

DİJİTAL MEDYA YOLUYLA KÜLTÜREL ARACILIK: YUSUFELİ ÖRNEĞİNDE KENTSEL BELLEĞİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ

CULTURAL MEDIATION THROUGH DIGITAL MEDIA: THE SUSTAINABILITY OF URBAN MEMORY IN THE CASE OF YUSUFELİ

Ömer Faruk AĞDUMAN*, Şule YÜKSEL ÖZMEN*

DOI: 10.69999/emedi.1660764

MAKALE BİLGİLERİ

Araştırma Makalesi
Research Article

Article / Makale:

Send / Gönderim: 18.03.2025

Appraisal / Değerlendirme: 18.03.2025

Accept / Kabul Tarihi: 28.04.2025

Sayfa: 31-43 / Page: 31-43

Anahtar Kelimeler:

Kültürel Aracılık, Yeni Medya ve Kültürel Aracılık, Dijital Kültürel Miras, Yusufeli

Key Words:

Cultural Mediation, New Media and Cultural Mediation, Digital Cultural Heritage, Yusufeli

ÖZET

Kültürel aracılık kavramı, 1981 yılında Stephen Bochner tarafından literatüre tanımlanmış ve açıklanmıştır. Kültürel unsurlar, yardımsız, aracısız bir biçimde alınamayacağı ve hatta anlaşılamayacağı durumların temeline dayandırılmaktadır. Kültürel aracılık kavramı, eğlence, kültürlenme, bölgesel farkındalığın oluşması, kültürel kimliğin ifade edilmesi, kültürel kazancın genişletilmesi ve bir toplumsal konumdan başkasına geçiş gibi durumlarda karşımıza çıkmaktadır. Bir anlam üretme aracı olan kültür, kavranması için her zaman kültürel araçlara ihtiyaç duymaktadır. Bir bölgenin kültürü, birden fazla etmen aracılığıyla oluşum gösterdiği için diğer kültürler arası etkileşim için yazılı veya sözlü aracılığa ihtiyaç duymaktadır. Günümüzde ise teknolojinin gelişmesiyle birlikte gelişen kitle iletişim araçları sayesinde yeni medya araçları bu aracılık görevini üstlenmektedir. Yeni medya araçlarının bu kültürel aracılığı ne şekilde yaptığı, bu araştırmanın problemi oluşturmaktadır. Çalışma, örnek olay yöntemi ile yapılmıştır. Örneklem olarak Artvin'in Yusufeli ilçesi alınmıştır. Baraj altında kalması nedeniyle birçok kentsel öğesini kaybeden Yusufeli'nde dijital medya yoluyla kültürel aktarımın nasıl yapıldığı ve bu aktarımda dijital medyanın kültürel aracılık rolünün ne şekilde ortaya konduğu araştırılmıştır. Bu bağlamda bir YouTube kanalı ve Yusufeli mekânında geçen dijital bir oyun incelenmiştir. Araştırma sonucu olarak dijital içeriklerin kültürel aracılık işlevinin kentsel belleğin sürdürülebilirliğine katkı sağlayacağı bulgusu ortaya çıkmıştır.

ABSTRACT

Cultural mediation as a concept was defined and explained in the literature by Stephen Bochner in 1981. It is based on situations in which cultural elements cannot be received or even understood in an unaided, unmediated way. The concept of cultural mediation is encountered in situations such as entertainment, acculturation, the formation of regional awareness, the expression of cultural identity, the expansion of cultural gain and the transition from one social position to another. Culture, as a means of producing meaning, always needs cultural mediators to be comprehended. Since the culture of a region is formed through more than one factor, it needs written or oral mediation for interaction between other cultures. Today, thanks to the mass communication tools developed with the development of technology, new media tools serve as this mediator. How new media tools perform this cultural mediation constitutes the problem of this research. The study was conducted with the case study method. Yusufeli district of Artvin was taken as a sample. In Yusufeli, which has lost many of its urban elements due to being under the dam, it was investigated how cultural transfer is made through digital media and how digital media reveals the role of cultural mediation in this transfer. In this context, a youtube channel and a digital game set in Yusufeli were analyzed. As a result of the research, it was found that the cultural mediation function of digital content will contribute to the sustainability of urban memory.

