



Resim-4: Charles Csuri - Sinüs Adam (Sine Man) – 1967 (Kaynak: www.siggraph.org)

1970’li yıllara gelindiğinde daha “yeni” teknolojiler sanatsal çalışmalarda yer almaya başlamıştır. Özellikle video ve uydu yayıncılığının ortaya çıkması, bugün internetin yaygınlaştığı dönem ile benzer etkiler göstermiştir. Uydu yayınları sayesinde mekân kavramı yavaş yavaş ortadan kalkmaya başlamıştır. Christiane Paul *Digital Art* adlı kitabında 1970’li yıllardaki dijital sanat olaylarını şöyle aktarmaktadır.

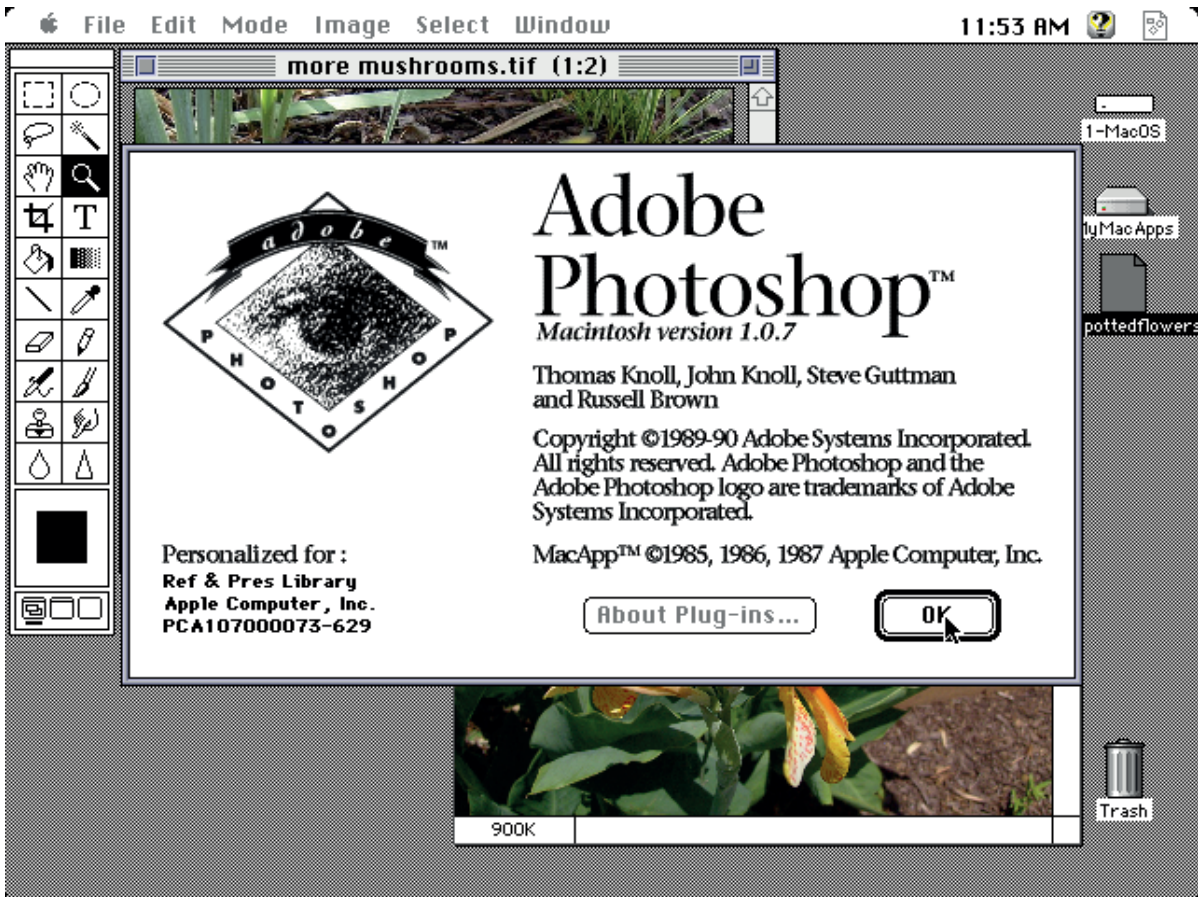
“...Bu yıllardaki çalışmalar daha çok canlı bağlantılar ve kitlesel yayın yapan uydu sistemleri sanal mekânlar üzerine yoğunlaşmışlardır. Douglas Davis’in başını çektiği Nam June Paik, Charlotte Moorman ve Joseph Beuys’tan oluşan sanatçı grubu, 1977 yılında Almanya’da gerçekleştirilen Documenta VI etkinliğinde 25 ülkede yayımlanan bir televizyon etkinliği düzenlemişlerdir. Aynı yıl içerisinde New York ve San Francisco’daki sanatçılar karşılıklı olarak etkileşime izin veren 15 saatlik Gönder/Al Uydu Sistemini kurmuşlardır. Bilinen ilk interaktif dans performansı da yine 1977 yılında NASA ve Educational Television Center ortaklığında Atlantik ve Pasifik kıyılarındaki sanatçılar tarafından gerçekleştirilmiştir. 1979 yılında ise radyo, faks ve televizyon gibi iletişim araçlarını kullanan Robert Adrian, 3 kıtadan 16 farklı şehirde bulunan sanatçıları bir araya getirerek ‘24 Saatte Dünya’ adını verdiği, sanatçıların 24 saat boyunca karşılıklı faks, bilgisayar ve görüntülü telefon aracılığıyla multimedya sanat çalışmaları yapabildiği bir etkinlik düzenlemiştir.” (2013: 35-36).



Fotoğraf-11: Robert Adrian - The World in 24 Hours – 1978 (Kaynak: Paul, 2013: 38)

1980'li yıllara gelindiğinde ise bilgisayar sanat yapıtlarını üreten bir araç konumundan ortam konumuna geçmiştir. Dijital sanatın ilk yıllarında Freider Nake tarafından yazılan basit algoritmalar, 1980'li yıllarda daha ileri seviyeye ulaşmıştır. İngiliz Ressam Harold Cohen, kendi sanat eserlerinde kullandığı kompozisyon kurallarını 'öğrenen' ve 'uygulayabilen' bir bilgisayar yazılımı üretmeye çalışmış ve bu çalışmanın sonucu olarak AARON isimli (Artificial Intelligence / Yapay Zekâ) program ortaya çıkmıştır (King'den akt. Özel Sağlamtimur, 2010: 219). Bu tarihe kadar ortaya çıkan bilgisayar yazılımları ya da algoritmaları kullanabilmek için kodlama bilgisine ya da profesyonel beceriye ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak 1985 yılında piyasaya sürülen Windows 1.0 işletim sistemi içerisinde bütünleşik olarak gelen Paint yazılımı sayesinde grafik tabanlı sanat çalışmaları yapabilmek için programlama dili bilmeye duyulan ihtiyaç ortadan kalkmıştır. Piyasaya sürülen her Windows sürümü ile birlikte güncellenen Paint bugün basit 3 boyutlu grafikler yapabilme yeteneklerine erişmiştir. 1987 yılında ise günümüzde grafik temelli yazılımlar arasında en popüler olan Photoshop'a ilişkin çalışmalar başlamıştır. John ve Thomas Knoll kardeşler tarafından geliştirilen program başlangıçta büyük ilgi görmemiş ancak Adobe firması sanat yönetmeni Russel Brown'un dikkatini çekmiş ve 1990 yılında Adobe firmasının Photoshop 1.0'ı piyasaya sürmesiyle birlikte dijital sanatçılar arasında hızla popüler olmuştur.

Dijital Sanatta Etkileşimin Estetiği (2013), adlı kitabında Katja Kwastek, dijital sanat teriminin 1990'lı yılların sonlarından itibaren kullanılmaya başlandığını ve sadece bilgisayar ile üretilen sanat eserlerini değil, dağıtım, sergileme ya da depolama için bilgisayar ağlarını kullanan sanat eserlerini tanımlamak için de kullanıldığını ifade etmektedir (2013: 3-4). Bugün tüm sanat dalları üretim ya da dağıtım aşamasında dijital teknolojilerden yararlanmaktadır. Sinema dijital teknolojiler aracılığıyla üretilen özel efektler ve dijital teknolojiyle donatılmış salonlarını kullanmaktadır, dijital fotoğraf artık fotoğrafın başat durumu haline almıştır, illüstrasyonlar el ile değil grafik programları aracılığıyla bilgisayarda ortaya çıkmakta, dağıtılmakta ya da saklanmaktadır. Müzik besteleri elektronik aygıtlarla üretilmekte ve dijital müzik platformları sayesinde dünyanın her tarafına ulaşmaktadır. Bugün dijital sanat, tek bir sanat türünü değil, dijital olarak üretilen birçok alt sanat türünü de kapsamaktadır.



Grafik-3: Adobe Photoshop 1.0 – 1990 (Kaynak: <https://winworldpc.com/product/adobe-photoshop/10>)

Buraya kadar dijital sanat ile ilgili tanımlamalara ve çalışmalara açıklık getirilmeye çalışılmıştır. Ancak dijital sanat dendiğinde akla gelen bir diğer kavram 'yeni medya sanatı' ifadesidir. Bu iki kavram arasında herhangi bir fark olup olmadığı, ya da iki kavramın aynı şeyi ifade ettiği sanat camiası ve akademik çevreler tarafından halen tartışılan bir olgudur.

Yeni medya Sanatı Kavramı

Yeni medya sanatı kavramının tam olarak ne ifade ettiği halen tam olarak net değildir. Bunun en büyük nedenlerinden birisi, yeni medya sanatına ait genel bir teori eksikliğidir. Sanat dendiğinde insanların aklına ilk olarak resim, heykel gibi klasik sanatlar gelmektedir. Fotoğraf ve sinemanın sanat içerisinde yer alıp almadığı bile zaman zaman tartışılmaktadır. Ancak dijitalleşen ve başka bir çağa evrilen dünyada, sanatın da başka bir boyuta evrildiği şüphe götürmemektedir.

Yeni medya sanatına yönelik en büyük eleştiriler teorik bir temele oturtulamaması üzerinden yapılmaktadır. Çünkü yeni medya sanatı geleneksel sanat formlarına meydan okumaktadır. Hoetzlein'e göre yeni medya sanatına getirilen en büyük eleştiriler anlam üzerindedir. Ancak anlam üzerinden sorgulama ve eleştiriler, tüm sanat formları için yapılabilmektedir. Anlamı sorgulama bakımından geleneksel ya da yeni medya sanatı diye bir ayırım yapılamaz (2009: Parag 5). Yeni medya sanatı, Dadaizm, gerçekçilik gibi yeni bir sanat hareketi değildir. Yeni medya sanatı sanatın biçimsel olarak yeni bir form kazandığının ifadesidir.

Geleneksel sanatın üretim araçları, boya, tuval, mermer, ahşap gibi malzemelerdir. Bu malzemeler, geleneksel sanatın medya'sıdır. Yeni medya sanatında ise medya artık 'yeni'dir. Günümüzde 'yeni' olan teknolojik olarak yeni olanıdır. Dijital dünyaya ait bilgisayar, internet, kodlama, yazılım, sanal gerçeklik gibi medya'lar yenidir. Bu nedenle dijital dünyaya ait ortamlarda üretilen sanat eserleri yeni medya sanatı olarak adlandırılmaktadır.

Quaranta'ya (2013: 23) göre yeni medya sanatı terimi, dijital sanat ve medya sanatı terimlerinin evrimleşme sürecinin doğal bir sonucudur. Aslında yeni medya sanatı ve dijital sanat aynı anlamı işaret etmektedir. Bununla birlikte yeni medya sanatının karmaşık arka planı ve uygulama alanlarının tam olarak tanımlanamaması nedeniyle yeni medya sanatı terimi tam olarak kabul görmemektedir.

Günümüzde bu iki kavram aynı şeyi ifade etmelerine rağmen farklı anlamlarda ve farklı çevreler tarafından kullanılmaktadır. Dijital sanat dendiğinde daha çok 3B modelleme ve tasarım ya da üst düzey Photoshop uygulamaları akla gelirken, yeni medya sanatı dendiğinde daha sofistike ve daha 'üst' bir sanatsal alanı tanımlamak için kullanılmaktadır. Ancak hangi terim kullanılırsa kullanılsın önemli olan terimin kendisi değil, hangi sanat türlerinin yeni medya sanatı ya da dijital sanat alanına girdiği ve ne gibi özellikler taşıdığı olmalıdır.

Yeni Medya - Dijital Sanat Türlerinin Sınıflandırılması

Dijital sanata ilişkin yapılan tanımlamaların hemen hepsinde bilgisayar teknolojilerine atıfta bulunulmaktadır. Bu tanımlamalardan yola çıkılarak bilgisayar ya da doğrudan bilgisayar ile ilişkili bir teknoloji olmadığında dijital sanattan söz edilememektedir. Ancak Kwastek'in yukarıda aktardığımız tanımından hareketle bilgisayar teknolojileri dijital sanatın sadece üretim aşamasında değil, dağıtım ve sunum aşamasında da yer almaktadır. Dijital sanatı sınıflandırırken Kwastek'in tanımlamasından yola çıkıldığında iki üst ayırım ortaya çıkmaktadır:

- Üretim aracı olarak dijital teknolojileri kullanan dijital sanat türleri,
- Üretim, dağıtım ve sunum aracı olarak dijital teknolojileri kullanan dijital sanat türleri.

Üretim Aracı Olarak Dijital Teknolojileri Kullanan Dijital Sanat Türleri

Bilgisayar teknolojisi ve buna bağlı teknolojilerden günlük yaşam pratiklerinin hemen her alanında yararlanılmaktadır. Basılı kitapların yerini yavaş yavaş elektronik kitaplara bırakması, karasal televizyon yayınları yerine dijital televizyon platformlarının giderek yaygınlaşması bilgisayar ve buna bağlı teknolojilerin geliştirilmesi neticesinde ortaya çıkmıştır. Dijital teknolojilerin bu kadar yaygınlaşması, sanat yapıtlarının üretilmesinde de sanatçılar tarafından tercih edilen bir enstrüman halini almasına neden olmuştur. Dijital teknolojilerin sanat alanına girmesi hem sanat türlerinin form değiştirmesine neden olmuş, hem de yeni sanat türlerini doğurmuştur.

Dijital Fotoğraf

Dijital fotoğraf ile dijital sanatın aynı kavramları ifade ettiği sıkça karşılaşılan bir yanılgıdır. Dijital fotoğraf, dijital teknolojilerin icat edilmesiyle birlikte form değiştiren sanat türlerinden biridir. İcat edildiği ilk dönemlerden itibaren analog yöntemlerle çekilen ve kimyasal süreçler ile üretilen fotoğraf, dijital teknolojilerin üretilmesiyle birlikte kimyasal işlemlerden, sayısal işlemlere geçiş yapmıştır. Dijital sanat ise, dijital fotoğrafı kendisine malzeme olarak kullanabildiği gibi, sadece fotoğraf ile sınırlı kalmamakta, dijital olarak her türlü uygulamayı sanat nesnesine dahil edebilmektedir.

Özel Sağlamtimur'a göre (2010: 221) dijital fotoğraf 1990'ların ikinci yarısından sonra yaygınlaşmaya başlayarak geleceğin fotoğrafçılığı olarak görülmüştür. Dijital fotoğrafçılık, görüntünün dijital fotoğraf makinesiyle yazımlanması ya da negatif, pozitif kart baskılarının taranması, bilgisayar ortamında görüntüler üzerinde değişiklik yapılması, renk, doku, yazı girilmesi ve elde edilen işlenmiş bu görüntülerin çıkışını alma işlemlerinin tamamını kapsamaktadır.

Dijital fotoğrafın en büyük avantajlarından biri manipülasyon tekniklerinde sınırlamaları ortadan kaldırarak fotoğrafçıların diledikleri uygulamaları yapmalarını kolaylaştırmıştır. Sanatçılar sadece fotoğraf çekmekle kalmamış, fotoğraf yapmaya da başlamışlardır. Birden çok fotoğrafın bir araya getirilmesiyle oluşturulan fotoğrafların yanında, farklı grafiksel öğeleri kullanarak da yeni foto grafik görüntüler yaratabilmektedirler.

Dijital teknolojilerin, dolayısıyla dijital sanatın fotoğraf ile olan ilişkisi bu çalışmanın ana problemini oluşturduğu için ileri ki bölümlerde daha detaylı olarak ele alınacaktır.

Dijital Heykel

Dijital teknolojilerin geliştirilmesi ve bilgisayarda 3 boyutlu (3B) görsel tasarımlara imkân sağlayan yazılımların üretilmesiyle birlikte, başlarda fiziksel kuvvet ve nesnelere üretilen heykel sanatı, bu yazılımlar aracılığıyla üretilerek dijitalleşmiştir. CAD olarak kısaltılan Bilgisayar Destekli Tasarım programları başlangıçta mimari projeler ve sanayi gibi üretim alanları için tasarlanmış olsa da sanat çalışmalarında da kendilerine yer bulmaları çok uzun sürmemiştir.

Dijital heykel sanatına baktığımızda dijital üretim iki şekilde kendini göstermiştir. Bunlardan ilki heykeltıraşların sanat eserlerini dijital olarak tasarlamaları ve daha sonrasında farklı materyaller kullanarak heykeli fiziksel bir nesneye dönüştürmeleridir. Bu fiziksel üretim dijital teknolojilerden yararlanılarak gerçekleştirilebildiği gibi sanatçı geleneksel şekilde de heykeli ortaya çıkartabilmektedir. Özellikle 3B yazıcıların üretilmesiyle birlikte sanatçılar eserlerini bilgisayar destekli programlar aracılığıyla tasarlamakta ve bu yazıcılar aracılığıyla üretmektedir. Sanatçı ortaya çıkan eser ile ilgili düzeltme yapmak istediğinde, dijital tasarım üzerinde istediği ekleme çıkarmaları yaparak eserini yeniden yazdırabilmektedir.

3B yazıcıları ilk kullanan heykeltıraş Kenneth Snelson'dur (Özel Sağlamtimur, 2010: 223). Snelson ile birlikte başka heykeltıraşlar da bilgisayarların heykel yapımında kullanabileceğini savunmuşlardır.



Fotoğraf-12: Robert Lazzarini – Skulls - 2000 (Kaynak: Paul, 2013: 127)



Fotoğraf-13: Michael Rees – Anja Spine Series 5 - 1998 (Kaynak: Paul, 2013: 130)

Dijital heykel alanına baktığımız zaman bir diğer üretim şekli ise tamamen dijital olan ve herhangi bir fiziksel çıktı bulunmayan heykellerdir. Sanal heykel olarak da adlandırılabilir bu heykel türleri herhangi bir fiziksel mekânda var olmamakta, sanal dünyada yer almaktadırlar. Bu açıdan bakıldığında günümüz video oyunlarında yer alan karakterlerin her biri sanal heykel olarak değerlendirilebilir. Yine hologram tekniği ile oluşturulan heykeller fiziksel olarak var olmadıkları için sanal heykel olarak kabul edilmektedir.

Üretim, Dağıtım ve Sunum Aracı Olarak Dijital Teknolojileri Kullanan Dijital Sanat Türleri

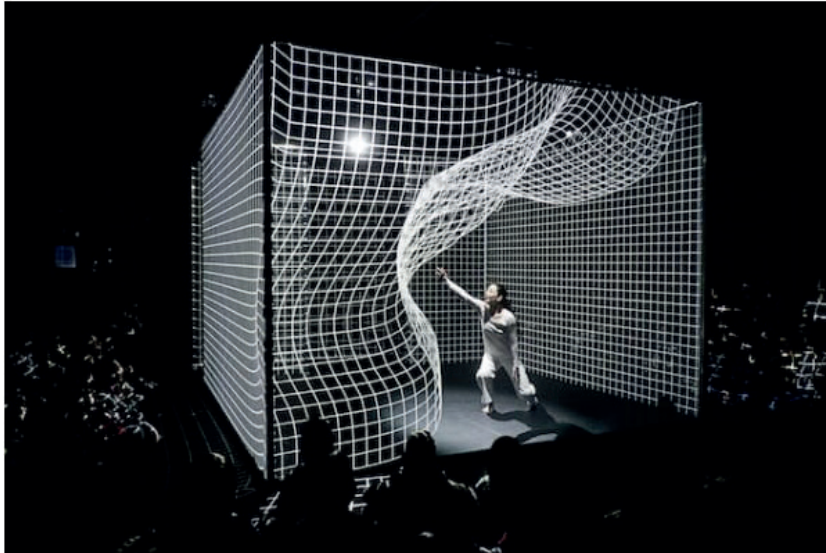
Sanat eserinin dijital olarak üretilmesi, dağıtılması ya da sunulması, geleneksel sanata göre birçok avantajı ve yeniliği beraberinde getirmektedir. Paul, dijital teknolojilerin sanat alanına getirdiği yenilikleri şu şekilde ifade etmektedir (2013, 137). Dijital teknolojilerin sanatsal bir araç olarak kullanılması, eserin dijital platformu üretimden sunuma özel olarak kullandığını ve bu platformun kendine özgü olasılıklarını sergilediğini ve araştırdığını ifade etmektedir. Dijital ortamın ayırt edici özellikleri kesinlikle estetik açıdan etkileşimli, katılımcı, dinamik ve özelleştirilebilir bir form oluşturmaktadır.

Dijital teknolojileri dağıtım ve sunum aracı olarak kullanan dijital sanat türlerine baktığımızda ortaya çıkışları dijital teknolojilerin icat edilmesinden sonraya dayanmaktadır. Resim, fotoğraf, heykel gibi sanatlar, geleneksel dönemde de varken, Yerleştirme (Enstalasyon), Video-Animasyon, İnternet Sanatı, Yazılım Sanatı, Sanal Gerçeklik gibi sanat dalları dijital teknolojilerden sonra ortaya çıkmıştır. Bu sanat dalları yalnızca dijital teknolojiler ile üretilmemiş, aynı zamanda var oldukları ortam ya da izleyicilere ulaştıkları ortam da dijitaldir.

Yerleştirme (Enstalasyon) Sanatı

Çağdaş sanatın kendine has türlerinden biri olan enstalasyon, açık havada ya da kapalı bir mekânda sunulan, taşınabilir ya da mekâna özgü olan, belirli bir hacim kaplayan ve izleyici katılımını önemseyen bir sanat dalıdır. Bu sanat türü, 1970'lerde şekillenmeye başlayan izleyicinin sadece bakmakla kalmayıp dünyada yaşadığı gibi sanat eserinin içinde 'yaşamayı' düşüncesini içine almaktadır (Özel Sağlamtimur, 2010: 224). Yerleştirme, genellikle mekâna özgüdür ve sabit ya da değişken olabilmektedir. Özellikle izleyiciler ile etkileşime girebilmek için tasarlanan yerleştirmeler, sanat eserinin değişken yapıda olmasını sağlamaktadır.

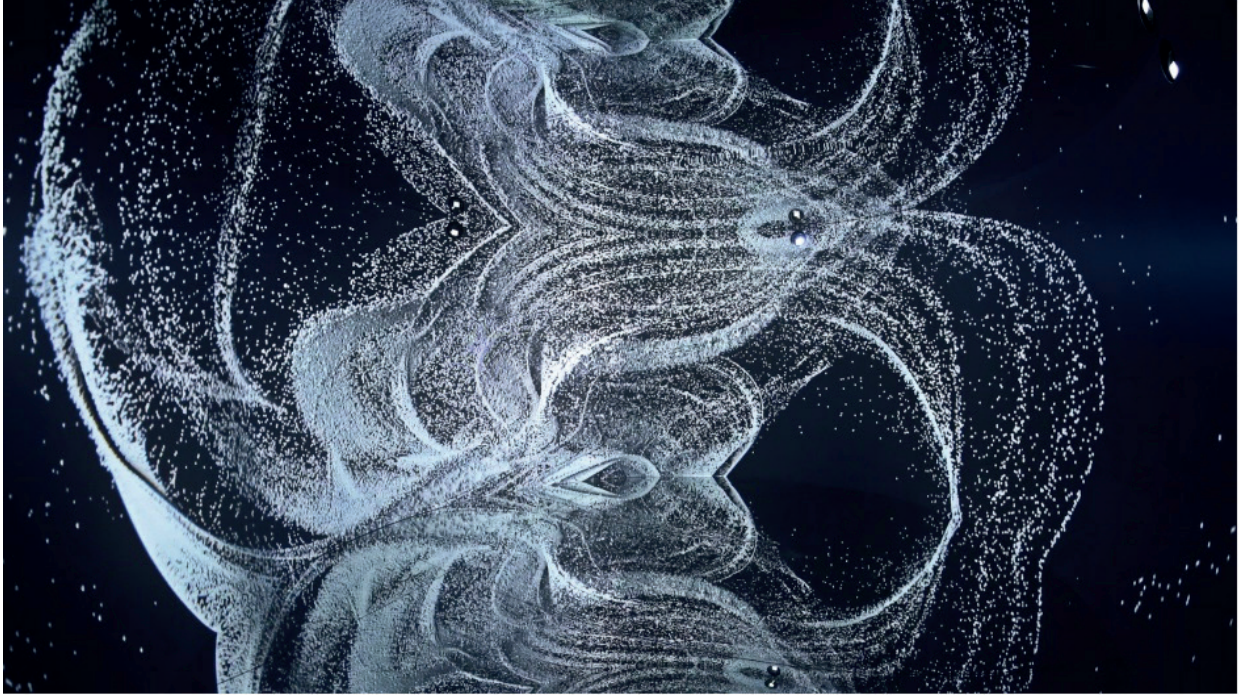
Dijital teknolojiler sayesinde yerleştirmeler sınırsız formda olabilmektedir. Özellikle video, ışık, lazer gibi malzemeleri kullanarak oluşturulan yerleştirmeler izleyici ile her etkileşime girdiğinde farklı bir formda ortaya çıkmaktadırlar. Dijital yerleştirmeler genel olarak fiziksel mekanlarda yapılan sanal yerleştirmeler olarak dikkat çekmektedir. Yerleştirme tamamen sanal olarak deneyimlenebildiği gibi, fiziksel ve sanal deneyimi bir araya getirmeyi de amaçlayabilmektedir.



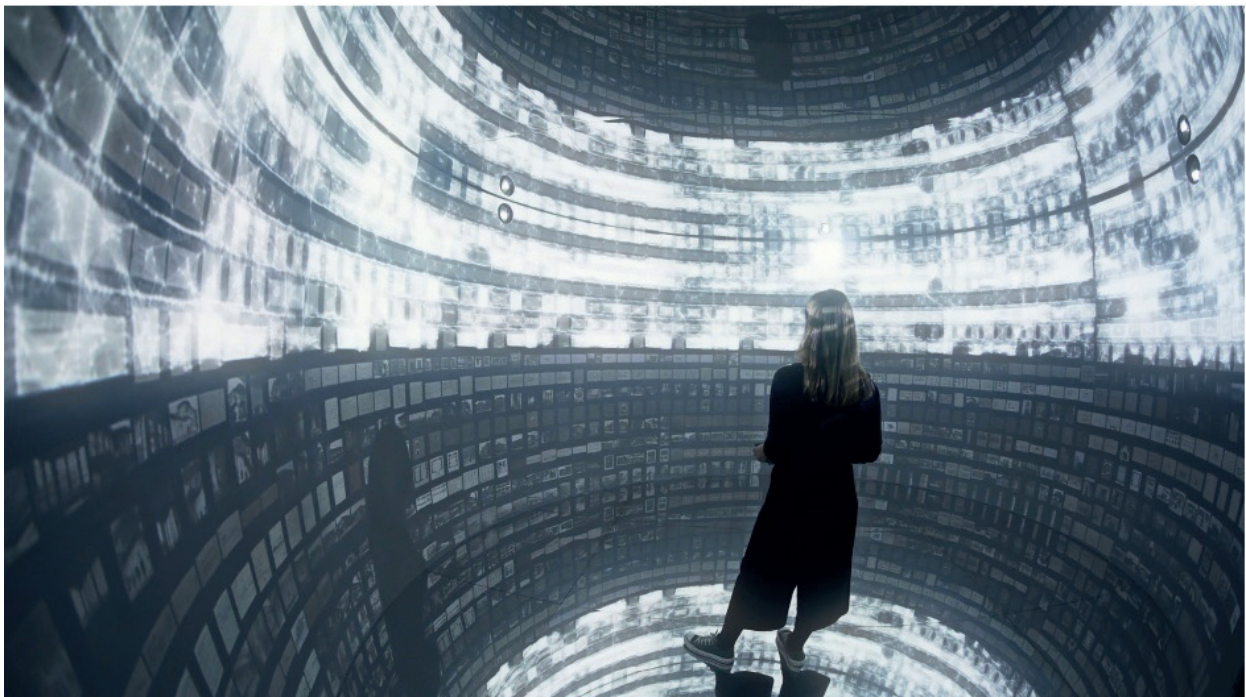
Fotoğraf-14: Adrien Mondot & Claire Bardainne – Hakanai – 2015 (Kaynak: <https://www.hakanaimiami.com>)

Adrien Mondot ve Claire Bardainne tarafından yaratılan “Hakanai” isimli dijital yerleştirme, sanal nesnelere kullanarak fiziksel bir deneyim yaşatmayı amaçlanmış ve video projeksiyon haritalama, CGI ve sensörleri birleştirerek sanatçının hareketlerine dinamik olarak cevap veren bir yerleştirme gerçekleştirmişlerdir.

Son yıllarda dijital yerleştirmeleri ile ön plana çıkan bir diğer sanatçı ise Refik Anadol'dur. 1985 İstanbul doğumlu olan Anadol, yerleştirmelerinde fotoğraf, video, ışık gibi birçok öğeden faydalanmaktadır. Sanatçının 2017 yılında İstanbul Salt Galerisi'nde Avrupa Birliği Kültür Programı'nın desteğiyle “Sanatın Kullanım Alanları: Final Sergisi” olarak gerçekleştirdiği “Archive Dreaming” adlı sergi, SALT Araştırmaları Koleksiyonu'ndaki 1,7 milyon belge dijital ortama aktarılmış, yazılan algoritma sayesinde izleyici ile etkileşime girebilmekte ve izleyici tercihlerini algoritma ile birleştirerek ortaya her seferinde farklı bir eser sunmaktadır.



Fotoğraf-15: Refik Anadol – Archive Dreaming(1)– 2017 (Kaynak: refikanadol.com)



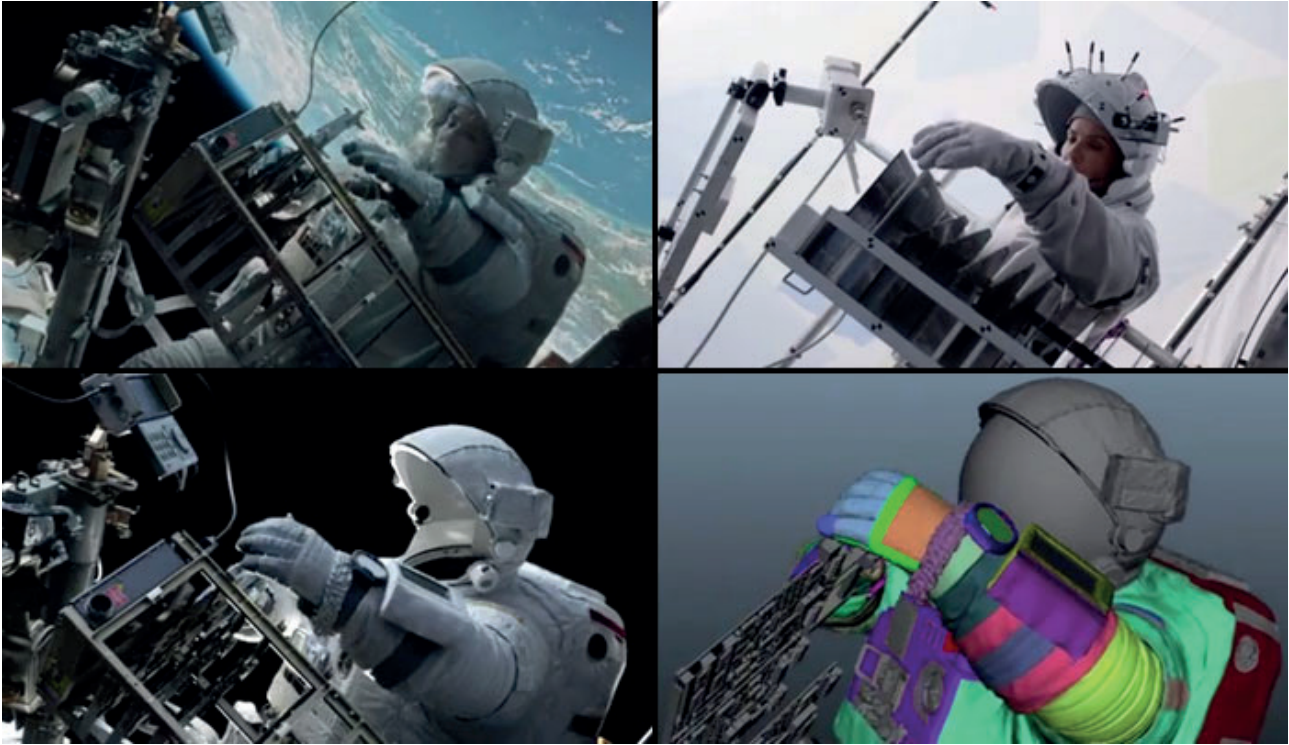
Fotoğraf-16: Refik Anadol – Archive Dreaming(2)– 2017 (Kaynak: refikanadol.com)

Meksikalı karışık medya sanatçısı Gabriel Dawe'nin renkli ışık hüzmelerinden oluşan gökkuşağı enstalasyonu, Japon mimar Sou Fujimoto'nun 'Işık Ormanı', son yıllarda dikkat çeken dijital enstalasyonlardır.

Dijital Sinema ve Video

Sinema dijital teknolojilerden önce de var olan bir sanat dalıydı. Ancak dijital teknolojilerin sinema sektörüne entegrasyonu neticesinde, sinema sadece çekilen ve montajlanan bir sanat dalı olmaktan çıkmış, bilgisayar başında üretilen bir sanat türüne dönüşmüştür. Dijital sinema, dijital sanat türleri içerisinde 'multimedya' kavramına en çok uyan sanat dalıdır. Dijital sinemadan önce de yönetmenler farklı materyalleri filmlerinde bir araya getirerek kullanmıştır. Ancak bilgisayar teknolojileri sayesinde çok daha fazla materyal bir araya getirilmekte ve dijital sinema içerisinde kullanılmaktadır.

Lev Manovich'e göre (2001a: 168), dijital sinema, bilinen sinema kavramında köklü değişikliklere sebep olmuştur. Her şeyden önce ilk yıllarında sinema 'gerçeğin kaydı' olarak sunulmuş ve kabul edilmiştir. Ancak günümüzde sinema gerçek görüntüler ile birlikte CGI olarak adlandırılan (Computer Generated Imaginary) 3B animasyon ve modelleme programları aracılığıyla oluşturulan imajların birleşiminden oluşmaktadır. Gravity, Yüzüklerin Efendisi, Life of Pi, Tron: Legacy gibi filmlerde oyuncular dışında neredeyse tüm mekanlar CGI teknolojisiyle üretilmiştir.



Fotoğraf-17: Gravity – Yönetmen: Alfonso Cuaron -2013 (Kaynak: <http://andresarosemena.com>)

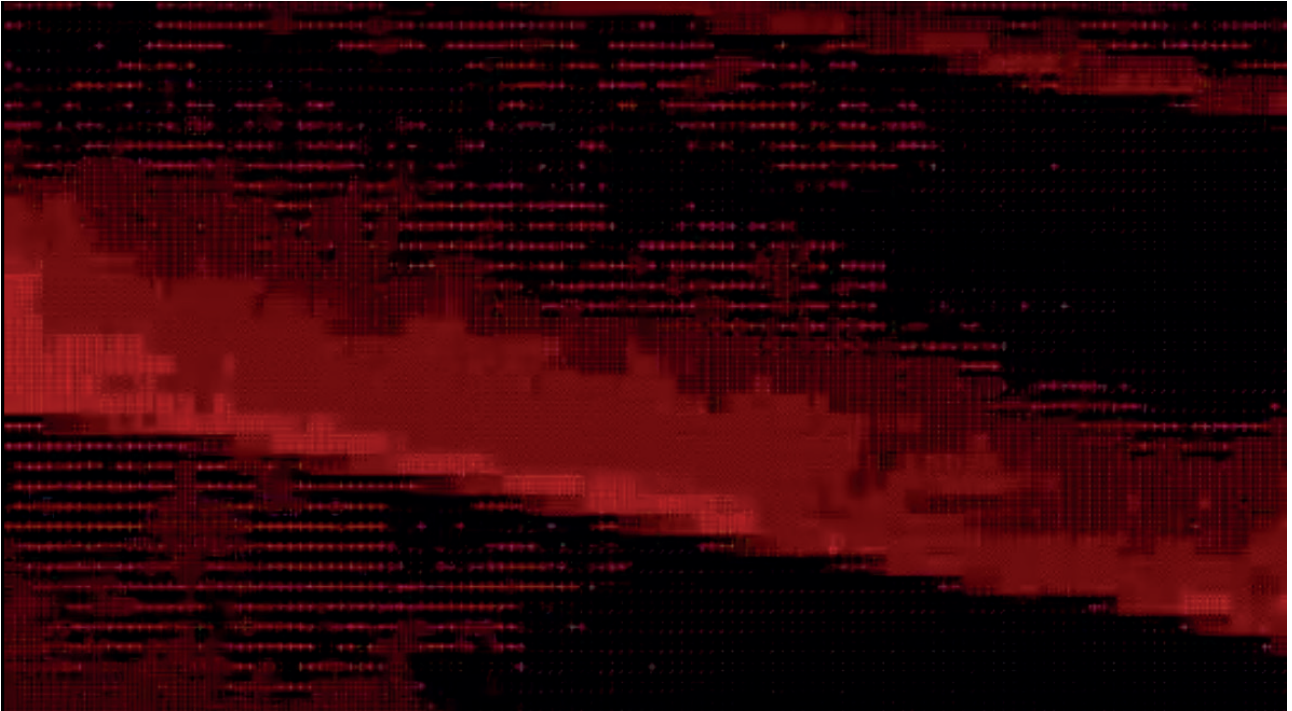
Dijital sinemada sadece mekanlar değil oyuncular da özel efektler aracılığıyla oluşturulabilmektedir. Örneğin başrol oyuncusu Paul Walker'ın çekimler bitmeden hayatını kaybetmesi nedeniyle Hızlı ve Öfkeli 7 filminin bazı sahnelerinde özel efektler kullanılarak oyuncu filme eklenmiştir. Yine Blade Runner 2049 filminde, 1982 yılındaki ilk filmde rol alan Sean Young, dijital teknolojiler ile yeniden yaratılmıştır.



Fotoğraf-18: Blade Runner 2049– Yönetmen: Denis Villeneuve -2017 (Kaynak: www.ew.com)

Dijital sinemanın, sinemadaki 'gerçeklik' algısını ortadan kaldırması, bu misyonu başka bir dijital teknolojiye yüklemiştir: Video. Paul'e göre (2013: 188) 1990'lı yıllarda ortaya çıkan internet ve web kameraları sayesinde dünyanın her yerinden yapılabilen canlı yayınlar herhangi bir denetim ve müdahaleye uğramadan izleyicilere sunulabilmektedir.

Dijital sinema sadece sinema endüstrisi için yeni olanaklar sunmamıştır. Dijital teknolojiler ile ilgilenen sanatçılar video sanatı ve yeni türevlerini dijital sinema araçları sayesinde tasarlayabilmişlerdir. Cory Arcangel tarafından bir alışveriş merkezinde kaydedilen görüntüler daha sonra sanatçının kendi geliştirdiği yazılım ve ASCII⁸ görüntüleme aracı olarak kullanılmıştır. Bunun sonucunda görüntüler bit-map bir formata dönüştürülen soyut görüntülerden oluşan bir video şeklinde algılanmaktadır.



Fotoğraf-19: Cory Arcangel - Urbandale – 2001 (Kaynak: www.youtube.com)

⁸ ASCII (İngilizce: American Standard Code for Information Interchange, Türkçe: Bilgi Değişimi İçin Amerikan Standart Kodlama Sistemi) Latin alfabesi üzerine kurulu 7 bitlik bir karakter kümesidir. İlk kez 1963 yılında ANSI tarafından standart olarak sunulmuştur.

