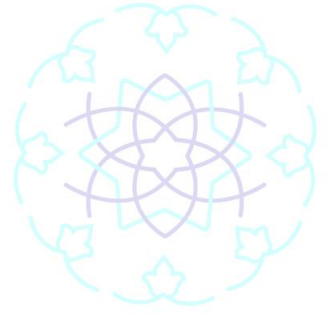




BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023

Ss. / Pp. 106-126

Yayına Geliş Tarihi / Article Arrival Date
23.10.2022

Yayımlanma Tarihi / The Publication Date
31.01.2023

DİJİTAL ÇAĞDA SİNEMAGRAF

Tarık YAZAR¹

Elif UZUNTAŞ²

Özet

Geleneksel medya anlayışı teknolojinin her geçen gün gelişmesi ile güncellenmektedir. 1800'li yıllarda fotoğrafın icat edilmesi ve 1960'lı yıllarda video sanatının ortaya çıkışıyla farklı bir döneme giren tasarım süreci, hareketli görüntü tasarımının gelişimine katkı sağlamıştır. 1987'de basit hareketli görüntülerin elde edilmesi, sinemagrafların geleceğine ışık tutmuş ve 2011'de tasarıma dijital çağın gereksinimlerine uygun yeni bir anlatım dili kazandıran sinemagraf (cinemagraph) kavramı ortaya çıkmıştır. Sinemagraf, sinema-video ve fotoğraf tekniğinin arasında kalan popüler ve heyecan verici yeni bir görsel medya türüdür. Aynı zaman diliminde hem fotoğraf karesi hem de hareketli görüntü sunulmaktadır. Sinemagraf tekniği, hipergerçek görüntünün yeni bir biçimi olarak da görülebilir. İnsan gözü harekete duyarlıdır; sinemagraflar da döngüsel bir yaklaşımla sonsuz bir hareket halindedir ve hareketli bölgenin ritim duygusu, renk-leke etkileri, hareketsiz bölgenin önüne geçerek hareketi izleyenin zihninde oluşturacaktır. İzleyiciyi doğal olarak sürekli kendine çekerek daha fazla iletişim kurulabilecektir.

Küresel markalar, sinemagrafların marka hikâye anlatımı konusunda ideal bir araç olduğuna inanarak, bu tasarım dilini dijital kampanyalarında tercih etmektedir. Sinemagrafta yalnız odaklanılan kısım ön plana çıkarıldığı için reklamı yapılan bir ürünün tasarımında yaygın olarak kullanılabilir. Ayrıca, sinemagraf dosyaları video dosyalarından daha küçük boyutta olduğundan tercih edilmektedirler. Bu durum iletişim konusunda videolara kıyasla daha iyi bir ortam haline gelmesini ve avantajlı olmasını

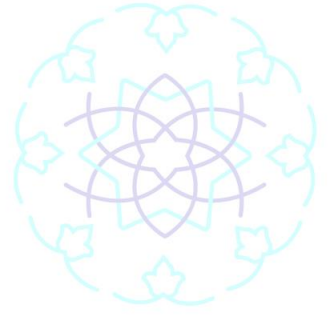
¹ Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, tarikyazar08@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5208-825X

² Ondokuz Mayıs Üniversitesi, uzuntaselif@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8956-0220



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



sağlamaktadır. Yapılan çalışmada yeni bir görsel medya türü olarak değerlendirilen sinemagraf tekniği irdelenmiştir. Araştırmanın amacı; yeni görme biçimi arayışları kapsamında dijitalleşen çağ ile birlikte sosyal medyada yaygınlaşan sinemagraf tekniğini video ve fotoğraf ilişkisi bağlamında değerlendirmektir.

Anahtar Kelimeler: Dijital çağ, Sinemagraf, GIF, Görme biçimi.

CINEMAGRAPH IN THE DIGITAL AGE

Abstract

The traditional media understanding is updated with the development of technology day by day. The design process, which entered a different period with the invention of photography in the 1800s and the emergence of video art in the 1960s, contributed to the development of motion picture design. The acquisition of simple motion pictures in 1987 shed light on the future of cinemagraphs, and in 2011 the concept of cinemagraph emerged, which introduced a new language of expression to design in line with the requirements of the digital age. Cinemagraph is a popular and exciting new type of visual media that falls between the cinema-video and photography technique. Both the photo frame and the moving image are presented in the same time period. Cinemagraph technique can also be seen as a new form of hyperreal image. The human eye is motion sensitive; cinemagraphs are also in an endless motion with a cyclical approach, and the sense of rhythm, color-stain effects of the moving region will form the movement in the mind of the viewer by getting ahead of the stationary region. By naturally attracting the viewer to himself, more communication will be possible.

Global brands, believing that cinemagraphs are an ideal tool for brand storytelling, prefer this design language in their digital campaigns. Since only the focused part is highlighted in Cinemagraph, it can be widely used in the design of an advertised product. In addition, cinemagraph files are preferred because they are smaller in size than video files. This situation makes it a better medium for communication and advantageous compared to videos. In the study, the cinemagraph technique, which is considered as a new type of visual media, has been examined. Purpose of the research; It is to evaluate the cinemagraph technique, which has become widespread in social media with the digitalized age within the scope of the search for a new way of seeing, in the context of the relationship between video and photography.

Key Words: Digital age, Cinemagraph, GIF, Way of seeing.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Giriş

İnsanlık tarihinde toplumsal, ekonomik ve bilimsel değişimin yönünü yeniden belirleyen teknolojik gelişmeler, içinde yaşadığımız dönemin dijital çağ olarak adlandırılmasına neden olmuştur. Özellikle internet teknolojisi ile insanların alışkanlıkları, yaşam tarzı, çalışma biçimi, bireysel/kurumsal iletişimi bir ekran üzerinden ilerleme göstererek yeniden şekillenmiştir. Teknolojiyle gün içerisinde sürekli iç içe olan insanların görme ve düşünme biçimleri de önemli oranda değişmiştir.

Sinema, televizyon ve video gibi görsel-işitsel ortama sahip araçlar yeni görme biçimi arayışlarını ortaya çıkarmıştır. Sinemagraf tekniği de bu arayışların bir sonucudur. Fotoğrafçılığın, izleyiciyle daha fazla iletişim kurma arzusu ile birleşmesi, sinemagraf sürecini doğurmuştur. Sinemagraf, sinema-video ve fotoğraf tekniğinin sentezi olarak ortaya çıkmış, dijital medyanın sunduğu yeniden birleştirme olanakları ile fotoğrafın durağanlığı ve filmin hareketi arasındaki sınırlar kalkmıştır. Aynı anda hem fotoğraf karesini hem de hareketli görüntüyü sunmakta ve sonsuz bir döngü şeklinde hareket etmektedir.

Bu araştırmada, yeni görme biçimi arayışları devam ederken dijitalleşen çağ ile birlikte daha çok sosyal medya üzerinde yaygınlaşan sinemagraf tekniği ele alınmıştır.