* Trabzon Üniversitesi, Gazetecilik Bölümü, ORCID ID: 0009-00856-8013 omerfarukagduman@gmail.com

* Trabzon Üniversitesi, Gazetecilik Bölümü, ORCID ID: 0000-0001-8647-9240 syozmen@trabzon.edu.tr

Kültürel değer denildiğinde akıllara sadece tarihi eserler ve yerler gelmekte; ancak kültürel değer kavramı bunlarla sınırlandırılmayacak kadar geniş bir perspektife sahip bir kavramdır. Kültürel değerleri sıralayacak olursak, tarihi eserler ve yerlerin yanı sıra inançlar, konuşulan dil, ahlaki değerler, gündelik hayat, coğrafi koşullar ve konumlar, kullanılan gündelik araç ve gereçler ile dönemin mimari özellikleri gibi birçok unsur kültür kavramını oluşturmaktadır (Gelebek, 2020). İnsanlık tarih boyunca ekonomik, kültürel, teknolojik ve siyasal gibi pek çok alanda ciddi değişimler yaşamıştır ve bu değişim süreci insan var oldukça son bulmaksızın devam edecek; toplumlar bu değişimler ve dönüşümler içinde kendi kültürel özelliklerini gelecek nesillere ve farklı kültürlerle sahip insanlara aktarmak isteyecektir. Bunu ancak kendi döneminde bulunan iletişim ve iletişim araçları aracılığıyla yapabilmektedirler. Geriye dönüp bakıldığında, insanlığı değiştiren binlerce keşif olmuş ve bu keşifler, toplumun ihtiyaçlarını karşılayan bireyler tarafından kısa sürede kabul edilerek döneminin temel teknolojisi haline gelmiştir. Günümüzde de gelişen teknoloji, iletişim araçlarını ve kanallarını geliştirmiş, dönüştürmüş ve Yeni Medya kavramını insanların hayatlarına entegre ederek literatüre kazandırmıştır. Günümüz dünyasında spordan sanata, edebiyattan müziğe, bilim ve eğitimden kültüre her alanda pek çok süreç yeni medya araçları aracılığıyla dijital platformlar üzerinden yürütülmektedir (Koç, 2022). Bu alanların hepsi de kültürel unsurları oluşturan alanlardır. Bu durumda, literatüre Stephen Bochner tarafından kazandırılan kültürel aracılık (cultural mediation) kavramı karşımıza çıkmaktadır. "Kültürel aracılık, kültürel unsurların yarımsız, aracısız bir biçimde alınamayacağı ve hatta anlaşılamayacağı durumlar temeline dayandırılmaktadır" (Çuhadar, 2020). Literatürde müzik, etnik kimlik (Çingeneler-Romanlar) ve küresel aracı olarak Muzaffer Sarısözen gibi başlıklarda kültürel aracılık kavramı üzerine çalışmalar yapılmıştır. Bu alanlar üzerinde yapılan çalışmalar, kültür kavramının oluşumunda etkili olduğu alanların üzerinden kendisinin aktarımını yaptığını ve bu alanların aracı unsur olarak kullanıldığını ortaya koymaktadır. Bu aktarım, geleneksel iletişim araçları ile gerçekleştirilmektedir. Gelişen teknoloji, iletişim araçlarını dönüştürmüş ve yeni medya araçları kavramı altında çeşitlendirmiştir. Bu çeşitlenme ile beraber günümüzde kültür konusunu sosyal medya hesapları, YouTube ve dijital oyunlar gibi yeni medya araçları aracılığıyla işlenmeye başlamıştır. Bu platformlar aracılığıyla oluşturulan kültür temalı içerikler, farklı kültürden insanlar tarafından tüketilerek, o aktarılan içerikten beğenilen veya popüler olan bir unsuru kendi kültürel unsurları ile uyarlayarak yaşamlarına entegre etmekte ve dönüştürmektedir. Bu süreçte yeni biçimlerin ortaya çıkmasında, tarihsel süreç içinde korunup gelecek kuşaklara aktarılmasında ve yeni toplumsal kültürel dönüşümlere uygun biçimde yeniden formüle edilmesinde oynadıkları başroller, kültürel aracılık kavramı ile tanımlanabilir. Bu makale, yeni medya araçlarında yayınlanmış ve yayınlanmakta olan kentleri konu edinen içerikler aracılığıyla o kentlerin inanç ve değerlerini, kültürel özelliklerini, günlük yaşam rutinlerini, yöresel mimarisini, coğrafi özelliklerini ve yemek kültürleri gibi birçok unsuru anlamlandıran ve açıklayan kültürel aracılık kavramını ele almaktadır. Yeni medya araçları aracılığıyla insanlara sunulan kentsel içeriklerin özelliklerini, amaçlarını ve hangi unsurlara aracılık ettiğini anlamamızı sağlayacağını öne sürmektedir. Bu makalede tartışılacak konu, Artvin ilinin Yusufeli ilçe merkezinin, kemer sınıfı Türkiye'nin en büyük barajı olma sıfatını taşıyan baraj sebebiyle ilçe merkezi ve ona bağlı 10 köyün sular altında kalması nedeniyle sosyal mecralarda Yusufeli ile ilgili oluşturulmuş ve yayınlanmış içeriklerin veri analizleri ve kültürel aracılık kavramı çerçevesinde anlamlandırılmasıdır. Daha açık bir söyleyişle, bu içeriklerin kültürel araçlar olarak tanınmasını sağlayacak özelliklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bunun için ilk etapta kültürel aracılık üzerine oluşturulmuş yazından yola çıkarak bir kavramsal model ortaya çıkarılacak; daha sonra sosyal mecra içeriklerinin aracılıkla ilişkili özellikleri tartışılacaktır.