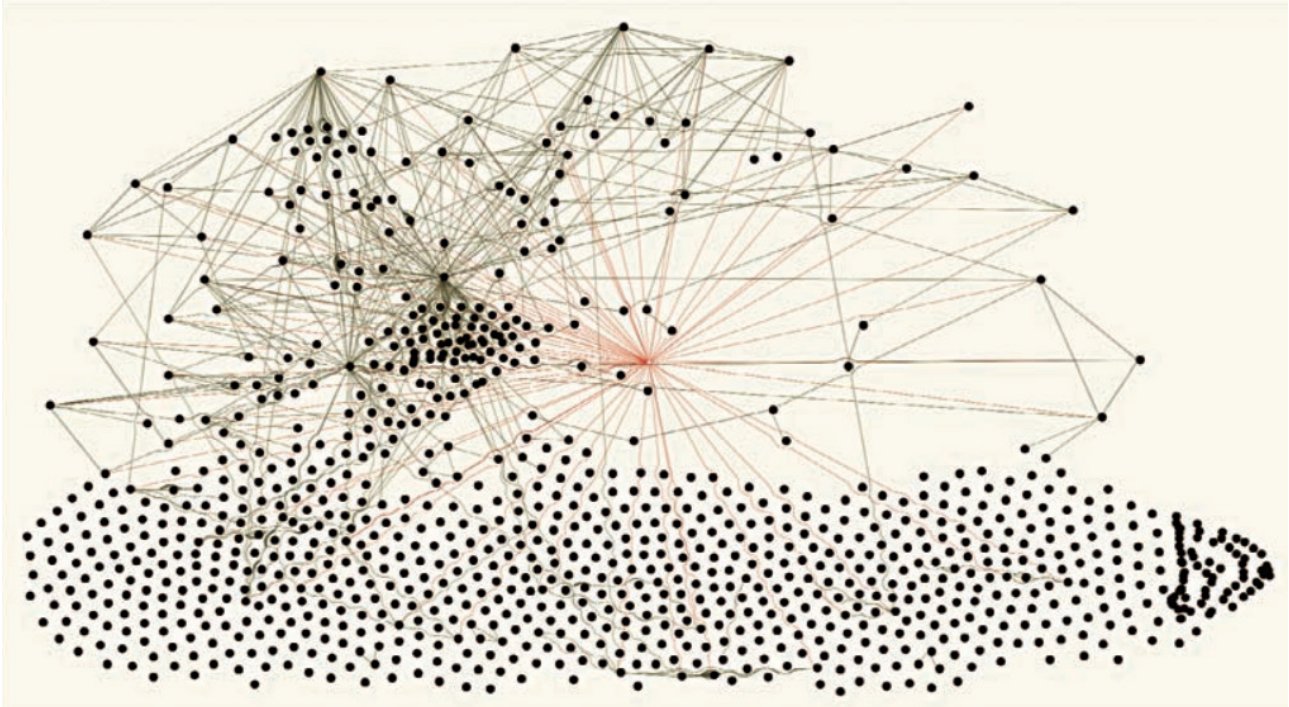
İnternet Sanatı

Web sanatı, net sanatı ya da ağ sanatı gibi farklı isimlerle de anılan internet sanatı, World Wide Web'in icat edildiği 1990'lı yıllardan günümüze sanatçıların ilgi odağı olmuştur. Grafik tabanlı web tarayıcılarının geliştirilmesinden itibaren internet sanatı gelişimini sürdürmüştür. Bilgisayar ağlarıyla bağlı olan ortamlarda varlığını sürdüren internet sanatı, canlı videolar, internet enstalasyonları, online müzeler gibi birçok farklı türde sergilenebilmektedir.

Sanatçı ve izleyicilere özgürlük sunan internet sanatı, sanat kurumlarının ve galerilerin bağlayıcı kurallarından kurtulmayı sağlamıştır. Colson'a göre (2007: 116) internet sanatı sanatçıların önündeki birçok engeli kaldırmasına rağmen, teknik beceri gerektirmesi ve internetin sürekli evrimleşmesinden dolayı kullanılan eklentilerin eskimesi gibi bazı sorunlara sahiptir. Küratör ve sanatçıların internete bağlı olarak gerçekleştirilen bu sanat formunu arşivlemek için çözüm üretmeleri gerekmekte ve yine kullanıcı deneyimi açısından geniş bant bağlantı hızlarına ihtiyaç duymaktadır.

İnternet sanatını kullanan sanatçılar, eserlerini sergilemek ya da göstermek için kullanan sanatçılardan farklıdır. Bu sanatçılar interneti sanat eserlerini sergilemek için değil, sanat eserlerini yaratmak için kullanmaktadırlar. İnternet sanatı ile ilgili en tanınmış organizasyon Jodi'dir. 1990'lı yılların ortalarında Olia Lialina, Alexi Shulgin, Heath Bunting, Vuk Cosic gibi sanatçıların oluşturduğu Jodi, net.art türünde eserler veren en bilindik sanat hareketidir.

İnternetin ve teknolojinin gizli kalmış katmanlarıyla ilgilenen net.art için, Küresel Yer Belirleme (GPS) sistemi de son derece kullanışlı bir araçtır. Bu konudaki en dikkat çeken çalışmalardan biri Brad Paley, Peter Kennard ve Jeff Han'a aittir. Bir kongre merkezini ziyaret eden katılımcılara kıyafetlerine takması için birer konum belirleme etiketi verilmiş ve bu ziyaretçiler üç gün boyunca GPS'ten takip edilmiştir. Katılımcıların konumları anlık olarak bir ekrana yansıtılmış ve zaman geçtikçe kullanıcıların hangi bölgelerde toplandıkları gözlemlenmiştir. Trace Encounters adı verilen sanatsal çalışma internet sanatının başarılı örneklerinden sayılmaktadır.

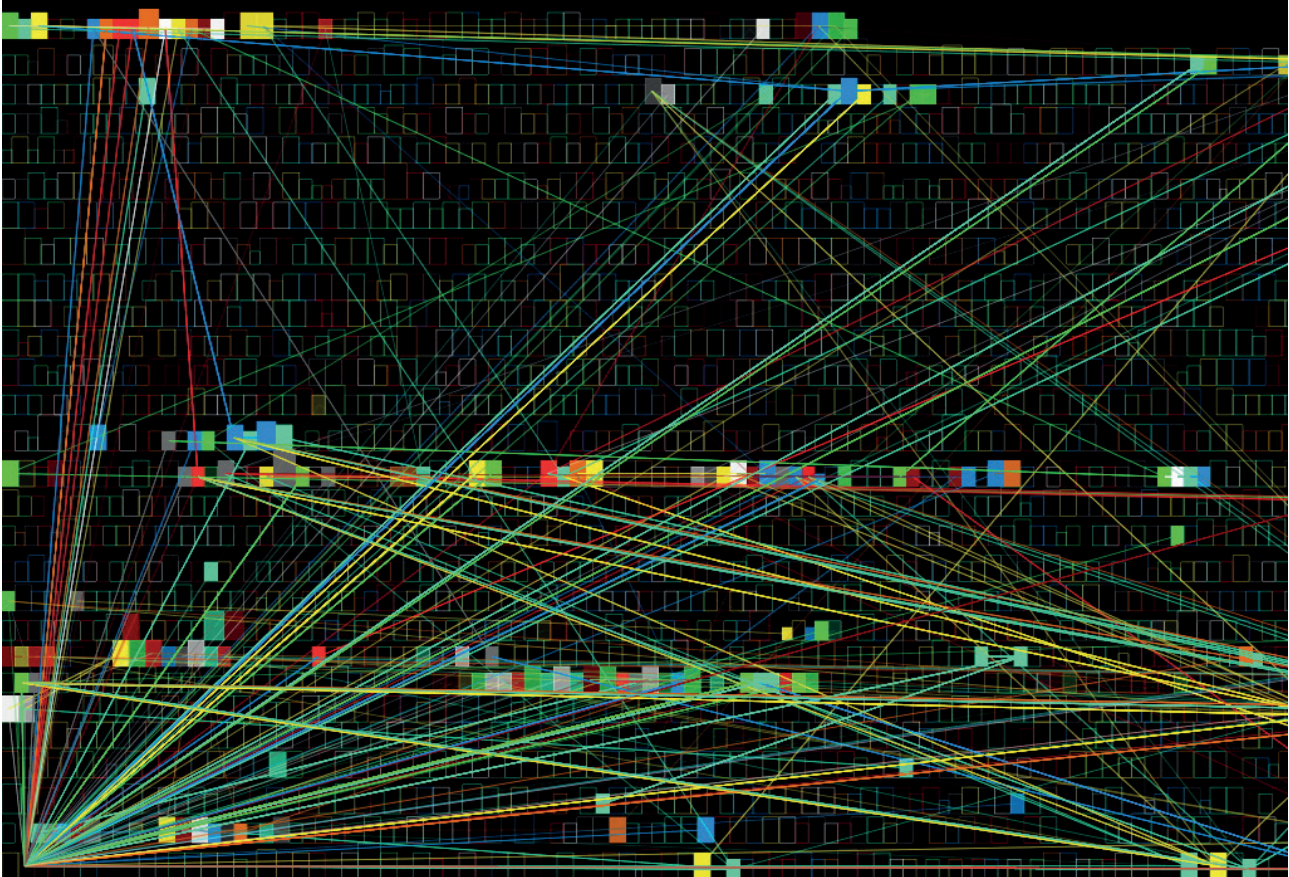


Grafik-4: Brad Paley, Peter Kennard & Jeff Han –Trace Encounters – 2004 (Kaynak: Colson, 2007: 120)

Yazılım Sanatı

Yazılım; bilgisayar ya da benzeri sistemlerin çalışmaları için gereken programları tanımlayan genel bir terimdir. Yazılımlar, tek başlarına anlamları olmayan kod satırlarının bir araya gelerek belirli bir işlevi gerçekleştirmektedir. Yazılım, bilgisayarı oluşturan donanım gibi fiziksel değil 'sanal' bir ürün olduğu için zaman zaman kavranması zorlaşmaktadır.

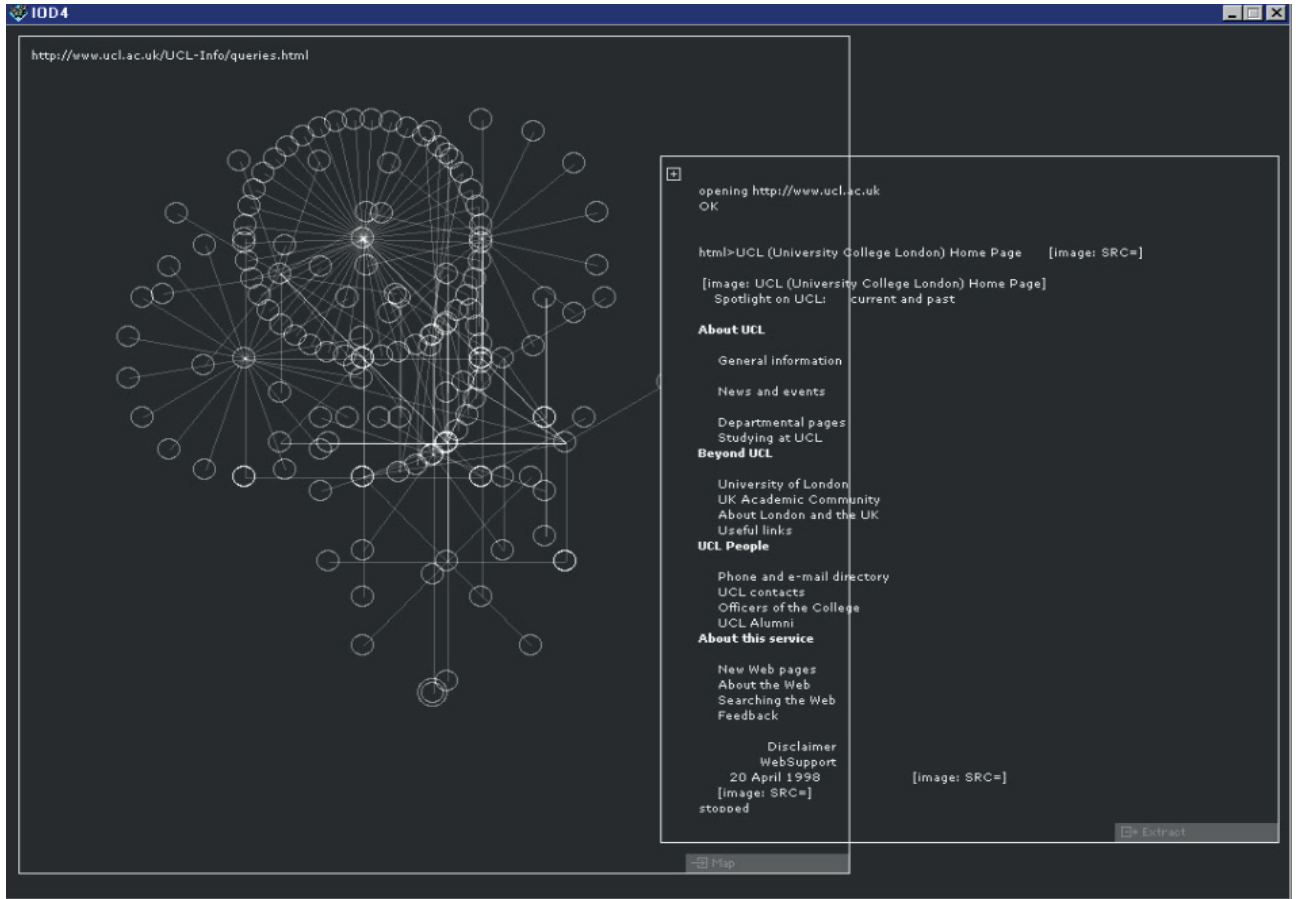
Dijital sanat içerisinde yer alan hemen her sanat projesinde yazılımlardan yararlanılmaktadır. Ancak Paul'e göre (2013: 245), yazılım sanatı terimi genellikle sanatçılar tarafından sıfırdan yazılan programlar ile oluşturulan sanat eserlerine karşılık gelmektedir. Sanatçı daha öncesinde var olan bir yazılımı kullanarak bir sanat eseri yaratmamakta, yaratmak istediği sanat eserine uygun yazılımı ya da kodlamayı kendisi geliştirmektedir.



Grafik-5: Adam Marks – Calltrace – 2004 (Kaynak: <http://runme.org/project/+calltrace/>)

Yazılım sanatı alanında en tanınmış artistlerden biri Casey Reas'dir. Sol LeWitt'in yönerge temelli kavramsal sanatı, Reas'ın "The Process" serisi yazılım sanatına ilham vermiştir. Tıpkı diğer yazılım sanatçıları gibi Reas de kodları estetik ve sanatsal bir materyal olarak kullanmaktadır. Bir ressam için boya ne anlama geliyor ise yazılım sanatçısı için de kodlama aynı anlama gelmektedir. Günümüzün tanınmış yazılım sanatçılarından olan Olga Goriunova ve Alexei Shulgin'in kendi ifadeleri, yazılım sanatının ne olduğunu daha iyi açıklamaktadır (2002: Parag 1); "Sanatsal yazılım, her şeyden önce, geleneksel yazılımlardan farklı amaçlarla yazılmış bir yazılımdır, bu tür yazılımlar, herhangi bir işlemi gerçekleştirmek için ya da herhangi bir sistemin çalışması için gereken yazılımlar değil, kendi başlarına sanat eserleridir."

Yazılım sanatında sanatçılar her zaman sıfırdan bir program yazmazlar. Bazen var olan yazılım üzerinde değişiklikler yaparak ya da taklit ederek de sanatsal çalışmalara imza atabilirler. Örneğin I/O/D adlı sanat grubunun yaptığı Web Stalker, var olan bir internet tarayıcısının yeniden yorumlamasıdır. Web Stalker kullanıcılar tarafından <http://bak.spc.org/iod/iod4.html> adresinden indirilerek bilgisayarlara kurulabilmektedir. Adrian Shaw tarafından yazılan Signwave programı ise Adobe Photoshop programı ile dalga geçmek için yazılmış bir programdır.



Grafik-6: I/O/D – Web Stalker (Kaynak: <http://ianwarn.net/iod-by-backspace/>)

Sanal Gerçeklik ve Artırılmış (Genişletilmiş) Gerçeklik

Sanal gerçeklik, 3B bilgisayar yazılımları ile oluşturulan ve kullanıcıyı içerisinde bulunduğu fiziksel ortamdan bağımsız sanal bir ortamı deneyimleme imkânı sunan dijital alanlar olarak ifade edilmektedir. Sanal gerçeklik izleyicilerin görme ve duyma duyuları ile bağlantı kurabilecekleri yapıdadır. Bilgisayar ortamında yer alan 3 boyutlu görüntüler ile etkileşime giren kullanıcılar, bir yönlendirici (fare, kumanda, gözlük vb.) aracılığıyla sanal mekanlar içerisinde diledikleri gibi hareket edebilmektedirler.

Sanal gerçeklik ile ilgili ilk çalışmalar 1950'li yıllara kadar uzanmaktadır (Özel Sağlamtimur, 2010: 228). 1962 yılında Morton Hellig, ilk sanal gerçeklik cihazını ticari olarak kullanıma sunmuş, ancak 'senzorama' adını vermiştir. Sanal gerçeklik terimi VPL Research şirketinin kurucusu Jaron Lanier tarafından 1989 yılında kullanılmıştır (Paul, 2013: 248). VPL Research şirketi, sanal gerçeklik için ilk ticari ürünleri üreten ve piyasaya süren şirket olarak tanınmaktadır. Şirketin piyasaya sürdüğü ürünler arasında, etkileşim için eldivenler ve kullanıcıların sanal ortamın içerisine girme duygusunu arttıran gözlükler vardır.

Sanal gerçeklik günümüzde eğlence ve oyun alanında daha çok tercih edilen bir uygulamadır. Yine mimarlık ve mühendislik gibi alanlar da tasarımlarını test etmek için sanal gerçeklikten faydalanmaktadır.

Sanal gerçekliği sanatsal çalışmalarında kullanan en başarılı sanatçılardan biri Kanadalı Char Davies'tir. Sanatçının 'Osmoné' ve 'Ephémère' çalışmaları, San Francisco Modern Sanatlar Müzesi'nde ve Avusturalya Hareketli Görüntü Merkezi'nde izleyicilerle buluşmuştur. Bugün Davies ile birlikte, Elizabeth Edwards, Stuart Campbell, Gio Napkil gibi sanatçılar, sanal gerçeklik kullanarak sanat eserleri yaratmaktadır.



Grafik-7: Char Davies- Osmose- 1995 (Kaynak: <http://www.immersence.com/>)

Genişletilmiş gerçeklik kullanıcıya gerçek zamanlı deneyim sunmaktadır. Sanal gerçekliğin aksine izleyiciye yeni bir mekân sunmaz, var olan gerçek mekân üzerinde yeni bilgi ve deneyimler sunar. Genişletilmiş gerçeklik terimi ilk kez 1990 yılında Thomas Caudell tarafından kullanılmıştır. Günümüzde Google gibi şirketlerin geliştirdiği uygulamalar sayesinde otomobillerin ön camları üzerine yansıtılan, ya da Google Glass (Google Gözlük) gibi ticari uygulamalarda arttırılmış gerçeklikten faydalanmaktadır.

Genişletilmiş gerçeklik ile ilgili en başarılı sanatsal çalışma, Sander Veenhof ve Mark Skwarek'e aittir. Sanatçılar 9 Ekim 2010 tarihinde, dünyanın en önemli sanat müzeleri arasında gösterilen New York Modern Sanatlar Müzesi'nde (MOMA), 'gerilla' adını verdikleri bir genişletilmiş gerçeklik sergisi açmışlardır. Çıplak gözle ziyaret edilemeyen sergiyi görebilmek için izleyicilerin mobil cihazlarına özel bir yazılım indirmeleri gerekmiştir. Uygulamayı mobil cihazlarından açan katılımcılar, müzenin boş duvarlarına baktıklarında arttırılmış gerçeklik aracılığıyla duvarlara ya da müzenin farklı bölgelerine yerleştirilmiş sanat eserlerini görebilmiştir.



Fotoğraf-20: Sander Veenhof ve Mark Skwarek - Guerilla- 2010 (Kaynak: http://www.sndrv.nl/moma/moma_augmented_reality.jpg)

Yeni Medya Sanatının Ayırt Edici Özellikleri

Yeni medya sanatı, daha önceki bölümlerde de bahsettiğimiz gibi tam olarak tanımlanamayan bir alandır. Gerek sanat çevrelerinin tamamı tarafından kabul görmemesi gerekse akademik camia için henüz tamamlanmamış bir alan olması nedeniyle yeni medya sanatının net bir çerçevesi çizilememektedir. Yeni medya sanatının merkezinde teknolojik ilerlemeler olması nedeniyle bir noktada gelişimini tamamlayacağı da tam olarak kesin değildir.

Yeni medya sanatının tanımının tam olarak yapılamıyor olması yine de yeni medya sanatı ile ilgili özelliklerin belirlenemeyeceği anlamı taşımamaktadır. Hemen her sanat türünün kendine ait belli başlı özellikleri olması gibi yeni medya sanatına ait belirlenmiş bazı özellikler mevcuttur.

Yeni Medya Sanatının Maddesizleştirme özelliği

Yeni medya sanatının ortaya çıkması daha önce de değindiğimiz gibi dijital teknolojilere geçişle mümkün olmuştur. Manovich'e göre (2001a: 127) dijital teknolojilere geçmenin ilk adımlarından biri "maddi ve fiziksel bir nesnenin, dijital teknolojilerin sunduğu sinyale geçmektir". Elektronik sinyale geçiş ile birlikte fiziksel nesne ortadan kalkmaktadır. Bilgisayar aracılığıyla yaratılan sanat eserleri, dijital dünyada var olacakları için fiziksel olarak var olmaya gereksinim duymamaktadırlar.

Maddesizleştirme (Dematerialization) terimi John Chandley ve Lucy Lippard tarafından ilk defa kullanılarak sanat terimleri arasına adını yazdırmıştır. 1968 yılında yazdıkları *Dematerialization of Art* adlı makalelerinde, sanatta nesnenin önemini yitirdiğini, nesnelere üretmek için gereken fikirlerin ve sürecin daha önemli olduğunu dile getirmişlerdir. Kullanım alanı olarak aslen finans sektöründen gelen ve "hisse senedi vb. kâğıt belgelerin, elektronik olarak alınıp satılması" anlamına gelen dematerialization kavramı sanat alanında ilk kez kullanıldığında sanat camiası tarafından karşı çıkmıştır.

Lippard ve Chandley'in kavramsal sanata atıfta bulunarak kullandıkları "maddesizleştirme" yeni medya sanatında tam olarak kendini bulmuştur. Fikirlerin önemli olduğunu, nesnelere geri planda kaldığını ifade etmek için kullanılan terim, yeni medya sanatında tam olarak sözlük anlamına karşılık gel-

mektedir. Oxford Online Sözlüğe göre “fiziksel maddeden yoksun bırakmak” olarak ifade edilen “dematerialize” kelimesinden türetilen maddesizleştirme, yeni medya sanatında sanat eserinin obje olmaktan çıkmasına karşılık gelir.

Nazan Alioğlu, sanat yapıtının nesne olma özelliğini kaybetmesini şu şekilde ifade etmektedir:

“Sanat yapıtı ya da eseri artık bilinen anlamda dengeli, kararlı bir obje değildir. Bir süreçtir; sanatsal bir yazılımdır, bir deneyimdir; belirli bir problemi (kültürel veya değil) çözmeye tahsis edilmiş süreçtir. Aynı zamanda kullanıcılarından katılımcı bir seçme, algoritmik (mantıksal) düşünme biçimi ve DJ ve VJ kültürüne ait mikşaj, kesme, örnekleme, yeniden bir araya getirme gibi işlemleri talep eden bir arayüzdür.”

Conceptual Transformations of Art: From Dematerialisation of The Object To Immateriality In Networks adlı çalışmada Jacop Lillemose (2011), dematerialisation kavramının immaterials (maddesizleşme) kavramına evrildiğini ifade ederek, yeni medya ve bilgi teknolojisindeki gelişmelerin, sanatsal ve kültürel uygulamaların sayılaşmasına neden olan koşullara atıfta bulunmaktadır. Lillemose’a göre (2011: 117) sanat eserlerinin fiziksel boyutlarının yerini yazılım ve sayısallaştırılmış veriler almaktadır.

Yeni medya sanatında sanat eserlerinin fiziksel olarak ortadan kalkması, yeni medya sanatının başka bir özelliğini ortaya çıkarmaktadır: Zamansız ve mekansız olmak.

Yeni Medya Sanatının Zamansız ve Mekansız Olma Özelliği

Kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasındaki temel neden haberleşme isteğine olan gereksinimdir. Hemen her yeni kitle iletişim aracı, kendisinden bir önce gelen kitle iletişim aracından daha hızlı olduğu iddiasını taşımıştır. Demiryolu icat edilmeden önce atlı taşımacılık ile gerçekleştirilen haberleşme, telgraf hatlarının icat edilmesiyle birlikte uzak mesafeler arasındaki zaman farkını kısaltmıştır. Teknoloji ilerledikçe iletişim hızı giderek artmıştır.

Tuan’a göre zaman ve mekân, özünde fiziksel gerçekliğin ayrılmaz öğelerinden oluşur. Zaman mesafe ile meşgul olur ve mesafe zaman gerektirir (Tuan’dan akt. Tsatsou, 2009:12). Tuan’ın burada bahsettiği, zaman ve mekânın fiziksel olarak birbirlerine bağlı olduğudur. O’na göre mekanlar arasındaki mesafeden zaman kavramı ortaya çıkmaktadır. İletişim aygıtlarındaki yüksek hızın ortaya çıkması ve mesafeler arasındaki zamanın kısalması nedeniyle, mekân kavramı da değişikliğe uğramıştır. Zaman kavramının değişmesi fiziksel olarak mekânı ortadan kaldırmıştır.

İnternet’in zaman ve mekân arasındaki bariyerleri tamamen yok ettiği ifade edilmektedir. Televizyon, telefon ve uydu sistemleri için de benzer bir eleştiri getirilmiştir. William Mitchel, *E-topia* (1999) kitabında iletişimde zaman ve mekân ilişkisini, dört temel periyod olarak ele almaktadır (Mirchel’dan akt. Veltman, 2006: 30):

1. Okuma-yazma bilmeyen insan, yerel zaman ve mekanla ile senkrondu: İletişim istisnalar dışında doğrudan temas ile mümkündü.
2. Okur yazarlığın ardından mekân yerel kaldı ancak zaman asenkron oldu.
3. Telekomünikasyonun ardından mekân sınırları ortadan kalktı ancak zaman tekrar senkron oldu.
4. Bilgisayarların ve elektronik postaların ortaya çıkması ile birlikte zaman ve mekân’ın önündeki sınırlar ortadan kalktı.

Giddens’in ‘mekânın evrenselleşmesi’, Mc Luhan’ın ‘küresel köy’ ve Harvey’in ‘zaman-mekân sıkışması’ kavramlarının temelinde iletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte coğrafi olarak sınırların ortadan kalkması yatmaktadır.

Zaman ve mekân kavramlarının değişikliğe uğraması ya da bir başka deyişle ortadan kalkması, sanatsal alanda da kendine yer bulmuştur. İnternet’in ortaya çıkmasıyla birlikte sanat eserleri her zaman her yerden ulaşılabilir olmuştur. Başka bir ülkede günün belirli saatlerinde açık olan bir müze, internet’ten günün 24 saati ziyaret edilebilmektedir. Sanat eserlerinin her zaman ve her yerden ulaşılabilir

lir olması, Benjamin'in "tekniğin sanat nesnesinin 'aura'sını ortadan kaldırdığı" söylemini bir anlamda mümkün kılmıştır. Bazı sanat çevrelerine göre müzede ziyaret edilen bir sanat eserinin internet üzerinden ziyaret edilmesi aynı etkiyi oluşturmamaktadır. Ayrıca bir sanat eserinin orijinal ya da kopya olup olmaması, internet için önemli değildir.

Lev Manovich, dijital çağda zaman ve mekân kavramına daha farklı bir açıdan bakmıştır. Manovich'e göre (2001a: 213), yeni medyada mekan gezilebilir mekanlara dönüşmektedir. Navigable Space, olarak adlandırdığı kavramı açıklarken *Myst* (1993) adlı oyundan faydalanmaktadır. Oyunda karakter serbest bir mekânda düşük tempoda gezinerek mekânı keşfetmektedir. Yeni mekanların açılabilmesi için oyuncunun gezinmeye devam etmesi gerekmektedir.



Fotoğraf-21: *Myst* - 1993 (Kaynak: <http://cyan.com/games/myst/>)

Dijital teknolojilerin ve özellikle internetin sanatçılar açısından getirdiği en büyük avantaj ise sergileme kolaylığıdır. Yeni medya sanatçıları eserlerini sergilemek için fiziksel bir mekâna gereksinim duymamaktadırlar. İnternet ortamında oluşturdukları dijital sergiler aracılığıyla hedef kitlelerine ulaşabilmektedirler.

Myst oyunundaki karakterin sahip olduğu deneyimin bir benzeri günümüzde de yaşanmaktadır. 360 derece görüntüleme sistemlerinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan sanal turlar sayesinde herhangi bir yerde sergilenen sanat eserlerinin sadece görüntülerine bakmakla kalmayıp, aynı zamanda mekânsal deneyim de yaşanabilmektedir. İzleyici bu mekânsal deneyimleri yaşamak için özel aygıtlara ihtiyaç duymamaktadır. Günümüzün en yaygın teknolojileri olan cep telefonu ve tabletler sayesinde kullanıcı istediği mekânda ve zamanda istediği yere bağlanarak bu sanal mekanların içerisine girebilmektedir.

Dijital sanat eserlerinin internet üzerinden paylaşılabilir olması, geleneksel sanat döneminin en önemli mekanları olan müzelerinde birtakım değişikliklere gitmesine, dijital çağa ayak uydurmasına neden olmuştur. Dijital olarak üretilen ya da dijitalleştirilen sanat eserleri, internet ortamında erişilebilen sanal müzelerde sergilenerek ziyarete açılmıştır. *La Musée Imaginaire* (1974) isimli çalışmasında André Malraux'un "duvarsız müze" olarak ifade ettiği sanal müzeler sayesinde ziyaretçiler fiziksel olarak herhangi bir çaba sarfetmeden sanat eserlerini izleyebilmektedirler. Bu noktada ziyaretçi kavramı izleyici kavramına dönüşmüştür. Müzelerde meta olarak sergilenen sanat eserleri, sanal sergilerde data olarak karşılık bulmuştur.



Fotoğraf-22: Oriental Institute Museum Sanal Tur Chicago (Kaynak: <https://oi.uchicago.edu/virtualtour>)

Kökene klasik sanata dönemlerine dayanan immersion (içine alma) kavramı bugün dijital sanatın en önemli özelliklerinden biri konumundadır. İzleyicinin sanat eseriyle olan deneyimini, sanat eserinin içerisine dalması olarak ifade eden Grau (2003) sanal gerçeklik sanatının bunu mümkün kıldığını ifade etmektedir. İzleyici sanal gerçeklik sayesinde sanat eseriyle etkileşime girebilmektedir.

Yeni Medya Sanatının Etkileşimlilik Özelliği

Oxford sözlüğüne göre etkileşimin iki anlamı vardır. Birincisi “birlikte çalışan ve birbirlerini etkileyen iki kişi veya eşya arasındaki süreç”, ikincisi ise “Bilgisayarın bir kullanıcının girdisine yanıt verme yeteneğidir”. Lev Manovich’e göre bilgisayar temelli medyada etkileşim kavramının kendisi bir totoloji-dir⁹ (2001a: 71). Yani etkileşim kelimesi zaten tanımı içerisinde bilgisayar teknolojisine gönderme yaptığı için, bilgisayar temelli medyada etkileşimden söz etmemek mantıksızdır.

Etkileşim teriminin ilk olarak kullanılmaya başlandığı dönem 1900’lerin başıdır. Bu dönemde iki veya daha fazla nesnenin birbirlerini etkileme kapasitesi olarak ifade edilmiştir. Sosyal bilimlerin ortaya çıkmasının ardından insanlar arasındaki iletişim ve sosyal iletişim olarak kabul gören etkileşim, siber-netik çalışmaların başlamasıyla farklı bir ivme kazanmıştır. Siber-netik çalışmalarda etkileşim kavramı insan-makine arasındaki etkileşim olarak ifade edilmiştir. Bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte ise insan-teknoloji arasındaki gerçek zamanlı etkileşim kavramı ön plana çıkmıştır.

Yeni medya sanatında etkileşimden kasıt izleyicinin sanat eserine katılım göstermesidir. Erlevent’e göre yeni medya sanatının diğer sanat türlerinden farkı genellikle iş birliği ve katılımı ortaya çıkmasıdır. Seyircinin geleneksel pasif izleyici konumundan çıkarak, eserin çalışması için aktif katılımcı haline gelmesi gerekmektedir. Genellikle katılımın şekli tensel, işitsel, görsel deneyimler yaratmak veya doğrusal olmayan anlatılar kurmak üzerine dayandırılmıştır (2013: 2). İzleyicinin pasif konumdan çıkarak sanat eseri ya da sanatçı ile etkileşime girebilmesi, bilgisayar ve internet teknolojileri sayesinde mümkün olmaktadır. Yücel’e göre (2014: 6), yeni medya sanatının benzersiz yanı, internet sayesinde doğrudan iletişim kurulabilmesi ve etkileşim yaratabilmesindedir.

Kwastek, yeni medya sanatının etkileşim özelliğini bir adım daha ileri taşımış ve “Etkileşimli Sanat” terimini kullanmıştır. Kwastek’e göre (2014: 4) izleyicinin sadece zihinsel olarak kabullenmenin ötesine geçen bir etkinliğe girmesini gerektiren dijital sanat eserleri genelde “interaktif sanat” (etkileşimli sanat), bilgisayar sistemleri ve kullanıcılar arasında bir etkileşimin yer aldığı bilgisayar destekli eserler için kategoriye özgü bir tanımlama olarak hizmet etmektedir.

⁹ Totoloji (mantık), mantıki biçimi nedeniyle her daim doğru olan bir ifade.

Manovich'e göre dijital dünyada etkileşimin aracı "insan-bilgisayar arayüzü" dür (Human-Computer Interface-HCI). Modern insan-bilgisayar arabirimi (HCI) çok tanımlı etkileşimli bir yapıya sahiptir. Toplu işlem gibi önceki arayüzlerin aksine, modern HCI, ekranda görüntülenen bilgileri manipüle ederek kullanıcının bilgisayarını gerçek zamanlı olarak kontrol etmesini sağlar. Bir nesne bir bilgisayarda gösterildikten sonra, otomatik olarak etkileşime girer (2001a: 71). Manovich'in burada bahsettiği etkileşim, bilgisayarın ya da yazılımın kontrol edilebilmesi için gereken etkileşimdir. Bu bakımdan yeni medya sanatında etkileşim iki farklı boyutta gerçekleşmektedir. Bunlardan ilki Manovich'in bahsettiği fiziksel etkileşimdir. Yeni medya sanatında hem sanatçı hem de izleyici sanat eserine ulaşmak için dijital teknolojiler ile fiziksel etkileşime girmek zorundadır ve bunun aracı da HCI'dır. Fare ile başlayan kontrol arabirimleri, dokunmatik ekranlar ve sensörler aracılığıyla yönlendirmeye kadar birçok farklı teknoloji içermektedir. Sanatçı ya da kullanıcı amacına uygun olan arabirimi seçerek sanat eseriyle etkileşime geçebilir.

Yeni medya sanatında etkileşim kavramının asıl öne çıktığı boyut, içerik boyutudur. İçerik boyutunda etkileşimden kasıt izleyicinin, sanat eseri ile etkileşime girerek sanat eserinin içeriğine müdahale edebilmesi demektir. Dijital sanatlarda etkileşimsellik kavramının ortaya çıkışını Daniels şu sözlerle ifade etmektedir; "1960'lı yıllardan itibaren sanat alanında bir paradigma değişimi meydana geldi. Sanat eseri, izleyici ve sanatçı arasında meydana gelen etkileşim yeni bir sanat biçimine yol açtı. İntermedya (ortamlararası – mecralararası) adı verilen bu yeni sanat alanının öncülüğünü John Cage yapmıştır. Fluxus ve Happening tarafından şekillendirilen intermedya sanatı, tamamlanmış bir sanat eseri sunmak yerine izleyiciye sanat eserini nasıl deneyimleyeceğine kendilerinin karar vermesine dayanmaktadır (2000). Daniels'in intermedya sanatının öncülüğünü yaptığını ifade ettiği Amerikalı besteci ve yazar John Cage, günümüzde etkileşimli sanat adı verilen türün ilk örneğini 4 dakika 33 saniye (4'33") adlı müzik performansıyla vermiştir. Piyanonun başına oturan Cage çevresine dinleyicileri toplamış ve piyanonun kapağını kaldırmıştır. Dinleyiciler sanatçının çalacağı eseri beklemiş ancak Cage 4 dakika 33 saniye boyunca 3 defa piyanonun kapağını açmış kapatmış ve zaman zaman da saatini kontrol etmiştir. Cage'e göre buradaki asıl beste, çevresindeki izleyicilerin çıkardıkları seslerden oluşmaktadır. 4'33"lük performansta izleyici besteciye dönüşmüştür.

Yeni medya sanatında izleyicinin sanat eseriyle etkileşimi sınırsız değildir. Sanat eseriyle etkileşime girmek isteyen izleyici, sanatçı tarafından izin verilen ölçülerde etkileşime girebilmektedir. Yine sanat eserine ulaşmak için kullandığı dijital teknolojinin de etkileşim üzerinde sınırlılıkları bulunmaktadır. Ancak izleyici geri bildirim aracılığıyla sanatçının belirlediği alanlar dışında da etkileşimde bulunabilmektedir. Bu noktada etkileşim çift yönlü gerçekleşmiş olur.

Yeni Medya Sanatının Estetik Yansımaları

Geleneksel sanat döneminde, sanat eserlerini üretirken ya da sergilerken kullanılan ortam'ın (medya) sanat eserine estetik bir katkısı vardır. Medya'dan kaynaklanan bu katkı, sanat eserinin formuna göre farklılık göstermiştir. Örneğin, resim ile fotoğraf arasında ortamdan kaynaklanan bir estetik fark bulunmaktadır. Manovich'e göre dijital medya döneminde bu estetik fark ortadan kalkmıştır. Yirminci yüzyılda medyanın kitlesel hale gelmesi, 1960'lı yıllardan itibaren yeni sanat formlarının ortaya çıkmaya başlamasının yanı sıra dijital teknolojilerin de gelişmesi ve yaygınlaşması sonucunda geleneksel anlamda medya'nın estetiğe katkısı değişmiştir (2001b: 3). Medya'nın dijital hale gelmesi, sanatçı ile bireylerin aynı medyayı kullanmaları malzeme ve algı düzeyine dayanan estetik yapıyı değiştirmiştir.

Yeni medya araçlarının multimedya yapısı, bir sanat eserinin farklı kitlelere göre farklı şekillerde sunulmasına olanak tanımaktadır. Bu geleneksel sanatta bulunan, sanat eseriyle medya arasındaki estetik bağı değişime uğratmıştır. Kwastek, dijital teknolojilerin duyuşsal algılamaların gerçekleştiği koşulları değiştirdiğini, etkileşimli medya sanatının, izleyicinin sanat eserine ulaştığı yolları ve izleyicinin algılaması ile ilgili ortamları da yansıttığını ifade etmektedir. Etkileşimli sanatın temel estetik teoriye meydan okuduğunu belirten Kwastek, estetik mesafe, duyuşsal algı, bilişsel bilgi gibi estetik kategorileri sorgula-

maktadır (2013: 43). Estetik kategorileri sorgulamadan kastı, yeni medya sanatının ve dijital teknolojilerin, bu kategorileri ortadan kaldırması ya da yeniden tanımlamasıdır.

Brown'a göre (2015), yeni medya sanatı teknoloji, bilim ve tasarım gibi kategorilerle sınırlandırmaya karşı gelir. Yeni medya sanatının estetiği geniş ve modern çağın dijital teknolojileri tarafından belirgin biçimde şekillendirilen farklı bir çeşit melezdir. Bu tür, zamana dayalı ve etkileşimli katılım üzerine odaklanmıştır; geçici ve ardışık doğası onu geleneksel sanat nesnelere ayırır. Yeni medya sanatıyla, kullanıcı kitlesi gerçek zamanlı sanal alanın deneyimsel ve transpersonal¹⁰ araştırmasına tanık olmak zorundadır. Sanat eseri yalnızca hatırlanmak ve kataloglanmak için sanat belgesi olarak ayrı ayrı kaydedildiğinde var olur; bu belgeleme yeni sanat nesnesidir.

Sean Cubitt *Digital Aesthetics* (2009) adlı çalışmasında, dijital estetiğin, geleneksel estetikten neden farklı olduğu açıklamaya çalışmaktadır. Klasik dönemde estetiği doğada arayan, duyuşal değerlerin ne olduğu üzerine odaklanan estetik, elektronik devreler, dijital uydular ve yazılım dünyasında nasıl formüle edilecektir? Cubitt, var olduğu mecranın maddi özelliklerine verilen tepkiyle ölçülen estetiğin, maddesiz bir mecrada nasıl ele alınacağını incelemektedir. Cubitt'e göre, 19. yüzyıl estetiğinin birlik/bütünlük ilkeleri dijital dönem estetiğine uygun değildir. 20. yüzyılın parçalardan anlamlı bütün oluşturma estetiği de tam olarak dijital estetiği karşılamamaktadır.

Yeni medya alanında en kapsamlı çalışmalardan birine imza atan ve bu alandaki çalışmalara öncülük eden Lev Manovich, yeni medyanın özelliklerini tanımlarken yaptığı gibi kesin bir tanımlama ve ayırımın post-media estetiği olarak adlandırdığı yeni medya estetiğinde yapılamayacağını ifade etmektedir. Manovich, yapılacak çalışmalara yol çizmesi açısından bir şablon sunmuştur:

- 1- Post-medya estetiği, bir kültür nesnesinin verileri nasıl düzenlediğini ve kullanıcının bu veriyle ilgili deneyimini nasıl şekillendirebileceğini açıklayan kategorilere ihtiyaç duyar.
- 2- Post-medya estetik kategorileri herhangi bir özel depolama veya iletişim ortamına bağlı olmamalıdır. Örneğin, "rasgele erişimi" dijital medyaya ait bir kavram olarak değil, veri organizasyonunun genel bir stratejisi ve ayrıca kullanıcının davranışının belirli bir stratejisi olarak düşünmeliyiz.
- 3- Post-medya estetik, bilgisayar ve ağ döneminin metaforları olan bilgi, veri, ara yüz, bant genişliği, akış, depolama, kopyalama, sıkıştırma gibi yeni kavramları benimsemelidir.
- 4- Geleneksel medya kavramı, belirli bir maddenin fizik özelliklerini ve genel olarak geleneksel estetiği temsil kapasitelerini vurgular; bu kavram, yazarın (sanatçının) kullanıcıdan ziyade, içeriği ve biçimi daha çok düşünmesini önerir. Buna karşın, post-medya estetiğinde yazılımı bireysel kültürel eserler olarak düşünmek, kullanıcıya sunulan işlemlere odaklanmamızı sağlamaktadır.
- 5- Kültürel eleştirmenler ve yazılım tasarımcıları, metin/yazılım tarafından tanımlanmış okuyucu/kullanıcı ile gerçek kullanıcılar tarafından kullanılan okuma/kullanma/yeniden kullanma stratejileri arasında bir ayırım çizmiştir. Post-medya estetiği, tüm kültürel medya ile bağlantılı olarak benzer bir ayırım yapılmalı ya da *kültürel yazılım* terimini kullanmalıdır.
- 6- Kullanıcı taktikleri benzersiz ya da rastgele değildir belirli bir düzeni takip etmektedir. Bu noktada başka bir kavramı sunmak gerekmektedir; bir kültürde mevcut bir bilgiye erişme ve işlemeye ilişkin belirli bir yöntemi açıklamaya *bilgi davranışı* denir. Verilmiş bir bilgi davranışının her zaman yıkıcı olduğunu varsaymamalıyız, çünkü bu bir yazılım tarafından önerilmiş ideal davranış ile ilişkilendirilebilir veya kullanıcının yazılımı kullanmada acemi olmasından kaynaklanabilir (2001b: 5-6).