Dijital Çağ

1990'lardan bugüne kadar olan süreç 'dijital çağ', 'bilgi çağı' ya da 'bilişim çağı' gibi çeşitli isimlerle bilinmektedir. Dijital çağ, bilişim ve iletişim teknolojilerindeki gelişimin insanlık tarihinde toplumsal, ekonomik ve bilimsel değişimin yönünü yeniden belirlediği ve giderek ağ toplumunun ortaya çıktığı döneme denilmektedir. Geçmişte insanın kendine özgü bakışını ve görüşlerini başkalarına aktarabilmek için yazıdan başka seçeneği yokken günümüzde, teknolojinin giderek gelişmesi ve internetin insan yaşamı içinde yaygınlaşmaya devam etmesi ile bireyler her konuda fikirlerini tüm dünyaya aktarabilmekte, diğer bireyler/toplumlar ile iletişim kurabilmektedir.

Dijital Çağda Sinemagraf

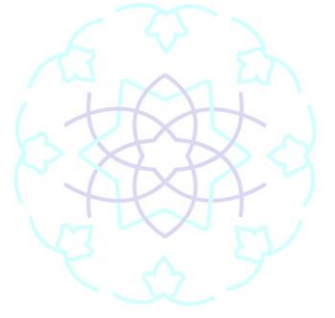
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



İletişim teknolojileri; bireylerin, kurumların ve toplumların birbirleri ile iletişimlerinin bir bölümünü bilgisayar ağları üzerinden yürütebilmelerine, zaman-mekândan bağımsız bir şekilde yaşam sürmelerine olanak sağlamıştır. Ayrıca dijital çağın ürünleri (bilgisayar, akıllı telefon, internet ortamı vb.) insanın yaşam biçimini değiştirerek nesnel iletişimi, sayısal iletişim teknolojileri üzerinden ilerleyen bir iletişime dönüştürmüştür. İçinde bulunduğumuz elektronik çağ; sağlık, eğlence, eğitim gibi pek çok alanda yaşamlarımız için farklı bir deneyim oluşturmakta, tüm görsel-işitsel aktiviteleri yeniden şekillendirmektedir. Oyunlar, kitaplar, müziksel yapıtlar, görseller ve videolar dijitalleşerek elektronik ürünlere dönüşmeye devam etmektedir. Artık günlük yaşamlarını sürdürmek için teknolojiye büyük oranda ihtiyaç duyan insan, bir ekran aracılığıyla sanal ortamlarda işlerini halledebilir, sosyalleşebilir hale gelmiştir (Şahin, 2015:38).

Soyseçkin'e (2007) göre, "Bilgisayar teknolojisiyle, iletişim teknolojisi büyük bir ivme kazanmıştır. Bu teknolojinin en önemli armağanlarından olan internet ve onun bir getirisi bilgisayar dolayımı ile iletişim hayatımızın doğal ve neredeyse ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir." Aynı zamanda internetin dünya çapında yaygınlaşması, iletişim teknolojilerinde meydana gelen değişimler, ağ toplumunda üretilen ve erişilen enformasyon miktarını çoğaltmış ve herkes için ulaşılabilir kılmıştır (Erdem, 2010:48).

Tüm dünyada veri ve enformasyon erişimini kolaylaştıran teknoloji, bilişim ve iletişim ağının geniş coğrafi alanlara yayılmasını sağlamıştır. Özellikle internet teknolojisi ile bilginin yönetimi ele geçirilmiştir. Elde edilen bilgi, aynı anda tüm dünyaya ulaşabilmekte, dünyanın her yerine bilgi aktarımı yapılabilmektedir. Günümüz iletişim teknolojileri geçmiş teknolojilerden farklı olarak bilgiyi, elektronik ortamda çok daha hızlı işlenebilir, iletilebilir ve kontrol edilebilir hale getirmiştir. Zaman ve hız bakımından değişimlere sebep olan teknoloji, gün geçtikçe daha fazla alana yayılarak hayatımızı şekillendirmeye devam edecektir. Diğer yandan internet kullanımının ekonomikliği de bu teknolojiyi cezbedici kılmaktadır. Birçok insanın yaşamı 7/24 internet teknolojisi ile iç içedir. Bu sebeple internet bir bilgi toplama aracı olmasına rağmen aynı

Dijital Çağda Sinemagraf

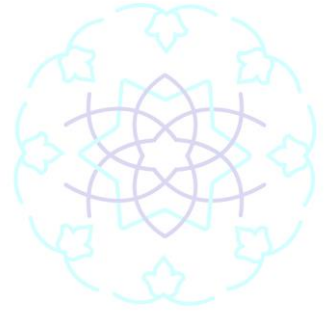
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



zamanda bir eğlence aracı olarak da görülebilmektedir. Ancak, yeni medya kullanıcıları tarafından daha çok rasyonel ve bilişsel kullanımlar için tercih edilmektedir (Yılmaz, 2008 ve Sağlamtimur, 2010:389).

Günlük yaşantının ayrılmaz bir parçası haline gelen teknoloji, büyük bir hızla gelişmeye devam etmektedir. Teknolojiyle gelen değişim bilgi ile insan belleği arasındaki ilişkiyi de değişime uğratmış, toplumsal yaşamı etkilemiştir. Sürekli değişim içinde olan bilgi kavramı; biyolojik bellekten, yapay belleğe ve sonrasında elektronik belleğe taşınarak şekil değiştirmiştir (Sakınç, 2016).

Dijital çağa adapte olan kullanıcılar, değişime ve yeniliğe daha kolay ulaşabilmekte, bireyselleşme/ toplumsallaşma/ küreselleşme üzerine daha fazla düşünebilmekte ve kendi fikirlerini dünya ile paylaşma olanağını bulabilmektedir (Topçu ve Türk, 2016). Problem karşısında bilginin yayılma hızı ve bilgiye ulaşım kolaylığı ile sorunlara karşı daha duyarlı ve farkındalık sahibi bireyler oluşabilmektedir.

Hayatı yoğun bir şekilde etkileyen dijital dönem, yeni algılama biçimleri üretirken; var olan ya da türemekte ve evrilmekte olan algılama biçimlerinin ifadesinde yeni olanaklar getirmiştir. Köklü değişiklikler yaratan teknoloji her alanda hayatımızı şekillendirmeye devam etmektedir (Polat, 2018:346). Kızılkaya'ya (2018) göre, 19.yy'da demiryolunun, 20.yy'da bilgisayarın oynadığı belirleyici rolü, bugün internet üstlenmiştir. Dijital çağın kitle iletişim teknolojisi olan ağ teknolojisi, toplumun iletişim kurma, sosyalleşme ve kimliksel varoluş biçimlerini de etkilemiştir (Erdem, 2010:50). Ayrıca ciddi rakamların söz konusu olduğu reklam sektörü ile internet, şirketlerin ürünlerini pazarladığı bir ortam haline gelmeye başlamıştır. Elektronik ortamda kolaylıkla alışverişler yapılabilmekte, bankacılık işlemleri yerine getirilebilmektedir. Bu haliyle internetin 'ağ teknolojisi' kimliği yanında bir de 'medya' özelliğinden söz edilebilir.

