

PAPER DETAILS

TITLE: KİTLELERİN ÇEVİRİM İÇİ ORTAMLARDA SANAT ÜRETİMİNE KATILIMI VE KİTLE
KAYNAK UYGULAMALARI: "TRANSFORMERS PREMAKE"

AUTHORS: Seda AKTAS

PAGES: 259-286

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/629457>

KİTLELERİN ÇEVİRİM İÇİ ORTAMLARDA SANAT ÜRETİMİNE KATILIMI VE KİTLE KAYNAK UYGULAMALARI: "TRANSFORMERS PREMAKE"

Seda AKTAŞ*

Gönderim Tarihi: Eylül 2018

Kabul Tarihi: Ekim 2018

ÖZET

Yeni iletişim teknolojileri ve telekomünikasyonun gelişmesi ile dünyanın politik, iktisadi ve kültürel olarak farklı biçimde şekillenmesi söz konusudur. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra gerçekleşen toplumsal, kültürel, ekonomik değişimlerin bireyleri biçimlendirdiği ve yeni bir toplum modeli olduğu iddia edilmektedir. Etkileşim, paylaşım, bilgiye erişimde kolaylık, bağımsız ve kolektif içerik üretimi gibi kavramların önem kazanması ile bireylerin yaşam pratiklerinde var olan değişim, sanat alanına da yansımaktadır. Günümüzde sanatçılar, işbirliği içerisinde üretilen sanat eserlerine ağırlık vermeye başlamış ve sanat oluşumları, potansiyel katılımcı olarak daha geniş kitlelere ulaşım için uygun ortamı bulmuşlardır. Çevrim içi ortamlarda mekânsal ve zamansal olarak bir aradalık gerektirmeksizin ortak üretim sağlaması nedeni ile "kitle kaynak" uygulamaları sanat ürünlerinin üretiminde sanatçıların/amatörlerin kullandığı bir yöntem olarak yaygınlaşmaktadır. Yeni mecranın gerektirdiği bu değişim ile sanatsal üretimde demokratikleşme iddiaları söz konusu olduğu gibi, üretime katılan üre-tüketicilerden bahsetmek olasıdır. Çalışma kitle kaynak kavramına ve uygulanışına dair temel bilgilerin sunulması sonrasında seçilen çalışma "Transformers Premake" adlı belgesel üzerinden kitle kaynak uygulamalarını örneklendirmeyi amaçlamaktadır.

*  Dr. Öğr. Gör., Nişantaşı Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Sahne ve Gösteri Sanatları Bölümü, seda.aktas@nisantasi.edu.tr

Online Community Engagement Practices in Filmmaking: “Transformers Premake”

ABSTRACT

With the development of new communication technologies, it is accepted that the world is shaped in a different way in terms of political, economic and social patterns. Especially after the second half of the 20th century, it is claimed that the social, cultural and economic changes that take place parallel to the changes in the means of communication changed individuals and formed a new model of society. Along with these developments, artists have started to give importance to the artworks produced collectively. Also, artists change to reach broader masses that are possible participants for their products. Despite the diversity of the digital environment and lack of physical intervention that is at the root of participatory art, with these new online practices, there is a need to evaluate online and offline participatory arts activities, including on-line participatory art events. This article includes traces the changing social practices of audiences in terms of digitalization and how they have been involved in the art-making process through “Crowdsourcing”. Throughout the research, the concepts of connectivity and collectivity are aimed to be analyzed by a specific example of a desktop documentary, “Transformers Premake” that aims to explore the changing form and aesthetic in filmmaking besides the production method which is also related to users’ engagement and crowdsourcing.

Key words: *crowdsourcing, collective action, participation, interaction, digitalization*

Sanat ve Değişen Üretim Modelleri

İnternet teknolojilerindeki gelişme ve çevrim içi ağların kullanımının artması ile birlikte sanatçılar, işbirliği içerisinde üretilen sanat eserlerine ağırlık vermeye başlamış ve sanat oluşumları potansiyel katılımcı olarak daha geniş kitlelere ulaşım için uygun ortamı bulmuşlardır. Dijital ortamın çeşitlilik sağlanan özelliğine rağmen üretimlerde katılımcı sanatın temelinde yer alan fiziksel bir aradalığın eksikliği söz konusudur. Ancak fiziksel bir aradalığa alternatif farklı ortaklık biçimleri görülmektedir. Howard Becker (1984), kolektif bir eylem olarak sanat üzerine yazdığı değerlendirmesinde dileyen her

bireyin sanatsal üretimde bulunabilmesine dair olanakları değerlendirmekte ve kapitalist toplumlar da “bireylerin, sanatçıların özel bir yeteneği bulunduğuna dair inancı akıllarında tutarken, bir yandan da bu yeteneğe kimin sahip olduğunun, herkesin denemesine fırsat sunulmadan belirlenmesinin mümkün olmayacağı” inancına sahip olduklarını belirtmektedir (1984: 305).

Dijitalleşme, yakınsama ve çoklu medya araçlarının farklı biçimlerde kullanılabilmesi ile yeni özelliklere sahip olan kullanıcıdaki değişime dair Henry Jenkins, insanların medya ürünlerine artan erişiminden bahsederken tüketimi olduğu kadar üretimi de önemsemekte ve yeni medyanın insanlara kendi eserlerini oluşturmada fırsatlar sağlayan bir yapısı olduğundan bahsetmektedir. Sanat yapıtlarının yeniden üretilebilirliğinin de ötesinde, özgün bir sanat yapıtı yaratma imkânı bulan kullanıcı, dijital okuryazarlık yeteneklerinin de gelişmesi ile kendine özgü yapıtlar üretebilmektedir. Kendi yapıtını üretme haricinde, üretilen yapıtların içeriğine de etki edebilmesi dolayısıyla kullanıcı, yazar ve okur, performans gösteren ve izleyen, yapan ve yorumlayan gibi birden çok kimliğe sahiptir. Bu kimlikler sanal ortamda gelişme imkânı bulabildiği kadar, reel yaşamda da sanal ortam aracılığı ile karşılık bulabilmektedir. Merkezi ve tek elden çıkmayan, kullanıcıların kolektif katılımı ile oluşturulan bu ortamda bireylerin sosyal ve kültürel alanlarda da davranış değişiklikleri olduğu görülmektedir. Buna ek olarak bireylerin sosyal yaşamdaki deneyimleri farklılaşmakta olduğundan eski formların yerini yenileri almaktadır (2006a: 12).

Yeni medya kullanıcısı için anahtar kavramlardan biri olan “etkileşim”, klasik iletişim modellerinde bulunan geri bildirimden farklıdır. Alıcı, iletinin tamamına koşulsuz ve edilgen biçimde maruz kalmaksızın iletiye müdahale edebilmekte ve kaynak, etkileşim doğrultusunda iletiyi değiştirebilmekte, dolayısıyla alıcı kaynağı manipüle edebilmektedir. Bu nedenle yeni medyada kullanıcı eski rollerinden sıyrılmıştır. Bu değişime göre yeni medyada kullanıcının

temel özellikleri aktif, katılımcı olması ve yeni oluşan dili anlayabilme yetisidir. Dijitalleşme ve enformasyon devrimi sonrası birey, sanayi toplumunda olduğu gibi var olanı yeniden üretme değil, kendi sanat eserini yaratma olanağı bulmaktadır (Jenkins 2006a: 18).