Manovich Post-medya estetiğini 2001 yılında tam olarak tanımlayamamış ancak yukarıdaki altı maddeyi şablon olarak önermiş ve ileriki dönemlerde bu şablon kullanılarak Post-medya estetiğinin tanımlanabileceğini ifade etmiştir.

¹⁰ Transpersonal: Kişisel sınırların ötesindeki bilinç alanlarını ele almak.

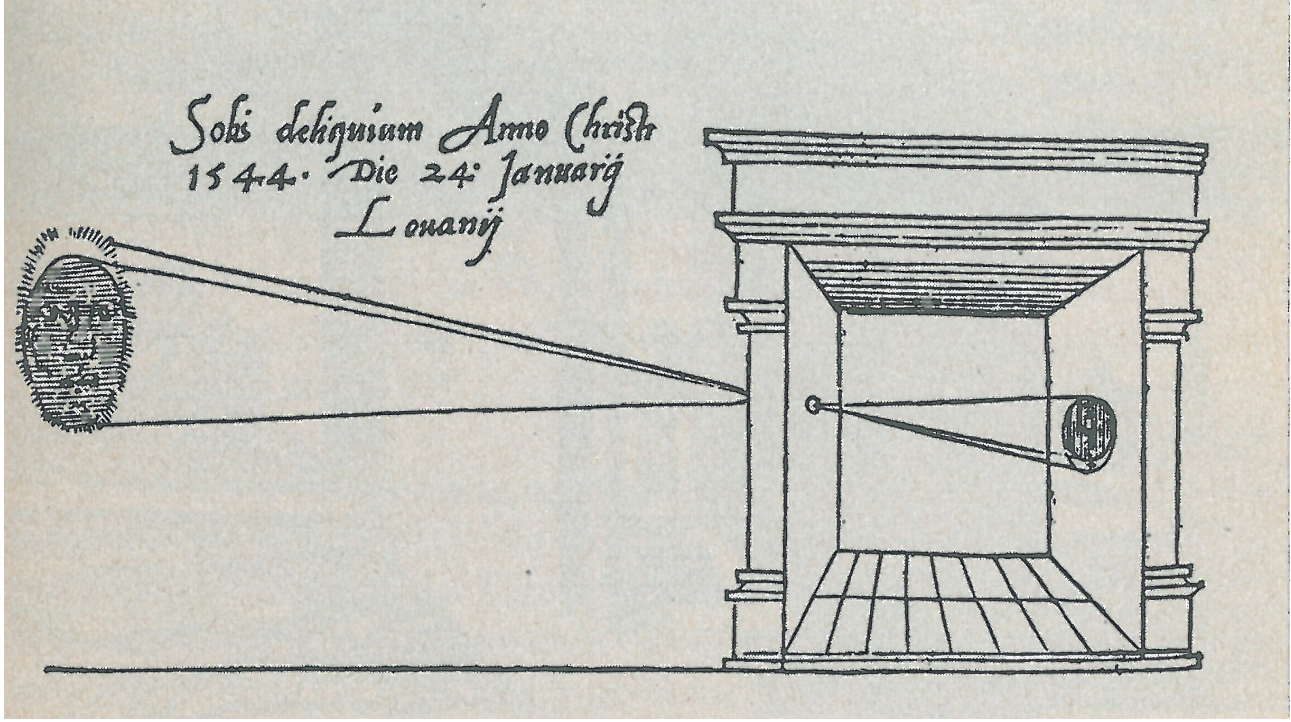
Analogtan Dijitale Fotoğrafın Kısa Tarihi

Fotoğraf hem bir sanat dalı hem de bilimdir ve fotoğrafın temelini fotoğraf makinesi oluşturduğu için tarihsel açıdan incelendiğinde fotoğraf makinesi ile ilgili çalışmalar, fotoğraf tarihinin temellerini oluşturmaktadır. Elbette fotoğraf makinesine geçmeden önce fotoğrafın ne olduğunu tanımlamak hem teknik hem de sanatsal bir kavram olan fotoğrafın tarihi açıdan ele alınmasını kolaylaştıracaktır. Fotoğraf kelimesini ilk olarak 1839 yılında İngiliz Sir John F. W. Herschel kullanmıştır. Kendisi de gökbilimci ve fizik bilimci olan ve kimyasallarla ilgili araştırmalar yürüten Herschel, William Henry Fox Talbot'un uyguladığı yeni yöntem ile elde ettiği görüntüye 'ışıkla-çizmek' 'fotoğraf' adını önermiştir (Rosenblum, 1997: 28-29). Herschel'den önce 1830 yılında Brezilyalı Hercules Florence'nin yaptığı deneylerde 'photographie' sözcüğünü kullandığına dair kanıtlar olsa da Herschel bu sözcüğü onaylamış ve bilim camiasında kabul edilmesini sağlamıştır (Hannavy, 2008: 654). Fransızca 'photographie' sözcüğüne karşılık gelen fotoğraf köken olarak Yunanca 'photo-ışık' ve 'graphein-çizmek' kelimelerinin birleşiminden meydana gelmiştir. İngilizce 'photograph' kelimesine karşılık gelen fotoğraf, Britannica Ansiklopedisi'nde bir nesnenin görüntüsünün ışık ya da radyasyon aracılığıyla ışığa duyarlı bir yüzey üzerine kaydedilme yöntemi (Newhall, Grundberg, Rosenblum & Gernsheim 2017), Fransız Larousse Sözlüğünde, ışık ve çeşitli kimyasallar aracılığıyla bir nesnenin görüntüsünü kaydetme yöntemi (<http://www.larousse.fr/photographie>, Erişim Tarihi: 24.07.2017), Türk Dil Kurumu'nun online Türkçe Sözlüğü'nde ise, çeşitli araç ve malzeme kullanarak görüntüyü özel bir yüzey üzerinde sabitleme (www.tdk.gov.tr) olarak tanımlanmaktadır.

Fotoğrafın tanımlarından yola çıkarak fotoğraf tarihi, sadece fotoğrafın icadının ilan edildiği dönemi değil, görüntünün bir yüzey üzerine yansıtılmaya çalışıldığı ilk dönemleri de kapsamaktadır. Fotoğrafın icat edilmesi, arkasında uzun araştırmaların ve birbirine bağlı birçok icadın bir araya gelmesi sonucu ortaya çıkan bir süreçtir. Cabir bin Hayyan'ın (batıda Al Geber olarak tanınır) güneş ışıklarını gümüş nitrati kararttığını bulmasından, Leonardo da Vinci'nin 15. yüzyılda karanlık bir odanın duvarına açtığı ufak delik ile dış dünyadaki görünümü yansıtmasına (Yaykın, 2010: 11) kadar birçok gelişme fotoğrafın icat edilmesi sürecinin arkasında yer almaktadır.

İnsan, tarihin ilk günlerinden itibaren duygu ve düşüncelerini bir yüzeye aktarma peşinde koşmuştur. Yazının icadından önce mağara duvarlarındaki resimler bunun kanıtıdır. Birinci yüzyılda Plinius resmin kökenini aradığı *Naturalis Historie (MS I. Yüzyıl)* kitabının otuz beşinci cildinde sevgilisinin duvara düşen gölgesini çizen kızın hikayesinden bahsetmekte (akt. Kılıç, 2008: 49), Platon ünlü 'mağara' söylencesinde felsefi olarak ışık aracılığıyla yüzey üzerinde ortaya çıkan hayali yansımaları dile getirmekte (Devlet 514a-515c/2014: 231), Ovidius 'Narkisos' şiirinde suya düşen yansımaları vurgulamaktadır (Kılıç, 2008: 50). Onuncu yüzyılda Arap bilim adamı İbni Heysem (Alhazen), güneş tutulmasını izlemek için 'camera obscura' denilen ilkel karanlık kutuyu kullanmıştır. Bu karanlık kutunun çalışma prensibi, karanlık bir odanın bir duvarına delik açıldığında (iğne deliği-pinhole) deliğin karşısındaki duvarın üzerine dışarıdaki görüntüler ters olarak düşmektedir (Kanburoğlu, 2007: 22). Karanlık kutunun çalışma prensibinden ilk bahseden Çinli Filozof Mo Ti'dir. Mo Ti gözlemlerinden yola çıkarak küçük bir delikten karanlık bir ortama giren ışığın, güneş ışığında aydınlanan nesnelerin ters bir görüntüsünü meydana getirdiğini belirtmiş ve temel optik mantığından bahsetmiştir. Mo Ti bu aygıtı, Kapalı Değerli Oda ya da Toplanma Yeri adını vermiştir (Turan, 2012: 14). Yaklaşık bir yüzyıl sonra Aristoteles'in karanlık odadan bahsettiği bilinmektedir. Aristoteles, bir çınar ağacının yaprakları arasındaki boşluklardan süzülerek kısmen gölge zemine yansıyan güneş ışınlarını ve güneş tutulmasını gözlemlemiş ayrıca delik ne kadar küçük olursa görüntünün de o kadar keskin olacağını belirlemiştir (Gernsheim & Gernsheim, 1969: 17). Bazı tarihçiler Roger Bacon'ın (1214-1294) camera obscurayı icat ettiğini ileri sürmektedirler ancak bu konuda net bir kaynak bulunmamaktadır (Eder, 1978: 37). Camera Obscura ile ilgili çalışmalar çok uzun zamandır bilinmesine rağmen Avrupa'da kullanılması 14. yüzyıla kadar mümkün olmamıştır. Ressam Gentile de Fabriano 1423 yılında Camera Obscura benzeri bir sistemi renkli çizimlerinde araç olarak kullanmıştı (Çizgen, 1992: 6). Ancak Camera Obscura ile ilgili en net tanıma Leonardo Da Vinci'nin *Kodex*

Atlası'nda rastlanmaktadır. Da Vinci Camera Obscurayı (Resim-5) şu sözlerle tanımlamaktadır: Bir yapı ya da bir mekân ya da bir manzara cephesi güneşle aydınlatılmışsa ve buna bakan güneş ışığı altında aydınlatılmamış bir odadaki duvara küçük bir delik açılmışsa güneşin aydınlattığı nesnelere, bu diyafram vasıtasıyla imgelerini gönderir ve tersine, deliğe bakan duvarda görünür (akt. Eder, 1978: 39).



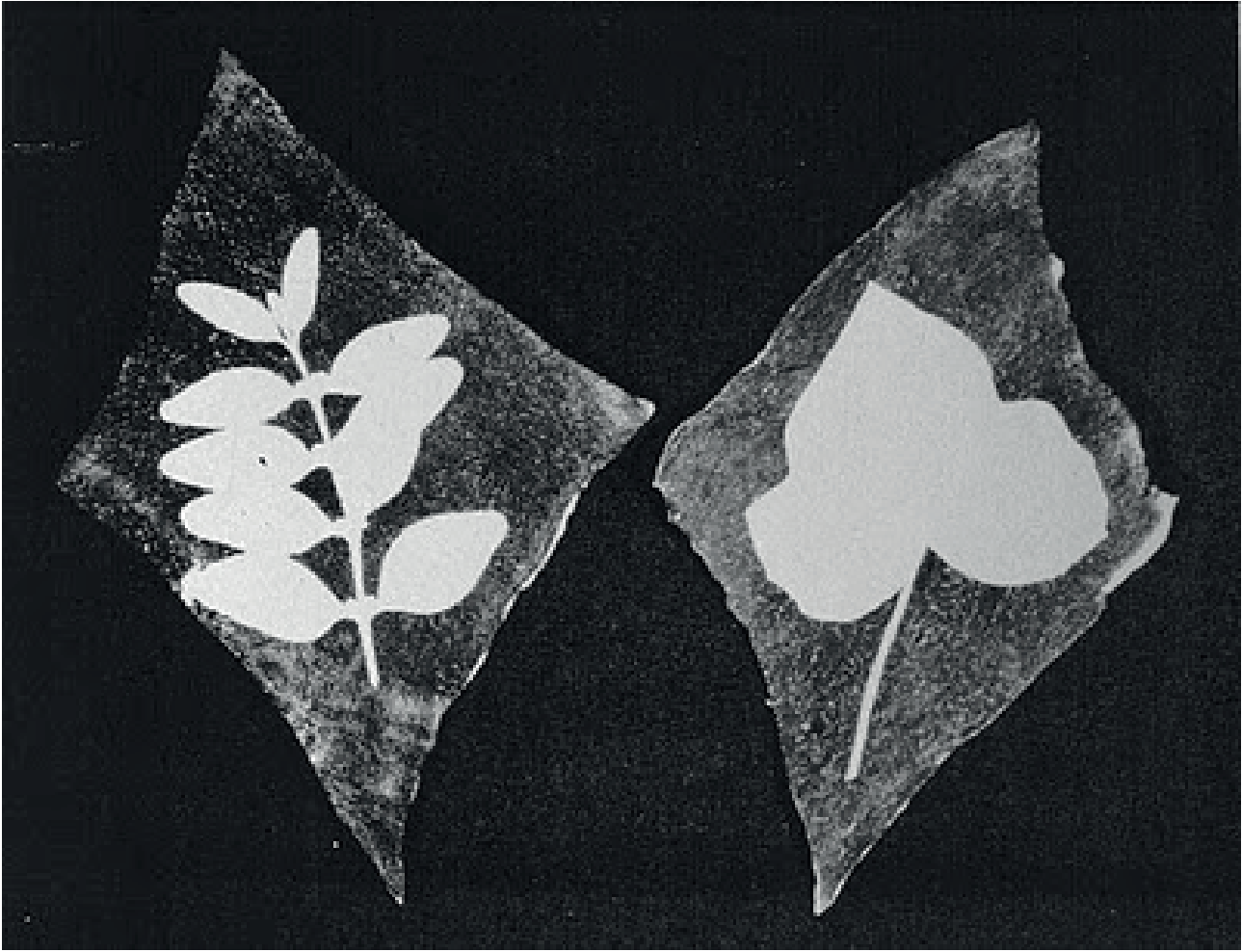
Resim-5: G. Frisius tarafından çizilen ilk Camera Obscura ve çalışma prensibi. (Kaynak: <http://blog.staedelmuseum.de/>).

1550 yılında Milano'lu hekim Girolamo Cadano *De Subtilite* adlı kitabında Camera Obscura'nın önüne iki adet ince kenarlı mercek konulduğunda daha net ve berrak bir görüntü elde edilebileceğini vurgulamış (Ertan, 2009: 6) ve ilk objektif prototipinin geliştirilmesine yol açmıştır (Özel Sağlamtimur, 2011: 19). 1568'de Daniel Barbaro merceğin önüne bir diyafram ekleyerek alan derinliğini arttırabileceğini keşfetmiş, 1676'da ise Johann Strum 45 derecelik bir ayna aracılığıyla görüntünün kutunun üst kısmına yansıtılmasını sağlamıştır (Osterman, 2007: 51). İlerleyen zaman ve geliştirilen teknolojiler ile birlikte Camera Obscura üzerine birçok ekleme ve geliştirmeler yapılarak gelişmiş fotoğraf makineleri üretilmiştir.

Görüntü karanlık odada oluştuktan sonra bunun bir yüzey üzerine sabitlenmesi gerekmiş ve ikinci aşama kimyaya başvurmak olmuştur. Camera Obscura'nın yüzyıllar önce keşfedilmesine rağmen fotoğrafın sabitleneceği yüzey ile ilgili çalışmalar 19. yüzyıla kadar ciddi bir ilerleme kaydedememiştir.

Görüntünün bir yüzeye sabitlenmesi ile ilgili ilk çalışmalar Antikçağ'a kadar uzanmaktadır. Arap Simyacı Cabir İbn-i Hayyan gümüş nitrati üretmiş ve ürettiği bu malzemenin ışığa duyarlı olduğunu keşfetmiştir (Turan, 2012: 21). Batıda ise 1200'lü yıllara kadar bu alanda bir çalışmaya rastlanmamıştır. 1250 yılında Albertus Magnus'un gümüş nitrati bulduğu ve ışığa duyarlı olduğunu keşfettiği, Georgius Agricola ve Georgius Fabricius'un da bu alanda çalışmalar yaptığı söylenmekle birlikte, yaptıkları çalışmaların herhangi bir kaydına rastlanmamıştır (Gernsheim & Gernsheim, 1969: 30). Işığa duyarlı malzeme çalışmalarında Avrupa'da en önemli çalışmalar Johann Heinrich Schulze tarafından yapılmıştır. Alman fizikçi, gümüş nitratin kararmasının sebebinin ısı değil ışık olduğunu yaptığı deneylerle 1727 yılında kanıtlamıştır (Reeve & Sward, 1986: 3). Daha önceki dönemlerde de gümüş nitratin güneş ışığı altında karardığı belirlenmiş ancak buna sebep olanın ışık mı yoksa güneşin altında beklemekten dolayı ortaya çıkan ısı mı olduğu tespit edilememiştir. Schulze'den sonraki dönemde Fransız Jean Hellot gümüş nitrati mürekkep ile seyreltilmiş ve kâğıt üzerine güneş ışığında görülebilecek yazı çalışmaları yapmıştır. Bu aynı zamanda gümüş nitratin kâğıt üzerine ilk uygulanmasıdır. Schulze'nin çalışmalarını devam etti-

ren Carl Wilhelm Scheele ise gümüş nitratin güneş ile etkileşimi konusuna ağırlık vermiş ve çalışmalarını bu yönde ilerletmiştir. 1777 yılında gümüş nitrat ve ışık arasındaki etkileşimde iki önemli bulgu ortaya çıkartmıştır. Birincisi gümüş nitratin en çok ışık tayfının sonundaki menekşe rengi ile etkileşime girdiği, ikincisi ise gümüş klorürün gümüş tuzları arasında ışığa en duyarlı tür olduğudur (Kılıç, 2008: 65, Turan, 2012: 22-23). Scheele'nin ışık tayfı çalışmalarına devam eden Senebier ise daha çok ahşap, reçine ve bitki özlerinin fotokimyasal değişiklikleri üzerine çalışmalarda bulunmuştur (Frizot, 1998: 19). İngiliz bilim adamı Thomas Wedgwood, camera obscura kullanarak ışığa duyarlı bir yüzey üzerine görüntü kaydetmeyi başaran ilk bilim adamı olarak öne çıkmaktadır. Wedgwood, Sir Humphry Davy ile birlikte 1795 yılında gerçekleştirdiği çalışmada gümüş klorür ve gümüş nitratı kâğıt ya da deri üzerine uygulayarak (Romer, 2007: 134) günümüzde fotogram olarak adlandırılan görüntüler üretmiştir (Fotoğraf-23). Ancak Wedgwood ve Davy'nin ürettiği bu görüntülerin en büyük problemi yalnızca karanlıkta izlenebilmeleridir. Güneş ışığına çıkartıldığında ışığa maruz kalan gümüş nitrat tekrar pozlanmaya başlamış ve görüntü kaybolmuştur (Rosenblum, 1997: 194).



Fotoğraf-23: Wedgwood ve Davy tarafından üretilen fotogram

(Kaynak: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/c/c0/Facsimile-print_Thomas_Wedgwood.jpg)

Işığa duyarlı yüzeye kaydedilen görüntülerin sabitlenebilmesi 1819 yılında Herschell'in hiposülfid malzemesini üretmesiyle mümkün hale gelmiştir. Suda çözünebilir bir madde olan hiposülfid, gümüş nitrat parçacıklarının pozlandıktan sonra ortaya çıkan renk değişimini kalıcı hale getirerek oluşturulan görüntülerin güneş ışığı altında tekrar pozlanmasını engellemektedir (Kılıç, 2008: 67). Hiposülfid'in keşfinden önce ışığa duyarlı yüzey bir defa pozlandıktan sonra tekrar aydınlık bir ortamda sergilenemekte, oluşan görüntünün tekrar ışığa maruz kalması durumunda pozlama devam etmektedir.

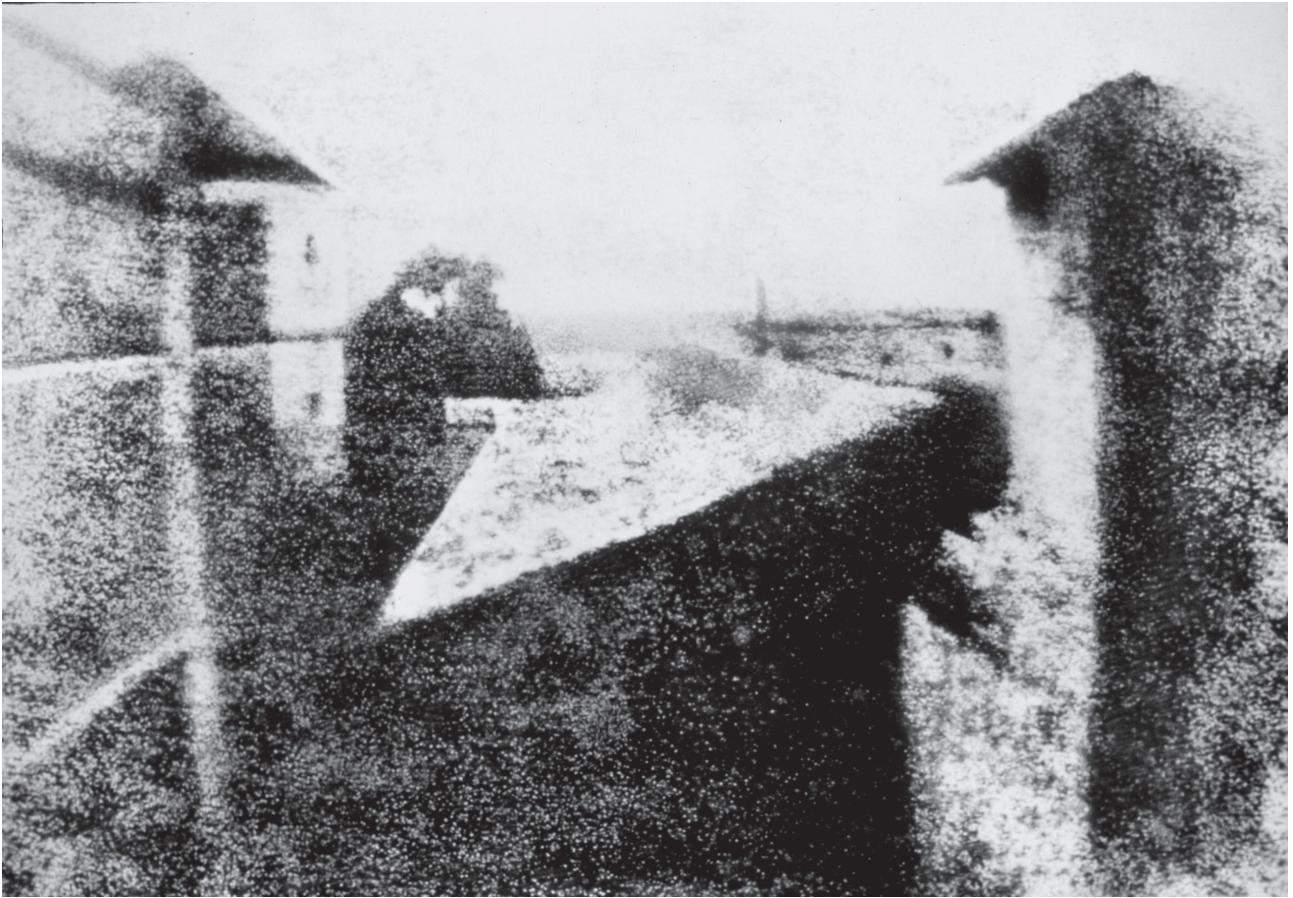
Günümüzde bilinen fotoğraf anlamında kayda değer ilk çalışmalar Fransız bilim adamı, Joseph Nicéphore Niepce'ye aittir. Niepce kardeşi ile birlikte dönemin önemli mucitlerindedir ve içten yanmalı

motor, çivit rengi elde etmek için yöntemler, Litografi (Taş Baskı) yazdırmak için cihaz ve ışığı kullanarak görüntü elde etmek gibi birçok buluşa imza atmışlardır (Rosenblum, 1997: 194). Işık ile görüntü elde etmek için Camera Obscura ile denemeler yapan Niepce, ilk olarak kendisinden önceki bilim adamları gibi gümüş nitrat kullanmış ancak, görüntülerin ters (negatif) olması nedeniyle başarısız olmuştur. Daha sonraki denemelerinde ziftin ham maddesi olan bitüm kullanarak pozitif görüntü elde etmeyi başarmıştır.

Heliografi (Güneş Çizimi) olarak adlandırılan tekniği bulan Niepce, pozitif görüntü elde etme çalışmalarını sırasında kurşun-kalay karışımı bir levhayı bitüm ile kaplayarak Charles Chevalier tarafından üretilen Camera Obscura ile pozlamayı denemiştir (Özel Sağlamtimur, 2011: 30). Niepce'nin kullandığı bu ışığa duyarlı malzeme, gümüş nitratın tersine, ışık alan yüzeyler aydınlanırken, ışık almayan yüzeyler koyu kalmıştır. Yüzey görüntü elde edecek kadar pozlandıktan sonra levha bir çözelti yardımıyla temizlenmekte ve sabitlenmekte, böylece görüntü bir defa oluştuktan sonra tekrar ışığa maruz kalsa da pozlanmamaktadır.

Niepce 1826 yılında Chalon sur Saone'deki evinin penceresinden, sekiz saatlik bir pozlama süresi sonrasında ilk pozitif görüntüsünü elde etmiştir (Fotoğraf-24). Niepce 1827 yılında İngiltere'deki Royal Society'e bildirmiş ve çalışmalar Heliografi olarak adlandırılmıştır.

Niepce Heliografisinin ardından Louis Jacques Monde Daguerre ile ortak çalışmalara başlamıştır. Niepce ve Daguerre'un ilk çalışmaları Heliografi'de kullanılan bitüm yerine, ışığa daha hassas bir malzeme bulmak ve böylece pozlama süresini daha aza indirmektir. Daguerre ve Niepce arasındaki yazışmalar da Niepce, iyot ve gümüşün birlikte kullanıldığında ışığa çok daha duyarlı hale geldiğini keşfettiğini bildirmiş, iki bilim adamı 1833 yılında Niepce'nin ölümüne kadar birlikte çalışmışlardır (Eder, 1978: 224).



Fotoğraf-24: Joseph Nicephore Niepce tarafından 8 saatlik pozlama ile oluşturulan ilk pozitif görüntü (Kaynak: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/5c/View_from_the_Window_at_Le_Gras%2C_Joseph_Nicéphore_Niépc.jpg).

Niepce'nin ölümünün ardından Daguerre çalışmalarını tek başına sürdürmeye başlamış ve Niepce ile birlikte buldukları tekniği geliştirmeye devam etmiştir. 1837 yılında 'Daguerretype' adını verdiği yöntemde, üzeri gümüş kaplanmış bir bakır levhanın gümüşlü yüzü iyot buharına tutularak elementel gü-

müş, ışığa duyarlı gümüş iyodüre dönüştürülmekte, Camera Obscura'da pozlandıktan sonra cıva buharına tutulmakta, daha sonra levha hiposülfid ile yıkanarak sabitlenmektedir (Ertan, 2009: 8). 1839 yılında Daguerre tekniğini Fransız Bilimler Akademisi'nde görevli arkadaşı François Arago'ya anlatarak kamuya duyurmaya çalışmıştır. Tekniği ilk olarak Arago kendisi denemiş, sonuçların başarısını gördükten sonra Fransız Bilimler Akademisi'ne baskı yaparak tekniğin duyurulmasını istemiştir. 19 Ağustos 1839 yılındaki resmi oturumda Daguerre buluşunu tanıtmak için tek bir kelime bile edememiş, Aragon'dan hazırladığı teknik notları okumasını istemiş ve böylece fotoğraf resmi olarak kayıtlara geçmiştir (Frizot, 1998: 23).



Fotoğraf-25: L'Atelier de l'artiste: Daguerre tekniği ile üretilen ve günümüze ulaşan ilk fotoğraf.

(Kaynak: https://tcf.ua.edu/Classes/Jbutler/T112/photographyhistory/Daguere_L'Atelier%20de%20l'artiste.jpg)

Daguerre ya da o dönem Niepce'nin Oğlu Isodore Niepce bu buluştan herhangi bir telif ücreti almamış, buluş Fransız Hükümeti tarafından ücretsiz olarak halkın kullanımına sunulmuştur. Ancak Hükümet hem Daguerre'a hem de Niepce'nin oğluna, ömürlerinin sonuna kadar emekli maaşı ödemeyi kabul etmiştir.

Daguerretype tekniğinin en önemli kusuru çekilen fotoğrafın tek kopya olmasıdır. İkinci bir kopya üretilmek istendiğinde aynı fotoğraf tekrar çekilmekte ya da daha önce pozlanan levhadan tekrar pozlanmaktadır. Bu sorunun önüne geçen ise İngiliz bilim adamı William Henry Fox Talbot'tur. Daguerre ile aynı dönemlerde benzer çalışmalar yürüten Talbot görüntüleri kâğıt yüzeyler üzerine pozlamaya çalışmaktadır. İlk olarak Camera Obscura kullanmadan doğrudan kâğıt üzerine pozlama tekniğini deneyen Talbot, daha sonraları Camera Obscura kullanarak kâğıt yüzeye görüntü kaydetmeyi başarmıştır. Talbot'un 'Kalotip' adını verdiği tekniğin Daguerretype'a göre en büyük avantajı, negatif olarak oluşturulan görüntülerden tekrar tekrar pozitif görüntüler elde edilebilir olmasıdır (Özel Sağlamtimur, 2011: 37-38).



Fotoğraf-26: Boulevard du Temple, Paris: Daugerre tarafından çekilen ve içerisinde insan yer alan ilk fotoğraf.
(Kaynak: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/1d/Boulevard_du_Temple.jpg)

Fotoğraf ile ilgili çalışmaların yürütüldüğü ilk dönemlerde yapılan araştırmalar siyah beyaz (monochrome) tonlarına sahip sonuçlar vermiştir. Bu nedenle ilk dönem çekilen doğa fotoğrafları, renkli olmadıkları için ilgiyi kaybetmeye başlamıştır. Kimyasal süreçlerin başlarında renkler makine tarafından kaydedilemediği için fotoğrafçılar resmetme tekniğini uygulayarak fotoğrafları el ile renklendirme yoluna gitmişlerdir. Talbot, su ve şeffaf yağlı boya kullanarak el ile kolayca renklendirilmeye uygun pozitif baskılar için hassas kağıtlar kullanmıştır (Roulier, 2008: 4). Talbot'un fotoğrafları elle renklendirdiği dönemde birçok fotoğrafçı ve kimyager fotoğrafları sonradan renklendirme değil, doğrudan renkli olarak kaydedebilmenin yollarını aramışlardır. John W. Herschell, Alexandre Edmond Bequerel, Reverend Levi L. Hill, Alphonse Louis Poltevin gibi birçok kimyager ışığın renk tayfını kayıt altına almada farklı yöntemler denemişlerdir. Ancak renkli fotoğraf üzerine ilk başarılı denemeleri 1891 yılında Gabriel Lippman gerçekleştirmiştir (Boucher, 1958: 231). Lippman doğrudan renkli fotoğraf çekmeyi başaran ilk bilim adamı olmuştur. Geliştirdiği yöntemi herhangi bir patent talep etmeksizin Paris Bilim Akademisine sunmuş ve daha sonra Lumière Kardeşler olarak tanınan, Auguste ve Louis Lumière, Lippman'ın yöntemini daha da geliştirerek 1930'lara kadar yaygın olarak kullanılan renkli fotoğraf tekniği olan Autochrome yönteminin patentini almışlardır.

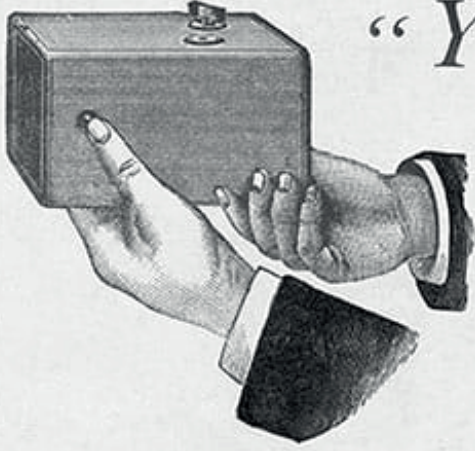


Fotoğraf-27: Lumiere Kardeşler tarafından geliştirilen Autochrome yöntemi ile çekilen ilk fotoğraf.
(Kaynak: <https://cdphototech.wordpress.com/2011/12/07/first-autochrome-lumiere-1907/>)

Renkli fotoğrafların ilk döneminde kullanılan filmler tek katmanlı olduğundan dolayı renkli bir fotoğraf çekmek için birden fazla pozlama yapmak gerekmekteydi. Ancak ilerleyen dönemde aynı anda üç renk pozlaması yapan kameralar icat edilmiş ve renkli fotoğraf çekmek için görüntünün bir kere pozlanması yeterli olmuştur. Aynı anda birden çok rengi pozlayabilen kameraların ardından ise çok katmanlı renkli filmler üretilmiş ve analog dönemde renkli fotoğraf çekmek için kullandığımız teknolojiye ulaşılmıştır.

Fotoğrafın icadının ardından ilk dönemler daha çok eksiklerin giderilmesi, makinelerin, optik sistemlerin geliştirilmesi, ışığa duyarlı yüzeylerin pozlama sürelerinin kısaltılmaya çalışılması gibi kimyasal ve teknik çalışmaların yoğun olduğu dönemlerdir. Fotoğraf giderek geniş kitlelere yayılmakla birlikte işlemlerin uzun ve zahmetli olması, profesyonel beceri gerektirmesi nedeniyle amatör olarak kullanılmamaktaydı. Ancak 1889 yılında George Eastman 100 pozluk Kodak Kamerasını (Fotoğraf-28) piyasaya sürmüştür. Bu kamera selüloz tabanlı film rulosu içermekte ve amatör kullanıcıların tek yapması gereken Kodak firmasının "Siz düğmeye basın, gerisini bize bırakın" sloganında ifade ettiği gibi düğmeye basmak ve daha sonra makineyi banyo için profesyonellere götürmek olmuştur.

The Kodak Camera



*“You press the button,
we do the rest.”*

OR YOU CAN DO IT YOURSELF.

The only camera that anybody
can use without instructions. As
convenient to carry as an ordinary
field glass World-wide success.

The Kodak is for sale by all Photo stock dealers.

Send for the Primer, free.

The Eastman Dry Plate & Film Co.

Price, \$25.00 — Loaded for 100 Pictures.

ROCHESTER, N. Y.

Re-loading, \$2.00.

Fotoğraf-28: Kodak Firmasının piyasaya sürdüğü ilk amatör fotoğraf makinesi. (Kaynak: <https://i.guim.co.uk/img/static/...>)

Kodak'ın ilk taşınabilir amatör kamerayı üretmesiyle birlikte özellikle sinema aracılığıyla amatör kullanıcıların fotoğrafa olan ilgisi git gide artmış ve görüntü medeniyetinin ilerlemesiyle birlikte Kodak firmasının yürüttüğü çalışmalar neticesinde 1940'lı yılların ikinci yarısında çekilen 1,5 milyon kare, 1954 yılında 2 milyar kareye ulaşmıştır (Bajac, 2010: 14). 1900'lü yılların başında ilk renkli filmlerin üretilmesi, 1950'li yıllarda ucuz ve pratik fotoğraf makinelerinin giderek yaygınlaşması ve özellikle 1960'lardan itibaren renkli film ve işleme alanındaki gelişmelerin önce kamuya açık ve reklam fotoğrafları için daha sonra ise kişisel ifade biçimi olarak kullanılması, 1970-1980'li yıllar ile birlikte ise baskı-laboratuvar ve tekniklerinin gelişmesi ile devam etmiştir.

20. yüzyılın sonlarına gelindiğinde teknolojinin ilerlemesi, bilgisayar sistemlerinin kullanımının yaygınlaşması ile birlikte fotoğrafçılık alanında da değişimler meydana gelmeye başlamış, sayısal fotoğrafçılık alanında çalışmalar hız kazanmıştır. Elektronik bilgisayarların icat edilmesi ile birlikte özellikle NASA tarafından fotografik görüntü oluşturma ve geliştirme için bilgisayarlar kullanılmaya başlanmıştır (Rosenblum, 1997: 630). 1960'lı yılların sonunda ışık ışınlarını elektronik sinyallere dönüştüren kameralar askeri ve tıp alanındaki çalışmalarda kullanılmaya başlanmıştır. Dijital fotoğraf makinelerinin temeli 1969 yılında CCD'nin (charge-coupled device) üretilmesine dayanmaktadır. İlk olarak video kameralarda kullanılmaya başlanan CCD, 1981 yılında Sony firması tarafından ilk dijital fotoğraf makinesi prototipini olan MAVICA'yı üretmiştir. MAVICA, biri renk diğeri parlaklık bilgilerini kaydeden iki CCD'den oluşmakta ve 720.000 piksel görüntü kaydedebilmektedir. MAVICA ile çekilen fotoğraflar makine içerisindeki 50 fotoğraflık kapasiteye sahip diskete kaydediliyor ve daha sonra bilgisayara aktarılıyordu. Ancak görüntü kalitesindeki başarıya rağmen MAVICA dijital fotoğraf makinesi olarak kabul edilmemiş, sabit video kareleri çeken dijital video kamera olarak lanse edilmiştir (Brooke, Parag.1). 1990 (bazı kaynaklar 1991) yılında Kodak ilk ticari sayısal fotoğraf makinesi olan Kodak DCS 100'ü (Digital

Camera System) piyasa sürmüştü, maliyet bakımından profesyonellere hitap etse de ticari olarak üretilen ilk sayısal fotoğraf makinesi unvanına sahip olmuştur (Robinson, 2007: 11). DCS 100 Nikon F-3 fotoğraf makinesini temel alan, 1.3 megapikselli bir sensöre sahiptir çekilen görüntüleri makineye ayrıca bağlanan bir kayıt ünitesine depolanmaktadır.



Fotoğraf-29: Kodak Firmasının ürettiği ilk dijital fotoğraf makinesi.
(Kaynak: <http://www.nikonweb.com/dcs100/>)

Kodak DCS 100 piyasaya sürülen ilk dijital fotoğraf makinesi olmasına rağmen profesyonel kullanıma uygun olduğu için sınırlı bir kullanıcı tarafından benimsenmiştir. Amatör kullanıcılara yönelik ilk dijital fotoğraf makinesi ise 1994 yılında Apple tarafından üretilen QuickTake 100 modelidir. 640x480 piksellik bir sensöre, sekiz adet fotoğraf kaydedebilen dahili hafızaya, dahili flaş ve dijital ekrana sahip olan QuickTake 100 ile çekilen fotoğraflar kablo aracılığıyla bilgisayara aktarılabiliştir. Apple'ın ürettiği dijital fotoğraf makinesi her ne kadar amatör kullanıcılara yönelik olsa da fiyatı nedeniyle amatör kullanıcılar tarafından kabul görmekte zorlanmıştır. 1999 yılında Nikon D1 modelini üretmiş ve bu alanda Kodak ile rekabet edebilir hale gelmiştir. 2000'li yıllara kadar üretilen dijital fotoğraf makineleri genellikle iki megapiksel boyutlarında fotoğraf çekebilmekte ve profesyonellere hitap etmekteydi. 2000 yılında Fujifilm tarafından FinePix S1 Pro modelinin tanıtılmasıyla dijital fotoğraf makineleri amatör kullanıcılara hitap etmeye başlamıştır. 2001 yılında Canon EOS-1D'yi üretmiş ve hemen iki yıl sonra 6,3 megapiksel çözünürlükte sensör ürettiğini duyurmuştur. 2000'li yılların başında Nikon ve Canon gibi firmalar dijital fotoğraf makine üretiminde sektörü domine etmiş, ilerleyen yıllarda ise Sony, Fujifilm gibi birçok firma dijital fotoğraf makinesi üretiminde Nikon ve Canon ile rekabet eder hale gelmiştir.

Sayısal fotoğraf makinelerinde görüntüyü kaydetmek için film ya da ışığa duyarlı yüzeye ihtiyaç duyulmamakta, bunun yerine görüntüler işlemci ve transistörler aracılığıyla elektronik olarak kaydedilmektedir. Kayıt ortamı olarak hafıza kartlarına depolanabilen ve herhangi bir banyo süreci gerektirmeyen sayısal fotoğrafçılık, başlangıçta sadece foto-muhabirleri gibi meslek profesyonelleri tarafından benimsense de zamanla filmlili makinelerden daha fazla satış elde etmeye başlamış ve birçok filmlili maki-

ne üreticisi artık sadece sayısal fotoğrafçılık alanına yatırım yapmaya başlamıştır. İnternet'in hayatımıza girmesi, cep telefonlarının yalnızca iletişim aracı olmaktan çıkıp fotoğraf çekme gibi özellikleri de bünyesinde barındırmasıyla birlikte sayısal fotoğrafçılık günümüzde amatör ve profesyonel tüm fotoğrafçılar arasında yaygınlaşmıştır.