20.yy'da ortaya çıkan sinema, televizyon ve video gibi görsel-ışitsel ortama sahip araçlar insanın görme-düşünme biçimlerini büyük oranda değiştirmiştir. İnsanlar bu aygıtlar aracılığıyla

Dijital Çağda Sinemagraf

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



kendi gördüğünden farklı olarak başkalarının görmüş olduğu imajları görmenin ötesinde ‘okumaya’ başlamıştır. Artık okumak için insanın elinde yalnızca yazı olmadığını dile getiren Aylan (2020), bu aygıtlar sayesinde görme-düşünme biçimlerinin değiştiğini ifade etmiştir. Dijital teknolojilerin gelişmesine bağlı olarak dijital manipülasyon teknikleri ile yeni görme biçimleri denenmektedir: Örneğin, son dönemlerde sosyal medyada yaygınlaşan “sinemagraf” imgeler de bu bağlamda ele alınmaktadır.

Sinemagraf

İnsanoğlu görme yetisi ile çevredeki nesnelere, olayları, durumları algılamaya ve anlamlandırmaya çalışmaktadır. Görme yetisi konuşmadan önce gelmiştir, insanlar çok eski zamanlarda özellikle yazının icadından önce konuşmayı tam olarak bilemedikleri dönemde görsel iletişim kurarak yaşamlarını sürdürmüşlerdir. Yeni doğan bir çocuk ilk önce çevresine bakıp anlamlandırmaya çalışmakta daha sonra sözcükleri öğrenmeye başlamaktadır. John Berger, bizi çevreleyen dünyada kendi yerimizi görerek bulacağımızı ifade etmiştir (Berger, 1986: 7).

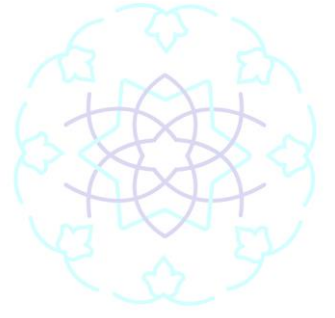
İnsanoğlunun mağara duvarlarından başlayan gördüğünü resmetme arzusu, yüzyıllar sonra fotoğrafın keşfini sağlamıştır. Ressamlar camera obscura (karanlık kutu) ile görüntü elde etmeye çalışmıştır. Camera obscura, dışardan gelen ışığın, küçük bir delikten karanlık bir odaya girmesiyle deliğe paralel bir duvarda ters bir görüntü oluşturmayı sağlamıştır. Fotoğrafın ortaya çıkışıyla birlikte görüntüyü kaydetme çabaları devam etmiştir. Eadweard Muybridge, hayvan ve insan hareketlerini incelemiş, fotoğraf tekniğinden yararlanarak hareketli görüntüler elde etmeye çalışmıştır. Poz sürelerinin kısılması ile birlikte durağan görüntüde hareket tespit edilmiş; durağan görüntülerin hareket ettirilmesi ile sinema tekniği bulunmuştur (Erol, 2016 ve Ekinci, 2017:834).

Berger’e (1998) göre, “Fotoğraflar kendi başına bir öykü anlatmamaktadır, sadece anlık görüntüyü saklamaktadır. Fotoğraflar, fotoğrafı çekilen olayın içinde var olduğu zaman akışını yakalamaktadır. Ancak geçmişe ait olsalar da bugüne ulaşamamaktadır.” İlk görüşte sinemagraflar da bir ana ait fotoğraf karesine benzetilebilir; ancak hemen sonrasında göz,



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



hareketi algılamaktadır. Hareketin izleyende bıraktığı şaşırtıcı etki geçtikten sonra gözle hareket arayışı başlamaktadır. Hareket bir döngü halindedir ve sürekli tekrar eder. Bu sayede hareketli bölge, sinematografik anlamı izleyenin zihninde oluşturur.

“Sinema” ve “grafik” sözcüklerinden oluşan sinemagraf, elde edilen tek fotoğraf karesinde seçilen bölgenin maskelenmesine dayalı bir görüntüleme yöntemidir. Sinema-video ve fotoğraf tekniğinin kaynaşmasıyla ortaya koyulan bu yöntemde, aynı zaman diliminde hem fotoğraf karesi hem de hareketli görüntü sunulur. Hareketsiz öğeler itibari ile fotoğraf ve hareketli bölgeler ile sinema-video alanındadır. Çerçevadaki belli bir kısmın hareketi ile fotoğrafın durağanlığından ayrılan sinemagraflar; aynı zamanda kısa zaman diliminde gerçekleşmesi ve mesajı hızlıca iletebilmesi açısından sinema-videolardan daha etkili görülebilmektedir. Sinemagraf, fotoğraf ve video arasındaki teknik dönüşümü dijital teknoloji ile bir tasarım unsuruna dönüştürmektedir (Ekinci, 2017:835). Sinemagraf'ta yeni görme biçimi arayışları kapsamında dikkat çekerek, ilgi uyandırarak mesajı anlık olarak iletebilme çabası yatmaktadır. Anlama ve anlamlandırma boyutunda değerlendirildiğinde dikkatin toplandığı hareketli alan tıpkı sembolik bir anlatıma benzetilebilir. Yalınlaştırılmış görsellerin algılanma düzeyi yüksek olduğundan mesaj iletiminde yaygın olarak kullanılabilir. Yazar ve Geçen'in de belirttiği gibi; “Gereksiz ayrıntılar ortadan kaldırılarak ana fikir ortaya konulur” (2018:563). Sinemagraf'ta gereksiz ayrıntılar atılmadan durağan halde tutulurken gerekli olduğu düşünülen alanlar video ve fotoğraf tekniğinin kaynaşmasıyla hareketli hale getirilerek ilgi uyandırır ve daha fazla iletişim kurulmasını sağlar.

Fotoğraflardan basit animasyonlu görüntüler elde edilerek oluşturulan GIF (Grafik Değişim Biçimi) 1987'de piyasaya sürülmüştür. İnternetin yeni kullanılmaya başlandığı bu zamanlarda, GIF görüntüler çok fazla bant genişliğine gerek duymadığı için tercih edilmiştir. Tanıtımından bu yana, animasyonlu GIF birçok farklı şekilde kullanılmıştır. Olia Lialina, web'deki animasyonlu görüntüyü deneyen ve aynı zamanda bunları analiz eden ilk GIF sanatçılarından birisidir. 1990'ların başından beri çalışma yapan öncülerden biridir. GIF genellikle çevrimiçi olarak düşünceleri, duyguları ve şakaları ifade etmek için kullanılmaktadır.