Tüm bu gelişmeler yeni medyanın özellikleri ile ilişkili olarak değişen sosyal pratiklerde kendini göstermektedir. “Yeni Medya’nın Dili” (2001) adlı makalesinde Lev Manovich, yeni medya kavramını, globalleşmenin bir getirisi olarak tanımlamakta ve yeni medyayı, yerleşmiş / merkezi coğrafi / jeopolitik sınırların azalması ile modernizmden postmodernizme ve endüstri çağından post endüstriyel çağa geçiş süreçleri ile ilişkilendirmektedir. Yeni medya kavramı kullanılarak yeni metinsel deneyimlerden, yeni temsil biçimlerinden, yeni kullanıcı ve üretici ilişkilerinden bahsedilmektedir. Manovich (2001) yeni medyanın özelliklerini, “sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik ve kod çevrimi” olarak belirtmekte ve bunlara ek olarak bu yeni ortamı, “kullanıcı odaklı, çift yönlü etkileşime olanak sağlayan, hızlı ve anında bilgi paylaşımı yapılabilen, ağ bağlantılı ve hipermetinsel bir ortam” olarak belirtmektedir. Bu özellikleriyle yeni ortam, bireylere ağlar aracılığıyla fikir ve bilgi paylaşımı yapabilecekleri gruplar oluşturma imkanı sağlamaktadır. Manovich’e göre yeni medyadaki en önemli değişim müzik, sinema gibi kültürel sanat formlarının üretimindeki değişimdir (2001: 19). “New Technologies, New Media” (2009) adlı kitabın giriş bölümünde, yeni iletişim teknolojilerine ilişkin çalışmalarda yeni teknolojilerin getirdiği olanaklar ve bu olanakların toplumsal, kültürel getirileri üzerinde durulduğunu belirtilmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı varsayılan avantajlar arasında, iletişim ölçeğindeki sınırların genişlemesi ve birbirinden bağımsız endüstrilerin bir arada kullanılması bulunmaktadır. Bu değişimler ile kültürel ve toplumsal anlamda, yeni bir örgütlenme ve bütünleşme modeli ortaya çıkmış ve üretici/kullanıcı ilişkisi yeniden biçimlenmiştir (Thornham vd. 2009 aktaran Hepkon 2011: 124).

Henry Jenkins, “Yakınsama Kültürü” (Convergence Culture) (2006) adlı kitabında, yaşanan değişim ile birlikte daha aktif, katılımcı ve kolektif hareket eden bireylerden bahsetmektedir. Jenkins, katılım kültürünün odak noktasının bireylerin kendilerini ifade etmelerinden, toplumsal gelişmeye doğru geçiş yaptığını belirtmektedir. Jenkins’e göre katılım kültürünün ürünü olan davranışlardan, çeşitli medya mecralarında yer alan sosyal topluluklara üyelikler, ortaklıklar, yeni yaratım süreçlerine dâhil olmak, ortaklaşa problem çözme kültürü gibi alışkanlıklar, medya akışının içeriğini ve biçimini de belirlemekte ve medya içeriğinin aktarımı, tüketicinin katılımı ile gerçekleşmektedir. Medya mecraları arasında yakınsamanın yaşandığı bu dönemde, içerik ve bilgi aktarımı, çeşitli medya formları aracılığıyla gerçekleştiğinden, tüm medya üreticilerinin diğerleri ile işbirliği içerisinde olması gerektiği belirtilmektedir. Jenkins, “Interactive Audiences?: The ‘Collective Intelligence’ of Media Fans” (2006) adlı kitap bölümünde katılımcı kültürün üç yönelim ile şekillendiğini belirterek, bunlardan ilkinin, “yeni teknoloji ve araçlar sayesinde izleyicinin arşivleme, yorum yapma, yeniden dolaşıma sokma ve onaylama durumları” olarak tanımlar. İkinci yönelim olarak, “alt kültürlerin üretimleri ve Kendin Yap (DIY, Do It Yourself) mecralarındaki üretimlerin kullanıcının katılımı ile artışı”ndan bahseden Jenkins, üçüncü yönelim olarak, “medya şirketlerinin içeriklerini oluşturmak için farklı medya kanalları kullanmaları” olarak sıralamaktadır (2006b: 135-136).

Kolektif Üretimlere Dair Kavramlar

Pierre Levy’nin kullanıcıların yaptıkları kültürel aktarım ile ilişkili olarak kullandığı “Kolektif Zekâ” (2001: 253) kavramına ilişkin Henry Jenkins’in aktardığı üzere bilginin giderek çoğaldığı toplumda bir bireyin her şeyi bilmesinin mümkün olmadığı, ancak herkesin belirli bazı şeyleri bilebileceği ve bireylerin bildiklerini bir araya koyarak bütünü oluşturabilecekleri söylenmektedir (2006a: 4). Kolektif Zekâ kuramı bağlamında boşlukları doldurmak, problemi çözmek isteyen kullanıcı diğer kullanıcılar ile iletişim kurmalı, birlikte hareket

etmelidir. Pierre Levy (2001) “Kolektif Zekâ” kavramından bahsederken içerisinde bulunduğumuz çağın bilgi ve güç dengelerini değiştirme potansiyeli taşıyan bir geçiş dönemi olduğunu vurgulamaktadır. İnternet ortamı, bilginin mekân ve sınırlardan bağımsız olmasını sağlamakta ve var olan çoklu iletişimin modeli, bireylerin karar verme mekanizmalarını değiştirmektedir. Bu değişimler sonucunda Levy, yeni toplum ve vatandaşlık modelleri oluşacağını söyler. Yeni oluşan bilgi toplumunun gönüllü, ortaklaşa topluluklardan oluştuğunu varsayan Levy, ortak üretim, tartışma, kendiliğinden organize olma ve yorumlama gibi özelliklere sahip bu alanı “Kozmopedia” (Cosmopedia) olarak tanımlar (Levy 2001 aktaran Jenkins 2006b: 137). Jenkins, yeni ortak bilgi alanı olarak tanımlanan “kozopedia” için en iyi örneğin bir prodüksiyon çerçevesinde toplanan, genişleyen, tartışan ve kendi kendini organize eden çevrim içi fan grupları olduğunu belirtmektedir. Jenkins var olan yeni ortamda içeriğe etki eden yeni bir hayran kültüründen bahsetmektedir. Hayran kavramının sosyal yapılar ve kültürel pratikler içerisindeki yerinin değiştiğine ve bir tutku ile belirli ürün ya da üretimlere bağlanan bu kitlenin Web 2.0 teknolojisinin de sağladığı imkânlar ile yeni üretimlere olduğu kadar yeni iş modellerinin ortaya çıkışına da sebep olduğunu belirtmektedir (2006b: 138).

Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi ilişkisine dair tartışmalar, farklı kuramcılar tarafından farklı yönleri ile tartışılmış ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ile paralel olarak tartışılmaya devam edilmektedir. Demokrasi kuramlarına dair literatüre, yeni teknolojiler ve değişen konjonktür ile birlikte demokrasi ve internet ilişkisini merkeze alan yeni kuramlar eklenmektedir. İnternet ve yeni oluşan mecra dolayısı ile sosyo-kültürel, ekonomik ve demokratik kazanımlar olduğu kadar kuramcılarca tartışılan başka bir konu da yeni iletişim teknolojilerinin var olan güç dengelerinin daha da kuvvetlenerek devam etmesine yarayan bir araç görevi görüp görmediği konusudur. Yeni iletişim teknolojilerinin demokrasiye dair tartışılan

yönleri arasında yeni bir kamusal alan oluşturma, bireye kendini mekân ve zamandan bağımsız biçimde ifade etme, görece özgür paylaşımlarda bulunma, içerik oluşumuna katkı sağlama, çevrim içi topluluklar oluşturma ve örgütlenebilme, bilgi ve haber akışını kontrol etmede kullanıcının etkisini arttırabilme gibi özellikleri bulunmaktadır.