Yeni Medya ve Fotoğraf

21. yüzyılda yeni medyanın egemen medya haline gelmesi, geleneksel medyanın ise ikici plana düşmeye başlaması, sanat alanındaki çalışmalarda da kendini göstermektedir. İletişim teknolojilerinin her geçen gün yeni gelişmelere sahne olması, medya ile doğrudan bağlı olan sanat eserleri için de birtakım yenilikleri beraberinde getirmiştir. Dijital teknolojilerin sağladığı yeniliklerin merkezinde olan ve dijital fotoğrafçılık ile yeni medyaya en hızlı uyum sağlayan sanat olan fotoğraf alanında amatör ya da profesyonel birçok fotoğrafçı yeni medyanın getirdiği avantajlardan yararlanmaktadır.

Yeni medyanın yakınsama etkisi sayesinde cep telefonları ile fotoğraf çekilebilir hale gelmesi, hem fotoğrafın daha geniş kitleler tarafından benimsenmesine aracılık etmiş, hem de profesyonel fotoğrafçılar için yeni anlatım biçimlerini ortaya çıkarmıştır. Mobile Photography (Cep telefonları ile yapılan fotoğrafçılık) kavramı cep telefonu ve tabletler ile fotoğraf makinelerinin birleşmesinden sonra ortaya çıkmış hem eser üretmede hem de üretilen eserlerin paylaşılması anlamında teknik yenilikleri de beraberinde getirmiştir.

Yeni medya sanatının fiziki olarak maddeyi ortadan kaldırması, fotoğraf sanatında da kendini göstermektedir. Fotoğraflar basılı olarak sergilenmekten çok, dijital olarak paylaşılmaktadır. Fotoğraf kâğıdı artık eski aile albümlerinde kalmıştır. Vickers'ın deyişiyle "fotoğraflar tek bir dokunmayla çekilebilmekte ya da silinebilmekte, kolaylıkla internetten paylaşılabilen, sergilenebilmekte ve yayılabilmektedir" (Vickers'tan akt. Özel Sağlamtimur, 2017: 9). Fotoğrafın bu kadar kolay bir şekilde üretilebilmesi ve paylaşılabilmesi, yeni medya ortamında sadece fotoğrafa özgü ortamların oluşmasına neden olmuş, Instagram, Flickr ve 500px gibi sadece fotoğraf paylaşımı yapılan siteler ortaya çıkmıştır.

Dijital fotoğraf paylaşımı internetin ilk dönemlerinde e-posta sunucuları aracılığıyla yapılmıştır. 2000'li yılların başından itibaren, kameraların cep telefonları ile bütünleşmesi ve yine aynı dönemde fotoğraf paylaşımına izin veren web sitelerinin ortaya çıkmasıyla birlikte, fotoğraf üretme ve paylaşma sayıları hızla artmıştır. Instagram ve Eyeem gibi hem amatör hem de profesyonel fotoğrafçılara hitap eden paylaşım siteleri yanında, 500px ve 1x gibi yoğun olarak profesyonel fotoğrafçıların tercih ettiği fotoğraf paylaşım siteleri, izleyiciler ile anlık etkileşime ve geri bildirim imkân sağlamaları nedeniyle özellikle fotoğraf sanatçılarına yeni imkanlar sağlamıştır. Günümüzde internet bilgiye ulaşmada mekâna olan bağımlılığı ortadan kaldırmıştır. Kullanıcılar herhangi bir bilgiye ulaşmak, internete bağlanan diğer kullanıcılar ile herhangi bir paylaşımında bulunmak için internetin sağladığı imkanlardan faydalanmaktadır.

Yeni medyanın fotoğraf üzerindeki etkisi sadece dijitalleşme ve paylaşma ile sınırlı değildir. Öncelikle yeni medya fotoğraf üretimini özgürleştirmiştir. Fotoğraf sanatı sadece galerilerin ya da belirli bir fotoğraf kitlesinin kontrolünden kurtulmuştur. Sosyal medya üzerinden dileyen herkesin ürettiği fotoğrafları paylaşabilmesi ya da fotoğrafa dair yeni içerikler üretebilmesi, kullanıcıları tüketici konumundan üretici konumuna geçirmiş ve böylece fotoğrafın yeni bir biçime evrilmesine neden olmuştur.

Yeni Medyada Fotoğrafın Yer Alış Biçimleri

Yeni medya teknolojilerinin hızla ilerlemesinin fotoğraf alanına getirdiği değişikliklerin başında, fotoğrafın biçimsel olarak farklı formlara dönüşmesi vardır. Yeni medyanın kod çevrimi ve modüler yapısı ile birlikte fotoğraf anlık olarak çekilen bir eser olmaktan çıkmış, çekildikten sonra bilgisayar ortamında yeniden düzenlenebilen, istenilen ekleme ve çıkarmaların yapıldığı bir alan olmuştur. Yine sanal gerçeklik, 360 derece kamera gibi teknolojilerin geliştirilmesiyle birlikte, fotoğraf kağıdının sunduğu sınırlı çerçeveleme, yeni medya fotoğrafçılığında ortadan kalkmıştır. Drone ve internetten 24 saat canlı yayın yapan kameralara ulaşma imkânı, yeni bakış açılarının geliştirilmesine imkân sağlamıştır.

Mark Tribe'a göre (2006: 11) sanatçılar yeni medyayı iki şekilde kullanmaktadır. Bunlardan birincisi, sanatçılar ürettikleri sanat eserlerini sergilemek için yeni medyayı kullanmaktadır. Fotoğraf özelinde düşündüğümüzde Instagram, Flickr, MySpace, Facebook, 500px ve 1x gibi siteler paylaşım aracı olarak en çok tercih edilen yeni medya ortamlarıdır. İkincisi ise yeni medyanın bir dağıtım aracı olarak değil üretim aracı olarak kullanılmasıdır. Yine fotoğraf özelinde baktığımızda, Cep telefonları ve internet bağlantılı kameralar gibi araçların yanında Photoshop, Picasa gibi yazılımlar fotoğraf üretmede ve düzenlemede yeni imkanlar sunmaktadır.

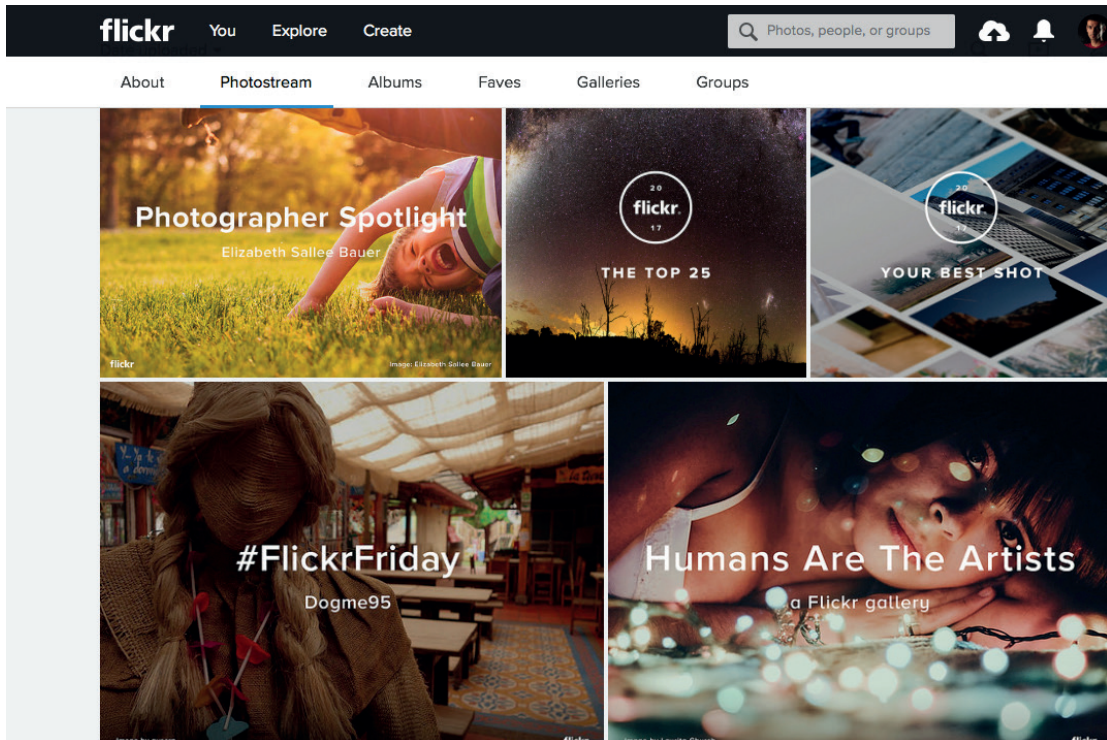
Fotoğraf Dağıtım ve Sergileme Aracı Olarak Yeni Medyanın Kullanımı

Teknik bir temele dayanan fotoğraf sanatı, ortaya çıkan hemen her teknolojik yenilik ile beraber, biçimsel ve estetik olarak bazı değişiklikler yaşamıştır. Renkli filmlerin üretilmesi, fotoğrafta rengin kullanımını ön plana çıkarırken, dijital fotoğraf makinelerinin üretilmesi ile birlikte fotoğraf üzerinde düzenleme yapmanın sınırları ortadan kalkmıştır. Cep telefonu ve internetin icat edilmesiyle birlikte ise fotoğraf hem fotoğraf kağıdının sınırlarından kurtulmuş hem de fotoğraf sergilemenin önündeki mekânsal engeller ortadan kalkmıştır.

Fotoğrafın yeni medya araçlarını dağıtım ve sergileme olarak kullanmasının temelinde internet ve dijital fotoğrafçılık yer almaktadır. İnternetin günlük hayatın içerisinde kullanılmaya başlanması, cep telefonlarının hem fotoğraf çekebilmeleri hem de çekilen fotoğrafları anında paylaşabilmeleri sayesinde bugün fotoğraf internet ortamında en yaygın sanat türü olmuştur. İnternetin çok hızlı bir şekilde günlük pratikler içerisine yerleşmesi, amatör ve profesyonel fotoğrafçıların da ilgisini çekmiştir.

İnternet üzerinde fotoğraf paylaşma üzerine ilk web sitelerinden biri 2004 yılında kurulan Flickr'dır. Başlangıçta FlickrLive adlı canlı sohbet odasında fotoğraf değişimine izin veren Flickr, 2005 yılında Yahoo firmasının satın almasının ardından canlı sohbet üzerinden fotoğraf paylaşımı özelliği sitenin içerisine gömülerek normal kullanıcılarında fotoğraf yüklemelerine izin verilmiş ve hızlı büyüyen özellikle profesyonel fotoğrafçılar arasında yoğun bir ilgiyle karşılaşmıştır.

Flickr'ın yeni medya aracı olarak fotoğrafa kattığı tek yenilik paylaşım değildir. Kullanıcılar 2007 yılından itibaren Flickr üzerinde fotoğraf düzenleme ve Flickr filtreleri gibi özelliklere de erişerek temel seviyede de olsa fotoğraflarına biçimsel müdahalelerde bulunabilmiştir.

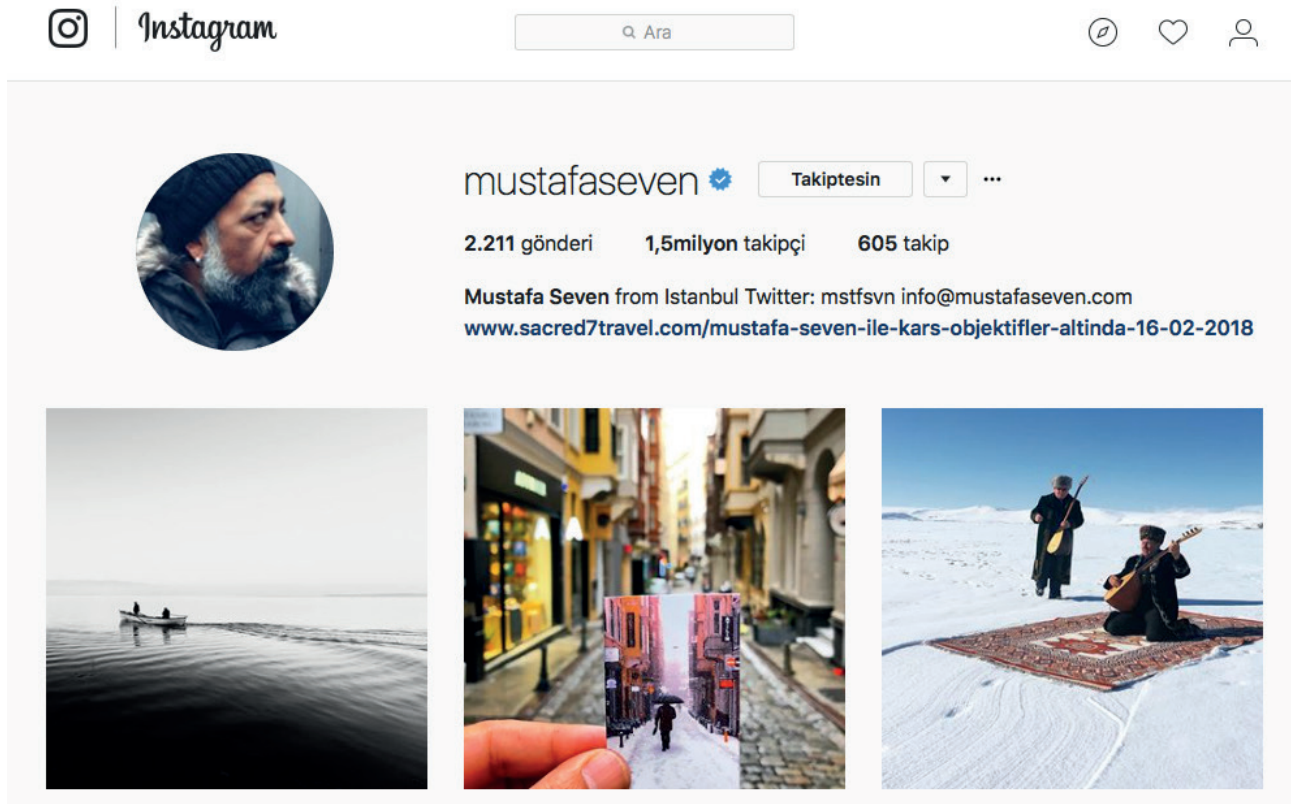


Fotoğraf-30: Flickr Arayüzünün Ekran Görüntüsü.

2004 yılında sosyal paylaşım sitesi Facebook'un da yayına başlaması ile birlikte internet ortamında paylaşım yapılabilecek yeni medya araçları artmaya başlamıştır. Ancak Facebook, Flickr'ın aksine sadece fotoğraf paylaşımı yapılan bir site değil, daha çok insanların site üzerinden birbirileri ile iletişim kurabilecekleri ve paylaşım yapabilecekleri bir sosyal paylaşım sitesidir.

2010 yılında Kevin Systorm ve Mike Kriger tarafından kurulan (Şener: 2012) Instagram ile birlikte, internette fotoğraf paylaşımının altın çağı yaşanmaya başlamıştır. Instagram'ın diğer fotoğraf paylaşım sitelerine göre en büyük farkı ilk olarak cep telefonları için geliştirilen bir uygulama (Application) olması ve sadece fotoğraf paylaşımına odaklanmasıdır. Akıllı telefonların giderek artan kullanıcı sayıları sayesinde Instagram, amatör kullanıcılar arasında çok yüksek bir kullanım oranına sahiptir. Gorsler'e göre 2017 yılında aylık 800 milyon aktif kullanıcıya sahip olan Instagram'ın 2018'de bir milyar kullanıcıya ulaşacağı hesaplanmaktadır. Kurulduğu günden bugüne yaklaşık 40 milyar paylaşım gerçekleştirilen Instagram'a yüklenen fotoğraflar günlük 4 milyona yakın beğeni almaktadır.

Instagram'ın günlük kullanımda bu derece yaygın olması, sadece amatör fotoğrafçıların değil, profesyonel fotoğraf sanatçılarının da dikkatini çekmektedir. Yalnızca cep telefonu uygulaması üzerinden fotoğraf yüklemesi yapılabilen Instagram, profesyonel fotoğrafçılar için müze ya da sergi alanlarına göre çok daha yüksek sayıda kullanıcıya ulaşma imkânı sunmaktadır. Takipçi olarak adlandırılan izleyiciler, ilgi duydukları fotoğrafçıları takip ederek istedikleri türdeki fotoğrafları takip edebilmektedir. Fiziksel sergi alanlarında çok kısıtlı bir hedef kitleye hitap eden fotoğraf sanatçılarının Instagram hesapları, milyonlarca kullanıcı tarafından takip edilebilmektedir. Örneğin Murad Osmann isimli fotoğraf sanatçısı yaklaşık 4,5 milyon takipçiye sahiptir. Theron Humprey (1.2 Milyon), Jimmy Chin (1,7 milyon), Chris Buckard (2,6 milyon) Instagram üzerinde bir milyon takipçi sayısını aşan fotoğraf sanatçılarından bazılarıdır. Türk fotoğraf sanatçıları henüz Instagram üzerinde bu sayılara ulaşamamışlar da Mustafa Seven (1,5 milyon) ve Mehmet Kırılı bu konuda bir istisnadır.



Fotoğraf-31: Mustafa Seven Instagram Ana Sayfası (Kaynak: <https://www.instagram.com/mustafaseven/>)

Instagram üzerinden fotoğraf paylaşan amatör/profesyonel fotoğraf sanatçıları, beğeni (like), yorum ya da doğrudan mesaj aracılığıyla takipçileriyle etkileşime girebilmektedirler. Yeni medya araçlarının mekansız ve zamansız olması nedeniyle sanatçı-izleyici arasındaki etkileşim, mekânın ve zamanın sınırlarında bağımsız olarak gerçekleşmektedir.

Fotoğraf Üretim ve Yeniden Kurgulama Aracı Olarak Yeni Medyanın Kullanımı

Arka planında yatan teknolojiler ve teknikler nedeniyle yeni medya sanatı disiplinlerarası bir yapıdadır. Yeni medya sanatıyla ilgilenen ve malzeme olarak yeni medya teknolojilerini kullanan sanatçılar farklı disiplinlere ait materyalleri bir arada kullanarak yeni sanat eserleri yaratabilmektedir. Yeni medya araçlarının yayılmasından sonra fotoğraf üretiminde de benzer sanatsal çalışmalar üretilmeye başlanmıştır. Profesyonel fotoğraf sanatçılarının fotoğraf üretme araçları yeni medya ile birlikte sadece fotoğraf makinesi olmamış, cep telefonları, bilgisayar yazılımları, internet fotoğraf üretme aracına dönüşmüştür.

Fotoğraf Üretim ve Yeniden Kurgulama Aracı Olarak Cep Telefonu - Mobil Fotoğrafçılık

Cep telefonları ile kameraların bir araya gelmesi ve internet ile birlikte yukarıda bahsedilen Instagram ve Eyeem gibi fotoğraf paylaşım sitelerinin ortaya çıkmasıyla birlikte mobil fotoğrafçılık yeni bir tür olarak kendini var etmiştir. Özellikle anlık fotoğraf çekmeye ve paylaşmaya olanak tanimasından dolayı mobil fotoğrafçılık bugün sadece amatörler tarafından değil, profesyonel fotoğrafçılar tarafından da tercih edilmektedir.

The Guardian muhabiri ve fotoğrafçı Richard Gray, fotoğraf çekerken cep telefonu kullanmasını şu şekilde ifade etmektedir:

“Fotoğraflarınızı Instagram gibi platformlar üzerinden dünyaya gösterme yeteneği mobil fotoğrafçılığı son derece yaygın bir türe dönüştürmüştür. Dünyanın en iyi fotoğraflarından birini çekmiş olabilirsiniz ancak bilgisayarınızın sabit diskinde durduğu ve kimse görmediği sürece size yeni fotoğraflar çekmek için gereken arzuyu vermeyebilir. Tabi ki Flickr gibi fotoğraf sitelerinde bu fotoğrafımı paylaşabilirim ancak bunun için bir sürü kablo ile uğraşmak ve masa başı iş demektir. Ancak cep telefonu ile fotoğraf üretmek sorunsuzdur. Çektiğiniz fotoğrafı anında dünya ile paylaşabilir ve hemen geri bildirim alabilirsiniz” (2012).

Cep telefonlarının her geçen gün daha yüksek kalitede fotoğraf çekebilecek şekilde üretilmesi yalnızca paylaşım yapmak için fotoğraf paylaşanların dışında, fotoğrafa sanatsal ilgi duyan bir kitlenin oluşmasına neden olmuştur. Daha düşük maliyetlerle yaratıcı fotoğraflar çekme imkanına erişen mobil fotoğrafçılar, paylaşım siteleri üzerinden fotoğraflarını etiketleyerek (hashtag) paylaşmakta ve dünya üzerindeki diğer mobil fotoğrafçılar ile estetik öğelere sahip fotoğraflarını paylaşarak etkileşime girebilmektedir.

Mobil fotoğrafçılığın giderek yaygın hale gelmesiyle, sadece cep telefonları ile çekilen fotoğrafların katılabileceği fotoğraf yarışmaları düzenlenmeye başlanmış, daha iyi mobil fotoğraflar çekmek için ipuçları veren kitaplar yayımlanmıştır. Mobil fotoğrafçılığın giderek yaygınlaşması, türe ait yeni alt türlerin çıkmasına neden olmuştur. Iphoneography adı verilen ve sadece Apple Iphone ile çekilen fotoğrafların ait olduğu fotoğraf türü günümüzde en çok bilinen mobil fotoğraf türüdür.



Fotoğraf-32: Sebastiano Tomada- 2017 Mobil Fotoğrafçı Büyük Ödülü
(Kaynak: <https://www.ippawards.com/2017-photographers-of-the-year/> Erişim Tarihi: 26.01.2018)

Iphoneography (2015), adlı kitabın yazarı Michael Clawson, günümüzde insanların kim olduklarını dijital olarak ifade etmeye çalıştıklarını, ancak cep telefonlarının fotoğraf çekme özelliklerinden önce bunun sınırlı olduğunu belirterek “Ancak cep telefonlarının evrimi nihai olarak yaratıcılığımızın önündeki engelleri kaldırmıştır” (2015: vxii) sözleriyle mobil fotoğrafçılığın önemine değinmektedir.

Cep telefonlarının fotoğraf çekme özellikleri günümüzde telefon üreticileri arasında da bir yarışa neden olmuştur. Üreticiler her yıl daha iyi fotoğraf çeken telefonlar ürettiklerini iddia etmiş, hatta bunu kanıtlamak için dikkat çekici uygulamalara imza atmışlardır. Apple firması, tanıtım için fotoğrafçı Miller Mobley ile anlaşmış ve Iphone 7 Plus model telefon ile Billboard dergisi Şubat-Mart 2017 sayısının kapak fotoğrafını çektirmiştir.



Fotoğraf-33: Iphone 7 Plus İle çekilen Billboard Dergisi Kapak Fotoğrafı- 2017



Fotoğraf-34: Billboard Dergisi Kapak Fotoğrafı Çekimi Kamera Arkası
(Kaynak: www.habertekno.com Erişim Tarihi: 26.01.2018)

Mobil fotoğrafçılık için gereken tek şey bir cep telefonu ve internet bağlantısıdır. Dijital fotoğrafçılığın temelinde bulunan, fotoğraf çekme, aktarma, düzenleme ve paylaşma gibi adımların olmaması, mobil fotoğrafçılar için fotoğraf sanatının teknik sınırlarını ortadan kaldırarak daha yaratıcı işlerin önünü açmıştır. Ancak cep telefonlarının fotoğraf üretme aracı olarak kullanılmasının giderek yaygınlaşması, dijital fotoğrafçılıktan aşına olduğumuz fotoğraflara dijital manipülasyonlar ve düzenleme yazılımları mobil fotoğrafçılık için de üretilmeye başlanmıştır. Cep telefonu ile fotoğraf çeken sanatçılar Instagram'ın sunduğu basit renk filtreleri ile yetinmemiş ve kendi fotoğraf tarzlarına uygun uygulamaları tercih ederek daha yaratıcı işlere imza atmıştır.

Mobil fotoğrafçıların eserlerini paylaşabildikleri Artofmob bloğunun kurucusu olan Geri Centonze kaza eseri keşfettiği mobil fotoğrafçılığın büyümesine kapıldığını ve asıl mesleği olan kartpostal tasarımını bu yüzden bıraktığını ifade etmektedir (www.artofmob). Çizim sanatı geçmişinden gelen Centonze, cep telefonu ile çektiği fotoğrafları, Artist's Touch, Glaze, iColoroma, Repix gibi uygulamalar aracılığıyla düzenlemektedir.



Fotoğraf-35: Geri Centonze Painterly adını verdiği çalışmasından örnek.
(Kaynak: <https://iphonephotographyschool.com/geri-centonze/> Erişim Tarihi: 26.01.2018)

Centonze'nin çalışmalarına benzer çalışmalar üreten, Sandra Becker, Michael Trombley, Ivy Newport gibi birçok sanatçı bugün cep telefonları ile çektikleri fotoğrafları fotoğraf sitelerinde paylaşmakta ve yeni medya sanatına ait örnekler vermektedir.

Fotoğraf Üretim ve Yeniden Kurgulama Aracı Olarak Bilgisayar ve Yazılım

Yeni medya araçlarının yeniden düzenlemelere imkân vermesi özellikle fotoğraf alanında yeni sanatsal eserlerin ortaya konmasına olanak sağlamıştır. Fotoğraf sanatçıları sadece fotoğraf çekmemekte, çektikleri fotoğrafları bilgisayar yazılımları aracılığıyla düzenleyebilmektedir. Yeni medya araçlarıyla üretilen fotoğraflar, geleneksel araçlar ile üretilen fotoğraflara göre daha farklı ve yeni estetik düzenlemeleri ile dikkat çekmektedir.

Analog fotoğraf döneminde fotoğraflar üzerinde düzenleme yapmak hem sınırlı hem de uzun uğraşlar gerektirmekteydi. Ancak dijital fotoğrafçılık ve bilgisayar teknolojilerinin geliştirilmesiyle birlikte sanatçılar, daha farklı ve yaratıcı fotoğraf çalışmaları yapabilmektedirler. Amerikalı fotoğraf sanatçısı Audrey Simper fotoğraflarını farklı uygulamalar kullanarak düzenlemekte, orijinalinde yer almayan gerçeküstü öğeleri fotoğraflarına ekleyerek yazılım temelli çalışmalara imza atmaktadır. Bir kavram ya da fikirden yola çıktığını belirten Simper, 2008 yılından bugüne sürreal portre çalışmalarına imza atmaktadır.



Fotoğraf-36: Audrey Simper – Fairy Tale.
(Kaynak: www.aubresimper.com Erişim Tarihi: 26.01.2018)

Simper gibi, çektiği fotoğrafları bilgisayar yazılımları kullanarak düzenleyen bir diğer sanatçı Fong Qi Wei'dir. Günün farklı saatlerinde aynı noktadan çektiği dijital fotoğrafları, bilgisayar yazılımları ile bir araya getiren sanatçı, "Time is Dimension" adını verdiği fotoğraf serisinde resim sanatına yakın örnekler verse de ürettiği eserleri resim galerinin fotoğraf olarak değerlendirdiğini belirtmektedir (Abdou, 2017). Farklı zaman aralıklarında çektiği fotoğrafları dijital olarak parçalara ayıran sanatçı, her bir parçada farklı bir zaman dilimini kullanarak, farklı zamanları tasvir eden parçaları tek bir fotoğraf karesinde birleştirmektedir. Fong fotoğrafın kendisinin iki boyutlu bir yüzey olsa da üçüncü boyuta atıfta bulunulabilmesinden esinlendiğini belirttiği Time is Dimension serisinde, yalnızca iki boyutlu statik fotoğrafı kullanarak dördüncü boyut olan zamana atıfta bulunduğunu belirtmektedir. Fotoğraf ve resmin belirli bir anı yansıttığını, ancak günlük hayatta zamanı tecrübe ettiğimizi, bu yüzden videonun daha çekici geldiğini belirten Fong, "baskının sınırları içinde çalışıyorum ancak fotoğrafın zaman kısıtlamasından kurtulmaya çalışıyorum" (Light, 2013) diyerek dijital teknolojilerin avantajlarından yararlandığını belirtmektedir. Tek bir fotoğraf karesinde ışığı mümkün olan en iyi kontrast ile yakalamaya çalışan sanatçı, gün doğumu ile gün batımı arasında yaklaşık dört saatlik bir zaman diliminde onlarca fotoğraf çekiyor ve daha sonra bilgisayar ortamında bu fotoğrafları keserek tek bir kompozit fotoğraf oluşturuyor.



Fotoğraf-37: Fong Qi Wei – Time Slice (Kaynak: www.amymodernmet.com Erişim Tarihi: 26.01.2018)

Wei ve Simper gibi birçok fotoğraf sanatçısı, ürettiği eserlerde fotoğraf düzenleme ve işleme yazılımlarını kullanmaktadır. Bazıları çektiği fotoğrafları bir araya getirmek için bilgisayar yazılımlarını kullanırken, bazıları ise fotoğraf dışı öğeleri fotoğraflarına eklemek ve tasarladıkları çalışmalarını üretmek için yeni medya araçlarından faydalanmaktadır.

Fotoğraf Üretim ve Yeniden Kurgulama Aracı Olarak İnternet

Tim Berners-Lee 1990 yılında World Wide Web'i geliştirdiğinde temel amacı, birbirilerine ağlar aracılığıyla bağlı bilgisayarlar arasında bilgi paylaşımını sağlamaktır. Günümüzde internet sadece bilgi paylaşma değil hemen her alanda kullanılmaktadır. 21. yüzyılın başından itibaren sanatçılar internetin avantajlarını fark etmiş ve interneti kullanarak sanat eserleri üretmeye başlamıştır. Yeni medya sanatının pek çok formu merkezine interneti almaktadır. Sanatçılar dijital olarak ürettikleri eserleri internet üzerinden geniş kitlelere sunmakta, internet üzerinden ulaştıkları materyalleri sanat eserlerinde kullanmaktadırlar.

Yeni medya döneminde fotoğraf hemen her anlamda internetten yararlanmaktadır. Yukarıdaki bölümlerde bahsettiğimiz gibi internet fotoğrafçılar için üretilen eserlerin sergilenmesinde ilk sıradadır. İnternette paylaşım yapan sanatçılar yine internet aracılığıyla izleyicilerle etkileşime girebilmekte ve çalışmalarlarıyla ilgili beğeni ya da eleştirileri anında alabilmektedirler. İnternetin fotoğraf alanında kullanılması sadece paylaşmak ve geri bildirim almak ile sınırlı değildir. Günümüzde fotoğraf sanatçıları, bilgisayarlarını başından bile kalkmadan ve fotoğraf makinesi kullanmadan fotoğraf sanatına ait çalışmalar üretebilmektedirler. Fotoğraf sanatçısı Juliet Ferguson internet üzerinden erişim sağladığı kapalı devre kameraları (CCTV) aracılığıyla elde ettiği fotoğraflardan oluşan "Stolen Images" isimli serisini, 2012 yılında Londra bağımsız fotoğraf dergisi Flip'te ve 2013 yılında <http://photomediationsmachine.net> sitesinde sergilemiştir. Sanatçı online sergisinin manifestosunda Stolen Images serisi ile ilgili deneyimini, "tesadüf eseri keşfettiğim bu yöntemin başlangıçta beni tedirgin etmişti, herhangi bir suça tanıklık etmekten çekiniyordum, ancak daha sonra bir rahatlama geldi ve bunlara çok takılmadım" sözleriyle ifade etmiştir.



Fotoğraf-38: Juliet Ferguson – Stolen Image (Kaynak: <http://photomediationsmachine.net> Erişim Tarihi: 26.01.2018)

Fotoğraf makinesi kullanmadan sadece internet aracılığıyla fotoğraf üretmenin bir başka uygulaması, başkalarına ait fotoğrafları kendine mal etmedir. 1970'li yıllarda geliştirilen teori odaklı bir teknik olan kendine mal etme (Warner Marien, 2015: 200) yeni medya döneminde internetin yaygınlaşmasıyla birlikte tekrar yükselişe geçmiştir. Kendine mal etmenin örneklerine fotoğraf sanatında çokça rastlanmakla birlikte Dadaistler tarafından kolaj sanatında sıklıkla kullanılmıştır. Sanat ürünlerinin biricik olma özelliğine tepki olarak doğan kendine mal etme (Özel Sağlamtimur, 2006: 165), günümüzde dijital teknolojilerin ve internetin sağladığı bilgiye ulaşma kolaylığı sayesinde adeta altın çağını yaşamaktadır. Richara Prince, Sherri Livine, Cindy Sherman gibi sanatçılar, reklam görsellerini, daha önce başka sanatçılar tarafından çekilmiş fotoğrafları ya da sinema filmlerinden bazı kareleri kullanarak kendi sanatsal çalışmalarını yaratma yoluna gitmişlerdir.

Fotoğrafta kendine mal etme, daha önce var olan bir sanatsal çalışmayı ya da görüntüyü kullanarak yeniden fotoğraf üretmek olarak tanımlanmaktadır. Bayraktaroğlu ve Çetin, *Fotoğraf'ta Göstergelerarasılık ve Yeniden Üretim*, (2013) adlı makalelerinde, yeniden üretim kavramının metinlerarasılıkta bulunun yeniden yazma kavramından geldiğini ifade ederek, Aktulum'un yeniden yazma tanımına atıfta bulunmuşlardır. Aktulum'un (2007: 236) "genel olarak, hangi türde olursa olsun önceki bir metnin, onu taklit eden, dönüştüren, açık ya da kapalı bir biçimde ona gönderen başka bir metnin yinelenmesi" olarak tanımladığı yeniden yazma tanımı, yeniden üretim kavramını tanımlamak içinde kullanılabilir.

Yeni medyanın en önemli yapı taşlarından biri olan internetin en büyük avantajı, bilgiye ulaşmada ve yeni deneyimleri yaşamada zaman ve mekân kavramlarını ortadan kaldırmasıdır. Aklınıza gelen herhangi bir yeri, herhangi bir saatte, canlı yayın yapan kameralar sayesinde sanal olarak ziyaret edilebilmekte, ulaşmak istenilen bir bilgiye ya da içeriğe yerinizden kalkmadan ulaşabilmektedir. Sanal dünyada herhangi bir içeriğe bu derece kolay ulaşılabilir olması, kendine mal etme sanatının dijital dönemde fotoğraf üretmede neredeyse sınırsız materyale ulaşması anlamına gelmektedir. Fotoğrafta yeneden üretme ile ilgilenen sanatçıların başkalarının ürettiği ve internette paylaştığı sanatsal çalışmalara ulaşabilmesi internet sayesinde kolaylaşmıştır. Ancak Jon Raffman, Jacqui Kenny gibi sanatçılar, kendi sanatlarını yaratmak için sanatsal amaçla üretilmiş fotoğraflara değil Google Street View kameraları tarafından çekilmiş görüntüleri toplayarak kendilerine mal etmektedirler.

İngiltere’de yaşayan Jacqui Kenny, kendisini güvende hissettiği mekanlar dışında bir ortamda bulunduğu anda panik atak geçirmekte (Agorafobi) ve bu nedenle evinden dışarıya çok fazla çıkmamaktadır. Rahatsızlığına rağmen Kenny, Google Street View sayesinde internet üzerinden dünyayı gezmektedir. Kenny bu ziyaretleri sırasında Google kameraları tarafından çekilmiş fotoğrafların ekran görüntülerini alarak bir fotoğraf serisi yaratmıştır.

Dijital prodüksiyon sektöründe çalışan ve yönetmenler için görsel treatmentlar hazırlayan Kenny, bir yıl önce başladığı fotoğraf projesinde yaklaşık 21 bin ekran görüntüsünü incelediğini ve kaldırımında ölen insanlardan, boş bir otoyolun ortasında yürüyen develere kadar birçok ilgi çekici fotoğraf gördüğünü ifade etmektedir (Gottschalk, 2017). Fotoğraflarında güçlü güneş ışıkları ve çarpıcı renk paletlerini tercih eden sanatçı, genellikle tek bir estetik öge üzerine odaklanmakta ve bunu yapmak içinde kalabalık şehirlerden ziyade küçük kasabaları tercih etmektedir. Çalışmalarını @streetview.portraits adlı instagram hesabından paylaşan Kenny kendisini Agorafobik Traveller olarak tanımlamaktadır.



Fotoğraf-39: Google Street View aracılığıyla Jacqui Kenny tarafında çekilen fotoğraf – Kazakistan Bişkek
(Kaynak: <https://www.instagram.com/streetview.portraits/> Erişim Tarihi: 26.01.2018)

Yeni Medyada Fotoğrafın ve Estetiğin Değişen Formu

1960'lı yıllardan itibaren geliştirilmeye başlanan ve bugün yeni medya araçları olarak kullanılan bilgisayar temelli donanım ve yazılımlar, 21. yüzyıl sanat çalışmalarında yeni yönelimlere yol açmıştır. İnternet, bilgisayar, ağ bağlantısı, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, yazılım gibi kavramlar ortaya çıkmış ve bu kavramlar sanat yapıtları için yeni imkanlar sunmuştur. Yeni medya araçlarının ve teknolojinin sanat ile birleşmesi, yeni sanat türlerinin ortaya çıkmasına imkân vermesinin yanında, fotoğraf gibi bazı sanatların geleneksel yapısında da değişikliklere neden olmuştur.

Yeni medyanın sanal dünyayı mekân olarak kullanması, fiziksel sınırları ortadan kaldırması, fotoğrafın formunda da yeni uygulamalara imkân vermiştir. Fotoğraf kağıdının statik yapısının çizdiği sınırlar yeni medyada yer alan fotoğraf sanatçıları tarafından genel olarak korunmuştur. Ancak son yıllarda ortaya çıkan yeni fotoğraf türleri yalnızca yeni medya araçlarına ve ortamlarına özgüdür. Yeni medya araçlarının multimedya yapıda olması, üretilecek eserde herhangi bir teknik sınırlama yapmaması, eserlerin bir formattan başka bir formata çevrilmesine imkân tanınması ve en önemlisi üretilen sanat eserlerinin görüntülenmesinde fiziksel materyallerin sunamayacağı kadar esnek olması nedeniyle yeni fotoğraf formları ortaya çıkmıştır.

Fotoğraf sanatı yeni medya araçları ile birleştiğinde ortaya ilgi çekici çalışmalar çıkmaktadır. Özellikle yazılım ve bilgisayar temelli fotoğraf çalışmaları, sadece fotoğraf makinesi ile üretilemeyecek yeni sanatsal fotoğraflar ortaya çıkarmaktadır. Dronography, Iphonegraphy, 360 derece fotoğraf gibi fotoğraf formları yeni medya araçları ve fotoğrafın birleşiminden meydana gelmiştir.

Drone olarak adlandırılan insansız hava araçları, Dronography olarak isimlendirilen yeni bir fotoğraf türüne aracılık etmektedir. Uzaktan kontrol edilebilen ve üzerinde takılı kameralar sayesinde dronelar, insanların daha önce ulaşamadıkları kuş bakışı görüntülere ulaşmalarını sağlamıştır. Drone ile çekilen görüntüler farklı bakış açıları sunmaları nedeniyle bile büyük ilgi görmektedir. Bununla birlikte bazı fotoğraf sanatçıları, dronelerin sunduğu bakış açıları ile yetinmemiş, bu bakış açılarının üzerinde yeni teknikler ekleyerek günümüz fotoğraf sanatına ilgi çekici örnekler vermişlerdir.

Ankara doğumlu Aydın Büyüктаş, Dronography alanında en bilinen eserlere imza atan sanatçıdır. Turizm İşletmeciliği bölümünü okurken okulu bırakarak İstanbul'a yerleşen ve görsel efekt, 3B animasyon ve video gibi alanlarda kendini geliştiren sanatçı 2012 yılında fotoğraf eğitimine başlamıştır. Büyüктаş ilk olarak drone ile farklı açılardan fotoğrafladığı mekanları daha sonra dijital fotoğraf makinesi ile tekrar çekmekte ve ardından bilgisayar ortamında bu fotoğrafları birleştirerek tek bir fotoğraf haline getirmektedir.



Fotoğraf-40: Aydın Büyüктаş - Flatland (Kaynak: www.aydinbuyuktas.com)

Edwin Abbat'ın 1884 yılında yazdığı *Flatland: A Romance of Many Dimension* adlı kitabın Flatland serisine ilham kaynağı olduğunu belirten Büyüктаş, ilk olarak İstanbul'u gezdiğini ve ilgi çekici mekanları keşfettiğini, daha sonra 3B yazılımlar ile uygun açı ve ölçekleri belirlediğini, ardından farklı konum ve açılardan fotoğraf çekimlerini gerçekleştirdiğini, son olarak ise bilgisayar ortamında bu fotoğrafları birleştirdiğini ifade etmektedir. Birçok sanat sitesi ve yazar tarafından "akıl bükücü" (bkz. Mymodertmet.com, The Guardian) olarak tanımlanan Büyüктаş, Flatland serisinin gördüğü ilginin ardından, ABD'de terk edilmiş mekanları çektiği fotoğraflardan oluşan Flatland 2 serisiyle simetri ve renk tonlarına ağırlık veren çalışmalara imza atmıştır.



Fotoğraf-41: Aydın Büyüктаş – Flatland 2 – (Kaynak: www.aydinbuyuktas.com)

Drone vb. insansız hava araçları ile çekilen fotoğraflar, daha önce deneyimlenmemiş estetik bakış açıları sunmakta, bilgisayar yazılımları ile yapılan müdahaleler sayesinde de geleneksel fotoğraf döneminde elde edilemeyen formlar oluşturulabilmektedir.

