T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANA BİLİM DALI
İNTERAKTİF MEDYA TASARIMI YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ETKİLEŞİMLİ MEDYA VE SİNEMA: İZLEYİCİ KATILIMININ YENİ BOYUTLARI

BURCU FİDAN
22720027

TEZ DANIŞMANI
DR. ÖĞR. ÜYESİ ERKAN ÇİÇEK

2026

T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANA BİLİM DALI
İNTERAKTİF MEDYA TASARIMI YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ETKİLEŞİMLİ MEDYA VE SİNEMA: İZLEYİCİ KATILIMININ YENİ BOYUTLARI

BURCU FİDAN
22720027
ORCID NO: 0009-0004-6094-2013

TEZ DANIŞMANI
DR. ÖĞR. ÜYESİ ERKAN ÇİÇEK

OCAK 2026

Burcu FİDAN tarafından hazırlanan “ETKİLEŞİMLİ MEDYA VE SİNEMA: İZLEYİCİ KATILIMININ YENİ BOYUTLARI” başlıklı çalışma, **22/01/2026** tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği ile başarılı bulunmuş ve jürimiz tarafından Sanat ve Tasarım Ana Bilim Dalı İnteraktif Medya Tasarımı Programında **YÜKSEK LİSANS** tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman	**İmza**
Dr. Öğr. Üyesi Erkan Çiçek	……

Jüri Üyeleri	**İmza**
Doç. Dr. Burak Boyraz	……
Dr. Öğr. Üyesi Tetiana Müsevitoğlu	……

ÖZET

ETKİLEŞİMLİ MEDYA VE SİNEMA: İZLEYİCİ KATILIMININ YENİ BOYUTLARI

Dijitalleşmenin ivmesi ve etkileşimli medya teknolojilerinin yaygınlaşması, sinemada anlatı kurma biçimlerini, üretim–dağıtım pratiklerini ve izleyiciyle kurulan ilişkiyi köklü biçimde dönüştürmüştür. Bu tez, etkileşimli medyanın sinema deneyimini nasıl yeniden biçimlendirdiğini incelemektedir: (i) kavramsal/kuramsal çerçevede yeni medya, katılım kültürü ve etkileşimli anlatının temellerini açıklamaktadır; (ii) dijitalleşmenin yapım, dağıtım ve pazarlama üzerindeki etkilerini değerlendirmektedir; (iii) izleyicinin karar anlarıyla dahil olduğu "seçime dayalı" formatlar ile sosyal medya etkileşimi üzerinden şekillenen güncel pratikleri örnekler üzerinden çözümlemektedir. Yöntem olarak kuramsal okuma, seçili örneklerin yakın okuması (Kinoautomat, Bandersnatch, Late Shift, You vs. Wild ve yerel bir vaka olarak Hasçelikler) ve sektör odaklı değerlendirmeler birlikte kullanılmıştır. Bulgular, interaktivitenin izleyici eylemliliğini artırırken, tasarım yetersiz olduğunda "kontrol yanılsaması" üretebildiğini; veri güdümlü platform mantığının ise keşfi kolaylaştırırken tercih mimarisi yoluyla seçimleri yönlendirebildiğini göstermektedir. Çalışma, estetik/etik ilkelerle tasarlanan karar düğümleri, anlamlı geri bildirim ve anlatı tutarlılığı sağlandığında etkileşimli sinemanın ifade gücünü zayıflatmak zorunda olmadığını; tersine yeni yaratıcı olanaklar açtığını savunmaktadır. Son bölüm, gelecek öngörüleri ve sektörel yansımalarla (iş akışları, ölçüm/kitle stratejileri, eğitim ve etik çerçeveler) sinema endüstrisine uygulanabilir bir perspektif sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Etkileşimli Sinema, Yeni Medya, Katılım Kültürü

ABSTRACT

INTERACTIVE MEDIA AND CINEMA: NEW DIMENSIONS OF AUDIENCE PARTICIPATION

The acceleration of digitization and the spread of interactive media technologies have transformed cinema's narrative logics, production-distribution practices, and the relationship with audiences. This thesis investigates how interactive media reshapes the cinematic experience by (i) establishing the conceptual/theoretical groundwork-new media, participatory culture, and interactive storytelling; (ii) assessing the impact of digitization on production, distribution, and marketing; and (iii) analyzing contemporary practices in which viewers intervene via choice points and social-media-driven engagement. Methodologically, the study combines theoretical inquiry with close readings of selected cases (Kinoautomat, Bandersnatch, Late Shift, You vs. Wild, and a local case, Hasçelikler) and sector-oriented assessments. Findings indicate that while interactivity may enhance audience agency, inadequate design can produce an "illusion of control"; platform-level, data-driven curation can facilitate discovery yet steer choices through preference architectures. The thesis argues that, when designed with aesthetic/ethical principles meaningful decision nodes, visible feedback, and narrative coherence interactive cinema need not dilute authorial expression; it can open new creative possibilities. The conclusion offers future projections and industry implications (workflows, measurement/audience strategies, education, and ethics), providing an applicable perspective for the film sector.

Keywords: Interactive Cinema, New Media, Participatory Culture

ÖNSÖZ

Bu tez, uzun yıllardır profesyonel olarak içinde yer aldığım ve lisans eğitimimi tamamladığım üniversitede sürdürdüğüm yüksek lisans çalışmalarımla derinleştirdiğim, medyanın etkileşimli boyutuna odaklanmaktadır. Sinemaya duyduğum derin tutku, onun zamanla nasıl değiştiğini ve dönüşüme uğradığını sorgulamama neden oldu. Bu sorgulama, bu tezin temelini oluşturdu. Araştırma ve yazım süreci boyunca sinema deneyiminin evrimini hem kişisel bakış açımdan hem de akademik bir çerçevede ele aldım.

Bu çalışmanın her aşamasında bana yol gösteren ve destek olan danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Erkan ÇİÇEK'e en içten teşekkürlerimi sunarım.

Bu tezi, beni sinema dünyasıyla tanıştıran kardeşim Cemal FİDAN'a ithaf ediyorum.

Bu çalışmanın sinema ve yeni medya alanlarına anlamlı bir katkı sunması dileğiyle…

Burcu FİDAN

Ocak, 2026; İstanbul

İÇİNDEKİLER

ÖZET iii
ABSTRACT iv
ÖNSÖZ v
İÇİNDEKİLER vi
ŞEKİLLER LİSTESİ vii
KISALTMALAR LİSTESİ viii

1. GİRİŞ 1
1.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı 2
1.2. Konu Tanımı ve Arka Plan 2
1.3. Araştırma Yöntemi 3

2. ETKİLEŞİMLİ MEDYA: KAVRAMLAR, TARİHÇE VE KURAMSAL YAKLAŞIMLAR 4
2.1. Yeni Medya Kuramları ve Uygulama Alanları 6

3. SİNEMANIN DÖNÜŞÜMÜ: DİJİTALDEN ETKİLEŞİME 8
3.1. Geleneksel Sinema Deneyiminin Özellikleri 10
3.1.1. Dijitalleşmenin Sinema Üzerindeki Etkileri 12
3.1.2. Pazarlama ve Sosyal Medyanın Rolü 13
3.2. İzleyiciyle Yeni İlişki Biçimi 16
3.2.1. Anlatı Yapılarındaki Değişimler 18
3.2.2. "Kendi Maceranı Seç" Formatı 20
3.2.3. Öncü ve Seçili Örnekler 22
3.2.3.1. Kinoautomat (1967): İlk Etkileşimli Film 22
3.2.3.2. Bandersnatch (2018): Dijital Platformlarda Etkileşim 23
3.2.3.3. Late Shift (2016): Uzun Metrajlı Etkileşimli Sinemada Anlatı Yapısı 24
3.2.3.4. You vs. Wild (2019): Oyunlaştırılmış Anlatım ve İzleyici Özerkliği 25

SONUÇ 26
KAYNAKÇA 28

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Dijitalleşmenin Teknik-Kültürel-Yapısal Dönüşümü Tablosu 13

Şekil 2. Spree Filmi Karakteri İçin Yaratılan Instagram Hesabı 14

Şekil 3. Hasçelikler Dizisi İçin Yaratılan Karakter Instagram Hesabı 15

Şekil 4. Hasçelikler Dimes Cool Lime İşbirliği 16

Şekil 5. Kendi Maceranı Seç Formatı (Gemini) 20

Şekil 6. Kinoautomat (1967) 22

Şekil 7. Black Mirror: Bandersnatch İçin Akış Şeması 23

Şekil 8. Late Shift (2016) Seçim Ekranı 24

Şekil 9. You vs. Wild (2019) Seçim Ekranı 25

KISALTMALAR LİSTESİ

AR	: Augmented Reality (Artırılmış Gerçeklik)
BİLGEM	: Bilişim ve Bilgi Güvenliği İleri Teknolojiler Araştırma Merkezi
CGI	: Computer-Generated Imagery (Bilgisayar Üretimi Görseller)
DAPTTF	: The Digital Art Practices & Terminology Task Force (Dijital Sanat Baskı Sözlüğü)
DDM	: Dijital Deneyim Müzesi
DNA	: Deoksiribonükleik Asit
E.A.T.	: Experiments in Art and Technology
GA&C	: Google Arts & Culture
HCI	: Human–Computer Interaction (İnsan–Bilgisayar Etkileşimi)
IM	: Immersive Media (Sürükleyici Medya)
İBB	: İstanbul Büyükşehir Belediyesi
KDS	: Karar Destek Sistemi
MIT	: Massachusetts Institute of Technology
MR	: Mixed Reality (Karma Gerçeklik)
MUES	: Müze Ulusal Envanter Sistemi Projesi
NFT	: Non-Fungible Token
NYU	: New York University
O2O	: Offline to Online (Hibrit Sergileme Modeli)
TDK	: Türk Dil Kurumu
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TV	: Television (Televizyon)
VR	: Virtual Reality (Sanal Gerçeklik)

1. GİRİŞ

Sinemanın yüzyılı aşkın serüveni, iletişim ortamlarının dönüşümüyle paralel ilerlemektedir. İletişim, özünde anlam üretimi ve aktarımıdır; medya ise bu aktarımı mümkün kılan teknik ve kurumsal aracılar bütünüdür. Kitle iletişimi çağından ağ temelli yapılara geçişle birlikte "yeni medya", sayısal temsile dayalı, modüler, otomasyon ve değişkenlik ilkeleriyle işleyen (çoğu zaman veri güdümlü) bir ekosistemi adlandırmaktadır. Bu ekosistemde "etkileşimli medya", kullanıcıyı pasif alıcı olmaktan çıkarıp geri bildirim veren, tercihleriyle akışı etkileyen ve kimi bağlamlarda ortak yapıcı konumuna yerleştirmektedir. İnternet tabanlı medya—akış platformları, sosyal ağlar, web tabanlı arayüzler—bu etkileşimi gerçek zamanlı ölçüm, kişiselleştirme ve çoklu ekran deneyimiyle derinleştirmektedir; algoritmalar görünmez bir kürasyon katmanı oluşturarak görünen deneyimin arkasındaki tercih mimarisini kurmaktadır.