Bu yeni ortam içerisinde yeniden üretilebilirliğin de ötesinde, özgün yapıtlar üretme imkânı bulduğu iddia edilen kullanıcı, üretilen yapıtların içeriğine de etki edebilmesi dolayısıyla birden çok kimliğe sahiptir (Jenkins 2006a: 3). Bu kimlikler, sanal ortamda gelişme imkânı bulabildiği kadar reel yaşamda da sanal ortam aracılığı ile eylemlerin yayılmasını kolaylaştırmaktadır. Bu yeni ortamın zamanının büyük bir kısmını birbirinden izole yaşayan, sosyal medya ve interneti, sosyalleşme aracı olarak kullanan bireylerin kolektif bir eylem yapmalarına olanak sunduğunu düşünülmektedir. Yaratıcılık, katılımcılık ve kolektif çalışma kavramları, bu dönemdeki yeni tüketicinin üretim sürecine katılma isteğini açıklamak için başvurulması gereken kavramlardır. Daha önce de bahsedildiği üzere yeni medya kullanıcıları, büyük bir bütünün bir topluluğun parçası olduğundan katılımcılık özelliği, medya içeriklerindeki akışı sağlamak için kullanıcılara ihtiyaç duyan bu yeni mecranın gerekliliğidir.

İnternet ve Demokrasi İlişkisine Dair

Gelişmelere olumlu yaklaşan kuramcılar, yeni medyanın ortaya çıkışı ile sıradan insanların kendi imge, enformasyon ve söylem alanlarını oluşturma fırsatı bulduklarını, sanal dünyada gezinen kullanıcının farklı kimlik oluşumlarının sınırlarını da keşfettiğini ve bu yönleriyle yeni medyanın potansiyel olarak herkesi çoklu ve değişken özneler oluşturan enformasyonun üreticisi ve tüketicisi konumuna getiren görece merkezsiz bir yapı olduğunu söylemektedirler. Bu kuramcılar, zamanının büyük bir kısmını birbirinden izole yaşayan, sosyalleşme aracı olarak sosyal medya ve internet kullanan bireylerin bu mecra sayesinde kolektif bir eylem yapmalarına olanak sunulduğunu

düşünmektedir. Ancak bağımlılık kuramına ve eleştirel kuramcılara göre, internet üzerinden yapılan dijital aktivizm, gerçek demokratikleşmenin önünde engel oluşturma tehlikesine sahiptir ve yeni pazarlama modelleri ile tüketimin kendisi kolektif bir süreç halini almıştır. Örneğin bireylerin özel yaşamlarını kamuya açmaları olarak tanımlanabilen, kişisel yaşamların paylaşımına dayanan “Biri Bizi Gözetliyor”, “Survivor” benzeri televizyon programlarına olan ilgi, görünür olabilmek ve sosyal ortamda diğerlerinden farklı olduğunu vurgulamak isteyen bireylerin varlığı ile artmaktadır. Bu konuda Paul Virilio, “bireyleri devamlı olarak kendilerini gözlemeye ve diğerleri ile karşılaştırmaya” teşvik eden şeyin “küreselleşme” olduğunu belirtmektedir. Küreselleşmenin diğer bir etkisi olarak sınırların belirsizleşmesi, yeni ve ortak bir kültür oluşması söz konusudur. Virilio, ortama dair “özel yaşamın yok olması ve mahremiyetin, internete hapsolmuş bireyler tarafından paylaşılması” gibi olumsuz özellikleri vurgularken ortamın fikir paylaşımına açık olduğu ve siber kültür, dijital kültür ya da tekno kültür olarak tanımlanan kavramlar dışında paylaşım dayalı, ortak bir kültür oluştuğu da iddia edilmektedir (2003: 19). İletişim araçlarında var olan değişime dair “Sosyal Medya ve Paylaşım Kültürü” adlı makalesinde Cengiz Erdal, iletişim araçlarının günümüzde bireylerin bilgi edinme kaynaklarının ana merkezi haline geldiğini, bireylerin var olan iletişim mecralarını, bilgi edinme dışında gerek fikir paylaşımı gerekse sembolik değer paylaşımları için kullandıklarını belirtmektedir. Birbirini karşılıklı olarak etkileyen iletişim araçları ve bireyler arası etkileşim dolayısıyla yeni özelliklere sahip ortamın yeni özelliklere sahip kullanıcıları bulunmaktadır (2013: 57). Erdal, makalesinde bireyleri mahremlerine kadar paylaşmaya iten olgunun ne olduğu sorusuna cevabın var olan mecranın yapısı olduğunu belirtmekte ve sanal sosyalleşmenin zorunluluğu olan paylaşımın zaman içerisinde kullanıcılar tarafından normalleştiği ve ortama uyum sağlamak amacıyla kullanıldığını belirtmektedir (2013: 64). Her kesimin katılımına açık olduğu var sayılan bu yeni ortama merkezisizleşme, anında ve mekândan bağımsız bilgi paylaşımı

yapılabilmesi, bilgiye kolay ulaşılabilmesi, kolektif üretim ve paylaşımlar yapılabilmesi gibi özellikler atfedilmektedir.

Kitlelerin Film Üretimine Katılımı

Yeni mecrada yeni kullanıcı izleyici olmak dışında film üreticisi, filmi paylaşan, filmi tanıtan ve filmi yorumlayan gibi birden çok role sahip olabilmektedir. Buna örnek olarak izleyicilerin ürettikleri, önceden üretilmiş ürünler üzerinde değişiklik, ekleme, yeniden çekim yapılarak üretilen ve bir nevi orijinal eserin parodisi olma özelliği taşıyan post modern nitelikteki kolajlar verilebilir. Kullanıcı ve tüketicinin rollerinin değiştiği dönemde bireylerin gerçeklik algısında da farklılıklar oluşmakta ve profesyoneller yerine amatörler ve girişimcilerin görüşleri önem kazanmaktadır. Üretimin içerisinde de amatör girişimcilerin işleri görünür olmaya başlamıştır. Edilgen roller yerine daha aktif biçimlerde üretim, içerik oluşturma ve tüketim süreçlerine dâhil olmak isteyen izleyiciye yönelik anlatıların üretim aşamasına, içeriklerine dair değişimler görülmekte ve bazı anlatıların trans medya uygulamalarının farklı mecralarda sürdürüldüğü görülmektedir. Yeni izleyici, dijitalleşme ve yeni mecranın sağladığı bu olanaklar sayesinde hangi içeriği, ne zaman ve nasıl izleyeceğine karar verebilen, dolayısıyla içerik üzerinde eskiye kıyasla daha fazla etkisi olan izleyicidir. Dijital sinemanın katılım ve topluluk oluşturma bağlamında, yeni formlar üretme ve film sanatını “demokratikleştirme” iddiası bulunduğu izleyiciye farklı ve bol seçenekler arasından karar verme, seçim yapma olasılığı sunacağı ve bir anlamda interaktif süreçler sayesinde, izleyicilerin pasif değil aktif rolleri olacağı iddia edilmektedir (Tryon 2009: 79). Daha farklı bir film izleme deneyimine tanıklık edilen dönemde içerisinde, kullanıcı, izleyici, bloglar ve benzeri ortamlarda, filmi izlerken dahi içeriğe dair yorum yapma olanağı bulabilen, transmedya anlatılar ile kendisine içeriği farklı mecralar üzerinden tamamlama imkanı sunulan, kaynağa ulaşan geri bildirimler yolu ile içeriği değiştirme olanağı bulunan, hangi içeriği, nerede ve ne zaman izleyeceğine dair çeşitli seçenekleri olan bir izleyici modelidir.

İzleyiciye dair bu değişimi anlamak için öncelikle iletişim araçları ve değişen ortamın özelliklerini anlamak gerekmektedir. Filmlerin tüketildiği mecralara ilişkin tartışılan konulardan biri de, var olan yeni alışkanlıkların yol açtığı kültürel değişimdir. Kültürel ve sosyal değişimler bağlamında teknolojik değişimlerin yalnızca üreticiler tarafından değil, tüketiciler tarafından da biçimlendirildikleri ve teknolojik değişimler dolayısıyla kültürel sosyal pratiklerde değişim görüldüğü gibi var olan kültürel sosyal değişimlerin de teknolojik gelişmelere yansıdığı çift yönlü bir ilişkiden bahsetmek olasıdır.