Yeni medya sanatının özelliklerinin bahsedildiği bölümde dijital teknolojilerin insan-bilgisayar arasında bir etkileşim yaratarak izleyicilerin sanat eserine müdahil olduklarından bahsedilmektedir. Fotoğraf sanatında etkileşim ise, genel olarak fotoğrafların sergilendiği ortamlarda beğeni ya da yorum üzerinden olmaktadır. Bununla birlikte son yıllarda dijital teknolojilerde meydana gelen yenilikler, fotoğrafta etkileşim özelliğini farklı bir boyuta taşımıştır. 360 derece görüntü oluşturma imkânı veren teknolojilerin ortaya çıkmasıyla birlikte, insan gözünün elde edemeyeceği görüş açılarından fotoğraf çekilebilir hale gelmiştir. 360 derece görüntüleme imkânı sunan kameraların yanı sıra dijital kameraları ile çekilen fotoğrafların bilgisayar ortamında birleştirilmesiyle de oluşturulan 360 derece görüntülerin fotoğraf alanına getirdiği en önemli yenilik kullanıcı ile fotoğraf arasındaki etkileşim boyutunu beğeni ve yorum aşamasının ötesine taşımasıdır. Çünkü 360 derece fotoğrafların görüntülenebilmesi için izleyicinin dijital bir ara yüze ihtiyacı vardır. Bilgisayarda klavye ya da fare aracılığıyla sağlanan bu etkileşim, cep telefonlarında dokunmatik yüzeyler ya da harekete duyarlı sensörler aracılığıyla da elde edilmektedir. Sanal görüntüleme teknolojilerinin kullandığı gözlükler de yine 360 derece fotoğrafların görüntülenmesi ve bu fotoğraflar ile izleyici arasındaki etkileşime izin veren yeni medya araçlarıdır. İzleyici ara yüzü kullanarak fotoğrafta görüntülediği alanı hareket ettirebilmekte, fotoğraf içerisine daha önce yerleştirilen farklı bakış açılarına geçiş yapabilmekte ve böylece fotoğrafları istediği gibi deneyimleyebilmektedir.



Fotoğraf-42: Chris Leary – George Washington Bridge (Kaynak: www.chrislearyphotography.com)

Fotoğraf paylaşım sitelerinin ilk dönemlerinde 360 derece fotoğrafların görüntülenmesine izin vermemesi nedeniyle daha çok ticari uygulamalarda kullanılan 360 derece fotoğraflar, cep telefonu yazılımları aracılığıyla oluşturulabilir hale gelmesinin ardından Instagram ve Flickr gibi sitelerde sıkça görülmektedir. Özellikle Flickr, Flickr VR adlı özel bir bölüm oluşturarak 360 derece fotoğraf çalışmalarını sergilemekte, yine aynı isimli telefon uygulaması ile fotoğrafların cep telefonlarından da deneyimlenmesine imkân sağlamaktadır. Brandon Orse, Ryan Alexander, Zlejka Soletic gibi sanatçılar, 360 derece fotoğraflarıyla Flickr’da öne çıkmaktadır.

Yeni medya araçlarının fotoğraf kağıdının sınırlarını ortadan kaldırmış, özellikle yukarıda bahsedilen 360 derece fotoğraf gibi yeni fotoğraf formlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ancak yeni medya döneminde fotoğrafın formunda gelen değişikliklerden bir diğer nedeni günlük hayatın her anında kullanılmakta olan cep telefonlarının fotoğraf makinelerine dönüşmeleridir. Mobil fotoğrafçılık bölümünde kısaca özetlediğimiz cep telefonlarının fotoğraf üretme araçlarına dönüşmesi sadece fotoğraf makinelerinin teknolojilerinde değil, fotoğrafında formunda bazı değişimlere neden olmuştur. Mobil fotoğrafçılık dendiğinde ilk akla gelen ortam olan Instagram, 2010 yılında kullanıma sunulduğunda, diğer bütün yeni medya ortamlarını göz ardı ederek yalnızca cep telefonları üzerinden fotoğraf paylaşmaya izin vermiştir. Instagram diğer fotoğraf paylaşım sitelerinin (Flickr, Eyeem, 500px vb) aksine yalnızca cep telefonlarından fotoğraf yüklenmesine izin vermektedir. Ayrıca Instagram uygulaması 2010-2015 yılları arasında Polaroid fotoğraf makinelerinin sunduğu “kare format” fotoğraf boyutlarında paylaşım yapılmasına izin vermiştir. Polaroid makinelerin sunduğu çekilen fotoğrafın anında kullanıcı ile buluşma özelliği, Instagram için, çekilen fotoğrafın anında düzenlenmesi ve paylaşılması olarak karşılık bulmuştur. Instagram’ın kurucularından Kevin Systrom (2013) Instagram’ın yalnızca cep telefonu aracılığıyla paylaşımına izin veren bir uygulama olmasının nedenini “insanlara hareket halindeyken fotoğrafları görme ve çekme deneyimini yaşatmak” sözleriyle ifade etmektedir. Günümüzde Instagram halen yalnızca cep telefonu aracılığıyla paylaşım yapılmasına izin vermekle birlikte, özellikle profesyonel fotoğrafçılar, dijital makineler ile çektikleri fotoğrafları bilgisayarda düzenlemekte (Photoshop, Lightroom gibi yazılımlar aracılığıyla) ve mobil platformlarda desteklenen uygulamalar aracılığıyla telefonlarına aktararak Instagram’da paylaşmaktadır.



Fotoğraf-43: Hannes Becker – Yeni Zelanda (**Kaynak:** www.instagram.com/hannes_becker)

Yeni medya çağında fotoğraf sanatçıları, birçok farklı aracı kullanarak yeni medya sanatına ait örnekler vermektedir. Bu sanatçıların kullandığı araçlar, bilgisayar yazılımlarından internete bağlı kameralara kadar çeşitlilik göstermektedir. Ancak bazı istisnalar hariç yeni medya sanatçıları ürettiği fotoğraf çalışmalarını izleyicilere sunmak için kişisel web sitelerini ya da online sanat forumlarını ve müzeleri kullanmaktadır. Örneğin Max Asabin, Fong Qi Wei, Stephanie Jung gibi çektiği fotoğrafları bilgisayar ortamında birleştirerek 'kompozit fotoğraf' üreten sanatçılar, Instagram gibi platformlar yerine, Behance gibi platformları tercih etmektedirler.

Instagram'ın kare fotoğraf paylaşma zorunluğu yeni bir fotoğraf formu meydana getirmiştir. Bazı profesyonel fotoğrafçılar üretim aracı olarak fotoğraf makinelerini kullanmaları ve bu kameraların Instagram'ın 1/1 fotoğraf oranı yerine 1,5 oranında fotoğraf alanı sunmalarında dolayı Instagram'ı tercih etmemiştir. Ancak bazı fotoğraf sanatçıları Instagram'ın kare fotoğraf formuna uyum sağlamış ve çalışmalarını bu şekilde üretmiştir. Instagram 2015 yılında yayınladığı güncelleme ile birlikte kare fotoğraf paylaşma zorunluluğunu ortadan kaldırmış ve fotoğrafların yatay ya da dikey formlarda paylaşılmasına izin vermiştir. Profesyonel fotoğrafçılar tarafından kullanılmaya başlanan bu özellik, kare formata alışmış olan kullanıcılar tarafından halen tercih edilmemektedir. Instagram'ın 2015 yılında yaptığı araştırmaya göre kare fotoğrafların dikdörtgen fotoğraflara oranı 5/1'dir (Küstür, 2015). Bir başka deyişle Instagram'a fotoğraf yükleyen kullanıcıların yüzde 80'i kare formatı tercih etmektedir.

III. BÖLÜM

YENİ MEDYA ÇAĞINDA FOTOĞRAF ESTETİĞİNİN DEĞİŞİMİ

Görsel bir anlatım aracı olan fotoğraf izleyici ile bağ kurmalı ve içerdiği mesajı izleyiciye aktarabil-melidir. Fotoğrafın izleyici ile kurduğu bu bağ görsel kodlar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Dönem dö-nem “sanat mı?”, “değil mi?” tartışmaları yaşanmış olsa da fotoğraf sanatı izleyici ile olan tüm iletişimini biçimsel kodlar üzerinden gerçekleştirmektedir. İcat edildiği günden itibaren diğer görsel sanatlar ile doğrudan ya da dolaylı bir ilişki içerisinde olan fotoğraf, görsel düzenleme ve biçimsel kodlar açısından da diğer sanat dallarından beslenmektedir. İlk dönemlerinde resim sanatının görsel kodlarını kullanan fotoğraf ilerleyen dönemlerde grafik sanatının da görsel düzenlemelerini benimsemiştir. Kompozisyon kuralları olarak ifade edilen bu biçimsel kodlar, fotoğrafın içerdiği mesajı izleyiciye aktarmasının ilk aracıdır.

Sabit Kalfagil *Fotoğrafın Yapısal Öğeleri ve Fotoğraf Sanatında Kompozisyon* (2006) adlı kitabında kom-pozisyonu “görsel sanatların ve fotoğrafın dilini oluşturan bütün anlatım öğelerinin belirli bir çerçeve içerisinde anlatımı etkili kılacak, anlatılmak istenen ile izleyicinin duygu ve düşüncelerini paylaşacak düzenlemeler” olarak tanımlamaktadır. Fotoğraf sanatçısı aktarmak istediği düşünceyi ya da vermek istediği mesajı düzenlerken kompozisyon öğelerinden faydalanmaktadır. Fotoğraf sanatçısının fotoğrafı çekerken kullandığı objektif türü, fotoğraflamak istediği konuyla arasındaki mesafe ve konuya bakış açısı, konuyu çerçeveleme şekli ve bu çerçeveleme esnasında görüntü içerisinde yer alan objelerin ko-numları oranları ve birbirleriyle dengeleri kompozisyona etki etmektedir.

Estetik kuramlardan biri olan biçimcilik kuramı estetik okumalarda sanat eserini merkeze almakta, sanatçı ve izleyiciyi göz ardı ederek sanat eserinin biçimsel özelliklerini ortaya çıkarmaya çalışmaktadır. Bunula birlikte fotoğraf sanatına biçimsel kuram ile yaklaşılsa da fotoğrafın aktif ya da pasif düzenlen-mesine göre fotoğrafçının biçim üzerinde etkisi bulunmaktadır.

Görsel sanatlarda kullanılan kompozisyon düzenleme öğeleri, fotoğraf sanatında da kullanılmakta-dır. Fotoğraf sanatçısı ve akademisyen Emre İközler, Faruk Akbaş ile yazdıkları *Fotoğraf Teknik Okumaları* (2003) kitabında, fotoğrafta kompozisyon öğelerini tanımlarken şu başlıkları kullanmaktadır; çerçeve-lere, ilgi merkezi, altın kesim, belirginlik, sadelik, derinlik, perspektif, alan derinliği, boyut denge ve oran, formlar, doku, ritim, hareket, uyum, görsel bağ, kritik an, yaşam ögesi, ufuk çizgisi, renk, kontrast, doğrultu ve yön, grafik öğeler (geometrik şekil ve çizgiler) ve bakış açısı. Her fotoğraf eseri kompozisyon öğelerinin tamamına uygun olacak diye bir kural olmasa da fotoğraf sanatında eserin oluşturulmasında belli başlı tanımlamalar fotoğrafın biçimsel olarak estetik kodlarını oluşturmaktadır.

Yeni medya çağında fotoğrafın biçimsel olarak değişimini araştıran üçüncü ve son bölümünde yukarıdaki kompozisyon öğeleri doğrultusunda Instagram üzerinden seçilmiş 10 adet fotoğraf incelenecektir.

Çalışmanın Amacı

İcadından bugüne kadar teknik bir süreç olan fotoğraf, sanat olarak kabul edilmeye başladığı gün-den itibaren teknik analizlerden ziyade içeriksel ve anlam açılarından incelenmiştir. Tekniğin anlam üze-rindeki etkisi göz ardı edilmemekte birlikte, özellikle toplumsal ve kültürel değişimlerin fotoğraf sana-

tındaki etkileri sanatsal olarak içeriğe ve anlama odaklanmıştır. Halbuki içerik ve anlamın oluşturulması teknik bir süreçtir. Bu açıdan fotoğraf sanatının teknik olarak ne gibi süreçlerden geçtiği, biçimsel kodları oluştururken hangi unsurlardan faydalandığı ve kullandığı teknolojiye göre hangi biçimsel özellikleri taşıdığı anlam ve içerik kadar önem taşımaktadır. Benzer şekilde yeni medya ile ilgili araştırmalar da içerik ve anlam boyutuna odaklanmaktadır. Halbuki yeni medyanın 'yeni' olarak adlandırılmasının altında teknolojik gelişmelerin getirdiği biçimsel değişiklikler yatmaktadır. Bu nedenle bu çalışmasının amacı, yeni medya fotoğraf birlikteliğinden oluşan yeni medya sanatında fotoğrafın biçimsel olarak ne tür form değişikliklerine uğradığı ve biçimsel estetik kodlarının yeni medyada değişiklik gösterip göstermediğidir.

Çalışmanın Yöntemi

Yeni Medya Çağında Fotoğraf Estetiğinin Değişimi isimli bu çalışma amaca yönelik ve istatistiki verilerin ışığında belirlenen örneklem yoluyla seçilen fotoğraf eserlerinin incelenmesiyle oluşturulmuştur. Bu yöntemle seçilen çalışmalar, biçimsel estetik kuramının eser yaklaşımı ve fotoğrafta bulunan biçimsel estetik kodlar ışığında çözümlenmiştir.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmaya konu olarak yeni medya ortamında yer alan fotoğrafçılardan 8 kişi belirlenmiştir. İnternet üzerinden erişilebilen sosyal paylaşım siteleri, online sanat forumları ve sanatçıların kişisel siteleri üzerinden sanatçıların çalışmalarına ulaşılmıştır. Bilgisayar teknolojilerinin ve internetin yaygınlaşmasıyla sanatçılar internet üzerinden farklı mecralarda eserlerini sergilemekte ve izleyicilerine ulaşmaktadır. Bu nedenle çalışmanın örnekleme internet üzerinden belirlenmiştir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Sosyal paylaşım siteleri ve online sanat forumlarından belirlenen 8 fotoğrafçının 16 fotoğrafı analiz edilmek üzere seçilmiştir

Analiz Yöntemi

Yeni medyada fotoğraf sanatının geçirdiği biçimsel değişimleri araştıran bu çalışmaya rehberlik etmesi açısından analiz yöntemi olarak görsel sanatlara özgü bir yöntem olan biçimsel analiz yöntemi kullanılmıştır.

Biçimsel Analiz (Formal Analysis)

Biçimsel analiz yöntemi, görsel sanatlardaki diğer analiz yöntemlerinin aksine esere içeriksel değil, biçimsel olarak yaklaşmaktadır. Biçimsel analiz yöntemi sanat eseri "biçimsel olarak nasıl düzenlenmiş", "kompozisyon içerisinde hangi biçimsel öğeler kullanılmış" ve bu öğeler ile "nasıl bir görsel yapı oluşturulmuştur" sorularına odaklanmaktadır. Sanat eseri incelenirken görülen ile sınırlı kalmaktadır.

Munsterberg'e göre (2009) biçimsel analizin oluşturulmasında İngiliz sanat eleştirmeni Roger Fry'nin (1866-1934) önemli bir rolü vardır. Fry, modern sanattan esinlenerek izleyicinin ne gördüğünü eserin konusundan ve duygusundan bağımsız olarak ele almak istemiştir. Fry'nin ortaya koyduğu yöntem kısmen 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyılın başlarında yapılan görsel algılama çalışmalarına dayanmaktadır. Fry'a göre (Twitcwell'den akt. Munsterbeg, 2009) eğer tüm izleyiciler aynı görsel uyaranlara tepki veriyorsa bu içerik ve konudan bağımsız analiz edilebilmektedir.

Fry'nin biçimsel analiz yöntemine benzer analiz yöntemleri daha önceki dönemlerde de kullanılmış ancak bu çalışmalar sanat eserini bütünsel bir biçimde incelemiştir. Fry biçimsel analiz yöntemini kul-

lanırken sanat eserini biçimsel olarak parçalara ayırmakta ve bu parçalar üzerinden analiz etmektedir. Fry incelediği eserleri beş unsur altında ele almıştır. İlk olarak çizgi unsurunu kullanan Fry, çizginin jestin kaynağı olduğunu duyguyu izleyiciye doğrudan aktardığını ifade etmiştir. Kütle ikinci unsurdur. Bir cismin eserin içerisindeki kütlesi izleyici ile iletişime geçer ve izleyicinin tepkisine etki eder. Boşluk Fry'nın belirlediği üçüncü unsurdur. Eserdeki objelerin etrafındaki boşluklar esere derinlik katmaktadır. 3 boyutlu etkiye sahip eserler izleyici ile daha yakın bağ kurmaktadır. Dördüncü unsur olan ışık ve gölge; izleyicinin eserin aydınlık ve karanlık olan unsurlara verdiği tepkiye etki etmektedir. Beşinci ve son unsur ise renktir. Rengin mutluluk, melankoli gibi birçok duygunun üzerinde doğrudan etkisi vardır.

Alman Psikolog Rugolf Arnheim biçimsel analizi kullanan diğer bir sanat eleştirmenidir. 1954 yılında yayımlanan *Art And Visual Perception: A Psychology of The Creative Eye* (Sanat ve Görsel Algı: Yaratıcı Göz Psikolojisi, kitabında analiz için biçimsel kodlardan bahsetmiştir. Arnheim'in çözümleme kategorileri; denge, şekil, form, büyüklük, alan, ışık, renk, hareket, dinamizm ve izlenimdir.

Getty Sanat Tarihi Müzesi, sanat eserlerinin arşivlenmesi aşamasında eserlerin biçimsel olarak analiz edilmesi için biçimsel analiz şablonu sunmaktadır. Getty eserlerin biçimsel olarak incelenmesini Sanatsal Elementler ve Tasarım Prensipleri olarak iki ana başlığa ayırmakta ve bu iki başlık altında Fry ve Arnheim'dan yola çıkarak oluşturdukları alt kategorileri sunmaktadır. Sanat eserlerinin biçimsel olarak analiz edilmesi özellikle müzeler açısından önem arz etmektedir. Sanatçı ya da eserin yapıldığı dönem ile ilgili herhangi bir bilgiye ulaşılamasa da biçimsel analiz yöntemiyle eserlerin izleyiciler üzerinde ne gibi etkiler oluşturacağı ve böylece sanatçının ne gibi amaçlar ile motive olduğu hakkında fikir sahibi olunabilmektedir.

Getty Museum'un biçimsel analiz için önerdiği kategoriler şunlardır (getty.edu):

Denge: Denge nesnelerin görsel ağırlığının, renklerin dokunun eserin tüm alanına dağılmasıdır. Eserin dengeli olması için bu öğelerin dengeli olması gerekmektedir.

Vurgu: Vurgu sanatçının izleyicinin ilgisini eserde çekmek istediği bölümdür. Sanatçı öne çıkarmak istediği unsur, renk, boyut şekil gibi öğelerle vurgulayabilir. Ayrıca Fotoğraf sanatında vurguyu arttırmak için 1/3 kuralından yararlanılmaktadır. 1/3 kuralına göre, kadraj hayali olarak 9 parçaya ayrılmakta ve bu parçaların oluşturduğu çizgilerin kesişim noktaları vurgunun en güçlü olduğu noktalar kabul edilmektedir.

Hareket: Hareket izleyicinin bakışlarını sanat eseri boyunca vurgulanmak istenen noktaya yönlendirir. Eserin içerisindeki çizgi, şekil ve doku ile hareket sağlanabilir.

Desen: Sanat eseri içerisinde tekrarlanan obje ya da semboller sanat eserinin desenini oluşturmaktadır.

Orantı: Eserdeki tüm bölümlerin birbirileri ile ilişkisinin oluşturduğu bütünlük hissidir. Örneğin bir insan vücudunda baş bölgesinin boyutu vücudun diğer kısımları ile orantılı olmalıdır.

Ritim: Ritim bir veya daha fazla tasarım öğesinin art arda kullanılmasıdır. Desenden farklı olarak esere tempo katmak için kullanılmaktadır.

Çeşitlilik: Çeşitlilik farklı tasarım unsurlarının sanat eserinde bir arada kullanılmasıdır.

Birlik: Birlik, sanat eserini oluşturan bütün parçalar arasındaki uyum ve bütünlük hissidir.

Fotoğraf tarihe tanıklık etmenin yanında sanatsal olarak izleyici ile bağ kurmayı amaçlamaktadır. Bu nedenle fotoğraf sanatçıları izleyici ile bağ kurmak istediklerinde biçimsel analiz yönteminde genel hatları çizilen görsel kodlara başvurmaktadır. Fotoğraf sanatında kompozisyon kuralları olarak adlandırılan bu görsel kodlar bir fotoğrafın biçimsel çözümlemesi sırasında da kılavuz görevi görmektedir. Bu nedenle bu çalışmanın inceleme bölümünde biçimsel estetik kodları tespit edebilmek açısından fotoğrafta kompozisyon kurallarınada temel oluşturduğu için Getty'nin biçimsel kodları şablon olarak kullanılacaktır.

Analizler – Bulgular

Analizler ve bulgular başlığı altında Murad Osmann, Chris Burkard, Mustafa Seven, Mehmet Kırallı, Dan Marker Stephanie Jung, Pavel Khrustalev ve Serge Mendzhiyskogo'dan oluşan 8 fotoğrafçının çalışmaları biçimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Sanatçıların çalışmalarında fotoğrafta temel kompozisyon öğeleri araştırılmış ve bu öğelerin fotoğraflar üzerindeki etkisi yorumlanmıştır.

3.6.1. Murad Osmann'ın Fotoğraflarının Analizi

Film yapımcısı olan Murad Osmann'ın fotoğraf çalışmaları eşi Nataly Osmann (Zakharova) ile çıktıkları Barselona tatili ile ilgi çekmeye başlamıştır. Osmann tatil için gittikleri Barselona'da sıradan tatil fotoğrafları çekmek yerine fotoğraflarının merkezine eşini arka profilden yerleştirmiş ve elini tutarak pozlamıştır. Eşiyle birlikte dünyayı gezen sanatçı fotoğraflarını 2011 yılından itibaren Instagram'daki @muradosman hesabından "Follow Me To" etiketiyle paylaşmaktadır. Başlangıçta çok yüksek olmayan takipçi sayıları sanatçının haber sitelerine konu olmasıyla birlikte bugün 4,5 milyona ulaşmıştır.

Osmann Instagram üzerinden paylaşmaya başladığı ilk dönem fotoğrafları cep telefonu ile çekmiştir. Kullanıcı sayısının artması "Follow Me To" serisinin ilgi çekmesinin ardından profesyonel fotoğraf makinesi kullanmaya başlayan sanatçı ayrıca çektiği fotoğrafları bilgisayar ortamında grafik tasarım yazılımları ile düzenlemekte ve ardından Instagram üzerinden paylaşmaktadır. Fotoğrafların üzerinde ilk düzenlemeleri renk, kontrast ve çerçeve üzerinde yaparak başlayan sanatçı, daha sonraki dönemde fotoğraflarına gittiği mekâna göre gerçekte fotoğrafta olmayan öğeler de eklemiştir.

3.6.1.1. Murad Osmann'ın *Sagrada Familia in Barcelona* Fotoğrafının Biçimsel Analizi

Murad Osmann *Sagrada Familia in Barcelona* fotoğrafını "What Gaudi site is your favorite?" sorusu ile, 17 Haziran 2016 tarihinde Instagram'da paylaşmış, 5 Ocak 2018 tarihine kadar 322.341 beğeni ve 3.161 yorum almıştır.

Murad Osmann'ın Follow Me To serisinin bakış açısına sahip olan *Sagrada Familia in Barcelona* fotoğrafında eşi Nataly Osmann'ı arka profilinden üzerinde kırmızı bir elbise ile Gaudi'nin ünlü La Sagrada di Familia katedrali önünde fotoğraflamıştır. Fotoğrafın arka planında katedral ve katedrali ziyaret etmek için bekleyen insanlar görünmektedir. Açık mavi gökyüzünde bulutlar çerçevenin sol üst bölümünü kaplarken, çerçevenin sağ üst tarafında ise batmakta olan güneşin parlaması yer almaktadır.

Instagram'ın ilk dönemlerinde zorunlu tuttuğu kare fotoğraf formatı, Osmann'ın *Sagrada Familia in Barcelona* fotoğrafının çerçevelemesi üzerinde de etkilidir. Osmann, kare fotoğraf tercihini Instagram'ın tam boyutta fotoğraf paylaşma izninin ardından da bu fotoğrafında kare formatı korumuştur.



Fotoğraf-44: Murad Osmani – Follow Me To – Sagrada Familia in Barcelona

Denge: Osmani'nin *Sagrada Familia in Barcelona* fotoğrafında belirgin bir denge bulunmamaktadır. Bununla beraber mankenin fotoğrafa konumlandırılış biçimi merkez alınır ise kısmen simetrik bir denge yakalanmıştır. Özellikle arka plandaki katedralin kulelerinin simetrik yapıda olması ve mankenin başının iki yanında eşit olarak yer alması kısmen simetrik bir denge yaratmıştır. Ancak çerçevenin sağ tarafında kalan boşluk simetrik dengenin bilinçli olarak oluşturulmadığı hissi uyandırmaktadır.

Vurgu: *Sagrada Familia in Barcelona* fotoğrafında ilgi merkezi olarak konumlandırılan manken vurgu noktası oluşturmaktadır. Osmani modelde kırmızı renk bir kıyafet tercihinde bulunarak vurguyu arttırmaktadır. Modelin kollarını duruş pozisyonu fotoğrafta ilgi merkezi oluşturmakta ayrıca sanatçı kendi elini de fotoğrafa dahil ederek model üzerindeki vurguyu güçlendirmektedir.



Osmann'ın Barcelona fotoğrafı 1/3 kuralı tam uymamaktadır. Bununla birlikte fotoğrafa konu olan manken kadrajın tam ortasına yerleştirilerek 1/3 kuralında çerçevenin en güçlü noktalarından biri olan orta kısma konumlandırılmaya çalışılmıştır. Ayrıca fotoğrafçı ile modelin ellerinin birleştiği nokta, 1/3 kuralında altın noktalardan birine çok yakın konumdadır.

Hareket: *Sagrada Familia in Barcelona* fotoğrafçının ve modelin elleri izleyicinin bakışını yönlendirmektedir. Ayrıca katedralin dış hatlarının oluşturduğu çizgi model için bir çerçeve oluşturmaktadır. Ancak Katedralin kulelerinin fotoğrafın üst kısmına doğru yönelmiş olması hareketi çerçevenin üst kısmına yönlendirmektedir.

Örüntü (Desen): Fotoğrafta arka planda yer alan katedralin bir dokusu olmak ile birlikte, fotoğrafa herhangi bir örüntü katmamaktadır.

Oran/Orantı: *Sagrada Familia in Barcelona* fotoğrafı oran/orantı açısından ele alındığında, arka planda yer alana katedralin oranı, ön planda yer alan model ile orantılıdır. Modelin fotoğraf makinesine yakın durması perspektiften dolayı boyutlarının büyük görünmesi bir orantısızlık katmış gibi görünse de katedralin önünde yer alana insanların boyutları ele alındığında uzaklık yakınlık arasındaki oran orantı iki ana objenin birbiri ile oranlarını doğrulamaktadır.

Ritim: Fotoğrafta tekrar eden herhangi bir biçimsel element bulunmadığı için ritim duygusu yoktur.

Renk: *Sagrada Familia in Barcelona* fotoğrafı renkli çekilmiş bir fotoğraftır. Fotoğrafta kırmızı renk ve tonlamaları hakimdir. Modelin kırmızı elbisesi, katedralin kırmızı tonları ve yine aynı şekilde gökyüzünün kırmızı tonlarıyla bir bütünlük sağlamıştır. Modelin boynunda yer alan yeşil renk kolye katedralin tonları ile saç renginin birbirine karışmasını engellemektedir.

Birlik: Fotoğrafta oluşturan unsurlar arasında bir birlik göze çarpmamaktadır. Modelin kırmızı renk modern tarz kıyafeti, katedralin klasik yapısıyla tezatlık sergilemektedir.

Murad Osmann'ın the Holl Festival of Varanasi Fotoğrafının Biçimsel Analizi

Murad Osmann tarafından *the Holl Festival of Varanasi*, 5 Haziran 2016 tarihinde Instagram'da paylaşılmış, 5 Ocak 2018 tarihine kadar 374.974 beğeni ve 3.226 yorum almıştır.

Murad Osmann'ın Follow Me To serisine ait bir çalışma olan *the Holl Festival of Varanasi* fotoğrafında model olarak yine eşini kullanmıştır. Hindistan'daki Renk Festivali'nde çekilen fotoğrafın ön planında tüm "Follow Me To" serisinde olduğu gibi eşi ve kendi eli bulunmaktadır. Sanatçının hem kendi hem de eşinin üzerinde farklı renklerin bulaştığı beyaz renkte kıyafetler bulunmaktadır. Festivale katılanlar tarafından atılan yeşil, pembe renkteki toz boyalar, konfetiler ve Varanasi görüntüsü fotoğrafın arka planını meydana getirmektedir. Çerçevenin sol tarafında bulunan çocuklardan bir tanesi net alanda iken diğerleri boya bulutlarının arkasında net alandan çıkmaktadır.



Fotoğraf-45: Murad Osmann – Follow Me To – the Holl Festival of Varanasi

Osmann'ın *Sagrada Familia in Barcelona* fotoğrafında olduğu gibi bu fotoğrafında da kare formatı tercih etmiştir.

Denge: Osmann'ın *the Holl Festival of Varanasi* fotoğrafında çerçevenin düzenlenmesi açısından denge bulunmamaktadır. Modelin eliyle savurduğu elbisesi çerçevenin sağ tarafını doldururken sol tarafta renkli kıyafetleri ile bulunan çocuk renkli arkaplanla birleşmekte ve çerçevenin sol tarafının boş gibi görünmesine neden olmaktadır.

Vurgu: *the Holl Festival of Varanasi* fotoğrafında merkeze yerleştirilen manken vurgu noktası oluşturmaktadır. Mankenin beyaz renk kıyafeti fotoğrafta yer alan diğer renklerle kontrast oluşturmakta ve vurguyu güçlendirmektedir.



Osmann'ın Barcelona fotoğrafı 1/3 kuralı uymaktadır. Fotoğrafın ana ögesi olan manken tam merkez kareye yerleştirilmiş, Osmann ile mankenin ellerinin birleşim noktası da 1/3 kuralının birleşme noktasına denk gelmektedir. Ayrıca gök yüzü fotoğrafta 1/3'lük bir alan kaplamaktadır.

Hareket: *the Holl Festival of Varanasi* fotoğrafının ve modelin elleri bir önceki fotoğrafta olduğu gibi izleyicinin bakışını yönlendirmektedir. Fotoğrafın sol tarafında yer alan çocuğun bakışları da izleyiciyi modele yönlendirmektedir. Yeşil ve pembe renklerin çizgisel hareketi ve birleşme noktaları da hareketi sağlamaktadır.

Örüntü (Desen): *the Holl Festival of Varanasi* fotoğrafında herhangi bir desen bulunmamaktadır.

Oran/Orantı: *the Holl Festival of Varanasi* çalışması oran/orantı açısından ele alındığında, fotoğrafı oluşturan unsurların insan yoğunluklu olması ve bu insanların oranları açısından herhangi bir orantısızlık bulunmamaktadır. Sanatçının diğer fotoğrafının aksine bakış açısı olarak göz hizasını tercih etmiş olması ön plan arka plan uyumsuzluğuna engel olmaktadır. Çerçevenin solundaki çocuk ile model arasındaki oran da fotoğrafın oran/orantısını desteklemektedir.

Ritim: Fotoğrafta tekrar eden herhangi bir biçimsel element bulunmamaktadır. Ancak birbirinden farklı renklerin fotoğrafa ritim katarak dinamizm sağlamaktadır.

Renk: *the Holl Festival of Varanasi* fotoğrafı renkli çekilmiş bir fotoğraftır. Fotoğrafta beyaz yeşil ve pembe tonlar hakimdir. Modelin beyaz renk kıyafeti toz boyalar ile kaplanmış ve fotoğrafın diğer renklerine uyum sağlamıştır. Fotoğraflarını bilgisayar ortamında düzenlediği bilinen sanatçının bu fotoğrafta renkleri bilgisayar ortamında canlandırdığı tahmin edilmektedir.

Birlik: Fotoğrafı oluşturan unsurlar arasında bir birlik göze çarpmaktadır. Modelin kıyafetinin boya bulanması, arka planda yer alan insanların birbirlerine boya atması, çocuğun kıyafetlerinin rengarenk olması fotoğrafı oluşturan öğeler arasında birlik sağlamaktadır.

Chris Burkard'ın Fotoğraflarının Analizi

ABD Kaliforniyalı Chris Burkard kendisini fotoğrafçı, kâşif, yaratıcı yönetmen ve yazar olarak tanımlamaktadır. Vahşi yaşam ve manzara fotoğrafları çeken Burkard fotoğrafları yoluyla vahşi yaşama dikkat çekmek istediğini ifade etmektedir.^{11*} Sörf, macera ve seyahat, sanatçının fotoğraflarında sıkça kullandığı temalardır. Kariyerinin başında sörf sporuna ait fotoğraf çalışmalarıyla dikkat çeken ve bu alandaki magazin dergilerine kapak fotoğrafları üreten sanatçıyı Instagram'da 2,9 milyon kişi takip etmektedir. Burkard sörf fotoğraflarının ardından kuzey bölgelerine yaptığı fotoğraf gezilerinde manzara fotoğraflarına ağırlık vermekte ve bu alanda video sanatçıları ile birlikte hareket ederek ortak projeler üretmektedir.

¹¹ * Sanatçının kişisel web sitesi olan <http://www.chrisburkard.com> sitesinin Hakkında bölümünden alınmıştır.

Chris Burkard'ın *Greenland-1* Fotoğrafının Biçimsel Analizi

Chris Burkard *Greenland-1* fotoğrafını 17 Kasım 2017 tarihinde "I am the most fascinated by things that don't last." Etiketile paylaşmış ve 188.389 takipçisi tarafından beğenilmiştir. Ayrıca Burkard'ın fotoğrafına 1.912 kişi yorum yapmıştır.

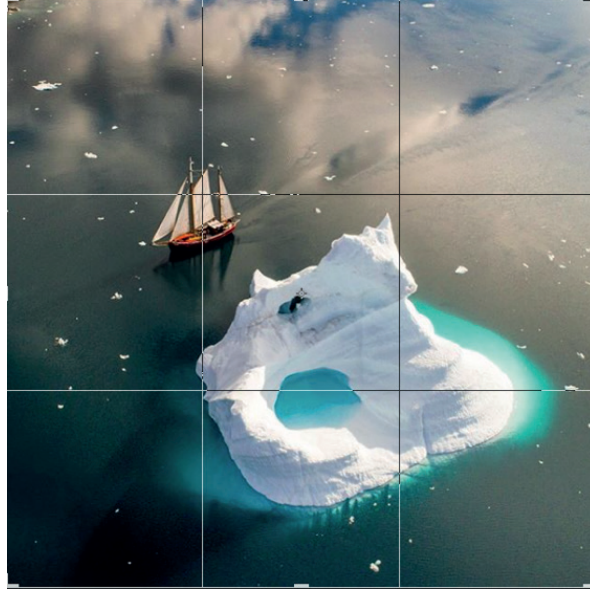


Fotoğraf-46: Chris Burkard – Greenland-1

Chris Burkard'ın *Greenland* serisi Danimarka'ya bağlı özerk bölge olan Atlas okyanusundaki Grönland'da çektiği fotoğraflardan oluşmaktadır. Okyanus üzerinde bulunan bir buz kütle ve yelkenli bir gemi olmak üzere iki ana öğeden oluşan fotoğraf sanatçı tarafından drone ile çekilmiştir. Fotoğrafta iki ana öğe dışında okyanus yüzeyinde gökyüzündeki bulutların yansıması görünmektedir. Ayrıca okyanus üzerinde dağılmış durumda olan irili ufaklı buz kütleleri de fotoğrafın diğer öğeleridir. Burkard Instagram'da paylaştığı fotoğraflarında genel olarak kare formatı tercih etmektedir. *Greenland-1* isimli fotoğrafı da sanatçının kare formatı kullandığı bir fotoğraf çalışmasıdır.

Denge: Burkard'ın *Greenland-1* isimli fotoğrafında asimetrik bir denge vardır. Buz kütle ve yelkenli gibi farklı tür ve boyutlardaki iki objenin kullanılmasıyla oluşturulan asimetrik denge fotoğrafa yerleştirilme noktaları itibariyle denge katmaktadır. Sanatçının drone ile çektiği düşünülen fotoğrafını daha sonra bilgisayar ortamında kırparak denge oluşturduğu tahmin edilmektedir.

Vurgu: *Greenland-1* fotoğrafında birincil vurgu buz kütlesi üzerindedir. Buz kütesinin fotoğrafta kapladığı alanın büyüklüğü ve beyaz renginin zeminle oluşturduğu kontrast vurguyu kendi üzerine toplamaktadır.



Burkard'ın *Greenland-1* fotoğrafında 1/3 kuralını kusursuz olarak uygulanmıştır. Fotoğrafın ana ögesi olan buz kütlesi merkez bölgeyi oluşturan 3 noktanın üzerinde yer almakta, dördüncü noktada ise yelkenli bulunmaktadır. Sanatçı bilgisayar ortamında fotoğrafı tekrar kadrajlaması nedeniyle 1/3 kuralını kusursuz uygulayabilmiştir.

Hareket: *Greenland-1* fotoğrafında hareketi yönlendiren en önemli öge buz kütesinin şeklidir. Çerçevenin alt bölgesinde buz kütesinin yuvarlak hatları, çerçevenin ortasına doğru keskinleşmekte ve izleyicinin bakışlarını yelkenliye doğru hareketlendirmektedir. Ayrıca yelkenlinin okyanus üzerinde ilerlerken arkasında bıraktığı iz vektörel bir etki oluşturmakta ve yelkenliyi işaret etmektedir.

Örüntü (Desen): *Greenland-1* fotoğrafında herhangi bir desen bulunmamaktadır. Fotoğrafta tekrar eden irili ufaklı buz parçaları bulunmakla birlikte herhangi bir desen oluşturmamaktadır.

Oran/Orantı: *Greenland-1* fotoğrafında oran/orantı uyumsuzluğu göze çarpmamaktadır. Buz kütesinin boyutları ile yelkenlinin buz kütlesi arasındaki boyut farkı orantının doğru bir şekilde kullanılmasını sağlamıştır. Fotoğraf makinesinin bakış açısı perspektif etkiyi azaltmış olmakta birlikte iki ana ögenin fotoğraf makinesine olan mesafelerine olan farkı orantıyı dengelemektedir.

Ritim: Fotoğrafta tekrar eden herhangi bir görsel unsur bulunmamaktadır. Ancak yelkenlinin arkasında bıraktığı iz fotoğrafa dinamizm katmaktadır.

Renk: *Greenland-1* fotoğrafında Burkard soğuk renkleri tercih etmiştir. Buz kütesinin beyaz rengi ve kütenin zemininin açık mavi tonları baskın renkler olarak dikkat çekmektedir. Yelkenlinin turuncu tonları Burkard'ın fotoğrafında kullandığı tek sıcak renktir.

Birlik: Fotoğrafı oluşturan unsurlar arasında bir birlik söz konusudur. Fotoğrafa ait az sayıdaki obje, fotoğrafın geneliyle bütünlük oluşturmaktadır. Buz kütlesi okyanus ve yelkenli birbirileri ile uyum sergilemektedir.

Chris Burkard'ın *Greenland-2* Fotoğrafının Biçimsel Analizi

Chris Burkard *Greenland-2* fotoğrafını 26 Kasım 2017 tarihinde "Unsure at first if the glacial remnants would bare our weight. We stood supported by ice much older and wiser than us." metiniyle paylaşmış ve 122.402 takipçisi tarafından beğenilmiştir. Ayrıca Burkard'ın fotoğrafına 799 kişi tarafından yorum yapılmıştır.



Fotoğraf-47: Chris Burkard – Greenland-2

Chris Burkard'ın *Greenland-2* fotoğrafının ortasında büyük bir buz kütlesi bulunmaktadır. Buz kütle-
sinin üzerinde bir insan durmaktadır. Fotoğrafın sağ alt köşesinden yelkenlinin ucu kadrāja girmekte ve
yelkenlinin ön kısmında üç kişi bulunmaktadır. Yelkenli üzerinde dört adet kırmızı renkte kano vardır.
Yelkenlinin direklerine bağlandığı düşünülen ipler fotoğrafın üst kısmından çerçeveyi terk etmektedir.
Fotoğrafın arka planında gri bulutlarla kaplı gökyüzü ve başka buz kütleleri yer almaktadır. Fotoğrafın
ön kısmındaki okyanus üzerinde buz kütlelerinin yansıması bulunmaktadır.

Denge: Burkard'ın *Greenland-2* isimli fotoğrafında asimetrik bir denge vardır. Fotoğrafın merkezin-
de bulunan insan eksen alındığında büyük buz kütlesi çerçevenin iki tarafında da eşit yer almaktadır.
Ancak yelkenlinin sağ taraftan çerçeveye girmesi ve arka planda sağ tarafta bulunan diğer buz kütlesi
dengeyi sağ tarafa kaydırmaktadır. Fotoğrafın büyük bölümünü kaplayan buz kütlelerinin diagonal konu-
mu diğer öğelerle birlikte asimetrik bir denge oluşturmaktadır.