Sinemanın analog ve dijital ayrımı, yalnızca bir kayıt tekniği tercihi değildir. Analog sinemada malzemenin maddeselliği (film stoğu, kimyasal süreçler) görüntünün dokusunu ve üretim ritmini belirlerken; dijital sinema düşük maliyet, esnek post-prodüksiyon ve bilgisayar üretimli imgelerle (CGI) görsel olanakları genişletmiş; aynı zamanda izleme pratiklerini salon merkezli kolektif yapıdan platform merkezli kişisel/taşınabilir formlara taşımıştır. Bu teknik ve kültürel kırılma, anlatı mekaniğine de yansımaktadır: doğrusal akıştan modüler ve dallanan yapılara geçiş, izleyiciye seçim sunan interaktif formatların yükselişi, sosyal medya geri bildirimlerinin yapım öncesi/sonrası süreçlere dahil edilmesi gibi süreçler, sinemanın üretiminden tüketimine uzanan hattı yeniden tanımlamaktadır.

Bu tez, söz konusu literatür zeminini kısaca haritaladıktan sonra etkileşimli medyanın sinemada nasıl biçimlendiğini tartışmaktadır. İlk olarak kavramsal/ kuramsal çerçeve içinde yeni medya, katılım kültürü ve etkileşimli anlatı kavramları konumlandırılmaktadır; ardından dijitalleşmenin yapım, dağıtım ve pazarlama üzerindeki etkileri tarihsel süreklilik bağlamında ele alınmaktadır; sonrasında izleyicinin karar anlarıyla dâhil olduğu seçim temelli yapılar ve sosyal medya

etkileşimleri örnekler üzerinden çözümlemeye açılmaktadır. Bu yaklaşım, hız ve ölçülebilirliğin baskınlaştığı bir ortamda sinemanın ifade bütünlüğünü nasıl koruyabileceğine; interaktivitenin hangi tasarım ilkeleriyle sanatsal derinliği destekleyebileceğine dair tartışmayı merkezde tutmaktadır.

1.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu araştırmanın temel amacı, etkileşimli medya teknolojilerinin sinema deneyimini nasıl dönüştürdüğünü ve dijital çağda izleyicilerin film anlatılarına nasıl katıldığını incelemektedir. Geleneksel anlatı yöntemlerinin yerini giderek daha fazla etkileşimli yapılara bırakmasıyla birlikte, izleyici rolü de pasif bir gözlemciden aktif bir katılımcıya evrilmektedir. Bu dönüşüm yalnızca teknik değil; aynı zamanda kültürel ve yaratıcı bir nitelik taşımaktadır.

Çalışmanın kapsamı; etkileşimli medyanın kavramsal ve kuramsal bir çözümlemesini, dijitalleşme etkisi altındaki sinemanın tarihsel gelişimini ve izleyici katılımının anlatı kurgusundaki rolünü derinlemesine bir şekilde ele almayı içermektedir. Özellikle dijital anlatı biçimlerine, izleyici geri bildirim mekanizmalarına ve dallanmalı anlatılar, sosyal medya anketleri, veriye dayalı içerik uyarlamaları gibi gerçek zamanlı etkileşim araçlarına odaklanılmaktadır.

Bu dönüşümün sunduğu yaratıcı olanakları ve yapısal sınırlılıkları birlikte değerlendirerek; araştırma, film endüstrisinin, izleyici davranışlarının ve medya estetiğinin etkileşim ve dijital yakınsama bağlamında nasıl yeniden tanımlandığına dair daha geniş bir kavrayışa katkı sunmayı hedeflemektedir.

1.2. Konu Tanımı ve Arka Plan

Sinema, her dönem kendi teknolojik ve kültürel koşullarından etkilenerek biçimlenmiştir. Sessiz filmlerden sesli sinemaya, analogdan dijitale uzanan her geçiş, bu alanın sınırlarını yeniden tanımlamıştır. Günümüzde ise dijital teknolojilerin ve etkileşimli platformların artan etkisiyle birlikte sinema, yeni ve köklü bir dönüşüm süreci yaşamaktadır.

Bu dönemi önceki değişimlerden ayıran temel unsur, dönüşümün hem hızı hem de kapsayıcılığıdır. Dijital yayın servisleri, algoritmalarla şekillenen içerik kürasyonları ve sosyal medya platformları yalnızca filmlerin dağıtım ve tüketim biçimlerini

değiştirmekle kalmamakta; aynı zamanda anlatılan hikâyelerin türünü ve yapısını da belirlemektedir. Anlatı stratejileri giderek daha fazla veriye dayalı, izleyici tepkilerine duyarlı ve kişiselleştirme ya da etkileşim üzerine kurulu hale gelmektedir.

Bu yeni manzara bazı temel soruları gündeme getirmektedir: Tekrara ve öngörülebilirliğe dayalı bir sistemde yaratıcı çeşitlilik ve anlatı derinliği sürdürülebilir mi? Kullanıcı etkileşimi verileri sanatsal kararları ne ölçüde yönlendirmektedir? Ve giderek daha katılımcı hale gelen bir medya ortamında, film yapımcısının rolü nasıl değişmektedir?

İşte bu sorular, sinema çalışmaları, medya kuramı ve dijital kültür kesişiminde konumlanan bu araştırmanın arka planını oluşturmaktadır.

1.3. Araştırma Yöntemi

Bu tez, kuramsal çözümlemeyi örnek incelemelerle bir araya getiren niteliksel ve disiplinlerarası bir araştırma yöntemi benimsemektedir. Çalışma; medya kuramı, anlatı bilimi (narratoloji) ve dijital kültür araştırmalarından beslenerek, sinemadaki etkileşim olgusunu kavramsal bir çerçevede ele almayı amaçlamaktadır.

Kinoautomat ve Black Mirror: Bandersnatch gibi etkileşimli sinemanın öne çıkan örneklerinin yanı sıra; dijital yayın platformları ve sosyal medyada izleyici katılımını teşvik eden modeller incelenerek güncel eğilim ve uygulamalara ışık tutulmaktadır. Bu örnekler, akademik literatür, platform verileri, röportajlar ve kullanıcı geri bildirimleri aracılığıyla daha geniş kültürel ve endüstriyel dönüşümler bağlamında değerlendirilmiştir.

Yöntemsel olarak bu çalışma keşif odaklıdır; belirli hipotezleri test etmekten çok, yeni kavrayışlar üretmeyi hedeflemektedir. Dijital çağda güç ilişkilerinin, katılım biçimlerinin ve yaratıcı öznenin (yazarlık kavramının) nasıl yeniden yapılandığını medya eleştirisi odağında irdelemektedir.

2. ETKİLEŞİMLİ MEDYA: KAVRAMLAR, TARİHÇE VE KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

Bu bölümde, çalışmanın kuramsal temelini oluşturan kavramların tanımlanması ve etkileşimli medya bağlamında kullanılabilecek teorik çerçevenin sunulması amaçlanmaktadır. Çalışmanın zeminini oluşturan "yeni medya", "etkileşimli medya" ve "katılımcı kültür" gibi kavramlar ele alınmaktadır; bu kavramların birbiriyle ilişkisi değerlendirildikten sonra sinema bağlamında nasıl anlam kazandıkları, bu alana nasıl entegre edildikleri ve bu alanı nasıl dönüştürdükleri irdelenmektedir.

Yeni medyayla birlikte kullanıcıların bireyselliği ön plana çıkmıştır. Ancak bireylere özel sunuluyormuş gibi görünen birçok yenilik ve gelişmenin arka planında, o bireylerin ait olduğu kitleler, temsil ettikleri görüşler ve tüketim alışkanlıkları yatmaktadır. Yeni medyanın gelişimiyle birlikte bu durum, kişiye özel gibi görünen (ama aslında çoğul kitleler için tasarlanmış) tüketim planlarına yönelim yaratmaktadır. Bu yönü derinlemesine ele almadan, başka bir boyuta geçecek olursak: yeni medya kullanıcıyı yalnızca bir tüketim nesnesi olarak görmemektedir çünkü tüketimin gerçekleşmesi için aynı zamanda kullanıcıyı "dinlemek" zorundadır. Bu yapı, kullanıcıyı yalnızca bir tüketici değil; deneyimi etkileyebilen, yönlendirebilen ve hatta tamamen dönüştürebilen aktif bir katılımcıya dönüştürmektedir. Bu dönüşüm sanatın birçok alanını etkiliyor olsa da, bu çalışmada sinema alanına odaklanılmaktadır.

Medya kuramcısı Lev Manovich (2001), yeni medyanın etkileşim kapasitesinin temelini oluşturan beş ilkeden söz etmektedir: sayısal temsiliyet, modülerlik, otomasyon, değişkenlik ve dönüştürme (transcoding). Bu beş temel ilke, medyanın algoritmalarla işlenebilir olmasını, modüler biçimde yeniden yapılandırılmasını ve kullanıcı girdilerine göre kişiselleştirilebilmesini mümkün kılmaktadır. Manovich'in bu beş ilkesini sinema bağlamında düşündüğümüzde, karşımıza kişiselleştirilmiş izleyici deneyimlerine olanak tanıyan ve geleneksel sabit anlatı kalıplarını zorlayan bir yapı çıkmaktadır.

Jay David Bolter ve Richard Grusin (1999), Remediation adlı çalışmalarında, yeni medyanın her zaman kendinden önceki medya biçimlerini yeniden şekillendirdiğini savunmaktadırlar. "Remediation" (yeniden aracılaştırma) olarak adlandırdıkları bu süreci "doğrudanlık" (immediacy) ve "aşırı dolaylılık" (hypermediacy) olmak üzere iki stratejiyle tanımlamaktadırlar. Etkileşimli sinema örneklerinde bu ikili yapı sıkça karşımıza çıkmaktadır. İzleyici bir yandan hikâyeye tamamen dalarken, diğer yandan belirli uyaranlar aracılığıyla anlatının ilerleyişine bilinçli şekilde katkı sunabilmektedir. Bu uyaranlar genellikle belirli arayüzler veya butonlar üzerinden gerçekleşmektedir. *Nitekim dijital görsel hikâye anlatımında bu denge, illüstrasyon ve grafik tasarımın sinerjisiyle kurulmaktadır; araştırma bulguları, illüstrasyonun duygusal ve sembolik bir zenginlik kurarak duygusal tetikleyicilere hizmet ettiğini, grafik tasarımın ise görsel hiyerarşi, marka tutarlılığı ve net bir gezinme yapısı oluşturarak anlatısal yapıyı güçlendirdiğini ortaya koymaktadır (Çeken ve Türk, 2025, s. 64).*

Küresel düzeyden yerel örneklere geçtiğimizde, Türkiye'de medya araştırmaları bağlamında Binark (2007), yeni medyanın yalnızca teknolojik değil, aynı zamanda kültürel bir dönüşüm olduğunu vurgulamaktadır. Binark'a göre üretici ile tüketici arasındaki sınırlar giderek bulanıklaştıkça, katılımcı bir iletişim modeli ortaya çıkmaktadır. Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte içerik üretimi bireyselleşmiş, merkezi kontrolün ötesine geçmiş ve kullanıcılar dijital ortamlardaki söylem ve görünürlük üzerinde doğrudan etki sahibi hâle gelmiştir.

Benzer biçimde Yengin (2012) de yeni medyanın getirdiği kültürel ve yapısal dönüşüme odaklanmaktadır. Ona göre etkileşimden söz ettiğimizde yalnızca tıklama, seçme gibi teknik özellikleri değil; kullanıcı ile sistemin birlikte anlam üretiminde bulunduğu dinamik bir süreçten söz etmeliyiz. Bu süreçte anlatılar, kullanıcı davranışına ve tercihine göre değişebilecek esnek bir yapı kazanmaktadır. Etkileşimli medyanın bir diğer önemli yönü ise veriye dayalı olmasıdır ki bu da Manovich'in beş ilkesinden biri olan sayısal temsiliyet ile doğrudan ilişkilidir. Günümüzün veri odaklı sistem tasarımları, dijital platformların ve sosyal medyadaki bireysel içerik üreticilerinin kullanıcı etkileşimini eş zamanlı olarak ölçmesine olanak tanımaktadır. Bu durum bir yandan medya deneyimlerinin kişiselleştirilmesini sağlarken, diğer yandan etkileşimi daha hesaplanabilir kılmakta ve dolayısıyla daha ticarileşmiş bir üretim stratejisini beraberinde getirmektedir.