Yakınsamanın içerik ve biçim üzerindeki etkisine sinema açısından bakıldığında ise, teknoloji ve öykü anlatıcılığının birleştiği öykü anlatmanın farklı platformlar üzerinden birden fazla ortamda ve kullanıcının da katılımı ile gerçekleştirilebildiği bir ortamdan bahsetmek mümkündür. Sinemada yakınsamanın etkisi ile filmi çevreleyen unsurların filmin kısıtlı zamanının dışına taşmasını ve farklı ortamlarda sürdürülmesini sağlayan bir öykü anlatıcılığından bahsetmek olasıdır. Öykü anlatıcılığı açısından, öykünün farklı detaylarını, farklı platformlar üzerinden, farklı kesimlere ulaştırmayı kolaylaştıracak ve hatta izleyicinin katılımı ile bu öykü oluşturma sürecini desteklemeye kadar ilerleyen bir değişim söz konusudur. Sinema açısından değişim ve yakınsamanın etkileri yalnızca içeriğe ilişkin değil, paylaşılan / aktarılan / oluşturulan öykünün izlenildiği ortamlar, içerik hakkında yapılan yorum ve tartışmalar, içeriğe ulaşma ve içerik seçimi konusunda ulaşılabilen mecraların hepsini kapsamaktadır. Konuya ilişkin David Cronenberg, internet çağında sinemanın sonuna geldiğini ve büyük ekranın parçalanarak milyonlarca küçük ekrana dönüştüğünü belirtir. Burada Cronenberg sinemanın yok olduğunu değil ancak işlevinin farklılaştığını, eskiden olduğu gibi insanların fiziksel olarak bir arada bulunmak ve sosyalleşmek amacı ile gittiği sinema salonlarının bu işlevini kaybettiğini ekler (Macnab 2018).

Film üretiminde Kitle Kaynak uygulamalarına bakıldığında dönem içerisinde üretim ve tüketim alışkanlıkları değişerek aktif

Üreticiler olmak isteyen bireylerin belirli iş bir iş alanında uzmanlaşmak yerine her bireye sanatçı, mimar, müzisyen, sinemacı olabilme imkanı sunma iddiasında olan ve dileyen kişinin farklı alanlarda uygulamalara katılabilmesine olanak sağlayan Kitle Kaynak uygulamalarına dâhil oldukları görülmektedir. Bu uygulamalara katılımdaki motivasyonu Henry Jenkins ve arkadaşları, katılım kültürü ile ilişkilendirirler. Kitlelerin katılımına dayalı sanat üretimi, çeşitliliği arttıran, insan deneyimi ve birikiminin kolektif ifadesine olanak sunan bir kanal olarak, ağlarla birbirine bağlı küresel toplulukların oluşumuna katkı sağlayan katılım kültürüne örnek teşkil etmektedir. Sanatsal ifade biçimlerindeki bariyerleri kaldıran ve bireyin zihnindeki fikri diğer bireyler ile paylaşmasına imkân sağlayan katılım kültürü, üyelerinin üretime direk ya da dolaylı katıldıkları ve diğer üyeler ile olan iletişimlerinin değerli olduğu bir kültürdür (Jenkins vd. 2009: 5-6).

Kitle Kaynak Uygulamaları

İnsanlık tarihinde çok eski zamanlardan beri var olan aile ve devlet benzeri kurumlar, insanların bir arada ortak çıkarlar doğrultusunda hareket ederek Ortak Zekâ kullanımı ile devamlı kıldıkları yapılarıdır. Bireylerin yaşam koşulları ve değişen iletişim pratikleri nedeni ile bire bir iletişim kurma sıklığı azaldıkça, bireyler çevrim içi mecralar üzerinden sosyal gruplara dâhil olmaktadır. Sosyal gruplarda bir aradalık, ortak çıkar ve ilgiler etrafında bir araya gelen bireylerin eylemleri ile görünür olmaktadır. Kitle Kaynak, yazılımda Açık Kaynak (Open Source) hareketinden doğmuştur. Açık Kaynak uygulamaları, toplulukların şirket çalışanlarından daha başarılı olabilme potansiyeline sahip olduklarını göstermiştir. Burada temel iddia, bir işi en iyi yapacak kişinin onu en çok yapmak isteyen olduğudur. Howe, “Kitle Kaynak” (Crowdsourcing 2010) adlı kitabında, açık kaynağa dair örnekler verirken, Linux işletim sisteminden Firefox web tarayıcısına kadar, bilişim ekonomisinin altyapısının bilinen kurumlarının kendini örgütleyen gönüllü ekipler tarafından oluşturulduğunu belirtmekte ve bu tarz üretimin başarılı

olması dolayısıyla, daha farklı ve geniş alanlara yayıldığını söylemektedir. Uygulamaların başarısını, kitle kaynağın temelinde bulunan özelliklere dayandıran Howe, bazı uygulamaların sonunda belirli bir maddi karşılık olmasına rağmen, temel motivasyonun büyük bir topluluğun yararlanabileceği bir işin ortaya çıkması ve asıl ödülün işbirliğinin kendisi olduğunu belirtmektedir (2010: 13).

Jeff Howe “Wired” adlı dergide “Kitle Kaynak” (Crowdsourcing) terimini, “bir şirket ya da kurumun belirli bir işin tamamlanması için bir ağ üzerinden bireylere açık çağrı yapması” olarak tanımlamaktadır (Howe 2006). Arolas Gonzales, Fernando González ve Ladrón-de-Guevara ise “Kitle Kaynak, bir kişi, kurum, şirket ya da organizasyonun değişen çeşitlilikte, sayıda ve bilgide bir grup insana, belirli bir görevi gönüllülük esasına dayanarak yapmaları adına açık çağrıda bulundukları, bir çeşit çevrim içi katılımcı aktivitedir.” diyerek uygulamayı tanımlamaktadırlar (2012: 10). Bu açık çağrı topluluğa yönelik olabildiği gibi, ayrı çalışan bireylere yönelik de yapılabilmektedir. Kitle kaynak uygulamalarını diğer uygulamalardan ayıran temel unsur, şirket ve kurumların uzmanlar yerine gönüllü katılımına başvurmalarıdır. “Kitle Kaynak” (Crowdsourcing) terimi, aslında iki ayrı kelime olan kitle (Crowd) ve kaynak bulma (Sourcing) kelimelerinden türetilmiştir. Bu terim genelde dış kaynak kullanımı anlamına gelen “outsourcing” ile benzer görülse de, aslında birbirlerinden farklı iş modellerine işaret etmektedirler. Dış kaynak kullanımı (outsourcing), iş dünyasında yer alan bir kuruluşun genelde servis hizmetleri gibi bazı hizmetleri dışarıdan tedarik etmesi ile bazı ürünleri kendi bünyesi dışında farklı kurumlara yaptırmayı anlamına gelmektedir. Kitle Kaynak ise, sosyal medyanın ve internetin kullanımındaki artış ve bireylerin yaratım süreçlerine katılma gönüllülüğüne bağlı olarak, ortak değer yaratıcılığının ortamını ve altyapısını hazırlayan bir olgudur (Howe 2008; Schenk ve Guittard 2009 aktaran, Banger 2014: 687).

Howe, Kitle Kaynak uygulamalarında bulunan müşteriye sorma tarzı uygulamaların 20. yüzyılın sonlarından itibaren ve kitlelere açık icat yarışmalarının neredeyse Sanayi Devriminin başından bu yana, firmalarca benimsenen yaklaşımlar olduğunu ancak farklı olanın internet teknolojilerinin bu kavrama getirdiği yeni yaklaşım olduğunu belirtir. Howe, bugün birçok bağımsız platform üzerinde katılımcıların firmaların yaptıkları çağrılar ile yeni ürün, hizmet ve süreç tasarlamakta olduklarını, sunulan çok sayıda fikir ve fikirlerin seçiminin kitlelere bırakılması nedeniyle, doğal bir eleme zinciri içerisinde, çoğu zaman en iyi fikrin kazandığını söylemektedir (2006).