Dijital Çağda Sinemagraf

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



İnsanların paylaşmak istediği şeyler; dijital ortamda GIF olarak küçük boyutta hazırlanır ve her türlü cihazda görüntülenebilen, paylaşılması kolay bir dosya haline getirilir. Görsel grafik sanatçısı Kevin Burg, 2009’da GIF formatını denemeye başlamıştır. Kevin ve Jamie (Şekil: 1) 2011 Şubat ayında New York Moda Haftası’nda çekilen görüntülerden ürettikleri ‘Les Tendrils ’ isimli GIF’i tarihteki ilk sinemagraf örneği olarak, Kevin Burg’un ‘frommetoyou ’adlı kişisel blog sitesi ‘tumblr ’hesabına yüklemiştir. Moda haftası için yaptıkları çalışmalarda durağan ve hareketli görüntüleri benzersiz biçimde birleştiren Kevin ve Jamie internette viral olup birçok sanatçıya ilham kaynağı olmuş ve bu sanatçılar aynı teknik ve stratejiyi kendi çalışmalarında uygulamaya başlamışlardır. Bu sayede Şubat 2011’de New York Moda Haftası sinemagrafin doğum günü olarak düşünülmektedir.



Şekil 1: Kevin Burg ve Jamie Beck.

(<https://filmindustry.network/nyc-photographer-jamie-beck-cinemagraph/12173>) (Erişim: 22.10.2022)

2011 Nisan ayının başlarında internet ortamındaki aramalar artmaya başlamış ve daha sonra zirveye ulaşmıştır (Niewland, 2012). Sinemagraf tekniği, özellikle IOS platformunun “Cinemagram” uygulamasını piyasaya sürmesi ile Mart 2012’den itibaren daha da popüler olmuştur. Bu uygulama ile sinemagraflar kolayca oluşturabilir, düzenlenebilir ve paylaşılabilir hale gelmiştir (Schiet, 2012).



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Jamie ve Kevin'in New York Moda Haftası'nda üretmiş olduğu sinemagraf örnekleri incelendiğinde; modellerin üzerlerindeki aksesuar ve takı bulunan bölgelerin, elbise, saç ve gözün hareketlendirildiği gözlenmektedir. İlk sinemagraf örneği olarak kabul edilen Les Tendrils (Şekil: 2) örneğinde de sadece el ve ona bağlı olarak eldeki püsküllerin hareketinin maskelenmediği görülmektedir. Hareketli olacağı düşünülen bölgeleri hareketsiz bırakmak fotoğrafik kompozisyonu, hareketli kalan bölgeler ise sinematografik etkiyi artırmaktadır. Hangi hareketlerin gösterileceği ve maskeleneceği çekim aşamasında belirlenmeli ve çerçevede belirgin olan hareket üzerine yoğunlaşılmalıdır (Erol, 2016:2).



Şekil 2: Les Tendrils, 2011.

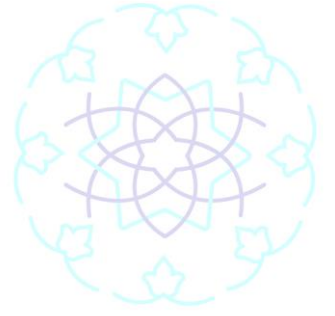
(<https://filminindustry.network/nyc-photographer-jamie-beck-cinemagraph/12173>) (Erişim: 22.10.2022)

Orijinal içerik fotoğrafçılığının, izleyiciyle daha fazla iletişim kurma arzusu ile birleşmesi, sinemagraf sürecini doğurmuştur. Jamie Beck sinemagrafın “hala yaşayan bir fotoğraf” olduğunu belirtir. Jamie'ye göre sinemagraf, hayatın hassas bir bölümünü yakalar ve zamanın kaçak anlarını, bir şehrin ritmini veya bir insanın nefesini yakalamaktadır. “Bir hayat düşünün, donmuş, ama bir tarafı sonsuza kadar yaşamaktadır. Bir resim size bin kelime söyleyebilir, ama bir sinemagraf sizi oraya götürebilmektedir” (Alexander, 2011). Şekil 3'te görüldüğü gibi, otel penceresinden Chelsea şehrinin ritmi yansıtılmaktadır ve anlık şehir görüntüsünün içerisinde sadece ön yüzeydeki soldan sağa giden araçların hareketi yansıtılmıştır.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



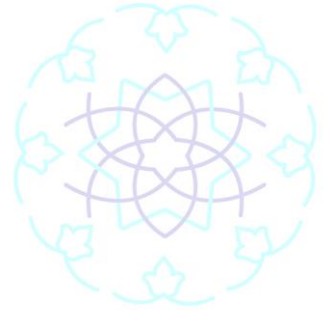
Şekil 3: Chelsea otel penceresinden dışarı, Jamie Beck & Kevin Burg, 2011.

(<https://filminindustry.network/nyc-photographer-jamie-beck-cinematograph/12173>) (Erişim: 22.10.2022)

Fotoğraftan farklı olarak bir ekran ihtiyacı bulunan sinemagrafin mecrası, sayısal iletişim teknolojileridir. Sanal mecrada “GIF (Grafik Değişirme Biçimi)” formatı olarak karşımıza çıkar. Çekimlerin ya da fotoğrafların bilgisayarda düzenlenmesi ile elde edilir, ancak bu düzenlemeden önce, çekim aşamasında bir planlama yapılmalıdır. Ona göre çerçeve içindeki hareketin durağan kaldığı ve devam ettiği bölümler maskelenebilir (Ekinci, 2017:839). Sayısal görüntü işleme programları (Adobe After Effects, Adobe Premiere, Adobe Photoshop vb.) ile elde edilen video veya fotoğraflar düzenlenerek gif dosya biçimi olarak hazırlanabilmektedir. Fotoğraflarla video arasında kalan popüler ve yeni bir görsel medya türüdür. Kısmen hareketli bu fotoğraflarda, görüntünün bir bölümü sürekli hareket ederken geri kalan bölüm sabit kalmaktadır (Kocamış, 2020).

Sinemagraf aynı zamanda, postmodern çağın yeni bir görme biçimi olarak, bireyin zaman ve mekân algısında da bir değişim yaratmakta, belirli bir “birim zaman”da (çoğunlukla birkaç saniyelik zaman diliminde), belirli bir “birim hareket”in (gözyaşının belirli bir akış anı, bir nesnenin rüzgârda anlık dalgalanışı vb.) döngüsel tekrarı ile zaman-mekân bütünlüğünde yepyeni bir algısal illüzyon olarak ortaya çıkmaktadır. Hareketli bölgenin süresi, gerçek hareket süresi ile farklı olabilir, değiştirilebilir. Zamanın izleyici üzerindeki etkisi kontrol edilebilir (Erol, 2016:7).

İnsanlar genellikle sinemagrafları tarif ederken Harry Potter filmleri (2001-2011) zihinlerde canlanır; sinemagraflar da tıpkı Harry Potter duvarlarında asılı gördüğümüz hareketli gazete görüntüleri gibidir. İzleyici durağan bir fotoğrafa baktığı hissine kapılmışken beklenmedik



bir hareketle izleyiciyi şaşırtır ve dikkatini çeker Şekil 4'te görüldüğü gibi sol kısımdaki posterde figür hareket etmektedir, (Kocamış, 2020).