Sonuç olarak, etkileşimli medyanın temelleri hem teknolojik altyapılara hem de kültürel dönüşümlere dayanmaktadır. Bu çerçeveler, katılımcı bir medya deneyiminin gelişmesini mümkün kılmaktadır. Bu durumu sinema bağlamında değerlendirdiğimizde; izleyicinin sabit bir anlatının pasif alıcısı olmaktan çıkıp, anlatının birlikte şekillendiricisi ve karar vericisi hâline geldiği bir medya ortamına geçiş söz konusudur. Bu bölümde sunulan kuramsal temel, ilerleyen bölümlerde etkileşimli anlatının sinema üzerindeki etkilerine yönelik daha derinlemesine bir çözümleme için zemin oluşturmaktadır.

2.1. Yeni Medya Kuramları ve Uygulama Alanları

Yeni medya üzerine geliştirilen kuramlara baktığımızda, yalnızca kavramsal bir dönüşümle karşılaşmakla kalmayıp, bu dönüşümün pratikte nasıl karşılık bulduğunu da görmekteyiz. Özellikle dijital teknolojilerin gündelik yaşamın bir parçası hâline gelmesiyle birlikte, medyanın sunduğu şeyler hem üretim yöntemleri hem de kullanıcı profili açısından köklü biçimde değişmiştir. Bu bağlamda, yeni medya kuramları yalnızca akademik bir çerçevede sınırlı kalmamış; eğlence sektörü, sosyal medya ağları, pazarlama ve eğitim gibi pek çok alanda uygulanabilir hale gelmiştir.

Yeni medya kuramcılarından Henry Jenkins (2006), medya alanındaki bu dönüşümün merkezinde katılımcı kültür ve ağlar arası (transmedya) anlatı gibi kavramların yer aldığını belirtmektedir. Jenkins'e göre kullanıcı artık yalnızca içeriği tüketen bir figür değil; o içeriğin üretimi, yorumlanması ve dağıtımı üzerinde karar sahibi olan aktif bir özne konumundadır. Bu yaklaşım, özellikle çoklu platformlara yayılan, parçalı ya da genişletilmiş anlatı yapıları aracılığıyla görünür hale gelmektedir (örneğin, sosyal medya üzerinden canlı etkileşimle ilerleyen bir dizi yapısı). Bu duruma örnek oluşturan çalışmalardan biri Yılmaz'ın (2023) 13 Reasons Why dizisine dair analizidir. Yılmaz dizinin yapısını şu şekilde tanımlamaktadır:

"Transmedya anlatı, bir hikâyenin birden fazla medya platformu aracılığıyla aktarılması sürecine dayanmaktadır; bu süreçte hikâye, kullanılan her bir platformun kendi yapısı ve içeriğine uygun olarak dönüştürülmektedir ve yeniden anlatılmaktadır." (Yılmaz, 2023, s. 54)

Yeni medya sabit bir yapıya değil, kendini sürekli güncelleyen ve yeniden yapılandıran sistemlere dayanmaktadır. Bu yönüyle, günümüz teknolojileri ve hızlı

tüketim kültürüyle birlikte uygulama alanı oldukça genişlemiştir. Video oyunları, etkileşimli web platformları ve sosyal medyada yayınlanan kısa diziler gibi örnekler, kuramın gündelik yaşama nasıl dönüştüğünü açık biçimde göstermektedir.

Uygulama alanlarının başında sosyal medya platformları gelmektedir. Kullanıcının hem içerik üreticisi hem de ölçülebilir bir etkileşim nesnesine dönüştüğü bu ortamlarda, algoritmalarla yönlendirilen içerik stratejileri yaygındır. Instagram'da kullanıcı oylarıyla ilerleyen mini diziler ya da TikTok'ta "siz seçin, ben yapayım" formatındaki yüksek etkileşimli içerikler, etkileşimli medya pratiklerinin doğrudan örnekleridir. Bu gibi örneklerde kullanıcı geri bildirimi ya platformun teknolojileri aracılığıyla otomatik olarak ya da manuel şekilde toplanmakta, işlenmekte ve içerik akışı içinde karar verici bir mekanizmaya dönüşmektedir.

Bunlara ek olarak, kişiselleştirilmiş içerik sistemleri, izleyici verisine dayalı senaryo modellemeleri ya da çok ekranlı içerik yönetimi gibi uygulamalar da yeni medya kuramlarının gerçek hayattaki yansımaları arasında sayılabilmektedir. Bugün sinema da bu dinamiklerden etkilenmektedir; bazı yapımlar sosyal medya etkileşimlerini dağıtım stratejilerine entegre etmekte ya da izleyici verilerine dayalı alternatif finaller geliştirmektedir. Ancak bu alternatif finallerin izleyici açısından ne ölçüde "kişisel" olduğu sorusu, 3.3. bölümde (Gelecek Öngörüleri ve Sektörel Yansımalar) tartışılacaktır.

Bu bölümde öne çıkan kuramsal yaklaşımlar ve uygulama biçimleri, bir sonraki bölümlerde daha derinlemesine ele alınacak etkileşimli sinema yapıları için bir zemin oluşturmaktadır. Özellikle izleyici katılımının medya deneyimini dönüştürdüğü uygulama örnekleri, sinemasal anlatının değişen yapısını kavrayabilmek açısından kritik öneme sahiptir.

3. SİNEMANIN DÖNÜŞÜMÜ: DİJİTALDEN ETKİLEŞİME

Sinemanın doğuşundan bu yana teknolojiyle kurduğu ilişki her zaman belirleyici bir rol oynamıştır. Ancak bu ilişkinin yönü, özellikle 2000'li yıllardan itibaren dijitalleşmenin etkisiyle dramatik bir biçimde değişmiştir. Analog film yapımından dijital görüntüleme teknolojilerine geçiş, yalnızca teknik bir dönüşümle sınırlı kalmamış; sinemanın bir sanat formu olarak özünü etkileyen köklü bir devrimi de beraberinde getirmiştir. Yapım araçlarındaki değişim, anlatı yapılarındaki esneklik, izleyiciyle kurulan bağın dönüşmesi ve içerik tüketim biçimlerinin çeşitlenmesi bu dönemin belirleyici özellikleri arasında yer almaktadır.

Dijitalleşmeyle birlikte sinema, büyük ölçüde mekândan ve zamandan bağımsız hâle gelmiştir. Geleneksel sinema deneyiminin yerini çevrim içi platformlar almış; izleyiciler artık yeni filmlere ulaşmak için sinema salonlarına gitmek zorunda kalmadan içeriklere erişebilir hâle gelmiştir. Bu durum, izleyicilerin izleme pratiklerini dönüştürmüş ve içerik üreticilerinin hedef kitleyle kurduğu iletişim biçimini doğrudan etkilemiştir. Sinema artık geleneksel formunun ötesine geçerek, daha büyük hacimlerde üretilen, daha fazla veriye dayanan, daha hızlı tüketilen ve zamanla "etkileşime açık" bir yapıya evrilmiştir.

Bu dönüşüm elbette yalnızca izleyici tarafıyla sınırlı değildir; aynı zamanda anlatının yapısında da kendini göstermiştir. Doğrusal yapıya sahip klasik anlatı biçimi, dijital araçların sunduğu olanaklarla çoklu seçeneklere açılmış; alternatif anlatı formları ön plana çıkmaya başlamıştır. İzleyicinin hikâyeyi yönlendirme arzusunu besleyen etkileşimli formatlar, zaman zaman "tanrıcılık oynama" isteğine yanıt veren kurgular, oyun diline yaklaşan hikâye yapıları ve çoklu alternatifler içeren düzenlemeler bu sürecin sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu gelişmeler sinema ile dijital kültür arasındaki ilişkiyi yeniden yazmış; izleyici, pasif konumdan çıkarak hikâyenin bir anlamda "yardımcı pilotu" konumuna yerleşmiştir.

Teknolojinin sunduğu olanaklar olarak tanımlanabilecek bu gelişmelerle birlikte sinema artık yalnızca bir anlatı aktarım aracı olmaktan çıkmış, bir deneyime dönüşmüştür. Mobil cihazlar, etkileşimli ekranlar ve sosyal medya üzerinden

kurgulanan senaryolar gibi örnekler, izleme deneyiminin platformlar arası akışkan ve değiştirilebilir bir hâl almasına olanak tanımaktadır. Netflix gibi platformlar tarafından sunulan "etkileşimli bölümler" ya da "kendi maceranı seç" tarzı yapımlar, bu dönüşümün en görünür örnekleri arasında yer almaktadır.

Sinemanın doğuşundan bu yana teknolojiyle kurduğu ilişki her zaman belirleyici bir rol oynamıştır. Ancak bu ilişkinin yönü, özellikle 2000'li yıllardan itibaren dijitalleşmenin etkisiyle dramatik bir biçimde değişmiştir. Analog film yapımından dijital görüntüleme teknolojilerine geçiş, yalnızca teknik bir dönüşümle sınırlı kalmamış; sinemanın bir sanat formu olarak özünü etkileyen köklü bir devrimi de beraberinde getirmiştir. Yapım araçlarındaki değişim, anlatı yapılarındaki esneklik, izleyiciyle kurulan bağın dönüşmesi ve içerik tüketim biçimlerinin çeşitlenmesi bu dönemin belirleyici özellikleri arasında yer almaktadır.

Dijitalleşmeyle birlikte sinema, büyük ölçüde mekândan ve zamandan bağımsız hâle gelmiştir. Geleneksel sinema deneyiminin yerini çevrim içi platformlar almış; izleyiciler artık yeni filmlere ulaşmak için sinema salonlarına gitmek zorunda kalmadan içeriklere erişebilir hâle gelmiştir. Bu durum, izleyicilerin izleme pratiklerini dönüştürmüş ve içerik üreticilerinin hedef kitleyle kurduğu iletişim biçimini doğrudan etkilemiştir. Sinema artık geleneksel formunun ötesine geçerek, daha büyük hacimlerde üretilen, daha fazla veriye dayanan, daha hızlı tüketilen ve zamanla "etkileşime açık" bir yapıya evrilmiştir.

Bu dönüşüm elbette yalnızca izleyici tarafıyla sınırlı değildir; aynı zamanda anlatının yapısında da kendini göstermiştir. Doğrusal yapıya sahip klasik anlatı biçimi, dijital araçların sunduğu olanaklarla çoklu seçeneklere açılmış; alternatif anlatı formları ön plana çıkmaya başlamıştır. İzleyicinin hikâyeyi yönlendirme arzusunu besleyen etkileşimli formatlar, zaman zaman "tanrıcılık oynama" isteğine yanıt veren kurgular, oyun diline yaklaşan hikâye yapıları ve çoklu alternatifler içeren düzenlemeler bu sürecin sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu gelişmeler sinema ile dijital kültür arasındaki ilişkiyi yeniden yazmış; izleyici, pasif konumdan çıkarak hikâyenin bir anlamda "yardımcı pilotu" konumuna yerleşmiştir.