Kitle Kaynak “açık” ya da “örtük” biçimde uygulanabilmektedir. Açık biçimde uygulanan modelde, kullanıcılar beraber çalışmakta, değerlendirme yapmakta ve farklı görevleri birlikte inşa ederek tamamlamaktadırlar. Örtük modelde ise, kullanıcılar başka bir işi tamamlamak adına çalışırken yaptıkları işe eş zamanlı olarak farklı bir görevi de tamamlamış olurlar. Açık Kitle Kaynak uygulamalarında, kullanıcılar, kitaplar ya da web siteleri gibi belirli ürünleri değerlendirebilir, paylaşarak yayılmasına katkıda bulunabilir ya da kendileri bilgi vererek ve başkalarının yazdıklarını düzenleyerek üretimde bulunup ürün oluşturabilirler. Örtük Kitle Kaynak uygulamaları ise, iki biçimde görülmektedir. Kitle kaynağın bazı kategorileri, ticaret alanında etkin biçimde kullanılmaktadır. İnsanların internet destekli kitle kaynağa başvurdukları yaygın kullanım biçimleri, Jeff Howe tarafından Kitle Oylamalar (Crowdvoting), Kitle Fonlama (Crowdfunding), Küçük Ölçekli İşler (Microwork), yaratıcı Kitle Kaynak uygulamaları (Creative Crowdsourcing) ve teşvik edici ödülleri olan yarışmalar olarak sıralanmaktadır (Howe 2010: 227).

Kitle Kaynak uygulamaları, internet teknolojileri ile bire bir ilişkili gibi görünüyorsa da, aslında bu uygulamaların çekirdeğini oluşturan şey teknolojik gelişmeler değildir. Ancak yine de, teknolojinin internetin kitleler üzerinde olan ve onları gelişen ve gücü sınırsız bir organizmaya dönüştürme etkisi, Kitle Kaynak için önemli

unsurlardandır. Aslen internet kullanımından çok daha öncelere dayanan, insanın işgücü olgusu, bilgisayar teknolojileri ile birlikte daha etkin, biçimde kullanılmaya başlandı. Bu gibi teknolojiler, coğrafi, fiziksel, cinsel, ırksal, sınıfsal herhangi bir kısıtlama olmaksızın, kapsamlı bir ansiklopedinin yazılması gibi karmaşık ve emek isteyen işleri, küçük parçalara bölerek eğlenceli ve olanaklı hale getirdi (Howe 2010: 15).

Kitle Kaynak uygulamaları, uzmanlık alanlarından farklı işler yapmayı seven kişilerin plansız eylemlerin ürünü olarak, ırk, köken, yaş, cinsiyet, yeterlilik gibi unsurlar sınırlanmaksızın, doğal ve kendiliğinden ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla bu model, sanayi çağına egemen olan, meslek odaklı üretim sisteminin anti tezidir. Bu modelde, belirli bir iş alanında uzmanlaşmak yerine, dileyen kişinin farklı alanlarda uygulamalara katılabilmesi dolayısıyla, her bireyin sanatçı, mimar, müzisyen, sinemacı, olabilmesi imkânı sunulmaktadır. Jeff Howe'a göre, Kitle Kaynak olarak adlandırılan uygulamalar ile aslında, insanoğlunun öteden beri var olan, bir arada iş yapma arzusu ve kolektif üretime yatkın doğası, sermayeye çevrilmiş olmaktadır. İnternetin insanları birbirinden ayırdığı ve asosyal bir toplum yarattığı görüşüne karşın, bu uygulamalar ile her coğrafyadan, her kesimden insan, her türlü işi yaparak, anlamlı değiş tokuşlarda bulunmakta ve bunun için de teknolojiyi kullanmaktadır. Kitle Kaynak uygulamalarına dair diğer bir eleştiri ise, bu uygulamalar nedeniyle çoğu sanayi kolunun iş yapış tarzında köklü değişimler meydana geldiği ve özellikle medya, gazetecilik gibi alanlarda kitle kaynağın kullanımı ile var olan meslek gruplarının tehdit altına girdiği iddiasıdır. Oysa Howe, Kitle Kaynağın şirketler ve müşteriler arası işbirliğini desteklediğini, Alvin Toffler'ın da belirttiği gibi, insanların edilgen değil etken tüketim isteği içerisinde, anlamlı buldukları ürünlerin gelişimine katkıda bulunmak istediklerini belirterek, uygulamaları ticarete demokratikleşme olarak nitelemektedir (2010: 17-19).

Bu yeni gelişmeler, günümüzde üretici kuruluşların ve devletlerin üretime dair stratejileri içerisinde de yer almaya başlamıştır. Bireylerin üretime dâhil olmak, anlamlı buldukları eylem ve üretimlerde yer almak arzusu üzerinden “katılımcılık” olgusuna bağlı olarak, Sanayi Toplumu’nun stratejik planlama yaklaşımının başına “katılımcı” sıfatı eklenmiş ve yeni aktörlerin planlama, yönetim ve denetim süreçlerinde yer alması öngörülmüştür. Howe, üretim, içerik oluşturma, problem çözme süreçlerine katılan kalabalığı ucuz işgücü olarak görmemek gerektiğini, başarılı Kitle Kaynak uygulamalarının temelinde, etken topluluğa duyulan bağın olduğunu ve kalabalıkların sömürüldüklerinde hemen farkına varma potansiyelleri olduğunu belirtir (2010: 18).

Kitle Kaynak uygulamalarına dair en bilinen örnekler, bireylerin gönüllü katılımı ile oluşturulan çevrim içi bir ansiklopedi örneği olarak “Wikipedia” (2001), gene gönüllü katılım ile oluşturulan, 46.000 kitabın gönüllülerce okunup dijital ortama aktarılması ile gerçekleştirilen, dijital kütüphane “Gutenberg Projesi”, bireylerin sanatsal, politik, kişisel, her türlü yeniden yaratım ya da kendi hazırladıkları, yükledikleri videolar ile içeriği oluşan, video paylaşım sitesi “Youtube” (2005), bireylerin profesyonel fotoğrafçılar olmasa dahi fotoğraf yüklemesi ve satmasına olanak sağlayan, geniş arşivli imaj galerisi “iStockphoto” (2000) sayılabilir. Verilen örnekler arasında, Youtube ve Wikipedia’ya dair, kitle kaynağın tanımında yer alan, belirli bir görevin tamamlanması ve şirket ile gönüllü arasında belirli bir ilişki kurulması esaslarına değinilerek, Kitle Kaynak uygulaması olmadıklarına dair görüşler bulunsa da, bu uygulamalar, gönüllü katılımın olması, çeşitliliğin artması, içerik üreticisine dair herhangi bir sınırlama olmaması, belirli işleri uzmanların tekelinden çıkartarak kalabalıkların yapımına açması gibi bir çok açıdan Kitle Kaynak tanımı ile örtüşmektedirler.