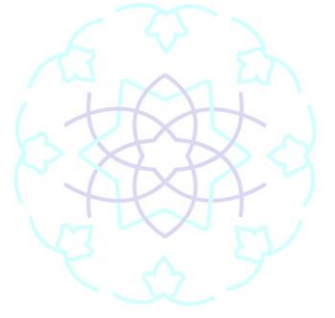


Şekil 4: Harry Potter 3 Azkaban Tutsağı Filmi- Hareketli Gazete Sahnesi.

(<https://www.worldofreel.com/blog/guillermo-del-toro-convicted-alfonso-cuaron-to-direct-harry-potter-and-the-prisoner-of-azkaban>) (Erişim: 21.10.2022)

Sinemağraflarda hareket kavramı, izleyicisini sürekli kendine çeker ve bize sonsuz bir şekilde deneyimleyebileceğimiz kısa bir ana tamamen dalmış olduğumuz yanılsamasını verebilir. Rex Sorgatz'ın ifade ettiği gibi çoğu anlatımda bir başlangıç, orta ve bitiş vardır, ancak sinemağraf tekniği döngüsel bir yaklaşımla farklılığını ortaya koyar ve izleyende yeni bir görme deneyimi oluşturur. Bu deneyim, aynı zamanda “estetik” bir görme biçimi olarak da görülebilir. “Ürettiği izleme biçimi, ritmi, zamanın bozulması ve değiştirilmesi, hareket ve durağanlık ile üçüncü boyutun temsili gibi etkenlerden dolayı sinemağraf kendi estetik dilini teknik dâhilinde oluşturur” (Erol, 2016:6).

Yeni bir izleme biçimi sunan sinemağraf, bu izleme biçimi ile fotoğrafik ve sinematografik anlam düzeyleri oluşturur. Hareketsiz bölgelerin kompozisyon unsurları, hareketli bölgenin ritim duygusu, renk-leke etkileri, ürettiği izleme biçimi ve sinematografik etkisi fiziki gerçekliğe gönderme yapar (Şekil:5-6). Yemek sinemağrafında yükselen dumanlar açlık hissi uyandırmakta, ağaç sinemağrafında kımıldayan yapraklar doğanın dinginliğine gönderme yapabilmektedir. Şekil 5'teki sinemağrafta ise sadece bardağa dökülen kolanın hareketli bırakılması, içeceğin serinletici etkisini zihinlerde canlandırmaktadır. Mimari çekimlerde; insan, ışık, perde gibi hareketler mekanın canlılığını gösterirken futbol, voleybol gibi



spor sinemagraflarında hız ve harekete dayalı yapı temsil edilmektedir. Sinemagraf, fotoğrafik kompozisyon içerisinde hareketin gösterimi yoluyla gerçekçiliği yoğunlaştırmaktadır (Erol, 2016:6).

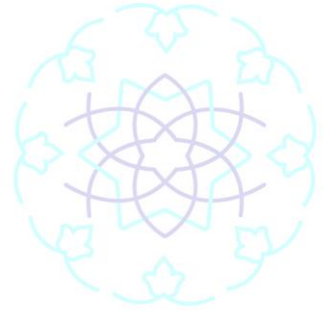


Şekil 5: Jamie Beck & Kevin Burg, 2013.

(<https://www.grafikerler.org/portal/sinemagraf-teknigi-ile-canli-fotograflar.html>) (Erişim:7.10.2022)

Sinemadan televizyona, bilgisayar oyunlarından cep telefonları uygulamalarına kadar birçok yerde kullanılan sinemagraflar, daha çok sosyal medyada yaygınlaşmıştır. İnternet, sosyal ağ ve fotoğraf paylaşım yazılımları ile sosyal medyada paylaşım kolaylığının artması sinemagrafi günlük görsel alanımızın sürekli bir parçası haline getirmiştir. İçerik ve teknik açıdan değişime uğrayan sinemagraf, sayısal ekranlarda iletişim, eğlence vb. farklı amaçlarda kullanılmaktadır. Günümüzde videodaki hareketi otomatik maskeleyen sinemagraf yazılımları (Cinemagraph ve Lumyer gibi) mevcuttur. Kullanıcılar kendi sinemagraflarını üretip paylaşarak sanal mecrada trend oluşturabilmektedir. Bu açıdan kitlenin talep ettiği bir anlatım dilidir (Erol, 2016:7).

Bir sinemagrafta tüketicinin dikkati hareket tarafından dağıtılmaz; yerine hareket, ilgi ve tutma düzeylerini oluşturur. Böylece reklam ve sosyal medya pazarlamasında uzun süre tüketilme potansiyeline sahip olur. Web’te ne kadar uzun süre kaldığı göz önüne alınacak olursa sinemagrafin zamansız bir çekiciliği olduğu görülmektedir. Sinemagraf videodaki uyarılmayı ve hareketsiz bir fotoğrafın hatırasını aynı anda sunabilir. Yalnızca tasarımcıların odaklanmayı amaçladığı kısım ön plana çıkarılır (örneğin, reklamı yapılan bir ürünün özelliği) ve tüketiciler tarafından hatırlanması sağlanır. Ayrıca bir sinemagraf dosyası bir video dosyasından daha küçük



boyuttur; bu durum iletişim konusunda videolara kıyasla daha iyi bir ortam haline gelmesini, daha avantajlı olmasını sağlıyor. Sinemagrafta hareketsizlik ve hareket akıllıca uygulanmazsa çekiciliği bozabilir; sonuç olarak tüketicinin zihninde uzun süreli bir izlenim bırakmayabilir. Ayrıca sinemagraf içindeki hareket hızı da çeşitli şekillerde tüketicuyu etkilemektedir. Göz hemen harekete odaklanırken hareket eden kısım, inandırıcı görünmeli ve ikna etmeye yardımcı olmalıdır.

Sinemagrafın sinema-video ve fotoğrafın gücünü birleştiren heyecan verici yeni bir ortam olduğu düşünülebilir. En iyi küresel markalar, sinemagrafların marka hikâye anlatımı konusunda ideal bir araç olduğuna inanarak bu tasarım dilini, dijital kampanyalarında daha fazla kullanmaktadırlar. Sinemagrafın anlatım dili A&E, IKEA, Disney, Prada, Coca Cola ve Chanel gibi önemli şirketler tarafından reklam ve tanıtım amaçlı sosyal medya mecralarında kullanılmıştır (Kocamış, 2020).



Şekil 6: Coca Cola sinemagraf çalışması, 2012.

(<https://techcrunch.com/2012/08/31/animated-gifs-as-ads-tumblr-experiments-with-advertising-format/>)

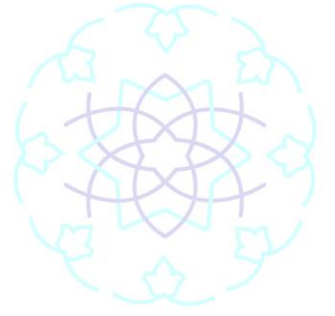
(Erişim:24.10.2022)

İzleyenin veya tüketicinin amaçlananı anlaması çok önemlidir. Örneğin, Coca Cola'nın sinemagraf uygulamasında (Şekil: 6), çerçevenin ortasına kutu Coca Cola yerleştirilir ve arka planda zıt renk olan mavi havuz suyu hareket eder; renklerin ve uygun alanın doğru seçilmesi kavurucu yazlarda tüketicuyu harekete geçirebilmektedir (Khan, 2016:27).