Teknolojinin sunduğu olanaklar olarak tanımlanabilecek bu gelişmelerle birlikte sinema artık yalnızca bir anlatı aktarım aracı olmaktan çıkmış, bir deneyime dönüşmüştür. Mobil cihazlar, etkileşimli ekranlar ve sosyal medya üzerinden kurgulanan senaryolar gibi örnekler, izleme deneyiminin platformlar arası akışkan ve

değiştirilebilir bir hâl almasına olanak tanımaktadır. Netflix gibi platformlar tarafından sunulan “etkileşimli bölümler” ya da “kendi maceranı seç” tarzı yapımlar, bu dönüşümün en görünür örnekleri arasında yer almaktadır.

Bu genel dönüşümün ayrıntıları, bu bölümün alt başlıklarında daha kapsamlı biçimde ele alınacaktır. Öncelikle geleneksel sinema deneyiminin karakteristik özellikleri tanımlanacak; ardından bu yapının dijitalleşmeyle nasıl etkilendiği, yapım süreçlerindeki teknik uyarlamalar ve pazarlama alanında sosyal medyanın rolü ayrıntılı şekilde tartışılacaktır. Bu bağlamda, dijitalleşme ile başlayan ve etkileşimli bir forma evrilen sinema dönüşümü bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirilecektir.

İçeriğinde projeksiyon ve hareketli kontrol teknoloji gibi yeniliklerin bulunduğu performansta sanatsal deneyim ön planda tutulmuş, teknolojide sanatın nasıl yaratıcı bir araç olarak kullanılabileceğini bizlere gösteren bir çalışma olarak kabul edilmektedir. Oluşumun temel hedefleri den biri, sanatçının teknolojiye erişimini kolaylaştırmak, günün güncel teknolojisini yakalamak, teknolojinin sağladığı nimetlerin sanat eserlerinden kullanabileceğini araştırmaktır. Bu bağlamda, 1960’lı oluşumun ile günümüzde pratiklerinde gördüğümüz disiplinler arası yaklaşımların temellerini atmıştır. E.A.T’nin öncülük gösterildiği iş birliği modeli günümüzde yarattığı yansımalarını görmek mümkündür; sanatın dijitalleşme sürecinde hem tarihsel hem de teorik bir model olarak gösterildiği önemli bir referans noktası özelliğini taşımaktadır.

3.1. Geleneksel Sinema Deneyiminin Özellikleri

Yedinci sanat olan sinema, dijitalleşmenin öncesinde belirli yapısal ve kültürel özelliklere sahipti. İzleyiciler, genellikle fiziksel bir mekan olan sinema salonlarında, belirli zaman aralığında gösterilen içeriklerle buluşurlardı. Bu deneyim de çoğunlukla tek yönlü bir iletişime dayanırdı. Sinema salonlarındaki karanlık ortam, büyük perde ve sahne, hizalı koltuk düzeni ve kolektif bir izleme pratiği, sinema deneyimini diğer medyalardan ayıran belirleyici özelliklerdendi. İzleyici, anlatının yönüne, karakterlere ya da filmin sonuna herhangi bir müdahalede bulunmadan, salt bir şekilde önüne sunulanı takip ederdi. Tiyatronun doğasından aldığı bu pasif konum, sinemanın uzun yıllar boyunca sahip olduğu klasik yapının temelini oluşturdu.

Geleneksel sinemanın anlatı yapısı büyük ölçüde doğrusal bir akışa dayanmaktadır. Giriş, gelişme ve sonuç gibi klasikleşmiş dramatik yapılar etrafında şekillenmektedir. Bu anlatılar, izleyicinin odağını film üzerinde tutmayı amaçlardı. Seyircilere alternatif bir yol sunulmamaktadır; neyi, ne zaman ve nasıl izleyeceği, hatta kolektif bir şekilde insanların sahnelere nasıl tepki vereceği büyük ölçüde yönetmen ve yapım ekibi tarafından belirlenirdi. Bu yöntem, sinemanın anlatı üzerindeki kontrolünü güçlendirirken, izleyiciyi anlatının dışında tutan bir sınır da çizmekteydi.

Yapım süreçleri tarafından baktığımızda ise, sinema uzun süre büyük prodüksiyon şirketlerinin ve dağıtımcıların elinde şekillenmişti. Film üretimi pahalı olduğu için zaman alıcı ve teknik uzmanlık gerektiren bir süreçti. Dolayısıyla içerik üreticileri de sınırlıydı. Üretilen filmlerin tonu, senaryoları, anlatı örgüleri birbirine benzerdi. Gösterim alanlarının da kısıtlı oluşu, seyircinin hangi filmleri ne zaman izleyebileceğini belirleyen ana unsurdu. Ayrıca izleyici geri bildirimi neredeyse hiç ölçülmezdi; yalnızca gişe rakamları üzerinden başarı ya da başarısızlık değerlendirilebilirdi.

Estetik açıdan da geleneksel sinema belirli normlara bağlıydı. Kamera hareketleri, kurgunun ritmi, karakterlerin gelişimi, müzik kullanımı gibi unsurlar belirli tekdüze anlatı kalıpları içerisindeydi. Hollywood'un klasik anlatı yapısı ile Avrupa'nın deneysel ve arthouse sinema anlayışı arasındaki farklar da bu dönemde net biçimde ayrışıyordu. Auteur yönetmen kavramı da bu bağlamda ortaya çıkmış; yönetmenin vizyonunun, anlatının biçimini, gelişimini ve içeriğini belirlemedeki rolü vurgulanmıştır.

Bu yaklaşım, sinemayı kolektif bir üretimden çıkararak bireysel bir ifade alanı olarak görmektedir. Auteur kuramı, sinema sanatının merkezine yönetmeni yerleştirerek yalnızca estetik bir pozisyon değil, aynı zamanda yaratıcı özerkliğe dayalı bir otorite kurmaktadır. Tuğan (2023), bu noktayı şöyle ifade etmektedir:

"Bu nedenle auteur kuram yalnızca sinemada yaratıcılık ve özerklik tartışmaları çerçevesinde değil, sinemanın sanat olup olmadığı tartışması bağlamında da değerlendirilmektedir." (Tuğan, 2023, s. 408) .

Bu ifade, auteur kuramının yalnızca biçimsel değil, kavramsal düzlemde de sinemanın sanat statüsünü belirlemede oynadığı rolü göstermektedir.

Sonuç olarak, dijitalleşme öncesi sinemaya deneyimi daha çok mekâna bağlı, doğrusal, tek yönlü, üreten-izleyen arasında belirgin sınırların olduğu ve izleyicinin aktif değil pasif olduğu bir yapıya sahipti. Bu yapı, 2000'li yıllardan itibaren hızla değişmeye başladı ve etkileşimli bir yapıya evrilen dönüşümün başlangıcı oldu.

3.1.1. Dijitalleşmenin Sinema Üzerindeki Etkileri

Bilgilerin analog bir formattan dijitale evrilmesi, sinema sanatı üzerinde de değişiklikler yaratmıştır. Bunlar yalnızca teknik değil, aynı zamanda kültürel ve yapısal olmuştur. Analog film üretiminden dijitale geçiş, yapım süreçlerinden dağıtıma, klasik anlatı yapılarından izleyiciyle kurulan ilişkiye kadar birçok noktada değişimler yaratmıştır. Bu süreçte de sinema, geleneksel ezberinden çıkarak daha esnek, veri odaklı ve izleyici ile etkileşime açık bir yapıya evrilmiştir.

Üretim araçlarının dijitalleşmesi ile birlikte içerik üretimindeki maliyetler azalmış, bu da küçük ekiplere veya bireysel olarak çalışmalar ortaya koyan kişilere büyük kolaylık sağlamıştır. Nasıl beyaz perde evimizin salonuna geldiyse yine yapımların oluşması ve çeşitlilik önündeki engeller de dijitalleşme ile yumuşamıştır. Dijital kameraların yaygınlaşması, post-prodüksiyon tekniklerindeki gelişmeler ve CGI gibi teknolojilerin erişilebilir hale gelmesiyle birlikte, yapımlardaki görsel zenginlik çok daha düşük bütçelere sağlanabilir olmuştur. Bu durum hem büyük stüdyoları hem de bağımsız sinemayı doğrudan etkilemiştir.

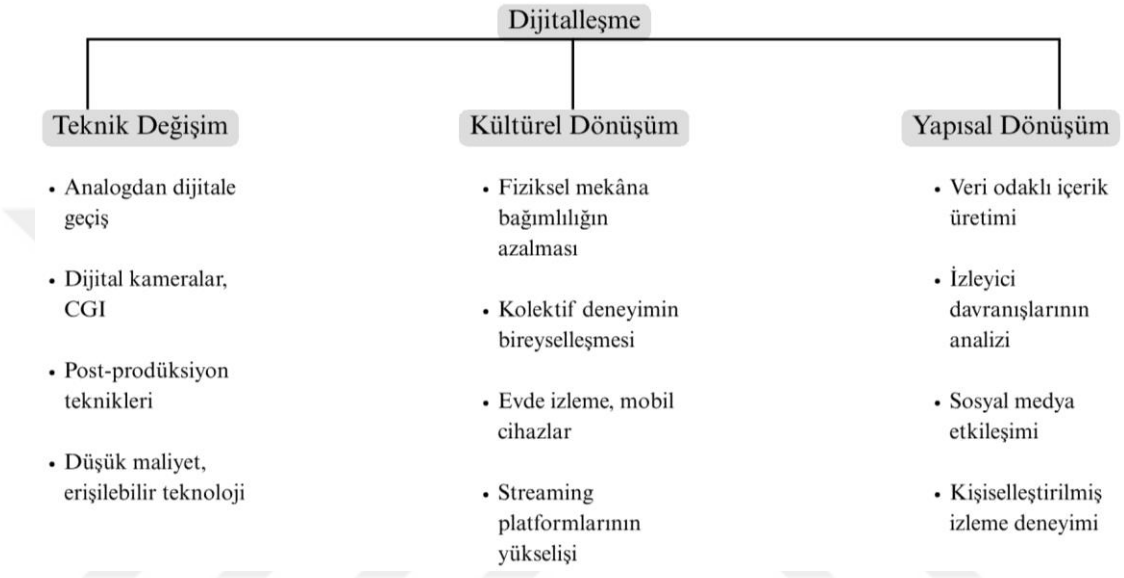
Artık dijital ortamlarda hiçlikten yaratılan içerikler oluşturulabilindiği için fiziksel mekanlara olan bağımlılık da azalmıştır. Yapım süreçleri ne kadar sokaktan ve fiziksel mekan algısından uzaklaştıysa aynı şekilde izleme deneyimi de değişmiştir. Artık dijital platformlar aracılığıyla evimizde ya da mobil cihazlarımız ile elimizin altında olan teknolojiler mevcut. Bu erişimdeki ulaşılabilirlik izleyicinin kolektif deneyim bilincini kırmış, film deneyimini daha bireysel bir hale getirmiştir.

Ayrıca dijitalleşme ile veri odaklı içerik üretimi yaygınlaşmıştır. Fakat bu geleneksel sinema deneyimindeki gişe hasılatları gibi daha sınırlı bir alanda olmamıştır. Streaming platformlarından alınan veriler ve sosyal medya istatistikleri gibi ulaşılabilir parametreler ile; izleyicilerin davranışları, tercihleri, eğilimleri, yorumları gibi doğrudan analiz edilebilinen dönüşler ile yapımlar kendini şekillendirmiştir. Gişe dönüşünden farkı ise; yüksek veya düşük hasılatta

varsayımsal çıkarımlar yapılırken bu teknolojiler ile daha net ve yalın sonuçlar alınmasıdır.