İnternet üzerinden Kitle Kaynak uygulamaları var olan değişimin önemli alanlarından bir diğeri de bu yolla üretilen sanat

eserleri ve sanatçının değişen rolüne ilişkindir. Yeniliklere açık kullanıcıların sanatçı ve izleyici, üretici ve tüketici, özne ve nesne konumları arasındaki ayrımları belirsizleştiren, katılımcı sanatsal pratiklere yönelmesi ile sosyo politik düzeyde, çağdaş sanatın ve sanatçının sorgulanması gündeme gelmiştir (Bourriaud 2006: 16). Kitle Kaynak uygulamalarına dayalı sanat üretiminin sanatçının geleneksel rolüne meydan okurken aynı zamanda, edilgen alıcılardan, üretime dâhil olan bireylere dönüşen toplumun işlevini yeniden tanımladığı görülmektedir. Çevrim içi Kitle Kaynak uygulamalarına dayalı sanat projeleri, iki unsurun birleşimi ile var olmaktadır. Bunlardan biri sanat yapısının kendi estetik ve kavramsal yapısı, bir diğeri de internetin bu üretimi kolaylaştıran teknolojik yapısıdır. Kitle Kaynak uygulamaları ile gerçekleşen sanat üretimini öncesinde de, bireylerin katılımına açık sanat projeleri bulunmakta olsa da, internet ortamının çeşitlilik ve birbiri ile bağlantılı olma bağlamında sağladığı olanaklar dâhilinde uygulamalar artmış ve gelişmiştir. Bu bağlamda bu tarz aktiviteleri Katılım Kültürü (Participation Culture) ile iliş Katılım kültürü ile ilişkilendirmek mümkündür. Katılım Kültürü, sanatsal ifade biçimlerindeki bariyerleri kaldıran ve bireyin zihnindeki fikri diğerleri ile paylaşmasına katkıda bulunan bir kültürdür.

Kitle Kaynağın Bir Örneği Olarak “Transformers Premake”

Sinema, diğer sanat dalları arasında, endüstri olma özelliği ile kapitalist üretim sisteminden en fazla etkilenen sanat dallarından birisi olarak, ortaya çıktığı tarihten günümüze gerek üretim gerek dağıtım ve gösterim süreçlerine dair çeşitli tartışmalara konu olmuştur. Bu tartışmalar sinema sanatının özellikle 1920’ler sonrası Hollywood Stüdyo Sistemi ile pazarlanan bir endüstri haline gelmesi ve sinemanın ideolojik işlevi üzerine gerçekleşmektedir. Tartışılan konulardan bir diğeri ise, sinemanın “bağımsız” bir sanat olarak varlığı üzerinedir. Sinema ve bağımsızlık üzerine yapılan tartışmalarda, sinemanın gerek üretim gerek kitlelere ulaşmasına yönelik dağıtım ve gösterim süreçlerinde belirli maliyetler gerektirmesi dolayısıyla, filmlerin belirli

fon ve desteklere ulaşılabilmesi adına, belirli koşullar dâhilinde üretilmesi ön kabulü yer almaktaydı. Ancak günümüzde yeni iletişim teknolojileri ve telekomünikasyonun gelişmesi ile dünyanın politik ve iktisadi olarak farklı biçimde şekillenmesi söz konusudur. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra, iletişim araçlarında yaşanan değişime paralel olarak gerçekleşen toplumsal, kültürel, ekonomik değişimler, bireyleri biçimlendirmekte ve yeni bir toplum modeli oluşmaktadır. Konuya dair Martin Lister, yeni medyanın “yeni zamanlar” ve “yeni çağlar” algısının bir parçası olarak daha büyük bir sosyal, teknolojik, ekonomik ve kültürel değişim manzarasının kısaca yeni bir “tekno kültür”ün parçası olduğunu belirtir. Değişen sosyal pratiklere dair Lister, yeni metinsel deneyimlerden bahsederken aynı zamanda yeni üretim modellerine de gönderme yapar ve ortamda medya üreticileri ile tüketicileri arasındaki silikleşen ayrımı vurgular (Lister vd. 2009: 10-11).

Günümüzde, yeni ortamın Manovich’in sözünü ettiği, coğrafi mekân ve zamandan bağımsız paylaşım kolaylığı sağlayan etkileşimli yapısı ve her sınıftan bireyin kullanımına açık çeşitli topluluklar oluşturma potansiyeli sayesinde (2001: 27-29) çeşitli alışkanlıkları ve davranış biçimleri değişen bireylerin izledikleri filmlerde de değişim görülmektedir. Filmlerin biçim ve içeriğinde, bireylerin artan dijital okuryazarlık becerilerine bağlı olarak değişen gerçeklik algısına uygun üretimler çoğalmaktadır. Ayrıca bu yeni izleyici, farklı platformlar üzerinden anlatıların devamı niteliğindeki uygulamalara katılmayı talep eden bir izleyicidir. Bu değişim ile dijital ortamda yalnızca profesyonellerin değil, amatörlerin, yarı profesyonellerin ve daha önce konuya ilişkin herhangi bir deneyimi bulunmayan izleyicinin bile üretim yapabilmesi olası hale gelmektedir. Bunun yanı sıra profesyoneller açısından bakıldığında, film üretenlerin dijital ortamdaki seçeneklerin sınırsızlığı karşısında üretim olanakları çoğalmaktadır. Bu durumda, Dijital sinema sayesinde, dijital kayıt cihazlarının daha kolay ulaşılabilir ve kullanılabilir olması dolayısıyla, film üretiminin yalnızca

profesyonellere ait bir alan olmaktan çıkarak “*demokratikleşmesi*” söz konusudur (Tryon 2010) demek mümkündür.

Film üretiminde üretime katılan izleyicileri, üreten tüketici ve kitle kaynak uygulamaları bağlamında değerlendirilmek mümkündür. Bahsi geçen kavramların görünür bir örneği olarak farklı bir belgesel, film yapımcısı, akademisyen ve eleştirmen Kevin B. Lee’nin video makale olarak tanımladığı *Transformers: The Premake* adlı yapımıdır. Eser, 2015 Berlinale Uluslararası Film Festivalinde gösterilmiştir. “Desktop documentary” olarak tanımlanan bir belgesel olan filmin özelliği, tüm anlatının bilgisayar ekranı üzerinden tamamlanması dışında, anlatının içeriğinin kullanıcılar tarafından çekilen 350 videodan derlenmiş olmasıdır. “Transformers Premake” adlı belgesel, reelde farklı kullanıcılar tarafından çekilen görüntülerin çevrim içi ağlar üzerinden toplanması ile oluştuğundan ortaklaşa hareket edebilen, sanalda ve gerçekte çeşitli örgütlenmeler içerisinde olan yeni bir toplumdaki bahsetmek mümkündür.

Kullanıcıların herhangi bir içeriği araştırırken web üzerinden gördükleri ekran görüntüsü üzerinden aktarılan belgesel bu yönü ile yeni bir metinsel deneyimdir. Sanatın demokratikleşmesi bağlamında değerlendirildiğinde ise, “desktop documentary” denilen modelin, amatör bir internet kullanıcısı tarafından ekran üzerinde gerçekleştirdiği eylemleri kayıt etmesi ile oluşan bir yapı olması dolayısı ile ulaşılabilirliği ve üretimi arttırabileceği görülmektedir. Var olan değişimlerin maliyetli bir sanat formu olarak tanımlanan ve bu nedenle profesyonelleşme gerektirdiği düşünülen sinema alanında, profesyoneller kadar yaratıcı amatörler de üretim imkânı sunması önemlidir. Bir fikrin üretime dönüşmesinde ve izleyiciye ulaşmasında var olan süreçlerin kolaylaşması, bir anlamda farklı üretim modellerinin mümkün kılmakta ve sanat alanında demokratikleşme iddialarını desteklemektedir. İlerleyen zamanda yaygınlaşacağı öngörülen bu tarz yapımların gerek üretim gerek gösterim süreçlerini değiştirerek bir anlamda sanatın demokratikleşmesine katkıda bulunmaktadır.



Resim 1: Transformers: The Premake (2014)¹

Transformers adlı serinin dördüncü filmi için yapılan çekimler sırasında, sıradan izleyicilerin kendi kayıt edebilen cihazları aracılığı ile filmin çekilirkenki görüntülerini kayıt etmeleri sonucu, film henüz tamamlanmadan ve gösterime girmeden, filme dair görüntüler birikmiştir. Bu durumu, var olan bir eserin hayranlar tarafından yeniden yapılması olan “remake” yerine, film var olmadan önce filme dair görüntülerin derlenmesi ile oluşan “premake” olarak tanımlayan Lee, “premake” filmlerin Hollywood’un üretim öncesi ve üretim sürecindeki aktivitelerine dair görüntüler olduğunu belirtir. Lee bu görüntülerden yola çıkarak, filmlerin çekim aşamasında anlamlı bir bütün oluşturacak görüntülerin elde edilmesi ve filmin farklı bir versiyonunun orijinal eserden önce gösterime sunulması durumunda neler olabileceği sorusunu gündeme taşır.