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Şekil 7: Nike tanıtım sinemagrafi.

(<https://www.max-media-group.com/max-media-group-branded-cinemagraph-display-advertising.html>)

(Erişim:23.10.2022)

İnternetin yaygınlaşması, iletişim teknolojilerinin çeşitliliği ile farklı görsel tasarımlara ihtiyaç duyan hedef kitle açısından sinemagraflar etkin bir rol oynamaktadır. Hedef kitlenin ihtiyacına yönelik yapılan tanıtım çalışmalarından bir diğeri de küresel markalardan olan Nike firmasıdır (Şekil: 7). Sinemagrafta hareketli bölgenin ritim duygusu ile hız-harekete dayalı yapıya gönderme yapılmaktadır. Hareketsiz bölgedeki pembe ayakkabının duruşu ile ayakkabının esnekliğine ve rahatlığına dikkat çekilirken; gri ayakkabıdaki hareket ile bu desteklenmektedir.

Dijital Çağda Sinemagraf'ın Geleceği

Günümüzde bilginin sunumunda bazı değişimler yaşanmaktadır. Örneğin, dijital iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla kültürel alışkanlıkların yeniden biçimlendiği “dijital kültür” kavramı ortaya çıkmıştır. “Geleneksel yöntemlerle üretilen eserlerin biricik ve özgünlükleri mekanik yeniden üretim yöntemleriyle son bulmuştur. Dijital teknolojilerin gelişmesiyle, çağdaş sanat tarihinin geleneksel anlamda, dijital sanat bağlamında uyarlanması zorunlu hale gelmiş, mühendisler, programcılar ve sanatçılar ortak çalışarak sanat ürünlerini yaratmaya başlamışlardır” (Sağlamtimur, 2010: 216:214). Dijital teknolojinin hayatımıza yayılması daha geniş bir fenomenin parçası olmuştur. Son 30 yılda küreselleşme, serbest marketin piyasada üstünlük kurması iletişim ve bilgi teknolojilerinin aynı anda her yerde bulunabilmeyi sağlaması ve tekno-bilimin gelişmesi açıkça görülmüştür. Dijital teknoloji bu gelişmelerin oluşumunda önemli bir role sahiptir ve bunları şekillendirmiştir.

Dijital Çağda Sinemagraf

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Dijital teknolojinin sunduğu yakınsama ve birleşme olasılığı medya ve iletişimdeki tüm teknik gelişmelere hükmetmesine neden olmuştur. Ayrıca bilgisayarlar tekno-bilimsel projelerin gereksinimi olan veriyi saklama, düzenleme ve kontrol etmeleri konusunda gereklidir. Bilim medya ve kapitalin eş zamanlı olarak dijital teknolojinin himayesinde birleşmeleri bu anlamda bir ileri sarılma illüzyonu oluşturur ve her konuda kısa bir süre içinde dramatik değişiklikler olduğunu görmemize neden olmaktadır (Gere, 2018:16). Bilgisayar, akıllı telefon ve internet ortamı gibi dijital çağın ürünleri, insanların yaşam biçimlerini değiştirerek nesnel iletişimi, sayısal iletişim teknolojileri üzerinden ilerleyen bir iletişime dönüştürerek farklı türlerde etki alanı yüksek düzeyde sunmaktadır. Dijital çağda, medya ve iletişimdeki teknik gelişmelere bağlı olarak görseller üzerinde durağanlığın yanına hareket olgusunu ekleyerek algı düzeyini arttıran çalışma yöntemlerinden biri olarak değerlendirilebilecek sinemagraf bir dijital kültür ürünü olarak izleyiciye sunulmuştur. Özellikle 2011'de sanatçılar arasında sinemagrafiyi çevreleyen popülerlik artmış ve 2012 yılında akıllı telefon teknolojisi kullanılarak sinemagraflar oluşturmak için yeni yöntemler geliştirilmiştir. Montreal merkezli Factlye adlı yeni bir şirket, iPhone için “Cinemagram” adlı basit bir uygulama geliştirmiştir. Bu uygulama kullanıcıların sinemagrafları kolayca üretmesine ve paylaşmasına olanak tanımaktadır.

Cinemagram, 2012 yılının Şubat ayında ücretli bir uygulama olarak piyasaya sürülmüş ve 2012 yılının Mart ayında ücretsiz olarak kullanım izni verilmiştir (Popper, 2012). Ücretsiz bir uygulama olarak piyasaya sürüldükten sonra altı hafta içerisinde, Amerika Birleşik Devletleri, Çin ve Brezilya'daki en büyük pazarlara bir milyondan fazla kullanıcı ve her gün oluşturulan on binlerce sinemagraf eklenmiştir. Bir android sürümü olarak geliştirme aşamasında olan uygulama ile sinemagraf yaygınlaşmıştır. Akıllı telefon teknolojisinin artan kullanımı ve Cinemagram gibi yeni geliştirilen araçlarla birlikte, sinemagraflar sosyal medya, özellikle de Tumblr ve Flickr gibi fotoğraf paylaşım toplulukları aracılığıyla daha yaygın bir şekilde paylaşılmaktadır. Cinemagram, yakın zamanda Facebook tarafından 1 milyar dolara satın alınan popüler fotoğraf paylaşım uygulaması Instagram ile aynı yolda ilerleyebilir çünkü, 50 milyondan fazla kullanıcısı bulunmaktadır ve haftada 5 milyon yeni kullanıcı eklenebilmektedir (Taylor, 2012). Geleneksel

Dijital Çağda Sinemagraf

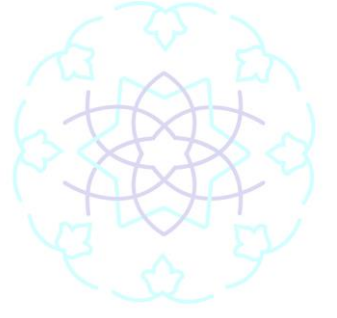
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



fotoğraf ve animasyon tekniklerinin dijital birleştirme ve sergileme için ortaya çıkan tekniklerle birleşmesi, bu ortamın gelişmesine izin vermeye devam edecek gibi görünmektedir. Sinemagraf geliştikçe, bazı sanatçıların uygulamayı kullanmasını engelleyebilecek kısıtlamalar olabilir. Ancak, ücretsiz bir uygulama olduğu için, günlük hareketli fotoğrafları dünyayla paylaşmak isteyen akıllı telefon kullanıcılarında bir artış olması doğal bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Microsoft'un Laboratuvar araştırmacısı Neel Joshi, kullanıcıların Tumblr'da paylaşılmakta olan “hesaplamalı fotoğrafçılık” olarak adlandırdıkları bir süreçte sinemagraflar oluşturmasına olanak tanıyan Clipits adlı uygulama ücretsiz olarak indirilebilen bir Windows 7 uygulaması geliştirmiştir (Ulanoff, 2012). Bu uygulama “Cinemagram” kadar popüler olmasa da amatör sinemagraf tasarımcılarına katkı sağlayabilmektedir.