Sonuç olarak sinemadaki dijitalleşme, yalnızca üretim süreçlerini değil, aynı zamanda izleyici ile kurulan bağ ve pazarlama gibi birçok alanı doğrudan etkilemiştir.

Şekil 1. Dijitalleşmenin Teknik-Kültürel-Yapısal Dönüşümü Tablosu



3.1.2. Pazarlama ve Sosyal Medyanın Rolü

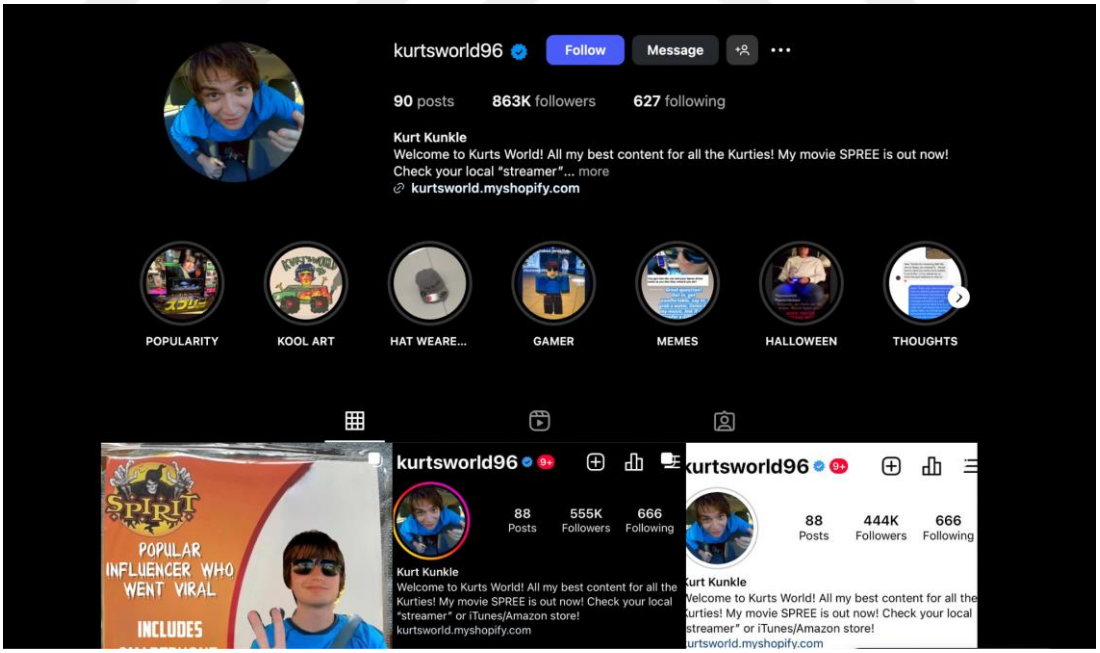
Dijitalleşme ile birlikte sinema endüstrisinde de yalnızca yapım süreçleri değil sonrasındaki pazarlama süreçleri de büyük köklü değişimlere uğradı. Sosyal medya platformları, geleneksel (televizyon reklamları, billboard giydirmeleri gibi) reklam yöntemlerinin ötesine geçerek izleyicilerle doğrudan bir bağ yakaladı. Artık yalnızca film afişleri ve reklamlar değil; karakter tanıtımları, filmin yapım süreçleri ve oyuncularla söyleşiler gibi bağ kurulan daha etkileşimli pazarlama yolları kullanılıyor.

Sosyal medya sayesinde izleyicilerin davranışları daha ölçülebilir hale gelmiş ve bu davranışlara göre pazarlama stratejileri geliştirmesi mümkün olmuştur. Örneğin, izleyicilerin fragmanlara verdikleri tepkiler, paylaşılan içeriklerin etkileşim ortanları ve belirli hagtaglerin kullanımı, yapım şirketlerinin dağıtım planlarını revize etmesine neden olabilmektedir.

Henry Jenkins'in (2006) ortaya koyduğu "katılım kültürü" kavramı, bu bağlamda sosyal medyanın işlevini açıklamak açısından kritik bir noktada durmaktadır. Özellikle Tiktok ve Instagram gibi mecralarda izleyiciler, fragmanlara verdikleri reaksiyonlar ya da filme dair "spoiler free" yorumları ile kimizaman yapım şirketinin pazarlama çalışmasından bile büyük bir etki yaratmaktadır.

Spree (2020) filmi, sosyal medyada izleyici ile kurulan etkileşime dair önemli bir örnektir. Joe Keery'nin başrolünde olduğu bu yapım, hem konusuyla hem de pazarlama diliyle dijital çağın ruhuna doğrudan hitap etmektedir. Film, bir sosyal medya fenomeni olma hayaliyle takıntılı hale gelen bir karakterin, içerik üretimi uğruna şiddet eylemlerine başvurmasını konu almaktadır. Hikâyenin kendisi sosyal medya dinamiklerine dayanırken, filmin tanıtım süreci de aynı mecralar üzerinden yürütülmüştür. Tanıtım kampanyasında izleyiciler, gerçekmiş gibi kurgulanan karakter hesapları, canlı yayınlar ve paylaşılan sahne arkası içeriklerle doğrudan etkileşime geçmiştir. Bu da, pazarlamanın yalnızca bilgi vermek değil, izleyiciyi kurgu dünyasının bir parçası haline getirmek üzere kurgulandığını göstermektedir.

Şekil 2. Spree Filmi Karakteri İçin Yaratılan Instagram Hesabı

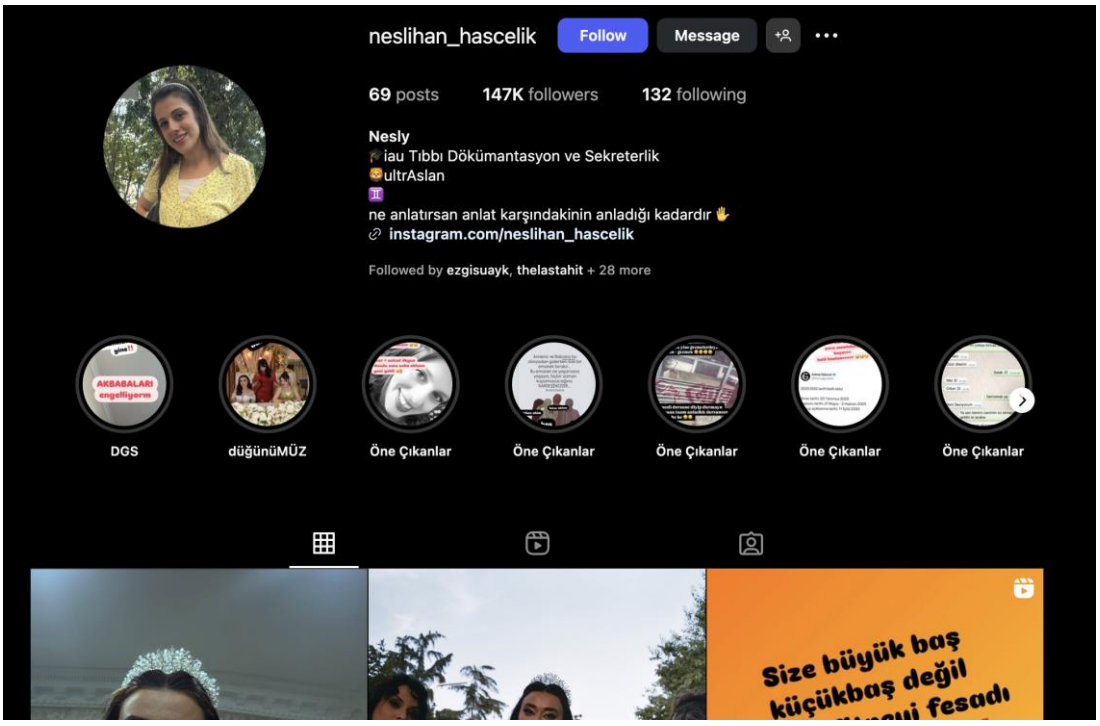


Spree'nin özellikle dikkat çeken yönlerinden biri, sosyal medya arayüzlerini yalnızca estetik bir unsur olarak değil, anlatının asli bir bileşeni olarak kullanmasıdır. Film boyunca izleyiciler, karakterin canlı yayınlarının ekran görselleri, anlık yorum akışları, dikey video formatları ve akıllı telefon ekranına özgü görsel öğeler

aracılığıyla olayların içine çekilmektedir. Bu yaklaşım, izleyiciye dışarıdan bakan bir göz olmanın ötesinde, sanki yayınlara katılan bir kullanıcıymış hissi vermektedir. Geleneksel sinema anlatısında karşılaşmadığımız bu görsel dil, dijital çağda bireylerin medya tüketim biçimleriyle doğrudan ilişki kurmaktadır . Artık bir hikâyeyi izlemek, aynı zamanda onunla etkileşime geçmek, ona yorum yapmak ya da paylaşmak gibi katmanlı bir deneyime dönüşmüştür. Bu yönüyle Spree, yalnızca içeriğiyle değil, formuyla da dijitalleşmiş bir sinemanın örneğidir.

Benzer bir etkileşim stratejisi, Türkiye'de YouTube'da yayınlanan Hasçelikler and the City adlı dijital dizide de etkili biçimde kullanılmıştır. Dizi yalnızca çevrim içi bir platformda yayınlanmakla kalmamış, aynı zamanda sosyal medya arayüzlerini hem anlatının bir uzantısı hem de pazarlama aracı olarak devreye sokmuştur. Karakterlerin sosyal medya hesapları üzerinden içerikler paylaşması, izleyicilerin hikâyeye çoklu platformlar aracılığıyla bağlanmasına olanak tanımış; fragmanlar, Instagram hikâyeleri, tweet formatında yazılmış diyaloglar gibi mecralar, kurmaca ile gerçeği iç içe geçirerek anlatıyı genişletmiştir. Bu yaklaşım, Z kuşağı gibi dijital yerlilerden oluşan izleyici kitlesiyle daha derin bir bağ kurulmasını sağlamış; diziye yönelik topluluk hissini pekiştirmiştir.

Şekil 3. Hasçelikler Dizisi İçin Yaratılan Karakter Instagram Hesabı



Bu stratejinin en dikkat çekici uygulamalarından biri ise final bölümünde gerçekleştirilmiştir. Dizi bu bölümde bir içecek markası ile işbirliği yaparak kurmaca içinde gerçek bir markayı estetik olarak yerleştirmiş, anlatının merkezindeki düğün sahnesinde bu işbirliğini mekân giydirmeleriyle desteklemiştir. Dahası, düğüne katılan misafirler senaryolu figüranlar değil, influencer kimliğiyle bilinen sosyal medya kullanıcıları olmuştur. Bu kişiler, roller verilmeden doğaçlama biçimde düğüne dahil edilerek hem gerçeklik duygusu yaratılmış hem de sosyal medya üzerinden sahne arkasına dair içerikler paylaşarak dizinin final bölümünün duyurusunu organik bir şekilde yapmışlardır. Bu da dizinin pazarlama stratejisini geleneksel tanıtım yöntemlerinden ayırarak, gerilla pazarlama teknikleriyle yeni medya mantığına uygun hale getirmiştir.

Şekil 4. Hasçelikler Dimes Cool Lime İşbirliği



Bu örnek, sosyal medya arayüzlerinin yalnızca izleyiciye ulaşmak için bir dağıtım kanalı değil, aynı zamanda dramatik bir işlev taşıyan anlatı öğesi olarak nasıl kullanılabileceğini göstermesi açısından oldukça önemlidir.