Vurgu: *Greenland-2* fotoğrafında birincil vurgu renk kontrastından dolayı yelkenli üzerindeki kano-
lardadır. Ortadaki buz kütlelerinin boyutları ise öne çıkan diğer bir vurgu noktasıdır.



Burkard'ın *Greenland-2* fotoğrafında da 1/3 kuralı uygulanmıştır. Fotoğrafın ana ögesi olan buz kütlesi merkez bölgede bulunan 1/3'lük kısımda yer alırken, yelkenlinin yerleştirildiği konum 1/3 kuralının en güçlü noktalarından birisi üzerindedir. Ufuk çizgisinin fotoğrafa yerleştirilme biçimi de 1/3 kuralını desteklemektedir.

Hareket: *Greenland-2* fotoğrafında hareketi yönlendiren birden çok unsur bulunmaktadır. Çerçevenin sağ alt bölgesinde kadraja giren yelkenlinin kenar çizgileri ve yelkenli içerisindeki kanoların duruş pozisyonları hareketi buz kütlesine ve üzerindeki insana yönlendirmektedir. Yelkenlinin ipleri yelkenlinin ucu ile birleşerek izleyicinin bakışlarını aynı yöne çekmektedir. Ortada yer alan buz kütlesinin diagonal konumlanması ve kenar çizgileri çerçeve dışına bir hareket veriyor hissi uyandırıyor da buz kütlesinin baskın beyaz rengi izleyiciyi belirli bir alanda tutmaktadır.

Örüntü (Desen): *Greenland-2* fotoğrafında herhangi bir desen bulunmamaktadır. Birbirini tekrar eden objeler genelde bir desen oluştursa da arka plandaki buzların tekrarı bir desen ortaya çıkarmamaktadır.

Oran/Orantı: *Greenland-2* fotoğrafında oran/orantı uyum ve uyumsuzluğu bir arada kullanmıştır. Buz kütlesi üzerindeki insanın buz kütlesini oranı uyumlu iken, fotoğrafın bakış açısından dolayı yelkenli ile buz kütlesi üzerindeki kişiler arasında da orantı mevcuttur. Yakınlık uzaklık ilişkisi bağlamında öndeki nesnelerin boyutlarının arkadakilere oranla daha büyük olması gerekse de üst bakış açısı bunu dengelemiştir.

Ritim: Fotoğrafta bulunan büyük buz kütlesinin diagonal olarak yerleştirilmesi fotoğrafa dinamizm katmaktadır. Ayrıca yelkenlinin kenar hatları dinamizm duygusunu desteklemektedir.

Renk: *Greenland-2* fotoğrafında Burkard ön planda sıcak, arka planda ise soğuk renkleri tercih etmiştir. Yelkenlinin kırmızı rengi fotoğrafa canlılık katmaktayken fotoğrafın geri kalan bölümüne hâkim olan soğuk renkler gri gökyüzü ile desteklenmektedir. Okyanusun yelkenli ile buz kütlesi arasında kalan kısmının yeşil mavi tonları fotoğrafın arka plan renklerinden ayrılmaktadır. Bu iki bölümün uyumsuzluğu ve buz kütlesinin kenar hatlarının keskinliği fotoğrafın dijital ortamda müdahale edilerek renklerin canlandırıldığı tahmin edilmektedir.

Birlik: Fotoğrafı oluşturan unsurlar arasında bir birlik söz konusudur. Fotoğrafta bulunan tüm objeler arasında uyum söz konusudur.

Mustafa Seven'in Fotoğraflarının Analizi

Türkiye Sivas doğumlu sanatçı 1995 yılından itibaren fotoğrafın farklı alanlarında çalışmalar yürütmektedir. Seven foto muhabiri olarak başladığı kariyerini, fotoğraf editörü ve reklam fotoğrafçısı olarak sürdürmüştür. 2006 yılında kendi fotoğraf atölyesini kuran sanatçı Türkiye'de sokak fotoğrafçılığı türünün önde gelen isimleri arasında yer almaktadır. Mustafa Seven mesleki kariyeri itibarıyla profesyonel ekipmanlar kullanmakla birlikte özellikle cep telefonlarının artan fotoğraf kaliteleri sayesinde zaman

zaman cep telefonu ile çektiği fotoğrafları da Instagram hesabında paylaşmaktadır. Seven'in @mustafa-seven Instagram hesabı 1,5 milyon kişi tarafından takip edilmektedir. Sanatçı bu alanda Türk fotoğraf sanatçıları arasında en fazla takipçiye sahip fotoğrafçı olarak dikkat çekmektedir.

Mustafa Seven'in Hallstat Austria Fotoğrafının Biçimsel Analizi

Mustafa Seven *Hallstat Austria* fotoğrafını 9 Ocak 2017 tarihinde "StoryOfEarth" etiketiyle paylaşmış ve 58.238 kişi tarafından beğenilmiştir. Seven'in fotoğrafına ayrıca 627 takipçisi tarafından yorum bırakılmıştır



Fotoğraf-48: Mustafa Seven – Hallstat Austria

Mustafa Seven'in *Hallstat Austria* fotoğrafı Avusturya'da çektiği bir kış manzarasıdır. Fotoğrafın ön planında çitlerin üzerinde oturmuş ve objektife bakan bir kedi bulunmaktadır. Çerçevenin sağ orta bölümünde ise üzeri karlar ile örtülü olan binalardan oluşan küçük bir köy bulunmaktadır. Kedinin üzerinde oturduğu çitlerin benzerleri fotoğrafın arka planına kadar uzanmaktadır. Çerçevenin en arka planında ise göl ve yüksek dağlar bulunmaktadır. Çerçevenin sol üst kısmından ağaç dalları görüntüye girmektedir. Instagram'ın dikdörtgen fotoğraflara izin vermesinin ardından paylaşılan fotoğrafta dikdörtgen oranlar tercih edilmiştir.

Denge: *Hallstat Austria* fotoğrafında simetrik ya da asimetrik bir denge sözkonusu değildir. Genel olarak sokak fotoğrafçılığı ile ilgilenen sanatçı, sokak fotoğrafçılığı türünün özelliği olan anlık fotoğraf özelliği nedeniyle dengeli bir kompozisyon arayışına girmediği tahmin edilmektedir. Çerçevenin sol tarafında bulunan kedi ve üzerinde bulunduğu çit dengelyi sol tarafta yoğunlaştırmaktadır.

Vurgu: Seven'in *Hallstat Austria* fotoğrafının en önemli vurgu noktası açık renk koyu renk kontrastından dolayı kedi üzerindedir. Çerçevenin diğer bölümlerinin beyaz kar örtüsüyle kaplı olması, koyu renk kediyi ve çitleri baskın bir ilgi merkezine oturmaktadır.



Hallstat Austria fotoğrafında 1/3 kuralına dikkat edilmemiştir. Fotoğrafın ana ögesi olan kedinin bakışı merkez noktadaki kesişme noktalarına yakın bir pozisyonda yerleştirilmiş olsa da çerçevenin sol kenarına yakınlığı nedeniyle 1/3 kuralının dışında kalmaktadır. Fotoğrafta 1/3 kuralına uygun düzenleme yalnızca çerçevenin sol tarafında bulunan köy, göl ve dağ öğelerinin her birine birer birim alan ayrılmasıdır.

Hareket: Seven'in fotoğrafında hareketi yönlendiren birden çok unsur bulunmaktadır. Çerçevenin sol alt tarafında bulunan çitler hareketi kedi üzerine yönelmektedir. Yine çerçevenin sağ tarafında bulunan çitler de izleyicinin bakışlarını orta bölümde yer alan köye yönlendirmekte, köyün merkezindeki kilisenin kulesinin dikey yapısı ise izleyiciyi fotoğrafın arka planına taşımaktadır.

Örüntü (Desen): *Hallstat Austria* fotoğrafında arka plandaki evlerin pencereleri ve orta bölümdeki çitlerin çizgileri tekrarlayan motifler oluşturmaktadır. Ayrıca arka planda yer alan dağların üzerindeki karların oluşturduğu çizgiler fotoğrafın desenine katkıda bulunmaktadır.

Oran/Orantı: *Mustafa Seven'in* bu fotoğrafında oran/orantı bulunmaktadır. Ön planda yer alan kedi ve çitler oran olarak fotoğrafın genelindeki objeler ile orantısız gözükse de bunun nedeni fotoğraf makinesine yakın olmalarından kaynaklı perspektif etkidir. Aynı perspektif etki çerçevedeki diğer çitlerde de görülmektedir. Çitlerin arka plana doğru küçülmeleri yakınlık uzaklık kavramları açısından orantılıdır ve fotoğrafa derinlik katmaktadır.

Ritim: Fotoğrafta bulunan çitlerin tekrar eden yapısı fotoğrafa ritim katmaktadır. Ayrıca arka planda yer alan kilisenin çatılarının ve kulesinin dikey yapıları fotoğrafın dinamizmini güçlendirmektedir.

Renk: *Hallstat Austria* fotoğrafı renkli çekilmiş bir fotoğraf olsa da eserin geneline hâkim olan renkler siyah beyaz tonlara yakınlık göstermektedir. Ön plandaki kedinin kahverengi tonları ve arka planda yer alan sarı renkli bina fotoğrafta sıcak renklere sahip az sayıdaki objeler arasında yer almaktadır.

Birlik: Fotoğrafı oluşturan unsurların birbirleri ile olan uyumu fotoğrafta birlik oluşturmaktadır.

Mustafa Seven'in İstanbul Fotoğrafının Biçimsel Analizi

Mustafa Seven *İstanbul* fotoğrafını 7 Kasım 2017 tarihinde "StoryOfIstanbul" etiketiyle paylaşmış ve 56.438 kişi tarafından beğenilmiş ve 386 kişi tarafından yorum yapılmıştır.



Fotoğraf-49: Mustafa Seven – İstanbul

Mustafa Seven'in *İstanbul* fotoğrafı İstanbul'da çektiği bir sokak manzarasıdır. Fotoğrafın ön planında yol üzerinde oturarak objektife bakan bir kedi bulunmaktadır. Çerçevenin orta bölümünde herhangi bir obje yer almazken arka planında ise birbirlerine bitişik olarak sıralanan evler görünmektedir.

Denge: *İstanbul* fotoğrafında simetrik asimetric bir denge oluşturulmuştur. Fotoğraf merkez noktadan ikiye bölündüğünde çerçevenin her iki yanında evler bulunmakta ancak sağ taraftaki kedi simetriyi bozmaktadır. Ayrıca evlerin diagonal bir hat üzerinde sıralanması fotoğrafın simetrisini etkilemektedir.

Vurgu: Seven'in *İstanbul* fotoğrafının en önemli vurgu noktası aydınlık alan karanlık alan kontrastından dolayı kedi üzerindedir. Fotoğrafta kedinin olduğu bölümün daha fazla aydınlık olması ve kedinin canlı rengi vurguyu güçlendirmektedir. Ayrıca netlik noktasının kedinin üzerinde olması ve açık diyafram kullanılarak arka planın net alan dışında bırakılması ilgi merkezini kedi üzerinde yoğunlaştırmaktadır.



Mustafa Seven *İstanbul* fotoğrafında da bir önceki fotoğrafına benzer bir 1/3 kuralı uygulamıştır. Bu kez çerçevenin sağ tarafına konumlandırılan kedinin bakışı merkez noktasındaki kesişme noktalarına yakın bir pozisyona yerleştirilmekte, ancak bu pozisyon çerçevenin kenarına yakınlığı nedeniyle 1/3 kuralının dışında kalmaktadır.

Hareket: Seven'in fotoğrafında hareketi yönlendiren en önemli unsur evlerin dikey ve diagonal çizgileridir. İzleyicinin bakışlarını çerçeve içerisinde yönlendiren çizgiler fotoğrafın hareket öğeleridir.

Örüntü (Desen): *İstanbul* fotoğrafında arka plandaki evlerin hem kendi formları hem de pencerelerinin çizgileri tekrarlayan desenler oluşturmaktadır. Ayrıca sokağın yüzeyi üzerinde malzemenin kaynaklanan doku fotoğrafın bir diğer desen elementidir.

Oran/Orantı: Mustafa Seven'in *İstanbul* fotoğrafında oran/orantı bulunmaktadır. Çerçevenin ilgi merkezi olan ve ön planda yer alan kedi arka planda yer alan binaların boyutları göz önüne alındığında orantılı bir görüntü çizmektedir. Fotoğrafta herhangi bir perspektif sıkışması ya da bozulması olmaması nedeniyle oran/orantı konusunda uyum sergilenmektedir.

Ritim: Fotoğrafta kedinin duruş pozisyonu şekil itibarıyla ritim katmaktadır. Ayrıca arka plandaki evlerin tekrar eden yapısı ve dikey çizgileri ve diagonal sıralanmaları fotoğrafa dinamizm katmaktadır.

Renk: *İstanbul* fotoğrafı canlı renklerden oluşan bir fotoğraf çalışmasıdır. Arkaplandaki evlerin birbirlerinden farklı renkleri fotoğrafa canlılık katmakta ve ön plandaki kedinin turuncu/sarı rengiyle uyum sergilemektedir. Kedinin ön tarafında bulunan ve çerçevenin alt kenarında yer alan turuncu renk ışık ise kedinin renk tonlarını güçlendirmektedir.

Birlik: Kedi-sokak kavramları günlük hayat içerisinde sık sık bir arada görülebildikleri için fotoğrafı oluşturan öğeler arasında birlik bulunmaktadır.

Mehmet Kırali Fotoğraflarının Analizi

Psikoloji bölümünden mezun olan ve endüstriyel mutfak ürünleri tasarımı yapan bir firmada uzun yıllar çalışan Mehmet Kırali, ticaret ile uğraştıktan sonra fotoğrafı hayatının merkezine koyduğunu ve işinden istifa ettiğini ifade etmektedir. Çocukluk yıllarında fotoğrafa ilgi duyan Kırali, Instagram sayesinde fotoğrafı hayatının odak noktası haline getirdiğini belirtmektedir.^{12*} Eşi Çiler Geçici ile birlikte Instagram üzerinden Türkiye'nin tanıtımını yapan çalışmalar yürütmektedir. Türkiye'de Mustafa Seven'den sonra en yüksek takipçi sayısına sahip olan Kırali'nin 2017 sonu itibarıyla 1,2 milyon takipçisi bulunmaktadır. @civilking kullanıcı adıyla paylaşım yapan sanatçı Instagram takipçi sayısını artırmak için özel olarak çaba sarf ettiğini söylemektedir.

^{12*} Sanatçının Gezimanya kanalı ile youtube.com üzerinde yaptığı röportajdan derlenmiştir.

Mehmet Kırali'nin *Budapeşte* Fotoğrafının Biçimsel Analizi

Mehmet Kırali'nin 41.646 kişi tarafından beğenilen *Budapeşte* fotoğrafı 21 Aralık 2017 tarihinde "my-budapestmykempinski" etiketiyle paylaşılmış ve 263 kişi tarafından yorum yapılmıştır.



Fotoğraf-50: Mehmet Kırali – Budapeşte

Mehmet Kırali'nin *Budapeşte* fotoğrafı Macaristan'ın başkenti Budapeşte'de çekilmiş şehir manzarasıdır. Fotoğrafın ön planında tren rayları ve üzerinde ışığı yanan bir tramvay görünmektedir. Tren raylarının iki tarafında kırmızı renk tuğlalardan oluşan duvarlar raylar ile paralel olarak yükselmektedir. Tramvayın hemen üst noktasından iki duvarı birleştiren metal korkuluklu bir köprü geçmektedir. Köprü'nün her iki tarafında bulunan dört adet sokak aydınlatmasından üç tanesi çalışmakta bir tanesi ise çalışmamaktadır. Fotoğrafın arka planında ise St. Stephen Bazilikası manzarası, Tuna nehri ve üzerinden geçen köprü bulunmaktadır. Fotoğrafın orta bölümünde bulunan araçlar bir yay oluşturarak köprü üzerinde ilerlemektedir.

Denge: *Budapeşte* fotoğrafı asimetrik bir denge ile oluşturulmuştur. Fotoğraf merkez noktadan ikiye bölündüğünde çerçevenin her iki yanında tren rayları bulunmakta, kırmızı tuğlalı duvarlar fotoğrafın iki kenarında da yükselmektedir. Ayrıca Tuna nehri fotoğrafın her iki tarafında da eşit miktarda alan kaplamaktadır. Fotoğrafa asimetrik dengeyi katan unsurlar ise sol tarafta bulunan tramvay ve köprünün tek bir bölümde yer almasıdır. Köprünün bitiş noktası ve St. Stephen Bazilikası fotoğrafı hayali olarak ikiye ayıracak şekilde konumlandırılması, sanatçının fotoğrafı denge faktörünü göz önüne alarak oluşturduğu hissini uyandırmaktadır.

Vurgu: Kırallı'nın *Budapeşte* fotoğrafı iki parçalı bir yapıya sahiptir. Ön bölümde yer alan tren rayları duvarlar ve tramvay fotoğrafın vurgu noktasını oluşturmakta, arka plandaki bazilika köprü ve Tuna nehri eşliğindeki şehir manzarası ayrı bir fotoğraf oluşturmaktadır. En önemli vurgu, konumları ve renkleri itibariyle tramvay ve tuğla duvarların üzerindedir.

Budapeşte fotoğrafında 1/3 kuralı hem ilgi merkezi oluşturmak hem de fotoğrafı parçalı bir yapıda kurgulamak için kullanılmıştır. Çizgilerin sol kesişim noktasında tramvay yer almaktadır. Duvar boyunca ilerleyen çizgiler çerçevenin 1/3'lük kısmına denk gelmekte ve fotoğrafa derinlik katacak bir perspektifte ilerlemektedir. Tuna nehri ve köprü üzerinde akan trafik fotoğrafın diğer 1/3'lük kısmına yerleştirilirken köprünün konumu 1/3 kuralında hayali olarak kadrajı bölen çizgilerin kesişim noktasındadır. Geriye kalan son kısma ise şehir ve gökyüzü konumlandırılmıştır.



Hareket: Kırallı'nın fotoğrafının neredeyse tamamı hareketi yönlendiren çizgilere sahiptir. Tren rayları ve duvarın iki parçalı yapısının oluşturduğu çizgiler izleyicinin bakışlarını fotoğrafın merkezine yönlendirmektedir. Duvarların yönlendirdiği bakış orta bölümde araçların çizdiği yay ile köprüye taşınmakta ve köprü üzerinden de fotoğrafın arka planına aktarılmaktadır. Şehir manzarasının oluşturduğu yatay çizgiler hareketi bu noktada sınırlandırmaktadır.

Örüntü (Desen): Fotoğrafın her iki tarafında bulunan duvarların tuğla dokusu ve köprünün korkuluklarının birbirini tekrar eden grafik yapısı, fotoğrafın deseni olarak öne çıkmaktadır.

Oran/Orantı: Mehmet Kırallı'nın *Budapeşte* fotoğrafında oran/orantı bulunmaktadır. Çerçevenin ön planında bulunan tramvayın boyutları, üzerinde bulunduğu raylar ve etrafındaki diğer nesnelere oranlıdır. Duvar ve rayların perspektif etkisinden dolayı fotoğrafın ön planından uzaklaştıkça küçülmeleri de oran/orantıyı güçlendirmektedir. Arka planda yer alan köprünün üzerindeki araçlar ve şehir ile arasındaki büyüklük farkı da orantının diğer unsurlarıdır.

Ritim: Fotoğrafta özellikle duvarın basamaklı yapısının oluşturduğu tekrarlar fotoğrafa ritim katmaktadır. Ayrıca fotoğrafın tamamına yakını çizgisel öğelerden oluşması ve tren raylarının baskın çizgileri dinamizm oluşturmaktadır.

Renk: *Budapeşte* fotoğrafı soğuk şehir tonlarının hâkim olduğu bir fotoğraftır. Bununla birlikte duvarların kırmızı renk tuğlaları ve sokak aydınlatmalarının turuncu tonları, fotoğrafa sıcak tonlar eklemektedir.

Birlik: Fotoğrafta yer alan tüm öğeler arasında uyum söz konusudur. Duvarların tuğlalarının oluşturduğu tarihi doku, arka planda yer alan şehir görüntüsüyle bütünlük arz etmektedir. Ön plandaki tramvayın eski model olması fotoğrafın tarihi görüntüsünü desteklemektedir. Tüm bu öğeler bir araya geldiğinde fotoğrafta birlik oluşmaktadır.

Mehmet Kırallı'nın *Kapadokya* Fotoğrafının Biçimsel Analizi

Mehmet Kırallı *Kapadokya* isimli fotoğrafını "Türkiye, Kapadokya" etiketiyle 12 Mart 2017 tarihinde paylaşmış ve 39.478 takipçisi tarafından beğenilmiştir. Sanatçının fotoğrafına 117 yorum yapılmıştır.



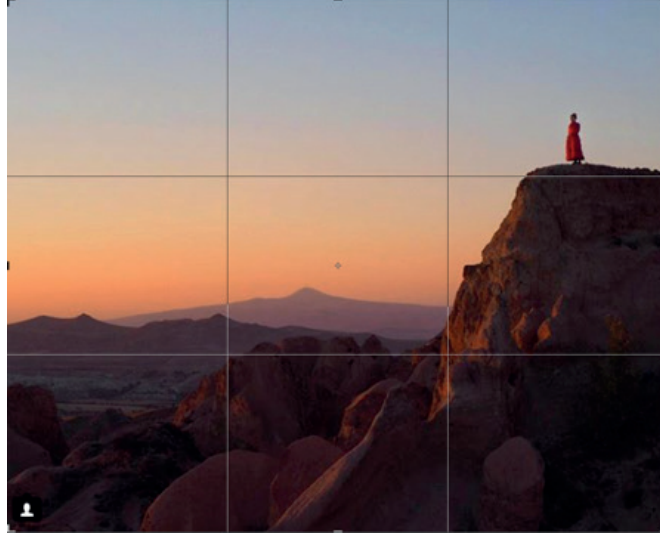
Fotoğraf-51: Mehmet Kırallı – Kapadokya

Kapadokya isimli fotoğraf Mehmet Kırallı'nın Instagram üzerinden Türkiye'nin tanıtımını yapmak için çektiği fotoğraf serisinden bir karedir. Fotoğraf Kapadokya'da çekilmiş olmasına rağmen Peri Bacaları fotoğrafta yer almamaktadır. Fotoğrafın sağ tarafında kırmızı kıyafetler giymiş bir insan görünmektedir. Yüksek bir kayalık yapının üzerinde yer alan kişi ufuk çizgisine doğru bakmaktadır. Fotoğraftaki bu kişi dışında yaşam ögesi bulunmamaktadır. Çerçevenin diğer kısımlarında Kapadokya bölgesinin dağlık arazisi ön plana çıkmaktadır. Manzara türüne ait bir fotoğraf olan *Kapadokya* fotoğrafı dağlık bölgeler ve gökyüzünden oluşmaktadır.

Denge: *Kapadokya* fotoğrafının dolu ve boş alanlarının dağılımı açısından bir denge söz konusudur. Üzerinde insan figürünün olduğu kayalık alan dengeyi kendisinden yana güçlendirmektedir. Fotoğraf

dikey olarak iki eşit parçaya bölündüğünde ise asimetrik bir denge ortaya çıkmaktadır. Çerçevenin özellikle sağ tarafında bulunan objeler asimetrik yapıyı oluşturmaktadır. Bununla birlikte fotoğraf diagonal olarak iki parçaya bölündüğünde boş alan dolu alan dengesi göze çarpmaktadır.

Vurgu: Kırali'nin *Kapadokya* fotoğrafı kayalık zemin üzerindeki insandadır. Temiz bir arka plan ile sadeleştirilen kişi, figür zemin ilişkisi bağlamında vurgulanmaktadır. Benzer bir sadeleştirme figürün üzerinde bulunduğu kayalık alanın üst bölümünde de uygulanmış ve vurgu bu alanda toplanmıştır. Fotoğrafta aydınlık ile karanlık alanlar arasında uygulanan kontrast farkı koyu bölgelerin daha çok ön plana çıkmasına neden olmaktadır.



Kapadokya fotoğrafında 1/3 kuralı ufuk çizgisinin yerleştirilmesinde ve sağ taraftaki büyük kaya kütesinin konumlandırılmasında tercih edilmiştir. Ancak 1/3 kuralında çerçevenin en güçlü bölgeleri olarak adlandırılan merkez bölgelere ve çizgilerin kesişim noktalarına herhangi bir obje yerleştirilmemiştir. Fotoğrafın manzara fotoğrafı olması ve insan figürünün bakış yönü bu tercihin kasıtlı yapıldığını düşündürmektedir.

Hareket: Kırali'nin dağlık alanlardan oluşan fotoğrafında dağların oluşturduğu çizgiler hareketi izleyiciye yönlendirmektedir. Özellikle ön plandaki kayanın diagonal çizgileri, yandan gelen ışık ile desteklenmiş ve izleyicinin bakışını figüre yönlendirmek için kullanılmıştır.

Örüntü (Desen): *Kapadokya* fotoğrafında özellikle arka planda yer alan dağlar birbirlerinin benzerleri olarak tekrar etse de herhangi bir desen oluşturmamaktadır.

Oran/Orantı: Mehmet Kırali'nin *Kapadokya* fotoğrafında yer alan objelerin boyutları arasında ve fotoğrafta oluşturulan pozitif negatif alan arasında bir orantı söz konusudur. Arka planda yer alan dağlar, ön plandaki kayalık alandan daha büyük boyutlarda olmasına rağmen yakınlık uzaklık ilkesinden dolayı boyutları arasında orantı bulunmaktadır. İnsan figürünün üzerinde bulunduğu kayalık yapı arasındaki oranlarda dengeli ve nesnelerin boyutları ile orantılıdır.

Ritim: Fotoğrafta en önemli ritim ögesi ön plandaki kayalık alanın dikey çizgileridir. Arka plandaki yatay çizgiler fotoğrafın içeriği ile uyumlu olarak ritmi düşürmektedir.

Renk: Mehmet Kırali *Kapadokya* fotoğrafında sıcak renkleri tercih etmiştir. Sanatçının gün doğumuna ya da batımına yakın bir saatte çektiği fotoğrafta turuncu ve kırmızı tonlar dikkat çekmektedir. Gökyüzünün açık tonları ile kayalık alanın koyu tonları arasında bulunan turuncu renk ufuk çizgisi, iki ton arasındaki geçişi yumuşatmıştır.

Birlik: Fotoğrafta yer alan tüm öğeler arasında uyum söz konusudur. Ancak kayalık alan üzerinde yer alan insan üzerindeki kıyafet nedeniyle eserin genelindeki içerik ile uyuşmamaktadır. Fotoğrafçının yerleştiği insan figüründe çevreye ve doğaya uygun kıyafetler tercih etmesi eserin bütünlüğüne katkı sağlayabilirdi.

Dan Marker Moore Fotoğraflarının Analizi

Los Angeles doğumlu 29 yaşındaki Dan Marker Moore, video ve fotoğraf sanatçısı olarak yeni medyaya özgü çalışmalar üretmektedir. Fotoğraflarında tek bir ana odaklanmak yerine zaman geçişleri üzerinde durmayı tercih eden sanatçı, yeni medya teknolojilerinden sonra artan yazılım odaklı fotoğraf çalışmalarına ait örnekler vermektedir. Sanatçının fotoğraflarına bilgisayar ortamında müdahaleleri renk kontrast ve kadraj gibi düzenlemelerin ötesine geçmekte, belirli bir zaman aralığında çektiği fotoğrafları tek bir fotoğraf karesinde birleştirmektedir. Cityscape adıyla ortaya çıkan ve yeni bir tür olarak oluşmaya başlayan şehir manzaralarından oluşan 'Timeslice' fotoğrafları, sanatçının Lightroom, Photoshop ve benzeri yazılımları kullanarak bir araya getirdiği fotoğraflardan oluşmaktadır. Instagram üzerinde çok fazla takipçisi olmayan sanatçı çalışmalarını kendi web sitesi ve özel projeler olarak sergilemektedir.

Dan Marker Moore timeslice tekniğinin yanında 360 derece fotoğraf projeleri de üretmektedir. 360 derece çekim yapan kameraların sunduğu kaliteyi yeterli görmeyen sanatçı, timeslice tekniğinde olduğu gibi birden fazla fotoğraf çekmekte ve daha sonra bu fotoğrafları bilgisayar ortamında bir araya getirerek 360 derecelik fotoğraflar üretmektedir.

Dan Marker Moore'un Timeslice Hong Kong-1 Fotoğrafının Biçimsel Analizi

Dan Marker Moore'un *Timeslice Hong Kong-1* fotoğrafı 24 kare fotoğrafın bilgisayar ortamında birleştirilmesinden oluşmaktadır. 29 saat 45 dakikalık bir zaman diliminde çekilen fotoğraflar, Hong Kong'un gökdelenlerinin gece ve gündüz görüntülerinden oluşmaktadır.

Dikdörtgen boyutlarda yatay olarak oluşturulan fotoğraf 36 parçadan oluşmaktadır. Fotoğrafta dikdörtgen kadrajlar bir'e bir buçuk oranlarından oluşmaktadır. Ancak Moore bu fotoğrafı bire iki oranlarında kadrajlamıştır. Fotoğraf gündüz ve gece saatlerinde çekildiği için aydınlık ve karanlık alanlardan oluşmaktadır. Çerçevenin sol tarafında gündüz çekilen fotoğraflardan oluşan aydınlık bölümler yer alırken sağ tarafında ise gece çekilen karanlık fotoğrafların birleşiminden oluşmaktadır.

Timeslice Hong Kong-1 fotoğrafının ön planında birbiri ardına yükselen gökdelenler yer almaktadır. Sanatçı fotoğraflarını aynı noktadan çektiği için sonradan birleştirilmiş de olsa gökdelenlerin genel yapılarında bir bozulma oluşmamaktadır. Sol taraftaki gök delenler gündüz çekildiği için ışıkları yanmakta, sağ tarafta çekilen gök delenlerin ise ışıkları yanmaktadır. Çerçevenin üst tarafını gökyüzüne ait parçalar oluşturmakta iken sağ üst bölümün karanlık olması nedeniyle gökyüzünden ayrı bir bölümmüş gibi algılanmaktadır. Fotoğraf farklı zaman dilimlerinde çekildiği için çerçevenin orta kısmında güneşin doğumu, sağ üst kısımda ise dolunay aynı anda görünmektedir.



Fotoğraf-52: Dan Marker Moore – Timeslice Hong Kong-1

Denge: *Timeslice Hong Kong-1* fotoğrafında simetrik bir denge vardır. Ancak fotoğrafın birden çok parçadan oluşması nedeniyle denge anlaşılammamaktadır. Ayrıca karanlık bölümlerin aydınlık alanlardan fazla olması dengeyi bozmaktadır. Çerçevenin orta bölümünde yer alan gökdelen merkez noktada iki yana eşit dağıtılmış olsa da sağ bölümde kullanılan fotoğraf parçalarının sol taraftakilere göre daha benzer yapıda kullanılmaları fotoğrafın dengesini bozmaktadır.

Vurgu: Yeni medya sanat eserlerinin en önemli özelliklerinden biri izleyici ile etkileşim halinde olmalarıdır. Dan Marker Moore'un *Timeslice Hong Kong-1* fotoğrafı parçalardan oluşmasından dolayı vurguyu eserin geneline yaymış ve izleyicinin bakmak istediği bölgeyi kendisinin yönlendirmesini tercih etmiştir. Bununla birlikte fotoğraftaki diğer noktalara göre daha aydınlık bir nokta olan güneş kısmen de olsa vurgu noktası oluşturmaktadır.



Timeslice Hong Kong-1 fotoğrafında 1/3 kuralı yalnızca ufuk çizgisinin yerleştirilmesinde kullanılmıştır. Çerçevenin güçlü noktaları olarak kabul edilen noktalara herhangi bir yerleştirme yapmamıştır. Ancak fotoğrafçı 36 parçadan oluşan fotoğrafını kurgularken gece ile gündüz arasındaki geçişi üç farklı zaman dilimine göre yapmış ve parçaları fotoğrafı diagonal olarak 3 hat üzerinde birleştirmiştir.

Hareket: Sanat eserlerinde hareketi oluşturmak ve yönlendirmek için kullanılan temel öge çizgilerdir. Fotoğrafta yer alan nesnelerin hatlarının oluşturduğu çizgiler izleyicinin bakışını yönlendirmektedir. Ancak Moore'un çalışmasında fotoğrafın kendisini oluşturan parçaların kenar çizgileri belirgin bir hareket oluşturmamaktadır. Fotoğrafta yer alan nesnelerin kenar çizgileri ise parçaların çizgisinin daha güçlü olmasında dolayı herhangi bir hareket oluşturmamaktadır.

Örüntü (Desen): *Timeslice Hong Kong-1* fotoğrafında en belirgin desen fotoğrafın parçalarıdır. Eşit boyutlarda olmasalar dahi fotoğrafı oluşturan parçalar tekrar eden bir yapıda olması nedeniyle çalışmaya desen katmaktadır.

Oran/Orantı: Moore'un *Timeslice Hong Kong-1* fotoğrafı içerisinde yer alan objeler açısından orantılı görünmektedir. Hong Kong'un gökdelenlerinin birbiri ile oranları fotoğraf açısından uygun görünmektedir. Parçalardan oluşan fotoğrafta herhangi bir obje orantısız olarak kurgulanmamıştır. Ancak parçaların bir birileri ile oranları dengeli değildir.

Ritim: Fotoğrafı meydana getiren parçaların oluşturduğu çizgiler esere ritim katmaktadır. Ancak buradaki ritim fotoğraf içerisinde yer alan nesnelerin oluşturduğu bir ritim değil, sanatçının parçalı fotoğraf tercihinden kaynaklanan bir ritimdir.

Renk: *Timeslice Hong Kong-1* fotoğrafı renkli fotoğrafların birleştirilmesinden oluşturulmuştur. Özellikle gündüz çekilen fotoğrafların parçalarında güneş ışığının etkisiyle sıcak renkler göze çarpmaktadır. Yine sokak aydınlatmalarının turuncu tonları güneşin renk tonlarıyla uyumludur. Fotoğrafta gökyüzü kurgulanırken turuncu mavi ve siyaha yakın tonlar birlikte kullanılmıştır.

Birlik: Fotoğrafın parçalardan oluşması birlik duygusunu bozmaktadır. Gece ile gündüzün aynı karede yer alması normal şartlarda mümkün olmadığından gerçeküstü bir etki yaratmaktadır. Güneş ile Ay'ın aynı karede bu şekilde yer alması da doğal olarak rastlanan bir durum değildir.

Dan Marker Moore'un *Timeslice Hong Kong-2* Fotoğrafının Biçimsel Analizi

Dan Marker Moore, *Timeslice Hong Kong-2* fotoğrafı 2 saat 13 dakikalık bir zaman aralığında çekilen 50 fotoğraftan oluşmaktadır.

Timeslice Hong Kong-2 fotoğrafı Moore'un diğer *Timeslice* fotoğrafları gibi gece ve gündüz çekilen fotoğrafların birleşiminden oluşmaktadır. Sanatçı Hong Kong'u deniz tarafından görüntülediği çalışmasında köşegen parçalar kullanmak yerine yuvarlak hatlı parçalar kullanmıştır. Aydınlık ve karanlık anların görüntülediği fotoğraflarda bu kez daha kısa bir zaman aralığını kullanmış ve bunun neticesinde de serinin diğer fotoğraflarına göre birbirine daha yakın tonlarda parçalardan oluşan bir fotoğraf oluşmuştur.



Fotoğraf-53: Dan Marker Moore – *Timeslice Hong Kong-2*

Timeslice Hong Kong-2 fotoğrafında çerçevenin ön tarafında deniz görünmektedir. Fotoğraf akşam saatlerinde ve gece çekildiğinden dolayı deniz net olarak seçilememektedir. Sağ tarafı oluşturan parçalarda arka plandaki gökdelenlerin ışıkları yansımaktadır. Çerçevenin orta bölümünde yan yana dizilen gökdelenler ve bir dönme dolabı meydana getiren parçalar yer almaktadır.

Denge: *Timeslice Hong Kong-2* fotoğrafında asimetric bir denge vardır. Ancak fotoğrafın birden çok parçadan oluşması ve parçaların yarattığı helezon nedeniyle denge anlaşılammaktadır. Çerçevenin sol tarafında bulunan yüksek gökdelen simetriyi bozan en güçlü nesnedir. Gökyüzünün karanlık ve aydınlık bölümlerinde ise denge mevcuttur.

Vurgu: Dan Marker Moore bir önceki fotoğrafının aksine *Timeslice Hong Kong-2* fotoğrafında vurguyu gökdelenlerin üzerinde toplamıştır. Diğerlerinden yüksek olan gökdelen boyut olarak ön plana çıkmakta ve vurguyu üzerine çekmektedir. Arka plan olarak aydınlık bir zemin üzerine yerleştirilmiş gökdelen bu sayede daha açık bir vurgu kazanmıştır.



Timeslice Hong Kong-2 fotoğrafında 1/3 kuralı hem ufuk çizgisinin yerleştirilmesinde hem de vurgulanmak istenen ana öğelerin çerçevenin güçlü noktalarına yerleştirilmesiyle uygulanmıştır. Ayrıca parçaların oluşturduğu helezonun birleşme noktası da yine merkez bölgede toplanmaktadır.

Hareket: *Timeslice Hong Kong-2* fotoğrafında hareketi oluşturan çizgilerin ağırlığı parçaların hatlarından kaynaklanmaktadır. Koyu renk deniz yüzeyini oluşturan parçaların bazılarında aydınlık bölümlere de yer verilmiş böylece izleyici hareketi sağlanmıştır. Ancak bu fotoğrafta parçaların çizgileri bir önceki fotoğrafın aksine tekniğin kendisinden kaynaklanmamış, sanatçı tarafından izleyicinin fotoğrafta bakacağı noktayı yönlendirmek için kasıtlı olarak kullanılmıştır.

Örüntü (Desen): *Timeslice Hong Kong-2* fotoğrafında en belirgin desen fotoğrafın parçalarıdır. Eşit boyutlarda olmasalar dahi fotoğrafı oluşturan parçalar tekrar eden bir yapıda olması nedeniyle çalışmaya desen katmaktadır. Ayrıca gökdelenlerin pencerelerinin oluşturduğu doku fotoğraftaki bir diğer desen ögesidir.

Oran/Orantı: Fotoğrafta herhangi bir orantısızlık bulunmamaktadır. Gökdelenlerin birbirileri ile olan oranları, aydınlık ve karanlık alanların oranları birbirleriyle orantılıdır.

Ritim: Bir önceki fotoğrafta olduğu gibi *Timeslice Hong Kong-2* fotoğrafının da parçalardan meydana gelmesi ve bu parçaların çizgisel yapıları, fotoğrafa ritim katmaktadır. Ayrıca fotoğrafın aydınlık bölümündeki gökdelenlerin dikey çizgileri de ritmi kuvvetlendirmektedir.

Renk: *Timeslice* serisinde renkli fotoğrafları tercih eden Moore, *Timeslice Hong Kong-2* fotoğrafında da bu tarzını korumaktadır. Renkli parçalardan oluşan fotoğrafta sarı ve kırmızıya yakın tonlar hakimdir. Sanatçının gece ile gündüz arasında bir zaman aralığında çektiği fotoğraflardan ürettiği çalışmasında rengin kullanımını etkiyi güçlendirmiştir.

Birlik: *Timeslice Hong Kong-2* fotoğrafında birlik duygusu kısmen sağlanmıştır. Sanatçının sınırlı bir zaman aralığında çektiği fotoğrafları kullanması, fotoğrafın geneline gün doğumu havası katmıştır. Bu nedenle Moore'un fotoğraf parçalarından oluşturduğu eserin son hali doğal yöntemlerle de gözlemlenmeye yakın bir görüntüdür.

Stephanie Jung Fotoğraflarının Analizi

Serbest olarak fotoğraf çeken Stephanie Jung'un fotoğrafa ilgisi babasının hobi fotoğrafçılığına dayanmaktadır. Babasından etkilenen sanatçının fotoğraf kariyeri, 16 yaşında kendi fotoğraf makinesini satın almasıyla başlamaktadır. Fotoğrafçılığın ilk dönemlerinde özellikle post prodüksiyon işlemlerinde deneysel çalışmalar yaptığını ifade eden sanatçı bu dönemin fotoğraf stilini ve eğitim kariyerini belirlemesinde etkili olduğunu vurgulamaktadır. Almanya Berlin'de yaşayan sanatçı çalışmalarında Sabine Wenzel'in izinden gittiğini, kendisinin kariyeri üzerindeki etkisinin büyük olduğunu söylemektedir.¹³

Sokak fotoğrafçılığı ve şehir manzaraları çeken sanatçı fotoğrafta tek karenin verdiği sınırları kabul etmemekte, aynı bölgeden ya da farklı bölgelerden çektiği onlarca fotoğrafı bilgisayar ortamında birleş-

¹³ Stephanie Jung ile thephoblographer.com sitesinin 20.11.2015 tarihli röportajından derlenmiştir.

tirerek tek fotoğraf haline getirmektedir. Böylece tek bir anı değil zamanı kaydettiğini ifade eden Jung, bir şehri dolaşırken çektiği fotoğrafları planlamadığını, beğendiği anları yakaladığını ve daha sonra birleştirdiğini belirtmektedir.

Stephanie Jung'un *Times Square* Fotoğrafının Biçimsel Analizi

Times Square fotoğrafı sanatçının New York gezisi sırasında çektiği fotoğraflardan oluşturulmuştur. Times Meydanı'nda çektiği onlarca fotoğrafı birleştiren sanatçı, zaman ve mekân kavramına fotoğraftaki durağan anın aksine akışkan bir kavram olarak ele almıştır.