Tüketicilerin aynı zamanda üretici oldukları bu dönem içerisinde, bu yeni ilişkilerin ve değişen güç dengelerinin büyük medya endüstrileri ve izleyici arasındaki ilişkiyi nasıl etkileyeceğini

¹ <http://www.alsolikelife.com/premake/about-the-premake/#desktop>

sorgulayan Lee, yüzlerce farklı mekandan farklı kişilerin çektiği video görüntülerinin ve arama motorlarının taranması ile elde edilen görüntü ve video kayıtların birleştirilmesinden oluşan tamamı ile şahsi MacBook Pro bilgisayarı ekranı üzerinde yer alan “Desktop documentary” olarak adlandırılan belgeseli gösterime sunmuştur. Lee, bu belgesel türünü, Nick Briz, Jon Satrom, Jon Cates gibi akademisyenler ve kendisi gibi öğrenciler olan Yuan Zheng ve Blair Bogin tarafından bilgisayar ekranına kameranın lensiymiş gibi bir misyon yükleyerek sanatsal medyumun içerisinde barındırdığı potansiyeli ortaya çıkartan bir tür olarak tanımlar (aktaran Bone 2014).



Resim 2: Transformers: The Premake (2014)²

Lee, *Transformer* adlı filmin çekimlerini izlemeye gittiği sırada, orada var olan iki farklı film yapımını görerek etkilendiğini söylemektedir. Bunlar, bir tarafta uluslararası gişe rekorları kıran, profesyonel dev bir prodüksiyon ve bir sürü amatör küçük aygıt ile sıradan izleyicilerin çektiği ufak videolardır. Lee (2014), bunun üzerine

² <http://www.alsolikelife.com/premake/about-the-premake/#desktop>

bu üretim biçimlerinin birbirleri ile olan ekonomik, politik ve kültürel ilişkilerini incelemeye başladığını belirtmekte ve bu inceleme sürecinin filmini yapmaya karar verdiğini ancak bu ürettiği formatın “remake” değil, “premake” olarak adlandırılabilceğini vurgular.



Resim 3: Transformers: The Premake (2014)³

Bahsi geçen örnekte, sinemada özellikle belgeseller için geçerli olan öykülerin “kimin tarafından anlatıldığı” sorunsalına farklı bir yaklaşım görülmektedir. Birden çok kullanıcının ortaklaşa üretimi sonucu ortaya çıkan bu tarz belgeseller birer kitle kaynak (crowdsourcing) uygulaması olarak, üretim biçiminde olduğu kadar içerik üzerinde de değişim yaratmaktadır. Çeşitli aygıtlar aracılığı ile birçok farklı bölge ve kişiden toplanan görüntülerin kurgulanarak oluşturulduğu belgesel aynı zamanda biçimsel olarak da yeni medya kullanıcılarının diline uygun biçimde kurgulanmıştır.

³ <http://www.alsolikelife.com/premake/about-the-premake/#desktop>

Sonuç Yerine

Sanat eserlerinin üretimi ve bu üretime kitlelerin katılımı, çevrim içi ortamlarda sosyal, ekonomik, kültürel pratikleri değişen kullanıcılar ile yakından ilişkilidir. İnternet teknolojilerindeki gelişme ile daha geniş kitlelere ulaşma olanağı ve birbirinden bağımsız endüstrilerin bir arada kullanılması imkânı bulan üreticiler, içerik üretiminde kitlelerden çeşitli biçimlerde destek almaktadırlar. Günümüzde kullanımı yaygınlaşan kitle kaynak bu destek modellerinden biridir. Dijitalleşme, yakınsama ve çoklu medya araçlarının farklı biçimlerde kullanılabilmesi ile iletişim, eğlence, ticaret, üretim modellerinde değişim yaşayan kullanıcılar var olan yeni mecrada kendi içeriklerini oluşturma imkânı bulmaktadırlar. Kendi yapıtını üretmenin yanı sıra üretilen yapıtların içeriğine de etki edebilen bu kullanıcı birden çok role sahiptir. İçerik üretiminin kitlelere açılması ile tek elden çıkmayan, farklı görüş ve düşüncelere açık bir üretim modeli mümkün kılınmaktadır. Sosyal ve kültürel alanlarda bireylere özgü davranış modelleri değiştiğinden var olan eski formların yerini yenileri almaktadır. Katılım kültürü olarak adlandırılan yeni kültürün özellikleri kendini ifade etmekten toplumsal gelişmeye doğru geçiş yapmıştır. Bu kültürün özellikleri, çeşitli medya mecralarında yer alan sosyal topluluklara üyelikler, ortaklıklar, yeni yaratım süreçlerine dâhil olmak, ortaklaşa problem çözme kültürü, medya akışının içeriğini ve biçimini belirleme olarak tanımlanabilmektedir. Bireylere kendini mekân ve zamandan bağımsız biçimde ifade etme, görece özgür paylaşımlarda bulunma, içerik oluşumuna katkı sağlama, çevrim içi topluluklar oluşturma ve örgütlenebilme, bilgi ve haber akışını kontrol etme gibi imkânlar sunan bu ortama dair eleştirel yaklaşımlar da göz ardı edilmemelidir. Ancak yine de var olan ortam içerisinde demokrasi ve internet ilişkisini merkeze alan yeni kuramların dikkate alınması gerekmektedir.

İnsanoğlunun öteden beri var olan sosyalleşme ve bir arada iş yapma arzusuna yönelik geliştiği iddia edilen kitle kaynak uygulamaları

ile çeşitli coğrafyalardan ve çeşitli kesimlerden insanlar anlamlı değiş tokuşlarda bulunmak için teknolojiyi kullanmakta ve bir araya gelmektedir. Çalışmanın örnek sunusu olan “Transformers Premake” film üretimine dair kalıpları yıkan bir örnek olarak önemlidir. Yeni metinsel deneyimlere dair etkili bir örnek olan belgesel, üretim modeli ile olduğu kadar, biçimsel olarak da kullanıcıların görsel algılarındaki değişimine örnek sunmaktadır. Tüm anlatıyı bilgisayar ekranı üzerinden arama yapan bir kullanıcının gözünden izlediğimiz belgesel, birçok farklı kullanıcının internete yüklediği video görüntülerinden oluşan bir tür kolajdır. “Transformers” filminin çekimleri sırasında çekilen görüntülerin kolajından oluşan bu belgesel, bir filmin yapımı sonrası yeniden çevrilmesi anlamına gelen remake yerine, filmin gösterime girmeden önce farklı bir versiyonu ile sunulması biçiminde olduğundan “premake” olarak adlandırılmaktadır. Önümüzdeki dönemde internet üzerinden sanat eserlerinin üretimine katılmak ve kendi içeriğini oluşturmak daha da yaygın bir model olacaktır demek mümkündür.

Konuya dair sanat eserinin aurası ve değeri üzerine çeşitli tartışmalar yapılmaktadır. Bu anlamda Ulus Baker: “İnternet çağında sanat eseri üretiminin “kolaylaştığını” ve ayağa düşebileceğini söylemek de tam bir safsatadır. Aksine, alt edilmesi gereken “zorlukların”, gerekli bilgi ve uğraşı faaliyetinin sonsuzca artabileceği bile söylenebilir. Üstelik dijital sanatçı, eğer günün birinde başarılıabilirse, modern kültürdeki şu standart “sanat”, “bilim” ve “toplumsal yaşam” alanları arasındaki ayrımın sınırlarını da ziyaret ederek alt edebilir” demektedir (Baker 2009).