3.2. İzleyiciyle Yeni İlişki Biçimi

Dijital çağda izleyici, pasif alıcı konumundan çıkarak üretim–tüketim sınırlarının bulanıklaştığı bir "katılımcı" profiline evrilmiştir. Henry Jenkins'in ifadesiyle, "participatory culture" artık "pasif izleyicilik" anlayışına karşıt bir çerçeve

sunmaktadır; üretici ve tüketiciyi ayrı rollerde değil, etkileşim içinde konumlandırmaktadır DHI. Jenkins ayrıca, bu dönüşümün yalnızca teknolojiyle açıklanamayacağını, kültürel bir kaymaya işaret ettiğini ve endüstrinin izleyiciyle "ilişkisini yeniden müzakere etmesi" gerektiğini vurgulamaktadır: "Producers who fail to make their peace with this new participatory culture will face declining goodwill and diminished revenues."

Katılımcı izleyicilik, yalnızca yorum ve paylaşım ekonomisiyle sınırlı değildir; eşlikli/çok ekranlı (second screen) izleme pratikleri ve "sosyal TV" arka kanalında (backchannel) gerçekleşen gerçek zamanlı etkileşimle güçlenmektedir. 2019 tarihli ampirik bir çalışma, ikinci ekran üzerinden sosyal TV etkileşiminin program sadakatini (γ=.457), ertelenmiş izlemeyi (time-shifted viewing; γ=.613) ve ürün satın alma niyetini (γ=.663) anlamlı biçimde artırdığını göstermektedir; etkileşimi tetikleyen başlıca etmenler arasında programla kurulan yakınlık ve ikinci ekranların algılanan kolaylık/uyumluluk nitelikleri yer almaktadır Cogitatio Press. Bu bulgular, izleyici etkileşiminin salt "gürültü" değil; ölçülebilir davranışsal çıktılar üreten bir değer akışı olduğunu göstermektedir. Öte yandan, izleyiciye "seçim" olanağı sunan interaktif yapılar, özneleşme duygusunu artırırken eylemlilik (agency) hissini her zaman tam olarak karşılamayabilir. Black Mirror: Bandersnatch üzerine yapılan güncel bir inceleme, "özgür seçim" deneyiminin kimi tasarımlarda "öykü üzerindeki kontrolün bir yanılsamaya" dönüştüğünü; karar noktalarının oyun-benzeri arayüzle sunulsa da sonuçta yapım ekibinin ideolojik/biçimsel kontrollerini pekiştirebildiğini tartışmaktadır mutualimages-journal.org . Tasarım literatüründe de Bandersnatch gibi örnekler, "seçim çokluğu" ile "anlamlı sonuç" arasındaki dengenin kritik olduğuna işaret etmektedir (agency'nin artırılması için dallanma derinliği, geri bildirim ve tutarlılık ilkeleri öne çıkmaktadır).

Katılımın bir diğer veçhesi, veri güdümlü kişiselleştirme ile ilgilidir. İzleyici, içerik seçiminde aktif görünse de, öneri sistemlerinin ağırlığı pratikte belirleyicidir: Netflix'te izlenen içeriklerin %80'den fazlası kişiselleştirilmiş öneriler üzerinden keşfediliyor; bu da görünmez bir kürasyon katmanı yaratarak "ne izlediğimiz"i platform mantığıyla birlikte şekillendirmektedir WIRED . Bu tablo, bir yandan "izleyici merkezli deneyim" iddiasını desteklerken, diğer yandan tercih mimarisinin (algoritmik sıralama, yerleşim, başlık görselleri) izleme davranışını güçlü biçimde yönlendirdiğini göstermektedir.

Son olarak, endüstri ölçeğinde platform stratejileri de bu ilişkiyi yeniden tanımlamaktadır. Netflix'in 2025'te Bandersnatch dâhil etkileşimli özel yapımların çoğunu katalogdan çekmesi, interaktivitenin yalnızca estetik ya da tasarımsal değil, aynı zamanda iş modeli ve teknoloji kararı olduğunu hatırlatmaktadır: şirket, enerjisini mobil oyun ve bulut tabanlı oyun yayıncılığına kaydırırken, etkileşimli video formatının sürdürülebilirliğini yeniden değerlendirdi The Verge. Böylece izleyici–platform ilişkisinde katılım olanakları, hem tasarım ilkeleri hem de ticari/lojistik önceliklerce belirlenmektedir.

Özetle, izleyiciyle kurulan yeni ilişki iki gerilim hattında şekillenmektedir: (i) izleyiciye katılım ve eylemlilik (eş-yaratıcılık, ikinci ekran etkileşimi, dallanan anlatılar) sunma vaadi ve (ii) platform/yaratıcı kontrolü (öneri sistemlerinin görünmez yönlendirmesi, interaktif tasarımlarda sonuç mimarisi). Bu ikili yapı, dijital sinemada izleyiciyi hem güçlendiren hem de yönlendiren bir ekosistem yaratmaktadır; bir sonraki bölümde bu ekosistemin anlatı mimarisi üzerindeki etkileri ayrıntılı biçimde tartışılacaktır.

3.2.1. Anlatı Yapılarındaki Değişimler

Dijitalleşme ile birlikte sinema anlatısı, tek hat üzerinde ilerleyen klasik doğrusal yapıdan ayrışarak modüler, parçalı ve dallanan formlara yönelmiştir. Allan Cameron, çağdaş sinemada modüler anlatıların; zamanın kırılması, olay örgüsünün bloklara ayrılması ve bu blokların farklı düzenlerde bir araya getirilmesi gibi stratejilerle çalıştığını belirtmektedir. Bu yaklaşım, izleyicinin tek bir akışa kapılmak yerine bir "anlatı kümesi" içinde anlam kurmasına dayanmaktadır (Cameron, 2008). Lev Manovich'in yeni medya çözümlemelerinde öne çıkardığı veritabanı mantığı da bu tabloyu tamamlamaktadır: sayısal olarak temsil edilen ve modüler biçimde örgütlenen materyal, anlatının ardışık akışına karşı paradigmatik bir seçenekler uzayı yaratmaktadır (Manovich, 2001). Sonuçta dijital anlatı, "seçenekler kümesi" ile "sunulan akış" arasındaki gerilimde biçimlenmektedir.

Bu dönüşüm izleyicinin konumunu da değiştirmektedir. Espen Aarseth'in ergodik metin kavramı, bir anlatı boyunca ilerlemenin artık yalnızca alımlama değil, aynı zamanda işlem-odaklı bir çaba gerektirdiğini vurgulamaktadır; izleyici seçim yapmakta, bir yolu denemekte, geri bildirim almakta ve yeniden konumlanmaktadır (Aarseth, 1997). Janet H. Murray, dijital anlatıda etkileşimin özünde

“eylemsilik/agency” duygusunu güçlendirdiğini; ancak bu duygunun ikna edici olması için seçimlerin görünür sonuçlar üretmesi ve anlatı dünyasının tutarlılığını koruması gerektiğini savunmaktadır (Murray, 2017/2019). Oyun tasarım literatüründeki “anlamlı seçim” ilkeleri de (Salen & Zimmerman, 2003; Wardrip-Fruin, 2009) interaktif film tasarımına doğrudan tercüme edilebilmektedir: karar noktalarının az ama etkili konumlandırılması, sonucunun net gösterilmesi ve tekrar oynanabilirlik döngülerinin dikkatle tasarlanması.

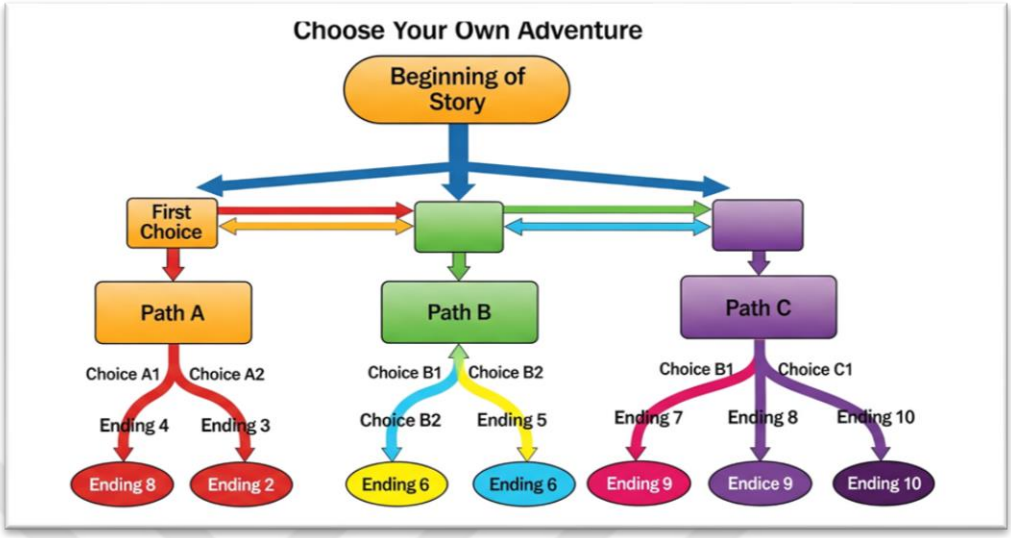
Uygulamada bu ilkeler, dallanma derinliği ve kavranabilirlik arasında bir denge arayışına yol açmaktadır. Çok sayıda yol ve son üretmek “kombinatoryal patlama” riskini büyütürken, izleyici açısından bilişsel yükü artırabilir. Bu nedenle interaktif filmler genellikle sınırlı sayıda ama etkisi yüksek karar düğümü kullanmaktadır; geri dönüş halkaları, varsayılan akış ve kısa zamanlı seçim pencereleriyle ritmi korumaktadır. Örneğin Black Mirror: Bandersnatch (2018), zamanlanmış karar noktaları ve varsayılan akış mantığı ile kesintisiz bir izleme temposunu sürdürürken izleyiciye yön verme hissi vermektedir. Late Shift (2016) ise çok kısa karar pencereleriyle sezgisel seçimleri teşvik ederek dramatik ritim ile eylemsilik duygusunu hizalamaktadır. Bu örnekler, “seçenek çokluğu”nun tek başına yüksek eylemsilik anlamına gelmediğini; tasarımın, özellikle sonuçların görünürlüğü ve dünyasal tutarlılığın korunması yoluyla bu duyguyu inşa ettiğini göstermektedir. Öte yandan davranış bilimindeki “çok seçenek paradoksu” bulguları, seçenek bolluğunun tatmini düşürebileceğini hatırlatmaktadır; anlatı tasarımında az fakat anlamlı dallanmaya yönelmek bu nedenle tercih edilmektedir (Schwartz, 2004).

Toparlarsak, anlatı yapılarındaki değişim yalnızca teknolojik bir olanak artışı değildir; bilişsel yük, tutarlılık, geri bildirim ve ritim yönetimi gibi tasarım ilkeleriyle birlikte çalışmaktadır. Manovich’in veritabanı–anlatı gerilimi, Cameron’ın modüler anlatı çözümlemeleri ve Aarseth’in ergodik çaba kavramı birlikte okunduğunda, interaktif sinemada eylemsilik hissinin teknik altyapıdan çok anlatı mimarisi ve seçim ekonomisiyle belirlendiği görülmektedir.