Fotoğraf-54: Stephanie Jung – Times Square

Times Square fotoğrafında herhangi bir objenin fiziksel varlığını tanımlamak imkansızdır. Birbiri üzerine bindirilmiş fotoğraflar nedeniyle bir objenin hatları diğerine karışmaktadır. Times Meydanının ışıklı tabelalarının görsel etkisi nedeniyle çoğunlukla gece çekilen fotoğraflardan oluşan *Times Square* fotoğrafında en belirgin obje arka plandaki Coca Cola markasına ait reklam panosudur. Ön planda yer alan açık renkli bir figürde insan formunda bir heykeli andırmaktadır.

Denge: *Times Square* fotoğrafında herhangi bir denge bulmak zordur. Bununla birlikte renk tonlarının kullanımı içerisinde belirli bir denge göze çarpmaktadır.

Vurgu: Stephanie Jung *Times Square* fotoğrafında herhangi bir noktaya vurgu yapmaktan kaçınmış görünmektedir. Fotoğrafta belirli bir ana değil akışkanlığa odaklanan sanatçının bu fotoğrafında biçimsel olarak bir vurgu noktası bulunmamaktadır.



Times Square fotoğrafı form olarak dışavurumcu bir tarz taşımaktadır. Bu nedenle de birçok fotoğrafın bir araya getirilmesiyle oluşturulan fotoğraf 1/3 kuralı gibi statik kuralları uygulamamaktadır.

Hareket: *Times Square* fotoğrafında renk dışında en belirgin elementler çizgilerdir. Binaların dış formları kesintisiz olarak devam etmese de özellikle orta bölümdeki dikey çizgiler ve sağ taraftaki beyaz rengin oluşturduğu çizgiler izleyicinin bakışını Times Meydanı'ndaki insan lekelerinin üzerine doğru hareketlendirmektedir.

Örüntü (Desen): *Times Square* fotoğrafında renkler binalar ve insanlar desen oluşturmaktadır. Periyodik bir tekrar olmasa da aynı objelerin bulunduğu birden fazla fotoğrafın birleştirilmesi nedeniyle *Times Square* fotoğrafında rastgele oluşmuş bir desen vardır.

Oran/Orantı: Fotoğrafta oran/orantı karşılaştırması yalnızca insan ve binalar arasında yapılabilmekte ve iki nesne arasında boyutsal olarak orantı bulunmaktadır.

Ritim: *Times Square* fotoğrafında ritim birbirinden farklı renklerin üst üste binmesi ve fotoğrafın alt bölümünde bulunan insan formlarının arkalarında bıraktığı izlerden elde edilebilmektedir.

Renk: *Times Square* fotoğrafında renk, çalışmanın ana ögesi konumundadır. Fotoğraftaki dinamizm ve enerji renkler üzerinden aktarılmaktadır.

Birlik: *Times Square* fotoğrafı biçimsel olarak bir birlik sağlamamaktadır. Herhangi bir objenin net olarak seçilememesi, nesnelerin bir birileri ile uyumlu olup olmamasının okunmasına engel olmaktadır. Bununla birlikte kısmen de olsa belirlenebilen reklam panoları şehir ve insan figürleri birbirleri ile uyumlu gözükmektedir.

Stephanie Jung'un New York Fotoğrafının Biçimsel Analizi

New York fotoğrafı sanatçının ABD gezisi sırasında çektiği fotoğraflardan oluşturduğu bir diğer çalışmadır. New York'un ünlü caddelerini ve sarı taksilerini fotoğrafına taşıyan sanatçı üst üste bindirdiği görüntüler ile zamanın akışına vurgu yapmak istemektedir.

New York fotoğrafı New York'un geniş caddeleri üzerinde akan trafik ve etrafındaki yüksek yapıların görüntülenmesiyle oluşturulmuş bir çalışmadır. Fotoğrafın ön bölümünde sarı renkli taksiler form olarak kesintisiz olmasa da görülebilmektedir. Fotoğrafın alt kısmında yürüyen bir insan karşıdan karşıya geçmekte, ancak aynı noktada birleştirilen bir diğer fotoğrafta aynı yol üzerinde başka bir araç görünmektedir. Çerçevenin sol tarafına yakın kısımda fotoğrafın en üst katmanına yerleştirilmiş ve tek fotoğraftan oluşan insan figürleri bulunmaktadır. Jung'un fotoğrafında en belirgin hatlı obje bu insanlardır. Fotoğrafın her iki yanında cadde boyunca yükselen binalar görülmekteyken arka planda yer alan binalar ise daha transparan bir şekilde kullanılmaktadır. Caddenin bittiği noktada ise şekil itibariyle Özgürlük Anıtı'nı andıran bir form bulunmaktadır.



Fotoğraf-55: Stephanie Jung – New York

New York fotoğrafı sanatçının diğer eserleri arasında içerisindeki nesnelerin en belirgin olduğu eser olarak öne çıkmaktadır.

Denge: *New York* fotoğrafında kompozisyon olarak simetrik bir denge bulunmaktadır. Fotoğrafın her iki yanındaki binaların benzer formlar taşıması ve cadde ortadan ikiye bölündüğünde her iki tarafında da benzer taksi formlarının olması çalışmaya denge katmaktadır. Fotoğrafta renk tonlarının dağılımı da bir diğer denge unsurudur.

Vurgu: Stephanie Jung *New York* fotoğrafında da serinin diğer fotoğrafları gibi belirli bir nokta üzerine vurgu yapmamaktadır. Üst üste bindirilen fotoğraflar birbirileri ile benzer objelerden oluşmakta ve bu objeler fotoğrafın geneline yayılmaktadır. Bununla birlikte sanatçı özellikle vurgulamak istemese dahi taksiler renklerinden dolayı ön plana çıkmaktadır.



New York fotoğrafında 1/3 kuralı uygulanmamıştır. Fotoğraf üzerinde yer alan objelerin dağılımlarının rastgele olması ve belirli bir konuma yerleştirilmemeleri dikkat çekmektedir. Ancak özellikle 3 taksinin yan yana geldiği bölüm 1/3 kuralında çizgilerin kesişim noktasının üzerindedir.

Hareket: *New York* fotoğrafında hareket çizgiler ve form ile yönlendirilmiştir. Caddenin kenar çizgileri ve taksilerin oluşturduğu form izleyiciyi fotoğrafın üst noktalarına doğru yönlendirmektedir.

Örüntü (Desen): *New York* fotoğrafı, renklerin, binaların ve sarı renkli taksilerin tekrar tekrar kullanılmasıyla oluşturulan bir desendir. Özellikle binaların oluşturduğu doku, fotoğrafa örüntü katmaktadır.

Oran/Orantı: Fotoğraf birden fazla fotoğrafın birleşiminden oluşturulmuş olsa da binalar araçlar ve insanlar arasında oran/orantı mevcuttur. Sanatçı farklı fotoğrafları kullanırken nesnelerin boyutlarını dengelemeye çalışmıştır.

Ritim: *New York* fotoğrafında ritim birbirinden farklı renklerin üst üste bindirilmesi, tekrar eden çizgiler ve renkler ile sağlanmaktadır. Aynı nesnenin farklı noktalarındaki görüntüler birleştirildiği içinde fotoğrafta dinamizm hissedilmektedir.

Renk: *New York* fotoğrafında renk *Time Square* çalışmasında olduğu gibi ana öge konumundadır. Sarı renk taksilerin sıcak renkleri ve tekrar eden kullanımları fotoğrafın etkisini güçlendirmiştir.

Birlik: *New York* fotoğrafı biçimsel olarak genel hatlarıyla birlik sağlamaktadır. *New York* caddeleri üzerinde sıkça rastlanan sarı renk taksiler ve karşıdan karşıya geçen insanların birlikte kullanılması herhangi bir uyumsuzluk oluşturmamaktadır. Ayrıca birbirine yakın renk tonları içeren fotoğraflar kullanıldığı için renk anlamında da herhangi bir zıtlık bulunmamaktadır.

Pavel Khrustalev Fotoğraflarının Analizi

Rus fotoğraf sanatçısı Pavel Khrustalev, teknolojik araçlar ve ortaya çıkardığı sonuçlar ile yakından ilgilenmektedir. Sokak fotoğrafçılığı ve portre türünde çalışmalar yapan sanatçı, teknolojik araçların aynı hızla gelişmeye devam etmesi durumunda insanların birer sayıya (digit) dönüşeceğini ifade etmektedir. Cep telefonlarının kamusal alanda yaygınlaşması ve fotoğraf kalitelerinin artmasıyla, sokak fotoğrafçılığında cep telefonunu kullanmayı tercih eden Khrustalev, insanların kendisini fark etmedikleri için rahat fotoğraf çektiğini, ancak daha sonraları kendini casus gibi hissettiğini belirtmektedir.¹⁴ Pavel Khrustalev'in 2015 yılında Porto'da çektiği fotoğraflardan oluşturduğu *Pixel Portrait* serisi sanatçının insanların birer veriye dönüşmesi düşüncesinden hareketle hazırladığı bir seridir ve yatay fotoğrafları dikey olarak sergilemektedir.

¹⁴ Pavel Khrustalev'in *Pixel Portrait* sergisinin manifestosundan alınmıştır.

Pavel Khrustalev'in *Pixel Portrait -1* Fotoğrafının Biçimsel Analizi

Pixel Portrait -1 fotoğrafı siyah beyaz renk tercihinin kullanıldığı bir çalışmadır. Çerçevenin alt bölümünde koyu tonlarda bir kıyafet giyen ve aynı tonlarda şapka kullanan orta yaş üstü bir kişi belden yukarısı kadraja girecek şekilde konumlandırılmıştır. Fotoğrafın arka planında gökyüzü ve bulutlar yer almakta, ancak sanatçının fotoğrafa bilgisayar ortamında müdahale ederek formlarını bozmasından dolayı net olarak seçilememektedir. Yine aynı şekilde formu bozulan koyu renk bir leke kadrajın üst kısmından fotoğrafa girmektedir.



Fotoğraf-56: Pavel Khrustalev – Pixel Portrait-1

Denge: *Pixel Portrait-1* fotoğrafında kompozisyon olarak asimetrik bir denge bulunmaktadır. Açık renk ve koyu renk tonlamalar arasındaki dağılım fotoğrafa denge katmaktadır.

Vurgu: Khrustalev'in *Pixel Portrait-1* fotoğrafında vurgu, açıklık koyuluk kontrastı ve boyutsal olarak çerçevede kapladığı alan nedeniyle modelin üzerindedir. Ayrıca bilgisayar aracılığıyla oluşturulan görüntü bozulmalarının çizgisel yönü de modeli işaret etmektedir. Fotoğraflara bilgisayar ortamında müdahale edildiği için kadraj oluşturulurken 1/3 kuralına dikkat edilmiş ve model çizgilerin kesişim noktasına yerleştirilerek vurgu arttırılmıştır.



Hareket: *Pixel Portrait-1* bilgisayar ortamında oluşturulan çizgisel formlar izleyicinin hareketini yönlendirmektedir.

Örüntü (Desen): Fotoğrafta orijinal halinde bir desen bulunmamakta, ancak sonradan oluşturulan çizgiler ve dokular kısmen de olsa esere örüntü katmaktadır.

Oran/Orantı: Fotoğrafın ana nesnesi olan kişi alt açıdan görüntülenmiştir. Ancak boyutsal olarak karşılaştırma yapılacak başka bir obje olmadığından fotoğraf oran/orantı açısından dengeli görünmektedir.

Ritim: *Pixel Portrait-1* fotoğrafında yer alan sınırlı sayıdaki objenin bozulan formunun oluşturduğu çizgiler ve fotoğrafın dikey olarak kullanılması ritmi arttırmaktadır.

Renk: *Pixel Portrait-1* siyah beyaz bir fotoğraftır. Tonların dağılımı açısından koyu tonlar baskın olmakla birlikte açık tonların kullanımı da dengelidir.

Birlik: Fotoğrafın öğeleri arasında bir birliktelik söz konusudur. Modelin üzerindeki kıyafetler birlik içerisindedir. Ancak bilgisayar ortamında yapılan müdahaleler ve eklenen bozulmalar gerçek hayatta insan gözünün karşılaştığı görüntüler değildir.

Pavel Khrustalev'in *Pixel Portrait -2* Fotoğrafının Biçimsel Analizi

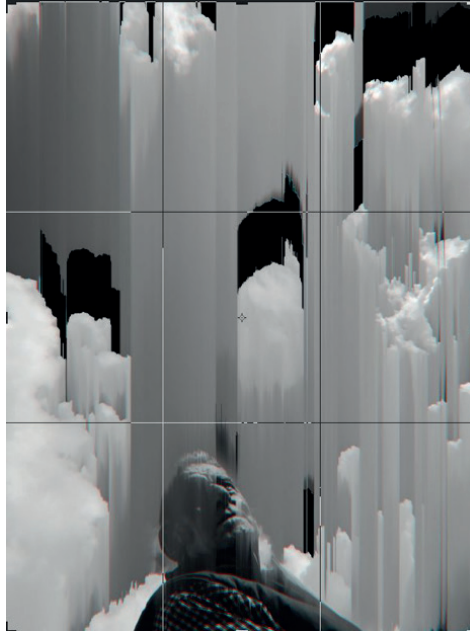
Pixel Portrait-2 fotoğrafı serinin diğer çalışmalarında olduğu gibi siyah beyaz bir fotoğraftır. Geneli gökyüzündeki bulutların oluşturduğu fotoğrafın alt kısmından bir insan kadraja girmektedir. Dijital olarak müdahale edilen fotoğrafta gökyüzünün formu bozularak parçalı hale getirilmiş ve grafiksel bir yapı oluşturulmuştur.



Fotoğraf-57: Pavel Khrustalev – Pixel Portrait-2

Denge: Asimetrik dengenin tercih edildiği *Pixel Portrait-2* fotoğrafında çerçevenin bir tarafı boş bırakılırken diğer tarafında ise insanın oluşturduğu bir leke söz konusudur.

Vurgu: Khrustalev'in *Pixel Portrait-2* çalışmasında vurgu, fotoğrafta yer alan öğeler yerine biçimsel olarak oluşturulan bozulmalar üzerindedir. Çerçevenin alt bölümünde yer alan insanın bakış yönü de vurguyu gökyüzünün bozulmalarına yönlendirmektedir.



Modelin konumlandırması 1/3 kuralına uygun olmasa da fotoğrafın leke dağılımı bu kurala uygun olarak yapılmıştır.

Hareket: *Pixel Portrait-2* bilgisayar ortamında oluşturulan çizgisel formlar izleyicinin hareketini modele doğru yönlendirmektedir.

Örüntü (Desen): Bilgisayar ortamında gökyüzünün formu bozularak oluşturulan çizgilerin tekrar etmesi fotoğrafın desenini oluşturmaktadır.

Oran/Orantı: Fotoğrafın nesnesi olan kişide herhangi bir orantısızlık bulunmamaktadır. Bununla birlikte fotoğrafta kapladığı alan, çerçevenin diğer bölümlerine göre orantısız kalmaktadır.

Ritim: Fotoğrafın ritmi grafiksel olarak oluşturulan çizgisel formlar tarafından sağlanmaktadır. Çizgilerin dikey hareketi fotoğrafın dinamizmini arttırmaktadır.

Renk: Gri tonlamalı bir fotoğraf olan *Pixel Portrait-2*'de açık-koyu tonlar ve ara tonlar kullanılmıştır.

Birlik: Fotoğraftaki bozulmalar eserin genelinde mevcuttur. Bu nedenle eserin kendi içerisinde biçimsel olarak birlik bulunmaktadır.

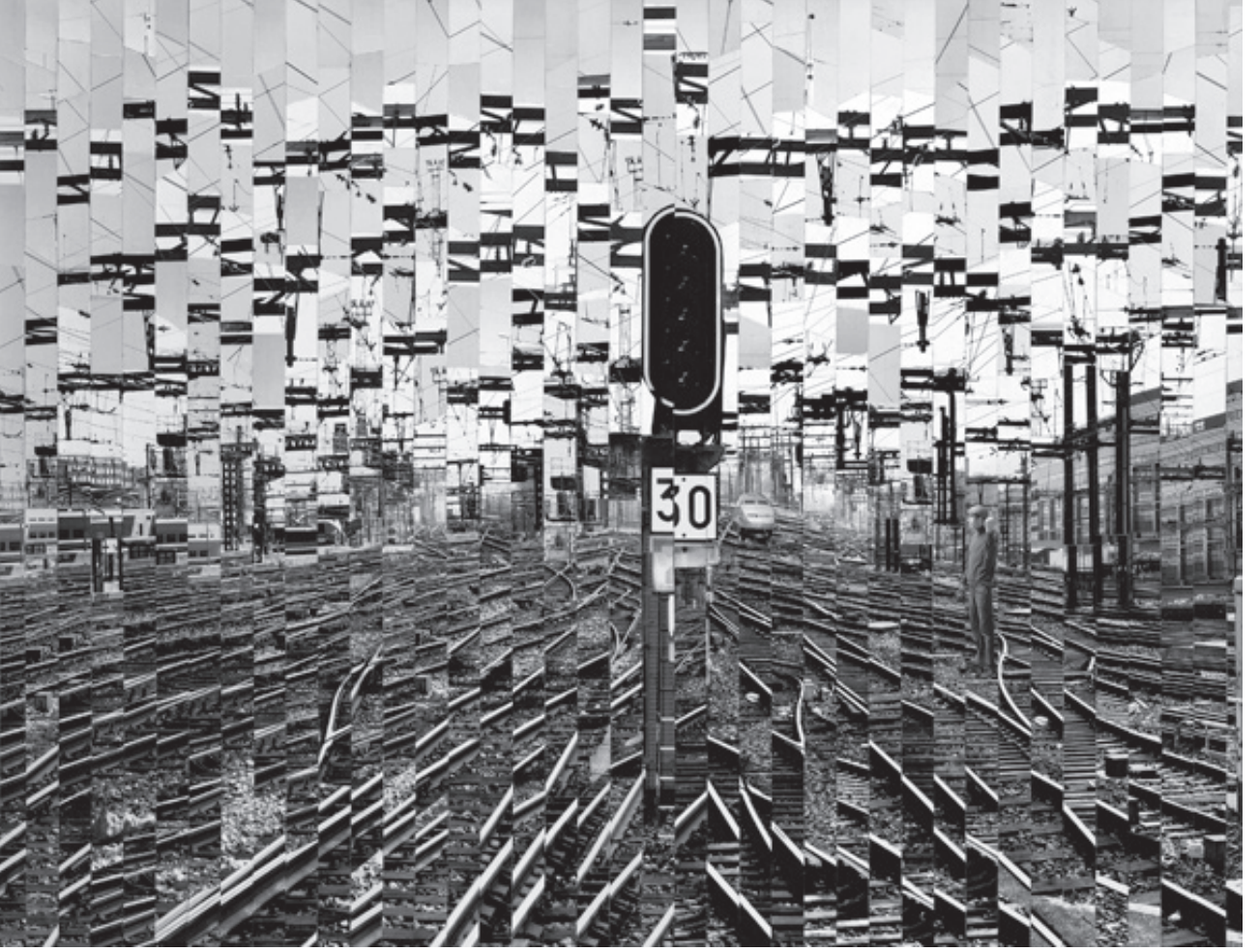
Serge Mendzhiyskogo Fotoğraflarının Analizi

Rus Fotoğraf sanatçısı Serge Mendzhiyskogo kolaj tekniği ile manzara fotoğrafları hazırlamaktadır. Her bir fotoğrafı için yüzlerce fotoğraf çeken sanatçı daha sonra bilgisayar ortamında bu fotoğrafları birleştirmektedir. Sanatçının eserleri, Dan Marker Moore ve Stephanie Jung'un eserleri ile benzerlik göstermektedir. Ancak Mendzhiyskogo, Moore gibi düzenli parçalar kullanmamakta, bunun yerine belirli bir denge ile fotoğraflarını oluşturmaktadır.

Serge Mendzhiyskogo Tren Fotoğrafının Biçimsel Analizi

Menzhiyskogo'nun yüzlerce farklı fotoğrafı birleştirilerek oluşturduğu kolaj serisi, siyah beyaz ve renkli fotoğraflardan oluşmaktadır. İzleyicilere çıplak gözle görülemeyen perspektifler sunan fotoğraflar, bilgisayar ortamında grafik düzenleme yazılımları aracılığıyla ortaya çıkmaktadır.

Sanatçının yüzlerce parçadan bir araya gelen fotoğrafı, bir tren istasyonundaki rayların ve trafik lambasının aynı açıdan farklı zamanlarda çekilmesiyle ortaya çıkmıştır. Fotoğrafın orta kısmında üzerinde "30" yazan bir trafik lambası, sağ tarafında elini başını üzerine koymuş bir insan yer almaktadır. Mendzhiyskogo fotoğrafın diğer bölümlerini tren raylarına ayırmakta ve farklı kesitler halinde yerleştirmektedir.



Fotoğraf-58: Serge Mendzhiyskogo – Tren

Denge: Asimetrik dengenin tercih edildiği fotoğrafta trafik lambası çerçevenin orta bölümüne yerleştirilmiş, sağ tarafında insan bulunurken sol tarafında ise herhangi bir obje yer almamıştır. Fotoğrafın siyah beyaz olması ve kaleideskopik bir tarzda olması nedeniyle ilk bakışta denge unsuru gözetilmemiş algısı yaratsa da dikkatli bakıldığında parçaların yerleştirilmesi dengeli yapıdadır.

Vurgu: Mendzhiyskogo'nun *Tren* fotoğrafında vurgu ön planda yer alan trafik lambasındadır. Ancak sanatçının eserinde kullandığı parçaları fotoğraf yapısı, belirli bir noktada ilgi merkezi oluşturmak yerine vurguyu genele yaymaktadır.



Vurguyu arttırmak için kullanılan 1/3 kuralına bu fotoğrafta yer verilmemiştir. Sanatçı fotoğrafında kullandığı objeleri belirli bir kurala göre yerleştirmemiş, parçalı yapıyı destekleyecek şekilde yerleştirmiştir.

Hareket: Mendzhiyskogo'nun *Tren* fotoğrafında bulunan grafiksel ögeler ve çizgiler, izleyicinin hareketini belirli bir noktaya yönlendirmemektedir.

Örüntü (Desen): Fotoğrafı oluşturan birbirine benzer parçaların tekrar tekrar kullanılması eserin genel yapısını desene çevirmektedir.

Oran/Orantı: Fotoğrafta yer alan objeler arasında oran/orantı mevcuttur. Trafik lambasının fotoğraf makinesine yakın olması ve arka planda yer alan tren ile arasındaki boyut farkı derinlik oluşturmaktadır.

Ritim: Yüzlerce parçanın bir araya gelmesi, fotoğrafta ritmi arttırmakta ve fotoğrafa dinamik bir yapı katmaktadır.

Renk: Fotoğrafta herhangi bir renk ya da ton öne çıkmamakta, ancak tren rayları ile gökyüzü arasında bir kontrast bulunmaktadır.

Birlik: *Tren* fotoğrafı parçalı yapısına rağmen içerisinde yer alan objelerin birbirileri ile ilişkisi herhangi bir tezatlık oluşturmamaktadır.

Serge Mendzhiyskogo Londra Fotoğrafının Biçimsel Analizi

Menzhiyskogo bir diğer şehir manzarasında bu kez renkli bir fotoğraf oluşturmuştur. Bir önceki fotoğrafın aksine *Londra* fotoğrafında sanatçı nesnelerin genel hatlarını korumayı tercih etmiştir.



Fotoğraf-59: Serge Mendzhiyskogo – Londra

Londra fotoğrafında ön planda bir nehir ve etrafındaki insanlar yer almaktadır. Gölün üzerindeki kırmızı tonlarındaki tekne fotoğrafın merkezinde bulunmaktadır. Arka planda yer alan binalarda fotoğrafın parçalı yapısı hissedilmektedir. Çerçevenin sağ tarafında yükselen saat kulesi ve önünden geçen yol, gölün üzerine binmektedir.

Denge: Londra fotoğrafında görsel açıdan simetrik bir denge bulunmaktadır. Sanatçı ön plana aldığı göl kenarındaki duvarlar ve arka plandaki binaların her iki tarafta da aynı yapıda olması simetrik dengeyi sağlamaktadır. Yine çerçevenin iki yanına yerleştirilen insanlarda simetriyi desteklemektedir.

Vurgu: Mendzhiyskogo'nun fotoğrafında vurgu boyutundan dolayı arka planda yer alan bina üzerindedir. Sağ tarafta yer alan saat kulesinin, fotoğrafın diğer öğelerine göre daha bütüncül bir yapıda olması kulenin bir diğer vurgu noktası olmasını sağlamaktadır.



1/3 kuralı, gölün, binaların ve gökyüzünün yerleştirilmesi açısından dengeli kullanılmıştır. Ancak 1/3 kuralında varsayılan kesişim noktaları ve merkezine herhangi bir obje yerleştirilmemiştir.

Hareket: Mendzhiyskogo'nun fotoğrafında göl kenarındaki duvarların oluşturduğu diagonal hatlar izleyicinin bakışını merkeze yönlendirmektedir. Binaların dikey formları, parçaların bu bölümde birleşerek oluşturduğu çizgiler ile birlikte hareketi çerçevenin üst kısmına taşımaktadır.

Örüntü (Desen): Parçalı fotoğrafların en çok öne çıkan özelliği parçaların oluşturduğu motiflerdir. Mendzhiyskogo'nun bu fotoğrafın da benzer şekilde parçalar bir desen oluşturmaktadır.

Oran/Orantı: Fotoğrafta yer alan objelerin boyutları arasında oran/orantı bulunmaktadır. Fotoğraf birçok parçadan oluşturulmuş olsa da nesnelerin genel oranları korunmuştur.

Ritim: Londra fotoğrafın yer alan çizgi ve formlar, biçimsel olarak dinamizm katmakta ve bir ritim oluşturmaktadır.

Renk: Renkli olarak çekilmiş fotoğraflardan bir araya getirilen eserde özellikle binaların sarı tonları ve gölün yeşil rengi hâkim tonlardır. Gölün üzerindeki teknenin kırmızı rengi gölün rengi ile zıtlık oluşturarak dikkat çekmekteyken, mavi renkteki tekne yeşil renk üzerinde belli olmamaktadır.

Birlik: Fotoğrafta parçaların yerleştirilmesi sırasında genel bir birlikten ziyade, çevresindeki diğer parçalar ile uyumu göze çarpılmaktadır. Saat kulesinin ve ön taraftaki heykelin gölün üzerinde yer alması birlik duygusunu yok etmektedir.

Genel Değerlendirme

Ortaya çıkmasında ve gelişmesinde teknolojik ilerlemelerin yattığı fotoğraf sanatı, taşıdığı mesajı ve anlamı izleyiciye aktarmak için biçimsel öğelerden faydalanmaktadır. Bu bağlamda fotoğraf çalışmalarında sanatçılar vermek istedikleri mesaja uygun araçlar kullanmakta ve biçimsel formlarını bu araçların imkanları ölçüsünde kurmaktadırlar. Fotoğrafın mesajı izleyiciye aktarabilmesi için aracı olan biçimsel kodlar, sanatın hemen her türünde kullanılmaktadır. Özellikle resim sanatı ve mimarlık gibi alanlar kullandıkları malzemenin çeşidi ve o malzemelerden ürettikleri biçimleri belirli kuralları dikkate alarak oluşturmuşlardır. Fotoğraf sanatında da kompozisyon kuralları biçimin oluşturulmasında ana belirleyici olmuştur.

Fotoğraf sanatında kompozisyon kurallarının belirlenmesi, diğer görsel sanatlarda olduğu gibi, tasarım prensipleri ve sanatsal elementler aracılığıyla yapılmaktadır. Denge, vurgu, hareket, desen, tekrar, oran/orantı, ritim ve çeşitlilik gibi tasarım prensipleri biçimsel öğeler olarak kabul edilmekte ve kompozisyon kuralları bu öğeleri ile aynı biçimsel kodları taşımaktadır.

Çalışmasının üçüncü bölümünde, yeni medya çağında ortaya çıkan teknolojik gelişmelerin fotoğrafın biçimsel kodları üzerindeki etkisinin belirlenmesini sağlamak için 8 fotoğrafçının 16 fotoğrafı biçimsel olarak çözümlenmiştir. Söz konusu etkileri belirlemek için biçimsel kodları belirleyen tasarım prensipleri kategori olarak kullanılmış ve sanatçıların eseri üretirken kullandıkları medya araçlarının biçimsel kodlara nasıl etki ettiği çözümlenmiştir.

Genel olarak video alanında çalışmalar yapan, ancak özellikle Instagram dönemi sonrası fotoğraf alanında da çalışmalar üreten Murad Osmann, ilk dönem fotoğraflarını cep telefonu ile çekmiş, sosyal medyada popülerliğinin artmasının ardından ise profesyonel ekipmanlara geçiş yapmıştır. Osmann'ın Barcelona'da çektiği *Sagrada Familia in Barcelona* fotoğrafı profesyonel ekipman ile üretilmiş bir fotoğraftır. Sanatçı bilgisayar ortamında fotoğrafına basit düzeltmeler dışında müdahalede bulunmamıştır. Osmann'ın fotoğrafında, denge, orantı birlik, hareket ve renk gibi tasarım prensipleri bulunurken, desen ve ritim bulunmamaktadır. Sanatçı fotoğrafında geleneksel kompozisyon öğelerini oluştururken biçimsel olarak fotoğrafa sonradan bir öğe eklememiş, fotoğrafta kompozisyonu oluştururken kullanılan kurallardan faydalanmıştır.

Murad Osmann'ın *the Holl Festival of Varanasi* fotoğrafı da bir önceki fotoğrafı gibi bilgisayar ortamında değil geleneksel ekipmanlar kullanılarak çekilmiştir. Fotoğrafı oluşturan tasarım prensipleri olarak, vurgu, renk, hareket, orantı ve birlik kullanılmıştır. Manzara fotoğrafçılığı türünde fotoğraflar çeken Osmann, kompozisyon kurallarını gözetererek ürettiği fotoğraflarına sonradan herhangi bir biçimsel kod eklememektedir.

Doğa ve manzara fotoğrafçısı Chris Burkard *Greenland-1* fotoğrafında, denge, vurgu, hareket, orantı, renk, birlik gibi tasarım öğelerini kullanmıştır. Kompozisyon kurallarından, tasarım prensiplerinin oluşturulması aşamasında faydalanılmış, basit müdahaleler dışında biçimsel olarak fotoğrafa sonradan müdahalelerde bulunulmamıştır.

Burkard *Greenland-2* fotoğrafında da aynı tasarım prensiplerinden yararlanmışır. Fotoğrafta asimetric denge oluşturan sanatçı, vurguyu yapmak istediği noktayı 1/3 kuralına göre konumlandırmıştır. İzleyicinin göz hareketlerini yönlendirmek için fotoğrafta bulunan objelerin hatlarından yararlanan sanatçı, kontrast ve objeler arasındaki oran/orantıyı biçimsel müdahaleler ile değil, kompozisyon kuralları dahilinde yapmıştır.

Sokak fotoğrafçısı Mustafa Seven'in fotoğraf geçmişi foto muhabirliği yaptığı döneme dayanmaktadır. Sanatçının incelenen fotoğraflarında bilgisayar ortamında müdahaleler bulunmamakta ya da basit renk düzeltmeleri şeklindedir. Seven'in *Hallstat Austria* fotoğrafında, vurgu, kontrast ve 1/3 kuralı gözetilerek yerleştirilen objeler ile sağlanmış, hareket ise fotoğrafta var olan nesnelere çizgisel hatları kullanılarak sağlanmıştır. Nesnelere oran ve orantıları uzaklık yakınlık ve perspektif gözetilerek korunmuştur.

Mustafa Seven *İstanbul* fotoğrafında da benzer tasarım prensiplerini, kompozisyon kuralları çerçevesinde oluşturmuştur. Asimetric dengeyi kullanan sanatçı, kediyi vurgulamak için sade bir zemin üzerine yerleştirmiş, arka planda alan derinliğini daraltmıştır. Fotoğrafta desen oluşturmak için evlerin çizgilerini kullanan Seven, oran/orantıyı perspektif ile dengelemiştir. Sokak fotoğrafçılığının anı yakalama prensibinden hareketle sanatçının fotoğrafında yer alan unsurlar arasında birlik söz konusudur.

Endüstri ürünleri tasarımı yapan, Instagram'ın ortaya çıkmasının ardından fotoğrafçılıkla ilgilenmeye başlayan Mehmet Kırallı fotoğraf çalışmalarını cep telefonu ve profesyonel fotoğraf makinesi kullanarak üretmekte ve sonrasında fotoğraflarına küçük düzeltmeler dışında müdahalede bulunmamaktadır. Sanatçının *Budapeşte* fotoğrafında çerçevedeki objeler asimetric olarak dengelenmiştir. Sanatçı fotoğrafta vurgulamak istediği noktaları 1/3 kuralı ve renk kontrastını kullanarak yerleştirmiştir. Tren raylarının ve

duvarların oluşturduğu tekrarları ritim olarak kullanan Kırali, genel kompozisyon kurallarını *Budapeşte* fotoğrafında uygulayarak biçimsel kodları meydana getirmiştir.

Kırali'nin *Kapadokya* fotoğrafı, manzara türünde bir fotoğraftır. Sanatçı fotoğrafta öğelerin yerleşimine dikkat ederek asimetrik bir denge elde etmiş ve vurgulamak istediği nesneyi sade bir zemine oturtturarak ilgi merkezini vurgulamıştır. Sanatçı dağlık arazinin doğal formlarını kullanarak hareketin yönünü belirlemiştir. Fotoğrafta ritim ve dinamizm kayalık arazinin diagonal çizgileri ile sağlanmıştır.

Timeslice denilen yöntemle fotoğraflarını oluşturan sanatçı Dan Marker Moore'un *Timeslice Hong Kong-1* fotoğrafında görsel bir denge kurulmamıştır. Sanatçının 24 adet fotoğraf karesinden 36 parça kesit alarak oluşturduğu fotoğraf belirli bir dengeden ziyade zaman geçişini anlatmak için aydınlık-karanlık noktalar dikkate alınarak birleştirilmiştir. Moore vurguyu oluşturmak için herhangi bir kompozisyon kuralına başvurmamış, izleyicinin kendi istediği noktaya odaklanmasını tercih etmiştir. 1/3 kuralını sadece ufuk çizgisini yerleştirmek için kullanan sanatçı, hareketi yönlendirmek için fotoğrafın nesnelere değil, parçaların oluşturduğu çizgilerden faydalanmıştır. Aynı yöntemi ritim ve desen oluşturmak için de kullanan Moore, fotoğraflarının biçimsel kodlarını fotoğraf kompozisyon kurallarına göre düzenlememektedir. Sanatçının fotoğraflarını bilgisayar ortamında üretirken kullandığı teknik ve teknoloji *Timeslice Hong Kong-1* fotoğrafının biçimsel kodlarını oluşturmaktadır.

Dan Marker Moore, *Timeslice Hong Kong-2* fotoğrafında da aynı yöntemi tercih etmiştir. Bu kez daha fazla fotoğrafı birleştirerek (50) daha kısa bir zaman dilimini fotoğraflayan Moore, *Timeslice Hong Kong-2* fotoğrafını bilgisayar ortamında grafik yazılım programları ile üretmiştir. Sanatçı fotoğrafta asimetrik bir denge kullansa da fotoğrafın parçalı yapısı nedeniyle aydınlık ve karanlık noktaların aynı anda kullanılması simetrik bir denge yaratmaktadır. Moore fotoğrafında vurgulamak istediği noktayı ön plana çıkarmak ve izleyicinin bakışlarını bu alana hareketlendirmek için 50 fotoğraftan kestiği parçaları helezonik bir şekilde birleştirmiş ve vektörel bir görüntü elde etmiştir. Parçaların belirgin hatları ve tekrar eden yapısı, Moore'un bir önceki fotoğrafında olduğu gibi bu fotoğrafta da desen oluşturmakta ve ritmi arttırmaktadır.

Stephanie Jung farklı zamanlarda Times Meydanı'nda çektiği birçok fotoğrafı bilgisayar ortamında birleştirerek *Times Square* fotoğrafını üretmiştir. Fotoğrafta denge ve vurgu gibi unsurları kullanmayan sanatçı, izleyiciyi tek bir noktaya yönlendirmek yerine, üst üste binen binaların ve insanların oluşturduğu çizgiler ile çerçevenin tamamına yönlendirmektedir. Binaların üst üste binmesi bakışları yönlendirmesinin yanında fotoğrafa desen katmış, tekrar tekrar kullandığı formları ritmi meydana getirmiştir. Jung *New York* fotoğrafında da aynı tekniği kullanmış ve daha önce çektiği fotoğrafları tek bir fotoğraf olarak kurgulamıştır. Sanatçı *New York* fotoğrafında da tekniği biçimsel kodlara dönüştürmüş, vurgu, hareket ve ritmi, fotoğrafların üst üste birleştirilmesinin ardından ortaya çıkan çizgi ve renkleri kullanarak oluşturmuştur.

Rus fotoğraf sanatçısı Pavel Khrustalev'in *Pixel Portrait* serisinin çıkış noktasını teknolojik araçların çevremizi sarmasına dayanmaktadır. Sanatçı bu temayı oluşturmak için yine teknolojinin kendisinden yararlanmak ve mesajını içeriksel değil biçimsel olarak vermektedir. Sanatçı *Pixel Portrait-1* fotoğrafında klasik kompozisyon kurallarından uzaklaşmamaktadır. Vurgu ve denge 1/3 kuralı gözetilerek yerleştirilmektedir. Ancak sanatçı bilgisayar ortamında fotoğraftaki nesnelere biçimsel formlarını bozarak çizgisel hatlar üretmekte ve bu şekilde hareket, ritim ve desen yaratmaktadır. Sanatçının fotoğraflarını bilgisayar ortamında müdahaleler yaparak düzenlemesi neticesinde biçimsel kodların bir kısmı yazılım kullanımı kaynaklıdır.

Khrustalev, *Pixel Portrait-2* fotoğrafında biçimsel unsurları bir önceki fotoğrafına göre daha fazla yazılım temellidir. Fotoğrafta kompozisyon öğelerini kullanarak denge, vurgu, hareket ve ritim oluşturmak yerine, bilgisayar ortamında fotoğraftaki objelerin formlarını değiştirerek elde ettiği çizgiler aracılığıyla düzenlemektedir.

Bir diğer Rus sanatçı Serge Mendzhiyskogo, benzer noktalardan çektiği yüzlerce fotoğrafı bilgisayar ortamında parçalara ayırmakta ve daha sonra farklı fotoğraflardan aldığı parçaları birleştirerek kolaj fotoğraflar oluşturmaktadır. Mendzhiyskogo *Tren* fotoğrafında vurgu ve dengeyi belirli bir alan üzerinde yoğunlaştırmak yerine parçalar üzerinden çalışmanın geneline yaymaktadır. Sanatçı tren raylarının çizgisel hatlarını parçalara bölmekte ve farklı noktalarda tekrar tekrar kullanarak desen ve ritim oluşturmaktadır. Geleneksel kompozisyon kurallarında fotoğrafta var olan çizgiler fotoğrafın ögesi olurken, *Tren* fotoğrafında bu öğeler bilgisayar ortamında biçimsel yapısı değiştirilerek kullanılmıştır.

Londra, Mendzhiyskogo'nun fotoğrafı üretirken kullandığı araçlardan kaynaklanan biçimsel kodlar ile kompozisyon kurallarının bazılarını birlikte uyguladığı bir çalışmadır. Sanatçı bu fotoğrafta denge unsurunu simetrik olarak oluşturmuş, vurguyu ise nesnenin boyutları ve renk kontrastı üzerinden yönlendirmiştir. Ancak fotoğrafta sonradan tekrar eden parçaların oluşturduğu çizgiler ve renkler aracılığıyla desen ve ritmi elde etmiştir.

SONUÇ

Bilgisayar teknolojilerinin icat edilmesi günlük hayatı değiştirmesinin yanında iletişim ve sanat alanını da etkilemiştir. Özellikle internetin icat edilmesiyle birlikte teknik altyapısal etkilerin yanı sıra içeriksel değişimlerde yaşanmıştır. İletişim ve sanat alanında yaşanan bu ilerlemeler medya araçlarının yapısını değişikliğe uğratmış, bununla birlikte yeni iletişim ve sanat türleri de literatüre eklenmiştir. 21. yüzyılda sayısal teknolojiler sanatın tür ve içeriklerini değişikliğe uğratmış ve yeni formlar kazandırmıştır.

Yeni medya araçlarının ortaya çıkmasıyla birlikte başlangıçta geleneksel yayın araçları aracılığıyla oluşturulan içerikler yeni medya araçlarına aktarılmış, zamanla tamamen dijital ortamda oluşturulan içerikler artarak kitle iletişim araçlarını ele geçirmiştir. Yeni medya araçlarının *sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik, kod çevrimi, etkileşimlilik, kitlesizleştirme, eş zamansızlık* özellikleri, üretilen içeriklerin yapısını değiştirmiş, çok daha hızlı ve esnek yöntemlerle içerik retilenmiştir. Özellikle internetin yaygınlaşmasıyla birlikte farklı medya ortamları tek bir medya aracı üzerinden elde edilebilir olmuş, multimedya içerikler tek bir ortam üzerinden paylaşılabilir hale gelmiştir.

Yeni medya araçlarının gelişmesinin ardından ortaya çıkan yeni medya sanatı, sanat eserlerinin yapısını değiştirmiş aynı zamanda yeni sanat türlerini de ortaya çıkarmıştır. Dijital sanat ya da yeni medya sanatı olarak adlandırılan yeni sanat formları, geleneksel sanat formları karşısında etkinliğini arttırmaya başlamıştır. Resim, heykel gibi geleneksel sanat formlarının dijital ortama uyum sağlamasının yanı sıra, internet sanatı, yazılım sanatı, sanal gerçeklik ve arttırılmış gerçeklik gibi türler, sanat eserlerinin sınıflandırmasına dahil olmuştur.