Kullanıcılar için 2012’de tek bir mobil uygulama mevcut iken çevrimiçi kullanıcıların da artması ile günümüzde birçok uygulama piyasaya sürülmüştür. Geçmişte izlediğimiz Rezervuar Köpekleri, Fight Club, Oldboy, The Shining gibi film sahnelerinden sinemagraflar oluşturulmuş, o ana ait duyguların izleyicilere kısa ve yaratıcı bir şekilde hissettirilmesine imkan bulunmuştur.

Günümüzde çevrimiçi izleyicilerin sınırlı dikkat alanlarını yakalamak ve aynı zamanda durağan görüntülerin ve dijital reklamların aşırı doygunluğunu kırmak için sinemagraflara daha fazla yönelim olmuştur. Videonun etkisi konusunda öne çıkan bir farkındalık olmasına rağmen yüksek maliyet ve zaman bakımından dezavantaj sağladığı görülmektedir. Bu açıdan otomatik olarak oynatılan-döngülenen, ses gerektirmeyen, daha hızlı dikkat çeken ve etkili reklamlar oluşturulabilen sinemagraflar, her büyüklükteki işletmeler için değerlendirilebilir bir yöntemdir (www.lbbonline.com).

Dijital Çağda Sinemagraf

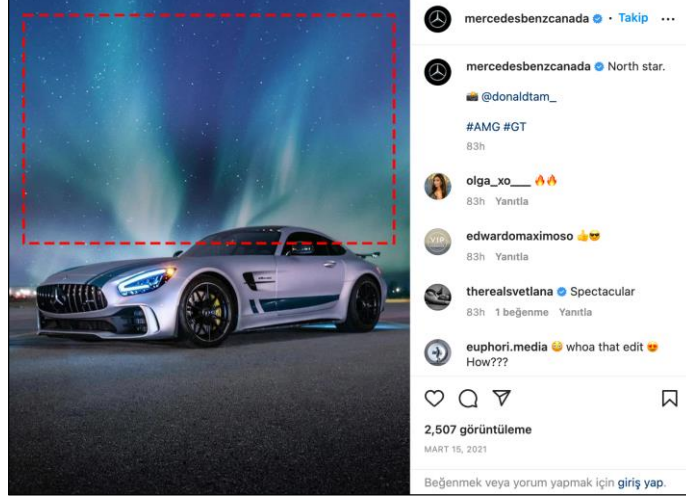
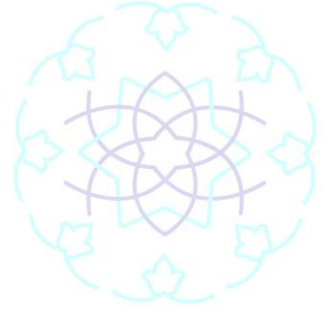
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Şekil 8: Mercedes Benz, 2021.

(<https://www.instagram.com/p/CMcZtQlhWE0/?igshid=MDJmNzVkMjY%3D>) (Erişim:8.10.2022)

Şekil 8’de Mercedes Benz’in sosyal medyasında kullandığı güncel sinemagraf örneği yer almaktadır. Burada araç durağan kalırken arkadaki zeminde ışıklar hareket etmektedir. Mercedes Benz, Puma ve Starbucks gibi birçok küresel veya küçük işletmelerin tanıtım amaçlı çalışmalarında bu şekilde sinemagrafları yaygın olarak kullandığı görülmektedir. Görsel hikaye anlatımını yükselten, izleyicilerin dikkatini çeken ve bir mikro video formatı olmanın faydaları ile sinemagraf iyi bir ortam haline gelmiştir. Sosyal medya, reklam panoları, web siteleri, bloglar, haber bültenleri ve dijital reklamlar gibi birçok alanda sıklıkla kullanılan sinemagraflar, internetin imkanları ve iletişim teknolojilerinin çeşitliliği sayesinde farklı dijital görsel tasarımlara ihtiyaç duyan hedef kitle için etkin bir rol oynamaya devam etmektedir.

Sonuç

Yaşadığımız çağın insanı, sabah evden çıktığı andan itibaren gün içerisinde çok fazla mesaj trafiğine maruz kalmaktadır. Bu yoğun mesaj trafiği içerisinde dikkat çekmek ve farklılaşmak önem kazanırken yeni medya anlayışı sayesinde, hareketli görseller kendine yer edinmeye başlamıştır. Teknolojinin insan yaşamı ile iç içe geçtiği günümüzde hızlı iletişim

Dijital Çağda Sinemagraf

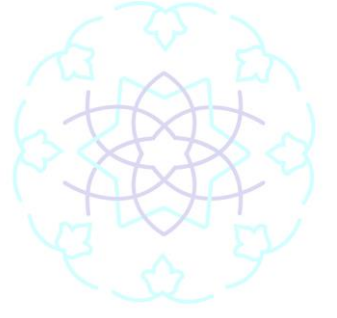
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



kurmak adına tercih edilen sinemagraflar, izleyicilerin dikkatini çekmenin yeni kapılarını aralamaktadır. İzleyiciler, belirli bir hareketin sabit bir görüntüyle yan yana getirilmesini, bir fotoğrafın durağanlığından veya bir videonun hareketinden daha etkileyici bulmaktadır. Görsel hikaye anlatımı konusunda videoya kıyasla kısa, yenilikçi ve oldukça yaratıcı bir teknik olarak görülmektedir. Statik görüntüye hareket katarak; bakıp hemen gözünüzü kaçıramayacağınız, birkaç kez baktıracak bir görüntü yaratmaktadır.

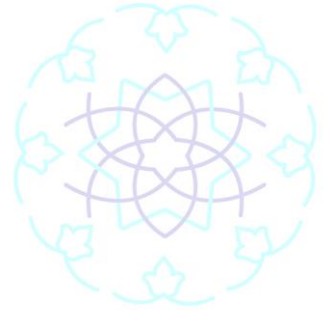
Özellikle sosyal medyada yaygınlaşan sinemagraf imgeler, aynı zaman diliminde hem durağan hem de hareketli görüntüleri aynı çerçevede göstermektedir. Dijital platformlarda yayınlanmak üzere, her türlü tanıtım, reklam faaliyeti ve sanatsal üretim için oluşturulan sinemagraf tekniği, fotoğrafik kompozisyonu ve sinematografik etkiye sahip görüntüyü estetik bir dil ile dönüşüme uğratmaktadır. Sinemagraf, modern sonrası süreçte dijitalleşmenin ve görsel kültürün egemenliğinde yaşayan bireye bir yandan yeni bir görme biçimi sunarken, diğer yandan da tasarım sürecinde yeniden kurguladığı zaman-mekân ilişkisi üzerinden yeni bir deneyim yaşatmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının artışı ile sinemagraf, görsel iletişimde etkin ve yeni bir anlatım dili olarak gelişim gösterebilecek özelliktedir. Bu yeni melez deneyim kitlelere ulaşmada önem kazanabilir, görsel imgelemede farklı alanlarda kendini gösterebilir. Sinemagraf ile sayısal ortama başarılı bir şekilde taşınan dergi, kitap gibi geleneksel mecraların gelişimine daha fazla katkı sağlanabilir. E-dergi uygulamalarında kullanılan sabit görseller yerine aynı çerçevede durağanlığı ve hareketi birlikte sunan sinemagraf tekniği tercih edilip kullanıcıya yeni bir görme deneyimi yaşatılabilir. Ayrıca bu teknik çocuklara yönelik e-kitaplarda kullanılabilir ve çocukların görsel algı gelişimi, öğrenme süreci sinemagraf imgelerle desteklenebilir. Hareketin dikkat çekme işlevi ile çocuklarda algının açık kalması ve bilgilerin çocukların zihninde daha kalıcı olması sağlanabilir. Fotoğrafçılık ile videografinin gücünü birleştiren ve temelinde hareket olan sinemagrafın sahip olduğu görsel illüzyon, görsel tasarımı daha fazla destekleyebilir. Aynı zamanda bu tasarım dili farklı tasarım mecralarına da uyarlanarak yeni görme biçimi arayışları kapsamında özgün katkılarda bulunabilir.