Yenilikçi teknolojiyi kullanmakta olan bu sistem hem sanat eserlerinin korunmasını hem de kültürel ve sosyal mirasın dijital platformlar aracılığıyla daha fazla erişilebilir bir formda kullanıcıları ile paylaşmayı hedeflemektedir.

3.2.2. “Kendi Maceranı Seç” Formatı

Şekil 5. Kendi Maceranı Seç Formatı (Gemini)



“Seçime dayalı anlatı” (choose-your-own-adventure) formatı, izleyicinin/okurun belirli düğüm noktalarında karar vererek anlatının gidişatını etkilemesine dayanan dallanmaya açık bir kurgu mantığıdır. Bu yaklaşımın popüler kültürdeki kökleri 1970’lerdeki oyun-kitaplara uzanmaktadır: R. A. Montgomery’nin Choose Your Own Adventure serisi (ör. The Cave of Time, 1979) ve Edward Packard’ın daha erken tarihli çalışmaları (ör. Sugarcane Island, 1976) okura tekil bir öykü yerine “olasılıklar kümesi” sunarak her okuma/izleme seansında farklı yollara gitme imkânı tanımıştır (Montgomery, 1979; Packard, 1976). Dijitalleşmeyle birlikte bu mantık ekran anlatılarına taşınmış; karar arayüzleri, zamanlı seçim pencereleri ve geri bildirim mekanizmaları sayesinde “izleme” eylemi kısmen “oynama/katılma” eylemine yaklaşmıştır.

Bu formatın çekirdeğinde tasarımsal üçlü bir gerilim bulunmaktadır: (i) dallanma derinliği (kaç alternatif yol ve son?), (ii) tutarlılık (her dalın dramatik/tematik bütünlüğü) ve (iii) geri bildirim (seçimin sonucu ne kadar görünür, ne hızda hissedilir?). Lev Manovich’in yeni medyayı tarif ederken vurguladığı “veritabanı–anlatı” gerilimi burada somutlaşmaktadır: sayısal olarak temsil edilen modüler sahneler, kullanıcıya bir seçenekler uzayı (veritabanı) sunmaktadır; ancak deneyim, sonuçta ardışık bir akışa (anlatı) bağlanmaktadır (Manovich, 2001). Bu nedenle seçim çokluğunun tek başına “eylemsilik/agency” duygusunu garanti etmediği;

duygunun, anlamlı sonuç üreten karar düğümleriyle ve zamanlı geri bildirimle inşa edildiği kabul görmektedir (Murray, 2019; Salen & Zimmerman, 2003).

Espen Aarseth'in "ergodik" kavramı, formatın alımlama boyutunu açıklamak için yararlıdır: ergodik anlatıda izleyici/okur, metin boyunca ilerlemek için sıradan olmayan bir çaba harcamaktadır; seçim yapmakta, denemekte, geri dönmekte, kıyaslamaktadır (Aarseth, 1997). Bu çaba, bir yandan sahiplenmeyi ve katılımı artırırken, diğer yandan bilişsel yük ve karar yorgunluğu riskini de yükseltmektedir. Davranış bilimindeki "çok seçenek paradoksu" bulguları, seçenek bolluğunun tatmini düşürebileceğini gösterdiğinden, uygulamada çoğu interaktif film "az ama etkili" karar düğümlerine yönelmektedir; dallanma ağacını budamakta, varsayılan bir akış tanımlamakta, gerektiğinde önceki düğümlere "zarif dönüş" halkaları koymaktadır (Schwartz, 2004). Bu, aynı zamanda "kombinatoryal patlama"yı (katlanarak artan sahne/çekim sayısı) üretim ölçeğinde yönetilebilir tutmanın da bir yoludur.

Formatın dramatik tasarımı açısından üç ilke öne çıkmaktadır:

1. Hikâye içi (diegetik) gerekçelendirme: Seçimlerin yalnızca arayüzde değil, hikâye evreninde de anlamlı olması; karakter motivasyonuyla uyumlu seçenekler sunulması.
2. Zamanlama ve ritim: Karar pencerelerinin dramatik tansiyona göre konumlandırılması; çok kısa pencerelerin içgüdüsel seçimleri, daha uzun pencerelerin ise düşünsel/ahlaki tartımları teşvik etmesi.
3. Tutarlılık ve yankı: Erken yapılan bir seçimin daha sonra "yansıma" (callback) üretmesi; böylece izleyici kararının etkisini hem yerel (sahne) hem küresel (tema/son) düzeyde hissetmesi.

Üretim ve teknik boyut da formatın belirleyicisidir. Dallanmış senaryonun düğüm-bağ çizgesi (flowchart) olarak yazılması, çekim planlamasının dallara göre ayrıştırılması, post-prodüksiyonda sürümler arası geçişlerin akıcı kurgulanması ve altyazı/ yerelleştirmenin dallara göre test edilmesi gerekmektedir. Platform tarafında, gecikme hissini azaltmak için muhtemel dalların önbelleğe alınması, uzaktan kumanda/ekran dokunuşu gibi farklı etkileşim biçimlerine uygun arayüz tasarımı ve "seçim yapılmazsa" devreye giren varsayılan akış mantığı kritik hale gelmektedir. Bu noktada, seçime dayalı akışın "sinema ritmi"ni kesintiye uğratmaması, izleyicinin hem akışta kalması hem de kararının yankısını görmesi hedeflenmektedir (Murray, 2019).

Formatın etik ve ölçüm boyutu da tartışmaya açıktır. Seçim ve izleme verilerinin toplanması, deneyimin kişiselleştirilmesini kolaylaştırırken, izleyici tercihlerini yönlendiren görünmez bir "tercih mimarisi"nin oluşmasına da yol açabilmektedir. Bu nedenle seçime dayalı anlatılarda tasarım şeffaflığı, verinin amaç/ölçek sınırları ve manipülatif kurgulardan kaçınma ilkeleri önem kazanmaktadır (Jenkins, 2006).

Sonuç olarak "Kendi Maceranı Seç" formatı, sinemada izleyiciyi eş-yaratıcı konumuna yaklaştıran, ancak etkisini dallanma mimarisi, geri bildirim tasarımı ve bilişsel yük yönetimi belirleyen bir anlatı grameri sunmaktadır. Bir sonraki alt başlıkta, bu gramere farklı biçimlerde örnek veren öncü ve seçili yapımlar üzerinden (erken dönem deneylerden platform tabanlı örneklere) formatın pratik karşılıkları ayrıntılandırılacaktır.

3.2.3. Öncü ve Seçili Örnekler

3.2.3.1. Kinoautomat (1967): İlk Etkileşimli Film

Şekil 6. Kinoautomat (1967)

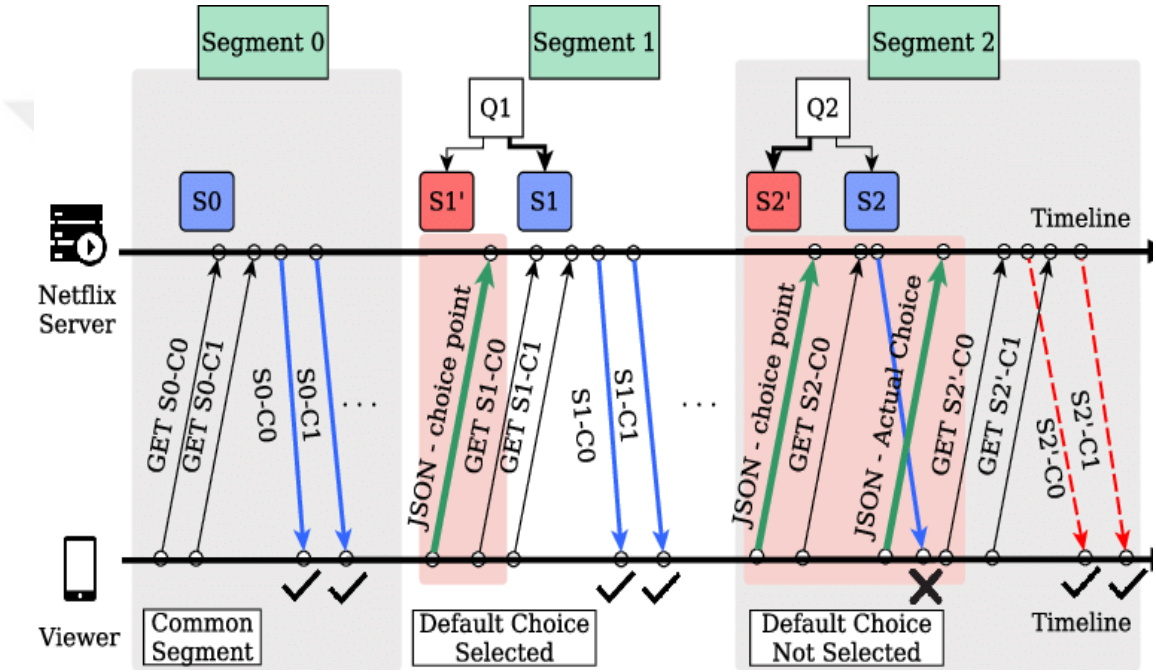


Kinoautomat, etkileşimli sinema tarihinin dönüm noktası olarak kabul edilmektedir. Radúz Činčera'nın öncülüğünde Çekoslovakya Pavyonu için Expo '67 Montreal'de sergilenen yapım, salondaki her koltuğa yerleştirilen kırmızı/yeşil düğmeler ve sahneye çıkan bir moderatörle ilerlemektedir; film dokuz farklı karar anında durmaktadır ve seyirci oylamasıyla bir sonraki sahne belirlenmektedir. Ancak hangi yollar seçilirse seçilsin, olaylar aynı nihai tabloya bağlanmaktadır; bu yönüyle Kinoautomat, "demokrasi"nin seçim–sonuç ilişkisini hicveden bir yapısal deneme olarak da okunmaktadır.

3.2.3.2. Bandersnatch (2018): Dijital Platformlarda Etkileşim

Black Mirror evreninin interaktif uzun bölümü Bandersnatch, Netflix'in akış içinde etkileşimi kesintisiz tutan yazılımını kullanarak (özel karar arayüzleri ve "seçim yapılmazsa" devreye giren akış mantığıyla) seyirciyi çoklu sonlara götüren bir deneyim sunmaktadır. Yapım yaklaşık 2,5 saatlik çekimi 250 segmente bölünmüş karmaşık bir dallanma mimarisi üzerinde çalışmaktadır; medyada çoğunlukla "beş ana son" formülasyonuyla anılmaktadır (çeşitli varyantlarla).

Şekil 7. Black Mirror: Bandersnatch İçin Akış Şeması



3.2.3.3. Late Shift (2016): Uzun Metrajlı Etkileşimli Sinemada Anlatı Yapısı

Şekil 8. Late Shift (2016) Seçim Ekranı



Tobias Weber imzalı Late Shift, gerçek zamanlı karar pencereleriyle "durmadan akan" bir etkileşim deneyimi kurmaktadır: sahne akışı seçim anlarında bile durmamaktadır, izleyici sezgisel olarak yön vermektedir. Resmî bilgilere göre yedi farklı son ve yüzlerce karar noktasına açılan çok kollu bir yapı üzerine inşa edilmiştir (basın/teknik sayfasında 7 son, ansiklopedik kayıtlarda 180 karar noktası bilgisi yer almaktadır). Bu kombinasyon, dallanma derinliğini yönetilebilir tutarken temponun düşmemesini sağlamaktadır.