Fiziksel bir nesne olma özelliği taşıyan ve bu nedenle müze ya da galeri gibi mekanlarda sergilenerek sınırlı bir kitleye ulaşan sanat eserleri, yeni medya araçlarının ardından fiziksel mekanlardan bağımsız hale gelmiş, internet üzerinden 24 saat ulaşılabilen online müze, galeri ve web sitelerinde sergilenmeye başlanmıştır. Yeni medyanın uzaklık kavramını değiştirmesi, zaman ve mekân kavramını da değiştirerek sanat eserleri ile izleyiciler arasındaki sınırları ortadan kaldırmıştır. İzleyicilerin sanat eserlerine ulaşmak için medya dışında bir aracıya ihtiyaç duymamaları, sanati-eser ve izleyici arasındaki etkileşimi arttırmış, izleyiciler doğrudan müdahaleler ya da geri bildirimler sayesinde üretim sürecine ortak olmuşlardır. Özellikle sanal gerçeklik ve arttırılmış gerçeklik çalışmaları ile birlikte izleyici ara yüzler sayesinde sanat eserine doğrudan müdahil olmuştur.

Teknolojik ilerlemelerin temelini oluşturduğu fotoğraf, sayısal teknolojilerin yarattığı kırılmaları en çok yaşayan sanat dallarından birisi olmuştur. Doğası gereği fiziki bir yapı olan fotoğraf, özellikle dijital fotoğraf makinelerinin üretilmesinin ardından, maddesel özelliğini yitirmeye başlamıştır. Ancak dijital fotoğraf teknolojilerinin ilk yıllarında maddesel olarak özelliğini kaybeden fotoğraf, biçimsel yapısını korumayı başarmıştır. İnternetin icat edilmesi, mobil teknolojilerin gelişmesi ve akıllı telefonların ortaya çıkmasıyla birlikte ise fotoğraf biçimsel olarak da değişime uğramaya başlamıştır.

Yeni medya sanatından etkilenen ve fiziksel olarak sınırlardan kurtulan fotoğraf, yeni medya araçları sayesinde sadece fotoğraf kağıdının değil fotoğraf makinesinin de sınırlarından kurtulmuştur. Bilgisayar grafik yazılım uygulamalarının ileri seviyelere ulaşması fotoğrafı sadece çekilen bir sanat türü olmak yerine bilgisayar üzerinden üretilen bir sanat türüne dnştrmştir. Analog dönemde manipülasyona

sınırlı olarak izin veren fotoğrafın, dijital dönemde manipülasyon konusunda sınırları ortadan kalkmıştır. Algoritma ve programlar aracılığıyla oluşturulan otomatik işlemler, önceden belirlenmiş adımları tekrar ederek fotoğrafa müdahaleyi hızlandırmış, fotoğraf sanatçıları bir fotoğrafında yaptığı düzenlemeleri kopyalayarak tekrar tekrar farklı fotoğraflarına da hızlı şekilde uygulayabilmiş ve biçimsel estetik kodlarını yeniden kurgulayabilir hale gelmiştir.

Fotoğrafın yeni medyada üretim tekniklerinde yaşanan değişimler, fotoğrafın biçimsel yapısında da değişimlere neden olmuştur. Fotoğrafın görülebilmesi için fotoğraf kağıdına basılma zorunluluğunun ortadan kalkması ve bilgisayar ya da cep telefonu ekranlarından bakılan bir sanata dönüşmesi neticesinde fotoğraf kağıdının çerçeve sınırları ortadan kalkmış, bu da fotoğrafın biçimini değiştirmiştir. 360 derece olarak adlandırılan fotoğraf formu, sanal gerçeklik ile fotoğraf teknolojisini birleştirmiş, izleyicilerin bilgisayar ekranı ya da sanal gözlükler ile fotoğraf içerisinde nereye bakmak istediklerine kendilerinin karar verebilmesine imkân sağlamıştır. Fotoğraf sanatçısı 360 derece fotoğrafın içerisinde farklı açılar yerleştirebilmiş ancak hangi açılardan fotoğrafa bakmak istediğini izleyici tercihine bırakmış ve bu şekilde izleyici fotoğraflarla etkileşime girerek sanatçının bakış açılarını yeniden kurgulayabilmiştir.

Geleneksel dönemde fotoğraf sanatının sabit bir anı yansıtması, zaman olarak çekildiği andan başka zaman dilimlerini işaret etmesi ancak anlam üzerinden yapılan göndermeler ile mümkün olabilmektedir. Ancak yeni medya döneminde fotoğrafın değişen yapısı ve çekildikten sonra müdahale edilebilir hale gelmesi, fotoğrafta zaman kavramını da değiştirmiştir. Sanatçılar farklı zaman dilimlerinde çektikleri fotoğrafları bilgisayar aracılığıyla tek bir fotoğrafta birleştirmiş, böylece fotoğraf biçimsel olarak da farklı zaman dilimlerine atıfta bulunabilmiştir. Yine bilgisayar ve video sanatıyla birleşen fotoğraf türleri sadece dijital ortamlarda görüntülenebilen içerisinde sınırlı da olsa bir zaman geçişini gösteren hareketli fotoğrafların (Sinemagraf) üretilmesine de imkân vermiştir. Her ne kadar bu tür çalışmalar fotoğraf ile video arasında bir form olsa da temelinde fotoğraf olması nedeniyle fotoğrafın değişen bir formu olarak kabul edilebilmektedir. Sinemagraf türünde eser üreten sanatçılar bu türü video ile fotoğraf arasında bir nokta olarak tanımlamakta ve video ya da GIF (Graphics Interchange Format - Değişebilir Grafik Formatı) tanımlamalarını kabul etmemektedir.

Fotoğrafların internet üzerinden sergilenmeye ve paylaşılmaya başlanmasıyla birlikte kompozisyonun biçimsel kodları da yeniden kurgulanmaya başlamıştır. Özellikle Instagram'ın ortaya çıkmasıyla geleneksel dönemde *Polaroid* markası tarafından sunulan ve aile fotoğrafları için kullanılan kare fotoğraf formatı, 21. yüzyılda amatör ve profesyonel fotoğraf sanatçıları tarafından da benimsenmiştir. Kare format fotoğrafın oranlarının dikdörtgen oranlı fotoğrafa göre farklı olması, profesyonel fotoğraf sanatçılarının ürettikleri eserlerin biçimsel yapısını bu formata uygun hale getirmelerine neden olmuştur. Sanatçılar dikdörtgen oranlarda fotoğraf çekseler dahi fotoğraflarını bilgisayar aracılığıyla kare olarak yeniden düzenlemektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde seçilen fotoğrafçılar ve incelenen eserleri, geleneksel dönem ile yeni medya dönemini karşılaştırabilmek açısından, geleneksel yöntemler ile fotoğraf üreten sanatçılar ile yeni medya araçlarının sunduğu teknolojiyi kullanarak fotoğraf üreten sanatçılardan eşit sayıda seçilmiştir.

Bugün fotoğraf dendiğinde akla gelen ilk mecra olan Instagram üzerinden takipçi sayıları dikkate alınarak seçilen ilk dört sanatçı geleneksel üretim araçlarını kullanan sınıf olarak ele alınmış, Instagramla birlikte diğer sanat forumları üzerinden seçilen dört sanatçı ise yeni medya araçları ile fotoğraf üreten sanatçılar olarak değerlendirilmiştir.

Murad Osmani, Chris Burkard, Mustafa Seven ve Mehmet Kırallı, geleneksel araçlarla fotoğraf üreten fotoğraf sanatçıları sınıfında yer almaktadır. Bu sanatçılar, zaman zaman cep telefonu ve drone gibi yeni medya döneminde ortaya çıkan araçlar ile fotoğraflar üretse de bilgisayar ortamında fotoğraflarına sınırlı olarak müdahalelerde bulunmaktadır. Ayrıca bu sanatçıların ürettikleri eserlerin nihai formları, üretim aracından kaynaklanan biçimsel özellikler taşımamaktadır.

Murad Osmani, Mustafa Seven, Chris Burkard ve Mehmet Kırallı, geleneksel kompozisyon kurallarını dikkate alarak biçimsel düzenlemeler yapmaktadırlar. Bu sanatçılar, *denge, vurgu, hareket, desen, oran/ orantı, ritim, birlik* gibi tasarım prensiplerini eserlerinde kullanırken, fotoğrafta kompozisyonun kurallarından olan *1/3 kuralı, kontrast, tekrar eden objeler* gibi kurallara bağlı kalmaktadır. Sanatçılar fotoğraflarına bilgisayar ortamında basit düzeltmeler dışında müdahalelerde bulunmamış, tasarım prensiplerini fotoğrafı çektikleri sırada oluşturmuşlardır.

Dan Marker Moore, Stephanie Jung, Pavel Khrustalev ve Serge Mendzhiyskogo ise çalışmalarını yeni medya araçları kullanarak üreten sanatçılardır. Bu sanatçıların fotoğrafları nihai formlarına bilgisayar ortamındaki müdahalelerden sonra ulaşmaktadırlar. Dan Marker Moore sabit bir an yerine belirli bir zaman diliminde çektiği fotoğrafları bilgisayar ortamında birleştirmekte, bunu yaparken de klasik kompozisyon kuralları yerine tekniğinin izin verdiği biçimsel öğeleri kullanmaktadır. Moore, *vurgu, denge, hareket* gibi prensipleri uygularken eseri oluşturduğu sırada ortaya çıkan çizgisel ve parçalı öğelerden yararlanmaktadır. Sanatçı klasik kompozisyon kurallarından sadece *1/3 kuralını*, fotoğraflarında kullanmaktadır.

Stephanie Jung'da Moore gibi farklı zaman dilimlerinde çektiği fotoğrafları bilgisayar ortamında birleştirerek tek bir fotoğraf haline getirmektedir. Jung'un çalışmaları biçimsel olarak herhangi bir kompozisyon kuralını barındırmamakta, *vurgu, denge, desen, hareket* gibi tasarım prensiplerini, fotoğraflarını bilgisayarda düzenlerken eklemektedir. Jung'un eserlerinde gözlemlenen çizgi ve tekrar eden objeler, bilgisayar ortamında aynı görüntülerin üst üste bindirilmesiyle oluşturulmuş biçimsel kodlardır.

Pavel Khrustalev'in çalışmaları, Jung ve Moore'a göre daha minimalist tarzdadır. Fotoğraflarında çok fazla nesne kullanmayan, sadece bir insan ve arka plandaki gökyüzünü kullanarak çerçeve oluşturan Khrustalev, *vurgu, desen, hareket, ritim, denge* gibi prensiplerini, bilgisayar ortamında fotoğrafta var olan nesnelere formlarını değiştirerek elde etmektedir.

Yeni medya araçlarını kullanarak fotoğraf üreten son sanatçı ise Serge Mendzhiyskogo'dur. Sanatçı biçimsel olarak kolaj sanatına benzer tarzda fotoğraflar üretmektedir. Aynı bölgeyi içeren 100'den fazla fotoğrafı önce parçalara ayıran sanatçı, ardından tekrar birleştirerek tek fotoğraf haline getirmektedir. Mendzhiyskogo'nun bu çalışmalarını üretebilmesine imkân veren araç, bilgisayar yazılımlarıdır. Serge Mendzhiyskogo fotoğraflarında *denge, vurgu, hareket, ritim, oran/orantı* gibi tasarım prensiplerini, kompozisyon kurallarından ziyade, bilgisayar düzenlemeleri sayesinde ortaya çıkan *şekil, çizgi ve doku*'lar aracılığıyla oluşturmaktadır.

Yeni medya araçlarının sanat türleri üzerinde yarattığı biçimsel ve içeriksel değişimler, özellikle fotoğraf sanatının biçimsel estetik yapısı üzerinde değişikliklere sebep olmuştur. Fotoğrafın statik yapısı ortadan kalkmış ve yeni fotoğraf formları ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan bu formlarla birlikte fotoğraf kompozisyonunu oluşturan biçimsel kodlar da değişmiştir. Bununla birlikte incelenen fotoğraf çalışmalarında sanatçıların tüm fotoğraflarında klasik biçimsel öğelerden tamamen vazgeçmediği, fotoğraflarını ürettikleri araç ve mekâna göre biçimsel kodlara başvurdukları görülmüştür. Elbette ki fotoğraf sanatının analog olduğu dönemde de klasik biçimsel kodların dışına çıkan sanatçılar olmuştur. Ancak geleneksel dönemde sanatçılar bilinçli olarak bu tarz tercihlerde bulunmaktadırlar. Yeni medya sanatı döneminde ise sanatçıların bilinçli tercihlerinin yanında üretim aracının türü de biçimsel kodlar üzerinde etkili olmakta, kendine ait biçimsel kodları esere yansıtmaktadır. Sanat eserlerinin biçimsel estetiğini meydana getiren formlar ve göstergeler, internet ve bilgisayar gibi yeni medya araçları kullanılarak yeniden kurgulanmaktadır. Üretim araçlarının değişim göstermesi ve yeni medya araçlarının modüler yapısı nedeniyle parçalı, değişken format, etkileşimli, zamansız ve mekansız üretilebilen ve paylaşılabilen, kendi biçimsel kodlarını taşıyan vb. yeni fotoğraf formları ortaya çıkmıştır. Bu formlar oluşturulurken kullanılan biçimsel estetik kodlar, geleneksel dönem fotoğraf sanatından gelen biçimsel kodlarla birlikte değişime uğradığı ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte bu değişimin daha hızlanarak devam edeceği öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

- ABDOU, K. R. (2017). *Mesmerizing "Time Slice" Photos Show Single Locations at Different Times of Day*, <https://mymodernmet.com/time-slice-landscape-photography-fong-qi-wei/>, Erişim Tarihi: 25.01.2018.
- AGAR, J. (2003). *Constant Touch, A Global History Of Mobile Phone, Icon*, London.
- AKARSU, B. (1975). *Felsefe Terimleri Sözlüğü*, Türk Dil Kurumu Yayınları: 408, Ankara.
- AKBAŞ, F. & İKİZLER, E. (2003). *Fotoğraf Teknik Okumaları*, Om Fotoğraf, İstanbul.
- AKGÜN, S. (2010). *Yeni Medya Reklamlarında Marka Kişiliği, İkinci Medya Çağında İnternet içinde* (Derleyenler, Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz, ALFA, İstanbul.
- AKIN, C. (2015). *Dijital Sanatlarda Etkileşimsellik: Türkiye'de Etkileşimsel Dijital Sanatların Konumu Üzerine Bir İnceleme*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı İletişim Bilimleri Bilim Dalı, İstanbul.
- ALİOĞLU, N. (2013). *Yeni İletişim Teknolojileri Bağlamında Yeni Medya Sanatı Kuramsal Bir Deneme*, Yeni Medya Üzerine... Yeni İletişim Teknolojileri içinde (Edt. Müge Demir), Literatürk Academi, Konya.
- ANKARALIGİL, N. & KARTAL, H. (2013). *Oyun, İdeoloji ve Tüketim: Kitle İletişim Araçları Bağlamında Eğlenceden Tüketime Futbolun Dönüşümü*, Yeni Düşünceler Dergisi, Sayı: 7 Nisan, İzmir.
- ANTMEN, A. (2008). *20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar*, 2. Baskı, Sel Yayıncılık, İstanbul.
- ARAPOĞLU, F. (2012). *Dijital Sanat Üzerine*. Artam Global Art & Design, Sayı 16.
- ARENAZA, S. (2007). *Technological Convergence*, <http://www.itu.int/osg/spu/youngminds/2007/essays/ArenazaSonia.pdf>, Erişim Tarihi: 23.06.2016.
- ARISTOTELES (1987). *Poetika* (Çev. İsmail TUNALI), Remzi Kitabevi, İstanbul.
- ARISTOTELES, *Metaphysics* Book 13, Chapter 1078b, <http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus:text:1999.01.0052:book=13:section=1078b>, Erişim Tarihi: 06.01.2015.
- ARNHEIM, R. (1954). *Art And Visual Perception: A Psychology of The Creative Eye*, University of California Press, California.
- ARNOLD, T. K. (2017). *The History of DVD: The Disc That Changed Home Entertainment*, <http://www.homemediamagazine.com/consumer-electronics/history-dvd-disc-changed-home-entertainment-39791>.
- AUGUSTINUS, A. (2010). *İtirafılar*, (Çev. Çiğdem Dürüşken), Kabalcı Yayınevi, İstanbul.
- AYDOĞAN, F. (2010). *İkinci Medya Çağı'nda İnternet içinde, İkinci Medya Çağı'nda Gözetim ile Kamusal Alan Paradoksunda İnternet* (Edt. Filiz Aydoğan ve Ayşen Akyüz), Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- AYDOĞAN, F. (2011). *Küresel Medya (Tüm Boyutlarıyla)*, Beta, İstanbul.
- BAJAC, Q. (2010). *Après La Photographie ? : De l'image argentine à la Révolution Numérique* (Çev. Marşa Franco), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- BAŞARAN ÖZDEMİR, F. (2011). *Küreselleşme, Ağ Toplumu ve Yeni Ekonomi*, Yayınlanmamış Ders Notları, Ankara.
- BAŞLAR, G. (2013). *Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm*, <http://ab.org.tr/ab13/bildiri/247.pdf>, Erişim Tarihi: 06.04.2016.
- BAUMGARTEN, A. G. (1750). *Aesthetica*, I.C. Kleyb.
- BAYKAM, B. (1989). *Post-Modernizm'in Ötesi*, Milliyet Sanat Dergisi, Kasım 228, İstanbul.
- BAYRAKTAR, E. & KALELİ, F. (2007). *Sanal Gerçeklik ve Uygulama Alanları*, Dumlupınar Üniversitesi: Akademik Bilişim Konferansı Bildiri Kitabı, Kütahya.
- BELLONE, R. (2010). *Fotoğraf*, (Çev. İsmail Yerguz), Dost Kültür Kitaplığı No:96, Ankara.
- BORTH, D. E. (2016). *Encyclopædia Britannica/mobile telephone*, Encyclopædia Britannica, inc. <https://www.britannica.com/technology/mobile-telephone>, Erişim Tarihi 18.07.2017.
- BOUCHER, E. P. (1958). *Fundamentals of Photography* (3th Edt.), D. Van Nostrand Company, Canada.
- BROOKE, B. (b.t.). *The Brief History Of Digital Photography*, <http://bobbrooke.com/Digital%20Studio/digitalhistory.htm>, Erişim Tarihi: 15.10.2017.
- BROWN, C. C. (2015), *The Aesthetics of New Media Art*, <http://www.thechillconcept.com/the-aesthetics-of-new-media-art/>, Erişim Tarihi: 21.01.2018.

- Business Dictionary, (b.t.). <http://www.businessdictionary.com/definition/software.html>
- BYRD, K. (b.t.). *Go from 0 to 5,000 blog subscribers in 60 days*, <http://blogbasics.com/what-is-a-blog/>, Erişim Tarihi: 14.11.2016.
- Cambridge Online Dictionary, (b.t.). <http://dictionary.cambridge.org>.
- CAN, T. & ŞİMŞEK, İ. (2016), *Eğitimde Yeni Teknolojiler: Sanal Gerçeklik*, Eğitim Teknolojileri Okumaları 2016 içinde, Edt. Aytekin İşman Hatice, Ferhan Odabaşı, Buket Akkoyunlu), Sakarya Üniversitesi The Turkish Online Journal of Educational Technology, Ankara.
- CASTELLS, M. (2000). *Ağ Toplumunun Yükselişi*, (Çev: Ebru Kılıç, 2008), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- CERUZZI, P. E. (2003). *A History of Modern Computing*, MIT Press, London.
- CLAWSON, M. (2015). *iPhoneography: How to Create Inspiring Photos with Your Smartphone*, APress, California.
- COLSON, R. (2007). *The Fundamentals of Digital Art*, AVA Publishing, Switzerland.
- Computer History Museum: The Babbage Machine, <http://www.computerhistory.org/babbage/engines/>, Erişim Tarihi: 02.04.2017.
- Convergence And Next Generation Networks, (2007). Final Reports, <http://www.oecd.org/sti/ieconomy/40761101.pdf>, Erişim Tarihi: 02.04.2017.
- CÖMERT, B. (2007). *Croce'nin Estetiği*, De ki Basım Yayım, Ankara.
- CROCE, B. (1983). *İfade Bilimi Ve Genel Linguistik Olarak Estetik- Croce Estetik'ine Giriş*, (Çev. İsmail Tunalı), Remzi Kitabevi, Ankara.
- CROFTS, S., DILLEY, J., FOX, M., RETSEMA, A., & WILLIAMS, B. (2005). *Podcasting: A new technology in search of viable business models*, First Monday Vol: 10-9, <http://firstmonday.org/article/view/1273/1193>.
- CROWTHER, P. (1993). *Critical Aesthetics and Postmodernism*, Clarendon Press- Oxford, New York.
- CUBITT, S., (2009). *Case Study: Digital Aesthetic*, Digital Cultures Understanding New Media içinde (Edt. Glen Creeber & Royston Martin), Open Press University, England.
- ÇALIŞIR, G. (2015). *Siyasi Partilerin İnternet Siteleri Üzerine Bir Araştırma: 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri*, Global Media Journal TR Edition, 6 (11) Fall 2015 Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.
- ÇUHACI, G. (2007). *Dijital Sanatlarda Bedenin Kullanımı*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- DANİELS, D. (2000). *Strategies of Interactivity*, https://www.hgb-leipzig.de/daniels/vom-readymade-zum-cyberspace/strategies_of_interactivity.html, Erişim Tarihi: 15.12.2017.
- DEWDNEY, A. & RIDE, P. (2006). *The New Media Handbook*, Routledge, New York.
- DİLMEN, N. E. & ÖĞÜT, S. (2006). *Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim'e İletişimsel Bilişim Yaklaşımı*, www.sertacogut.com, Erişim Tarihi: 05.03.2016.
- DOĞAN, G. (2015). *Yeni Medya Kimliğiyle Toplumsal Belgesel Fotoğraf*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- DOĞAN, M. H. (1975). *100 Soruda Estetik*, Gerçek Yayınevi, İstanbul.
- EDER, M. J. (1978). *History of Photography*, (Trans, Edward Epstean), Dover Publication, New York.
- ERLEVENT, E., (2013). *Yeni Medya Sanatı*, inet-tr Türkiye'de İnternet Konferansları, <http://inet-tr.org.tr/inetconf18/bildiri/39.pdf>.
- ERTAN, G. (2009). *Dünden Bugüne Fotoğraf*, İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- ERZEN, J. N. (2011). *Çoğul Estetik*, Metis Yayınları, İstanbul.
- FRANKE, H. W. (1971). *Computer Graphics - Computer Art* (Translated by Gustav Metzger and Antje Schrack), Phaidon Press Limited, London.
- FRIZOT, M. (1998). *A New History Of Photography*, Könemann, Köln.
- FRY, R. (1909). *An Essay in Aesthetics*, http://rci.rutgers.edu/~tripmcc/phil/poa/fry-essay_in_aesthetics.pdf, Erişim Tarihi: 25.01.2017.
- GERAY, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*, Ütopya Yayınları, Ankara.

- GERNSHEIM, H. & GERNSHEIM, A. (1969), *The History Of Photography*, Thames and Hudson, London.
- Global Symposium for Regulators (9th, 2009), Final Reports, https://www.itu.int/ITU-D/treg/Events/Seminars/GSR/GSR09/consultation_contributions/Peru_E.pdf, Erişim Tarihi: 02.04.2017.
- GOGGIN, G. (2011). *Global mobile media*, NY: Routledge, New York.
- GORIUNOVA, O. & SHULGIN, A. (2002). *Artistic Software for Dummies and, by the way, Thoughts About the New World Order*, <http://readme.runme.org/1.2/teb1e.htm>, Erişim Tarihi: 25.01.2017.
- GORSLER, F. (2017). *Instagram Is Expected to Reach One Billion Users in 2018*, <https://www.highsnobiety.com/2017/11/10/instagram-one-billion-users-2018/>, Erişim Tarihi: 21 Ocak 2018.
- GOW, A., G. & SMITH, R., K. (2006). *Mobile And Wireless Communications: An Introduction*, Open University Press, London.
- GRAU, O. (2003). *Virtual Art form Illusion to Immersion* (Translated by Gloria Custance), MIT Press, USA.
- GRAY, R. (2012). *The rise of mobile phone photography*, <https://www.theguardian.com/artanddesign/2012/nov/16/mobile-photography-richard-gray>, Erişim Tarihi: 21 Ocak 2018.
- GÜLNAR, B. & BALCI, Ş. (2011). *Yeni Medya ve Kültürleşen Toplum*, Literatürk, Konya.
- GÜREL, P. (2006). *Estetik'i Doğru Anlama Üzerine*, <https://makaleler.wordpress.com/category/estetik/>, Erişim Tarihi: 20.02.2014.
- HAMMERMEISTER, K. (2002). *The German Aesthetic Tradition*, Cambridge University Press, Ohio.
- HANNAVY, J. (2008). *Encyclopedia Of Nineteenth-Century Photography*, Vol-I, Routledge, New York.
- HEGEL, G. W. F. (1835). *Aesthetics: Lectures on Fine Art Vol. I*, (Translated by T. M. Knox), Oxford University Press, ABD.
- HEGEL, G. W. F. (1936). *Estetik*, (Çev. Suut Kemal Yetkin), Dün ve Yarın Tercüme Külliyyatı Sayı: 50, İstanbul.
- HILL, S. (2013). *From J-Phone To Lumia 1020: A Complete History Of The Camera Phone*, <https://www.digitaltrends.com/mobile/camera-phone-history/>, Erişim Tarihi: 17.07.2017.
- History of Computers, <https://homepage.cs.uri.edu/faculty/wolfe/book/Readings/Reading03.htm>, Erişim Tarihi: 02.04.2017
- HJORTH, L. & GOGGIN, G. (2009). *The Question of Mobile Media*, https://www.academia.edu/31523964/The_Question_of_Mobile_Media_2009, Erişim Tarihi: 15.08.2017.
- How the CD was developed Online*, 17 Ağustos 2007, BBC News <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/6950933.stm>, Erişim Tarihi: 02.04.2017.
- İlk Cep Telefonu Yapımcısı Dr. Martin Cooper Röportajı (Motorola) Spam Dergisi (2015). <http://www.ihs.com.tr/blog/ilk-cep-telefonu-yapimcisi-dr-martin-cooper-roportaji-motorola/>, Erişim Tarihi 18.07.2017.
- JAMESON, F. (1984). *Postmodernism Or The Cultural Logic of Capital*, New Left Review No: 146, July/August. Durham.
- JENSEN, J. F. (2005). *Interactive Television: New Genres, New Format, New Content*, IE '05 Proceedings Of The Second Australasian Conference On Interactive Entertainment, Sydney.
- JIMENEZ, M. (2008). *Estetik Nedir?*, (Çev. AYTEKİN KARAOBAN), Doruk Yayıncılık, İstanbul.
- JOHNSON, H. & SHAW, J. S. (2005). *Glossary of Digital Art and Printmaking*, <http://www.bermangraphics.com/dapt-tf/GlosDigArt.pdf>, Erişim Tarihi: 15 Aralık 2017.
- KALFAGİL, S. (2006). *Fotoğrafın Yapısal Öğeleri ve Fotoğraf Sanatında Kompozisyon*, İlke Kitap, İstanbul.
- KALSIN, B., DEMİR, M. (2013). *Yabancı Dil Öğrenmede Bilgisayar Oyunları ile İletişimsel Akıcılığın Gelişmesi*, 2. International Symposium on Language and Communication, İzmir.
- KANBUROĞLU, Ö. (2007). *A'dan Z'ye Fotoğraf*, Genişletilmiş 2. Baskı, Say Yayınları, İstanbul.
- KANT, I. (1764). *Güzellik ve Yücelik Duyguları Üzerine Gözlemler*, (Çev. Ahmet Fethi), Hil Yayınları, İstanbul
- KANT, I. (2011). *Yargı Yetisinin Eleştirisi*, (Çev. Aziz Yardımlı), İdea Yayınevi, İstanbul.
- KARAÇOK, S. (2009). *Yeni İletişim Teknolojileri, Siyasal Katılım, Demokrasi*, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt:16, Sayı:2 Manisa.
- KAVURAN, T. (2010). *Estetik ve Sanata Giriş Ders Notları*. Elazığ. <http://perweb.firat.edu.tr/?content=personelgoster.asp&uid=EY-A-0042>, Erişim Tarihi: 15 Aralık 2015.

- KEJANLIOĞLU, B. (1998). *Türkiye’de Yayıncılık Politikası: Ekonomik ve Siyasal Boyutlarıyla Türkiye’de Radyo Televizyon Yayıncılığı*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- KIZILAY FAALİYET RAPORU (2011) https://www.kizilay.org.tr/Upload/Dokuman/Dosya/1353075061_web_xVan_Faaliyet_Raporu.Son.pdf Erişim Tarihi: 10.05.2017.
- KORKMAZ, B. (2013). *Resim Sanatında Estetik Değer*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- KÜSTÜR, S. (2015). *Instagram’da Tam Boyutlu Fotoğraf Paylaşmak Artık Mümkün*, <https://www.teknoblog.com/instagramda-tam-boyutlu-fotoğraf-paylasimi-artik-mumkun-106290/>, Erişim Tarihi: 25.01.2018.
- KWASTEK, K. (2013). *Aesthetics of Interaction in Digital Art*, (Translated: Niamh Warde), MIT Press, Cambridge.
- Larousse, (b.t.). <http://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/photographie/79343>
- LIGHT, L. (2013). *From Dusk To Dawn: Photographer Creates Amazing Cityscapes Showing The Transition From Night To Day*, <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2410046/Photographer-Fong-Qi-Wei-creates-amazing-cityscapes-layering-night-day-together.html>, Erişim Tarihi: 25.01.2018.
- LILLEMOSE, J. (2011). *Conceptual Transformations of Art: From Dematerialisation Of The Object To Immateriality In Networks*, <http://heavysideindustries.com/wp-content/uploads/2011/01/Lillemose.pdf>, Erişim Tarihi: 17 Ocak 2018.
- LING, R. (2004). *The Mobile Connection The Cell Phones Impact On Society*, Elsevier, San Francisco.
- LISTER, M., DOVEY, J., GIDDINGS, S., GRANT, I. & KELLY, K. (2003). *New Media: a critical introduction* (2th Edition), Routledge, London.
- LITERALL, M. (2017). *What are 1st, 2nd and 3rd Generation Mobile Phones?*, http://www.streetdirectory.com/travel_guide/150525/cell_phones/what_are_1st_2nd_and_3rd_generation_mobile_phones.html, Erişim Tarihi: 17.07.2017.
- MANOVICH, L. (2001a). *The Language of New Media*, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge.
- MANOVICH, L. (2001b). *Post-Media Aesthetics*, http://manovich.net/content/04-projects/032-post-media-aesthetics/29_article_2001.pdf, Erişim Tarihi: 25 Ocak 2018.
- MANOVICH, L. (2012). *Media After Software*, www.academia.edu.
- MARKMAN, K. M. & SAWYER, C. E. (2014). *Why Pod? Further Explorations of the Motivations for Independent Podcasting*, Journal of Radio & Audio Media, 21:1, 20-35, (DOI: 10.1080/19376529.2014.891211).
- MARKS, K. (1844). *El Yazmaları Ekonomi Politik ve Felsefe*, Sol Yayınları Ankara.
- MCCARTY, B. (2011). *The History of Smartphones*, https://thenextweb.com/mobile/2011/12/06/the-history-of-the-smartphone/#.tnw_7soxQlzD, Erişim Tarihi 18.07.2017.
- McGOOGAN, C. (2016). *The first IBM PC was released 35 years ago today - How it changed computers forever*, <http://www.telegraph.co.uk/technology/2016/08/12/the-first-ibm-pc-was-released-35-years-ago-today---how-it-change/>, Erişim Tarihi: 02.04.2017.
- MCMENEMY, K. & FERGUSON, S. (2007). *A Hitchhiker’s Guide to Virtual Reality*, A K Peters, Ltd., Massachusetts.
- MCPHILLS, S. & MERLO, O. (2008). *Media Convergence and The Evolving Media Business Model: An Overview and Strategic Opportunities*, The Marketing Review Vol:8 Number: 3, Westburn Publishers, Argyll.
- MUNSTERBERG, M. (2009). *Writing About Art: Formal Analysis*, <http://writingaboutart.org/pages/formalanalysis.html>, Erişim Tarihi: 15.01.2018.
- NAUGHTON, J. (2000). *A Brief History of the Future The Origin of The Internet*, Phoenix, London.
- OPPENHEIMER, R. (2005). *William Fetter, E.A.T., and 1960s Computer Graphics Collaborations in Seattle Researched*, Unpublished Essay, <https://cornish.academia.edu/RobinOppenheimer>, Erişim Tarihi: 17 Ocak 2017.
- OSTERMAN, M. (2007). *Focal Encyclopedia of Photography*, 4th Edition, Edt. Michael E. Peres, Elsevier London.
- Oxford Online Dictinoary, (b.t.). <http://www.oxforddictionaries.com>.
- ÖTGÜN, C. (2009). *Sanat Yapıtına Yaklaşım Biçimleri*, Gazi Üniv. G.S.F. Sanat ve Tasarım Dergisi Sayı 2, Ankara.
- ÖZÇAĞLAYAN, M. (1998). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim*, Alfa Yayınları, İstanbul.
- ÖZEL SAĞLAMTİMUR, Z. (2010). *Dijital Sanat*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Cilt 10 Sayı 3, Eskişehir.

- ÖZEL SAĞLAMTİMUR, Z., (2011). *Fotoğrafçılık Tarihinde Teknik ve Kültürel Dönüşümler*, Ege Üniversitesi Yayınları, İzmir.
- ÖZEL SAĞLAMTİMUR, Z., (2017). *Yeni Medya Sanatı ve Fotoğraf*, Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi Cilt-7, Sayı-2, Eskişehir.
- ÖZEL, A. (2014). *Estetik ve Temel Kuramları*, Ütopya, Ankara.
- PACTEAU, F. (2005). *Güzellik Semptomu*, (Çev. Banu Erol) 1. Baskı, Ayrıntı, İstanbul.
- PATHITOS, A. (2016). *The History of the Smartphone*, <http://www.mobileindustryreview.com/2016/10/the-history-of-the-smartphone.html>, Erişim Tarihi 18.07.2017.
- PAUL, C. (2015). *Digital Art (Third Edt.)*, Thames & Hudson, London.
- PENZ, F. (2012). *Museums as Laboratories of Change: The Case for the Moving Image in Film, Art, New Media Museum Without Walls?*, Edt. Angela Dalle Vacche, Palgrave Macmillan, New York.
- PLATO, (1759). *The Greater Hippias; A Dialogue Of Plato Concerning The Beautiful*, (Translated by: Floyer Sydenham), Printed by H. Woodfall, London.
- PLATON, (2000). *Şölen*, (Çev. Cüneyt Çetinkaya), Bordo-Mavi, İstanbul.
- PLATON, (2014). *Devlet*, 26. Baskı, (Çev. Sabahattin Eyüboğlu & M. Ali Cimcoz), Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- QUARANTA, D. (2013). *Beyond New Media Art*, Link Edition, Brescia.
- REEVE, C., SWARD, M. (1986). *The New Photography*, Da Capo Press, New York.
- ROBINSON, L. (2007). *Art of Professional Photography*, Global Medya, Delhi.
- ROMER, G. B. (2007). *Introduction to the Biographies of Selected Innovators of Photographic Technology in Focal Encyclopedia of Photography*, 4th Edition, Edt. Michael E. Peres, Elsevier London.
- ROSENBLUM, N. (1997). *A World History Of Photography (Third Edition)*, Abbeville Press, London.
- ROSENBLUM, N., GRUNDBERG, A., NEWHALL, B. & GERNESHEIM, H. E. R., (2017). *History of Photography*, www.britannica.com.
- ROULIER, A. (2008). *A Short History and Concepts of Color Photography*, Dijital Humanities Lab University Of Basel, Basel. http://dhlab.unibas.ch/documents/archive/color_photography_history.pdf, Erişim Tarihi 05.09.2017.
- ROUSE, M. (2017). Compact Disk (CD), <http://searchstorage.techtarget.com/definition/compact-disc>, Erişim Tarihi: 20.04.2017.
- RYAN, J. (2010). *A History of The Internet And The Digital Future*, Reaktion Books, London.
- SANTOMIER, J. & COSTABIEI, A. (2010). *Managing Football: An International Perspective içinde New Media Challenges in the Twenty-First Century*, Edited: Sean Hamil and Simon Chadwick, Oxford: Elsevier.
- SARUP, M. (2004). *Post-Yapısalcılık ve Postmodernizm*, Çev. Abdülbaki Güçlü, Bilim ve Sanat, Ankara.
- SCHILLER, D. (1999). *Digital Capitalism: Networking The Global Market System*, The MIT Press: Cambridge.
- SCHROCK, A. R. (2015). *Communicative Affordances of Mobile Media: Portability, Availability, Locatability, and Multimediality*, International Journal of Communication Vol: 9, California.
- SENA, C. (1971). *Estetik Sanat ve Güzelliğin Felsefesi*, Remzi, Ankara.
- SÖZEN, M. & TANYELİ, U. (2003). *Sanat Kavramı ve Terimleri Sözlüğü*, Remzi, İstanbul.
- STAFF, L. (2014). *History of the Compact Disc*, <http://lowendmac.com/2014/history-of-the-compact-disc/>, Erişim Tarihi 08.11.2016.
- STEITZ, B. (2006). *A Brief Computer History*, <http://people.bu.edu/baws/brief%20computer%20history.html>, Erişim Tarihi: 02.04.2017.
- SYSTROM, K. (2013). *Introduction Your Instagram Feed on The Web*, <http://blog.instagram.com/post/42363074191/instagramfeed>, Erişim Tarihi: 25.01.2018.
- ŞENER, İ. (2012). *İnstagramın Kısa Tarihi*, <http://sosyalmedya.co/instagram-infografik/>, Erişim Tarihi: 10.10.2017.
- TAŞDELEN, D., YAZICI, A. (2012). *Estetik ve Sanat Felsefesi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- TAŞDELEN, V. (2008). *Bir Güzellik ve Sevgi Felsefesi: Platon'un Şölen Diyalogu İle Fuzuli'nin Leyla ve Mecnun Mesnevisinin Karşılaştırılması*, Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi (38. ICANAS).

- THOMASO, A. (1947). *Summa Theologica*, Benziger Bros. Edition, Ohio.
- THOMSON-JONES, K. (2015). *The Philosophy of Digital Art*, Edt. Edward N. Zalta, <https://plato.stanford.edu/archives/spr2015/entries/digital-art/> Metaphysics Research Lab, Stanford University, Erişim Tarihi: 15.12.2017.
- TİMİSİ, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*, Dost, Ankara.
- TİMUÇİN, A. (2000). *Estetik*, Bulut Yayınları, İstanbul.
- TOFFLER, A. (1981). *Future Shock, The Third Wave*, Bantam Books, New York.
- TÖRENLİ, N. (2005). *Yeni Medya Yeni İletişim Ortamı*, Bilim Sanat, Ankara.
- TUNALI, İ. (2011). *Estetik* (13. Basım), Rezmi Kitabevi, İstanbul.
- TURAN, E. (2012). *Fotoğraf Tarihi*, Edt. Feyyaz Bodur, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- TURANİ, A. (1968). *Güzel Sanatlar Terimleri Sözlüğü*, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara.
- Türk Dil Kurumu, (b.t.). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=FOTOĞRAF
- TÜRKOĞLU, T. (2010). *Dijital Kültür*, Beyaz Yayınları, İstanbul.
- TÜZÜN, H. TELLİ, E. & ALIR, E. (2016). *Usability Testing Of A 3D Touch Screen Kiosk System For Way-Finding*, Computers in Human Behavior Vol 61.
- VAN DİJK, J. (2006). *The Network Society Social Aspect of Media (2nd Edt.)*, Sage Publication, London.
- VELTMAN, H. K. (2006). *Understanding New Media Augmented Knowledge & Culture*, Calgary Press, Canada.
- WARNER MARIEN, M. (2015). *100 Ideas That Changed Photography*, Çev. Göksu Şimşek, Literatür İstanbul.
- Wearesocial.com (2017), Digital in 2017 Global Overview <https://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2017-global-overview>, Erişim Tarihi: 02.04.2017.
- WEBSTER, J. G. (1999). *Wiley Encyclopedia of Electrical and Electronics Engineering*, Wiley & Sons, New York.
- WEI, R. (2016). *Mobile Media, Political Participation, and Civic Activism in Asia Private Chat to Public Communication*, Springer, California USA.
- WITTGENSTEIN, L. (1967). *Wittgenstein Lectures and Conversations on Aesthetics, Psychology and Religious*, Edited by Cyril Barrett, University of California Press, USA.
- WITTIG, H. (1999). *Intelligent Media Agents Key Technology For Interactive Television, Multimedia And Internet Applications*, Vieweg, Weisbaden.
- YAYKIN, M. (2010). *Sanat, Teknoloji, Bilim ve Fotoğraf*, Kalkedon, İstanbul.
- YETKİN, S. K. (2007). *Estetik Doktrinler*, Palme Yayıncılık, İstanbul.
- YEYGİN, D. (2014). *Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum 2. Baskı*, Derin Yayınları, İstanbul.
- YÜCEL, D., (2014). *Yeni Medya'da Kurumsallaşan Direnç ve Esnek Alanlar*, Artam, Sayı 26, Ocak-Şubat 2014.
- ZARİÇ, M. (2014). *Yeni Eleştiri Kuramından Akademik Eleştiri Yöntemine*, International Journal of Languages' Education and Teaching, C. 3, s. 99- 121, Almanya.
- ZISS, A. (2009), *Estetik - Gerçekliği Sanatsal Özümsemenin Bilimi*, Hayalbaz, İstanbul.