Hiç seyircisi olmayan bir filmin film olup olmadığı sorunsalı üzerinden değerlendirildiğinde, filmleri çağın şartları dâhilinde daha geniş izleyici kitlelerine ulaştırmak önem kazanmaktadır. Yeni teknolojilerin getirdiği sosyal, ekonomik, kültürel değişimler dolayısı ile üretim-tüketim, eğlence, iş yapma modelleri değişen izleyiciyi üretim sürecinin içerisine katmak, film üreticileri için filmlerin tanıtımında olduğu kadar kendi izleyici kitlelerini oluşturmak açısından

da önemlidir. Dolayısı ile ilerleyen dönemde üretim sürecine izleyiciyi dâhil eden kitle kaynak ve kitlesel fonlama benzeri uygulamaların artacağı ön görülmektedir.

Kaynaklar

Baker, Ulus (2009). “İnternette Sanat Mümkün mü?”. Körotonomedia. <http://korotonomedia.net/kor/index.php?id=6,7,0,0,1,0%20eri%C5%9Fim%20tarihi%2021%20Aral%C4%B1k%202009> (Erişim tarihi 18.07.2018)

Banger, Gürcan ve Gülsüm Çalışır (2014). “Sosyal Medyanın Kurumsal İnnovasyon İçin Kitle Kaynak Olarak Kullanımı”. *Uluslararası Yeni Medya – Yeni Yaklaşımlar Konferansı*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, 8-9 Mayıs 2014, s. 684-697.

Becker, Howard (1984). *Art Worlds*. Berkeley, CA: University of California Press.

Bone, Steven (2014). “Kevin B. Lee’s Transformers Premake”. Roger Ebert.com. <https://www.rogerebert.com/balder-and-dash/kevin-b-lees-transformers-the-premake> (Erişim tarihi 15.06.2018)

Bourriaud, Nicholas (2006). *Relational Aesthetics*. In C. Bishop (Ed.), *Participation* Cambridge, MA: MIT Press, s. 160-171.

Erdal, Cengiz (2013). “Sosyal Medya ve Paylaşım Kültürü”. *Kültür, Kimlik, Siyaset* içinde, Ed. C. Bilgili ve G. Şener, İstanbul: Reklam Yaratıcıları Derneği.

González, Fernando ve Ladron de Guevara (2012). “Towards an Integrated Crowdsourcing Definition”. *Journal of Information Science*, S. XX (X), s. 1-14.

Hepkon, Zeliha (drl.) (2011). *İletişim ve Teknoloji*. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayıncılık.

Howe, Jeff (2010). *Crowdsourcing: Kalabalıkların Gücü Bir İşin Geleceğine Nasıl Şekil Verebilir?*. Çev. Günseli Aksoy, İstanbul: Optimist Yayıncılık.

Howe, Jeff (2006). "The Rise of Crowdsourcing". *Wired*. C. 14, S. 6, s. 1-5.

Jenkins, Henry (2006a). *Convergence Culture, Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press.

_____ (2006b). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York: NYU Press.

Jenkins, Henry vd. (2009). *Confronting The Challenges of a Participatory Culture: Media Education For The 21st Century*. London: The MIT Press.

Lee, B. Kevin (2014). "Transformers Premake".
<https://www.alsolikelife.com/premake-1> (Erişim tarihi: 18.01.2018)

Levy, Pierre (2001). "Collective Intelligence". In David Trend (ed.), *Reading Digital Culture*. Malden Mass: Blackwell, s. 253-259.

Lister, Martin vd. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. London: Routledge.

Literat, Ioana (2012). "The Work of Art in the Age of Mediated Participation: Crowdsourced Art and Collective Creativity". *International Journal of Communication*, C. 6, s. 2962-2984.

Macnab, Geoffrey (2018). "'If Movies Disappeared Overnight, I Wouldn't Care': David Cronenberg on the Death of Cinema". *TheIndyFilm*. Independent. 18.07.2018.
<https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/films/features/david-cronenberg-death-of-cinema-film-novel-golden-lion-the-fly-naked-lunch-a8450566.html> (Erişim tarihi: 11.08.2018)

Manovich, Lev (2001). *The Language of New Media*. London: The MIT Press Cambridge.

Thomas, Malone (2006). “What is Collective Intelligence and What Will We Do About It?”.

<http://cci.mit.edu/about/MaloneLaunchRemarks.html> (Erişim tarihi: 03.01.2014)

Tryon, Chuck (2010). “Reinventing Cinema: An Interview with Chuck Tryon (Part One)”. Confessions of An Aca-Fan.

http://henryjenkins.org/2010/07/throughout_the_book_you_addres.html#sthash.SxtifUCU.duf (Erişim tarihi: 20.12.2014)

Virilio, Paul (2003). *Enformasyon Bombası*. Çev. Kaya şahin, İstanbul: Metis.

EXTENDED ABSTRACT

This article traces the changing social practices of audiences in terms of digitalization and their involvement in art making process. It also aims to analyze new individuals' patterns through the term crowdsourcing, focusing on the collaborative film making process of crowdsourcing. In terms of users' engagement with the media of their choice, individuals have gradually achieved more control on the production. In this article, the concepts of connectivity and collectivity will be analyzed by a specific a crowdsourced documentary "Transformers Premake," described as a desktop documentary, "discusses the changing form and aesthetic in filmmaking in addition to the production method, all of which relate to users' engagement and crowdsourcing.

In new media, everyone is regarded as a potential producer of media as well as a consumer; the satisfaction derived from participating and sharing constitute major motives encouraging people to put content on social media. In such a society where people are spend much of their time on the internet and live physically isolated from each other, one possible way to feel as a community is committing to collective acts. As all users of new media are claimed to be a part of a big community, participation is the key concept for this new environment which needs users for media content transfer. Crowdsourcing was first defined by Jeff Howe (2009) as "the act of a company or institution taking a function once performed by employees and outsourcing it to an undefined network of people in the form of an open call".

It is possible to talk about a new type of society that can involve virtually and actually in various organizations. This will be exemplified in this article through the case of documentary Transformers Premake since the images in this documentary are taken by different users in the real world and then collected through an online network. The new production model of this society can be explained by using the concept of "collective intelligence". Transformers Premake is described as a video article by the documentarist, filmmaker, academic, and critic Kevin B. Lee. The work was shown at the 2015 Berlin International Film Festival. The narrative content of the documentary has been compiled by 350 users, with the exception of the entire narrative brought together on the computer screen.

During the shooting for the fourth film of the Transformers series, images of the filaments were collected by ordinary viewers recording the footage of the film with their electronic devices before the film was completed. Lee has presented the process of combining images and video recordings obtained by screening the search engines and video images taken at hundreds of different venues in the documentary titled Desktop documentary on the personal MacBook Pro computer screen. It is interesting

to see these two different film productions: on the one hand, a film breaking international box office records made by a giant professional production company and on the other hand, a lot of small, amateur devices and short videos taken by ordinary audiences. Lee notes that he decided to analyze the economic, political, and cultural relations of these forms of production, and then to make a documentary of the process. He prefers to name the format it produces "premake" instead of "remake".

It shows a different approach to the problematic of "who told" the stories, which is particularly valid for documentaries in cinema. The documentary, composed of many different regions and by individuals who gathered images through various devices, was also formally adapted to the language of the new media users. It is a new textual experience related to the democratization of art. The model called "desktop documentary" is a structure formed by recording the actions that an amateur internet user performs on the screen.

It is important that existing changes offer production opportunities to creative amateurs as well as professionals in the field of cinema, which is generally defined as a costly art form and therefore requires professionalism. The facilitation of the processes occurring in the transformation of an idea into a production of an artifact as well as the notion of the viewer makes a different kind of production possible in a sense and supports the democratization claims in the field of arts. These types of productions, which are expected to become widespread in the future, contribute to the democratization of the art by changing the production and display processes. In this context, a positive response can be given to the question of whether or not "another documentary" is possible.