3.2.3.4. You vs. Wild (2019): Oyunlaştırılmış Anlatım ve İzleyici Özerkliği

Şekil 9. You vs. Wild (2019) Seçim Ekranı



Bear Grylls'in başrolünde olduğu You vs. Wild, her bölümde izleyicinin verdiği kararlarla ilerleyen bir "hayatta kalma" anlatısı kurmaktadır. Netflix'in etkileşimli içerik kategorisinde konumlanan seri, izleyicinin seçimleriyle sahadaki eylemleri eşleştirerek sürüklenme hissini "oyunlaştırma" ile birleştirmektedir; seri 2019 Nisan'ında sekiz bölüm olarak duyurulmuştur.

SONUÇ

Dijitalleşmenin hızına, sosyal medyanın kültürel ağırlığına ve veri güdümlü platform mantığına eklemlenen sinema, bugün hem erişilebilirlik hem katılım imkânları bakımından zenginleşirken, "tekil anlatı ve ifade bütünlüğü"nü zayıflatabilecek pazarlama odaklı tasarımların baskısıyla da karşı karşıyadır. Bu tez boyunca tartışılan örnekler, etkileşimli yapıların izleyiciyi güçlendiren bir olanak olduğu kadar, iyi tasarlanmadığında "kontrol yanılsaması" üreten yüzeysel bir satış stratejisine de dönüşebildiğini göstermiştir; zira seçim çokluğu tek başına eylemlilik hissini garanti etmemektedir, anlamlı sonuç, geri bildirim ve anlatı tutarlılığı gerektirmektedir.

Sinemanın büyüsünü (yani karanlık bir salonda ortak bir ritimde yoğunlaşan ve yönetmen-yazarın niyetini tekil bir anlatıda taşıyan o deneyimi) kaybettiğimiz duygusu, aslında hız ve ölçülebilirlik talebinin sanatın ritmiyle çatışmasından doğmaktadır. İzleyicinin dakika dakika takip edilen davranışı, öneri sistemleriyle örülmüş görünmez bir "tercih mimarisi" içinde yönlendirilmektedir; keşif arzusu yerini platform akışına bırakabilmektedir. İnteraktif şemalarda ise dallanma mimarisi, çoğu zaman ifade niyetiyle estetik bütünlük arasındaki köprüyü titrek hale getirmektedir. Buna rağmen, bu dönüşüm tek yönlü bir kayıp olarak okunmamalıdır. Doğru gerekçelendirilmiş karar düğümleri, diegetik düzeyde karşılığı olan seçimler, erken tercihlerden geç sonuçlara uzanan yankı tasarımları ve ritmi bozmayan arayüzlerle kurulan etkileşim, izleyiciyi eşlik eden bir özneye dönüştürürken anlatının derinliğini de besleyebilmektedir. Mesele, interaktivitenin "varlığı" değil, "nasıl" tasarlandığıdır.

Sektörel açıdan bu durum, yeni yaklaşımlar gerektirmektedir. Yazım–çekim–post üretim hattında dallanma mantığını gözeten yeni iş akışları, veri okuryazarlığı ve kullanıcı deneyimi tasarımının yaratıcı ekiplere daha erken evrelerde entegre edilmesi önem kazanmaktadır. Dağıtımda alternatif sonların prömiyerleri, canlı etkinlikler ve tekrar oynanabilirlik üzerinden yeni gelir modelleri; pazarlamada ise organik yayılım ile etik şeffaflık arasındaki dengenin korunması gerekmektedir. Öte yandan eğitim alanında, senaryo, kurgu ve yapımcı perspektifinin yanına

oyunlaştırma, etkileşim tasarımı ve veri etiği gibi yetkinliklerin eklenmesi kaçınılmaz görünmektedir.

Bu tezin sınırları itibarıyla, seçili yapımlar ve kuramsal tartışmalar üzerinden ilerleyen çerçevenin, bazı araştırmalarla genişletilmesi yerinde olacaktır. Bu çalışmalar; deneysel kullanıcı testleriyle eylemlilik hissi–tatmin ilişkisini nicel olarak sınayan, öneri algoritmalarının içerik çeşitliliği ve yerel üretimler üzerindeki etkisini ölçen ve lineer çekirdek anlatı ile modüler etkileşim katmanlarını bir araya getiren hibrit modellerin sanatsal ve ticari sonuçlarını karşılaştıran araştırmalar olabilir.

Sonuç olarak, sinemanın özündeki "bir şey söyleme iradesi"nin korunması ve izleyici özerkliğinin estetik/etik ilkelerle dengelenmesi gerekmektedir. Bu, yönetmen ya da yazarın kurduğu dünya ile izleyicinin katılımının, hız ve ölçülebilirlik uğruna yüzeyselleşmeden buluşabildiği bir ortak zemin kurulması anlamına gelmektedir.

Sinemanın geleceği, bu zemini inşa edebilen yaratıcılarla, bunu destekleyen teknoloji ve platform politikalarının elinde şekillenecektir; büyüyü kaybetmeden çağın ritmine uyum sağlamak da tam olarak burada mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

Aarseth, E. J. (1997). *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. Johns Hopkins University Press.

Belton, J. (2002). Digital Cinema: A False Revolution. *October, 100*, 98–114.

Binark, M. (2007). Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu. İçinde M. Binark (Der.), *Yeni Medya Çalışmaları* (ss. 21–44). Dipnot Yayınları.

Binark, M. (Der.). (2007). *Yeni Medya Çalışmaları*. Dipnot Yayınları.

Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding New Media*. MIT Press.

Brooker, C. (Yazar/Yapımcı), & Slade, D. (Yönetmen). (2018). *Black Mirror: Bandersnatch* [İnteraktif film]. Netflix.

Cameron, A. (2008). *Modular Narratives in Contemporary Cinema*. Palgrave Macmillan.

CtrlMovie. (t.y.). *Late Shift*. https://ctrlmovie.com/late-shift

Czech Radio. (t.y.). *Groundbreaking Czechoslovak interactive film system revived 40 years later*. https://english.radio.cz/groundbreaking-czechoslovak-interactive-film-system-revived-40-years-later-8607007

Çeken, K. Ş., & Türk, G. (2025). Visual storytelling in the digital age: Integrating illustration and graphic design in narrative experiences. *International Journal of Applied Mathematics, 38*(7s), 64–79. https://ijamjournal.org/ijam/publication/index.php/ijam/article/view/465/428

Činčera, R. (Yön.). (1967). *Kinoautomat* [İnteraktif film]. Expo 67 – Czechoslovak Pavilion.

Experiments in Art and Technology. (t.y.). *Experiments in Art and Technology (E.A.T.)*. https://www.experimentsinartandtechnology.org/

Getty Research Institute. (t.y.). *Experiments in Art and Technology records*. https://www.getty.edu/research/collections/collection/113YMQ

Gran, A. B. (2022). Digitizing Cinemas – Comprehensive Intended Effects on Diversity. *Journal of Arts Management, Law, and Society, 52*(1). https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10632921.2021.2018374

Guo, M. (2019). Social Television Viewing with Second Screen Platforms: Antecedents and Consequences. *Media and Communication, 7*(1), 139–152. https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/1745

Jenkins, H. (2006a). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century* (White Paper). MacArthur Foundation. https://www.macfound.org/media/article_pdfs/jenkins_white_paper.pdf

Jenkins, H. (2006b). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.

Jenkins, H. (2011, 31 Temmuz). *Transmedia 202: Further Reflections*. https://henryjenkins.org/blog/2011/08/defining_transmedia_further_re.html

Lotz, A. D. (2017). *Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television*. Michigan Publishing.

Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.

MoMA. (t.y.). *Experiments in Art and Technology, Inc., New York*. https://www.moma.org/artists/19392-experiments-in-art-and-technology-inc-new-york

Montgomery, R. A. (1979). *The Cave of Time*. Chooseco.

Motion Picture Association. (2019, 8 Mayıs). *The Bespoke Technology That Made Netflix's Black Mirror: Bandersnatch Possible*. https://www.motionpictures.org/2019/05/the-bespoke-technology-that-made-netflixs-black-mirror-bandersnatch-possible/

Murray, J. H. (2017). *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace* (Updated ed.). MIT Press.

Netflix Help Center. (t.y.). *How Netflix's Recommendations System Works*. https://help.netflix.com/en/node/100639

Netflix Newsroom. (2017, 20 Haziran). *Interactive Storytelling on Netflix: Choose What Happens Next*. https://about.netflix.com/news/interactive-storytelling-on-netflix-choose-what-happens-next

Packard, E. (1976). *Sugarcane Island*.

Qu, M. (2022). The Study on TikTok Interactive Modes and Future Interactive Video Strategy Development. *Atlantis Press Proceedings*. https://www.atlantis-press.com/article/125974948.pdf

Salen, K., & Zimmerman, E. (2003). *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. MIT Press.

Schwartz, B. (2004). *The Paradox of Choice: Why More Is Less*. HarperCollins.

Spangler, T. (2019, 18 Mart). Netflix sets interactive expedition series 'You vs. Wild'. *Variety*. https://variety.com/2019/digital/news/netflix-announces-interactive-series-you-vs-wild-1203165613/

The Hollywood Reporter. (2018). *'Black Mirror: Bandersnatch': How to reach the endings / Charlie Brooker talks interactive movie*.

The Magger. (2025). *Hasçelikler and The City: Bir Influencer Trendinden Daha Fazlası*. https://www.themagger.com/hascelikler-and-the-city/

The Verge. (2025, 9 Mayıs). *Netflix is removing Black Mirror: Bandersnatch*. https://www.theverge.com/news/663933/netflix-black-mirror-bandersnatch-kimmy-schmidt-removal

The Vision. (2020). *"Spree" portrays the dark reality of social media*. https://thevisionmsms.org/23038/entertainment/spree-portrays-the-dark-reality-of-social-media/

Tryon, C. (2013). *On-Demand Culture: Digital Delivery and the Future of Movies*. Rutgers University Press.

Wales Interactive. (t.y.). *Late Shift (Interactive Movie)*. https://www.walesinteractive.com/lateshift

Wardrip-Fruin, N. (2009). *Expressive Processing: Digital Fictions, Computer Games, and Software Studies*. MIT Press.

Weber, T. (Yön.). (2016). *Late Shift* [İnteraktif uzun metraj]. CtrlMovie; Wales Interactive.

WIRED. (2013, 7 Ağustos). *The Science Behind the Netflix Algorithms That Decide What to Watch Next*. https://www.wired.com/2013/08/qq-netflix-algorithm/

WIRED. (2020). *Spree Is Nasty, Clever Satire for the Influencer Era*. https://www.wired.com/story/spree-movie-review

Yengin, D. (2012). *Yeni Medya ve …*

Yengin, D. (2014). *Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum*. Der Yayınları.

Yılmaz, M. S. (2023). Medya Çalışmaları Bağlamında Dönüşen Hikâye Anlatısı: "13 Reasons Why" Dizisi Üzerine Bir İnceleme. *Medya ve Bilimsel İletişim Çalışmaları Dergisi, 8*(1), 1–20. https://dergipark.org.tr/tr/pub/mbsjcs/issue/77681/1192909

You vs. Wild [İnteraktif dizi]. (2019). Netflix.

YouTube. (t.y.). *Hasçelikler and the City* [Oynatma listesi]. https://www.youtube.com/playlist?list=PLTsNMHcAwknwS6jTpqiJtQi-Za5RDD4ef

Zhan, H. (2024). Be a part of the narrative: How audiences are introduced to the interactive storytelling of Bandersnatch. *Mutual Images Journal, 9*, 81–102. https://www.mutualimages-journal.org/index.php/mi/article/download/123/98/455