Dijital Çağda Sinemagraf

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



Kaynakça

- Alexander, I. (2011). *NYC Photographer Jamie Beck Discusses the Cinemagraph, Film Industry Network*, <http://www.filmindustrynetwork.biz/nyc-photographerjamie-beckcinemagraph/12173> (Erişim:07.10.2022).
- Aylan, T. (2020). Görme biçimleri ve video anlatı, *Sinefilozofi Dergisi, Özel Sayı(2020)*, 345-369.
- Berger, J. (1998). *O ana adanmış*. Metis Yayınları.
- Ekinci, B. T. (2017). Video Kliplerde zamanın ve mekanın sunumu: Sinemagraf. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 4(12), 834-839.
- Erdem, B. K. (2010). Sibersığınak “ağ toplumunun yalnızlaşan bireyinin kendini ifade etme mecraları ve biçimleri: Farmville örneği”. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 14(2010), 48-71.
- Erol, E. (2016). Sinemagraf tekniğinin fotoğrafta hareket arayışına etkileri bağlamında değerlendirilmesi. *Yedi Sanat Tasarım ve Bilim Dergisi*, 16(2016), 1-7.
- Gere, C. (2018). *Dijital Kültür*. Aydoğdu Akın (Çev.). Salon Yayınları.
- <https://www.worldofreel.com/blog/guillermo-del-toro-convinced-alfonso-cuaron-to-direct-harry-potter-and-the-prisoner-of-azkaban> (Erişim:21.10.2022).
- <https://filmindustry.network/nyc-photographer-jamie-beck-cinemagraph/12173> (Erişim:22.10.2022).
- <https://listelist.com/filmlerden-sinemagraf-orneklere/> (Erişim:15.10.2022).
- <https://www.grafikerler.org/portal/sinemagraf-tekniği-ile-canli-fotoğraflar.html> (Erişim:7.10.2022)
- <https://techcrunch.com/2012/08/31/animated-gifs-as-ads-tumblr-experiments-with-advertising-format/>(Erişim: 24.10.2022).



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



<https://www.max-media-group.com/max-media-group-branded-cinemagraph-display-advertising.html>(Erişim:23.10.2022).

<https://www.creativebloq.com/graphic-design/how-cinemagraph-changing-modern-design-11135154>(Erişim:7.10.2022).

https://tr.wikipedia.org/wiki/Bili%C5%9Fim_%C3%87a%C4%9F%C4%B1(Erişim:7.10.2022)

<https://www.instagram.com/p/CMcZtQlhWE0/?igshid=MDJmNzVkMjY%3D>(Erişim:8.10.2022)

Khan, F. B. (2016). Cinemagraph: A fusion of still images and motion video for science communication in a new media convergent ecosystem. *Journal of Scientific Temper*, 4(1-2), 21-27.

Kocamış, M. (2020). *Görsel İletişimde Alternatif Bir Pazarlama Yöntemi: Sinemagraf*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi.

Little Black Book, (2016). *How cinemagraphs are changing the face of advertising*, <https://www.lbbonline.com/news/how-cinemagraphs-are-changing-the-face-of-advertising> (Erişim: 23.10.2022).

Niewland, M. (2012). *Framed In Time: A Cinemagraph Series Of The Everyday & Grounded Theory Of Cinemagraphy*, Communication And New Media McMaster University, Canada.

Polat, E. S. (2018). Dijital çağda dijital tasarım, *Kesit Akademi Dergisi*, 17(2018), 346-353.

Popper, B. (2012). Cinemagram, an app for creating and sharing animated GIFs, adds 1 million users in six weeks. Venture Beat. Retrieved from <http://venturebeat.com/2012/04/27/cinemagram-animated-gif-1-million-users-funding/>. (Erişim: 20.10.2022).

Dijital Çağda Sinemagraf

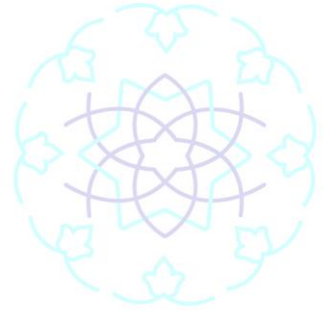
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



- Sağlamtimur, Ö. Z. (2010). Dijital sanat. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(3), 213-237.
- Sakınç, Z. (2016). *Dijital çağda bir bellek aracı olarak veri görselleştirme*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Beykent Üniversitesi.
- Schiet, N. (2012). From Muybridge To Cinemagraph: Renewed Interest & Nostalgia in The Animated Image, Software Studies Master New Media & Digital Culture, University Of Utrecht.
- Şahin, S. (2015). Dijital çağ ve sanatta yarattığı dönüşümler. *Kocaeli Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 1(1), 38-49.
- Topçu, Z. & Türk, S. T. (2016). Dijital çağ okuryazarlığı bağlamında yeni medya becerileri, *Yeni Türkiye Dergisi*, 89(2016), 459-466.
- Taylor, C. (2012). *Instagram Passes 50 Million Users, Adds 5 Million a Week*. ABC News: Technology. Retrieved from <http://abcnews.go.com/Technology/instagram-passes-50-million-users-adds-million-week/story?id=16247981#.T6P4OI5h6XU> (Erişim: 22.10.2022).
- Ulanoff, L. (2012). *Cliplets Lets You Make Your Own Moving 'Harry Potter' Photos*, Mashable. Retrieved from <http://mashable.com/2012/04/18/microsoft-cliptlets/>. (Erişim: 22.10.2022).
- Yazar, T. & Geçen, F. (2018). Görsel sanatlarda evrensel dil ve sanatsal sembolizm, *The Journal of International Social Research*, 11(61). 556-567.
- Yılmaz, A. (2008). Sayısal teknolojilerin televizyon yayıncılığına sağladığı yeni açılımları değerlendirmek. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 389-400.