Kültürel Aracılık

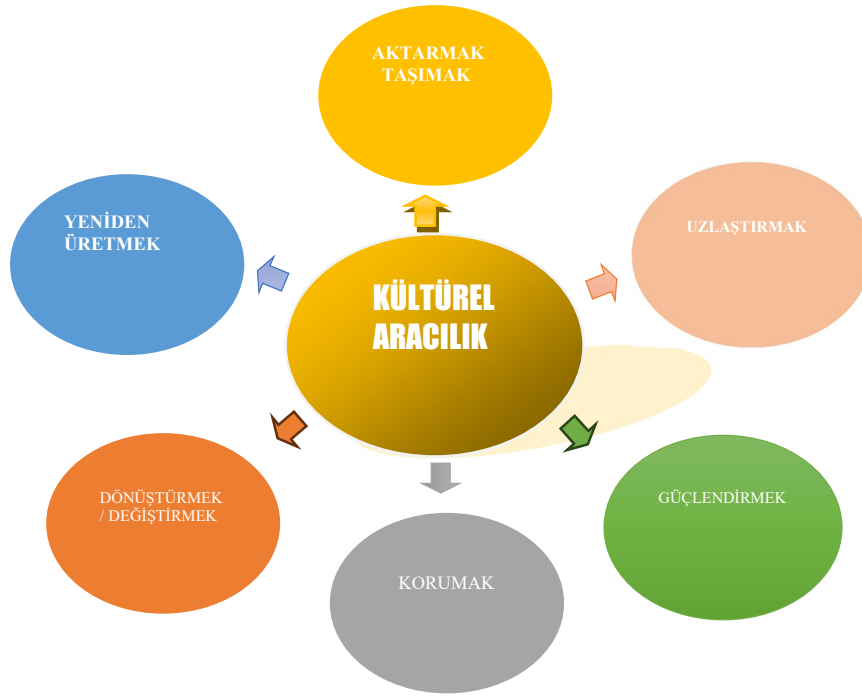
Literatürde aracılık kavramı, George Steiner tarafından işlenmiş, iki farklı dile sahip toplumu bir noktada birleştiren çevirmenleri çalışmasına almış ve dilsel aracılık kavramını işlemiştir (Katan, 2013). Kültürel aracılık kavramsal olarak ise ilk kez Stephen Bochner'ın 1981 yılında yayınladığı "Mediating Person: Bridges Between Cultures" (Aracı Kişi: Kültürler Arasındaki Köprüler) kitabında ele alınmış ve kültürün

belli araçlar tarafından aktarımının yapıldığı konusuna değinilmiştir. Ancak kavramla ilgili detaylı bir çalışma, Pierre Bourdieu'nün 1984 yılında yayınladığı "Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste" kitabında işlenmiş ve "Yeni Kültürel Araçlar" terimi türetilmiştir. Kültürel aracılık, medyanın üretim-tüketim aracılığındaki yeri ve yeni orta sınıfın oluşmasındaki etkileri üzerinden ele alınmıştır (Wynn, 2012). Bourdieu, kültürel araçları, esas olarak sanat ve medya da dahil olmak üzere kültür endüstrilerinde çalışan bir meslek olarak tanımlamaktadır (Mamun, 2013). Bourdieu, kültürel araçların ayırt edici özellikleri arasında kitle iletişim araçları üzerindeki kontrolüne ve araçların mesleklerine dikkat çekmiştir. Maguire ve Matthews'e göre ise mesleklerinden daha çok dikkat edilmesi gereken husus, kültürel araçların medyayı, kültürel içeriklerin ve daha genel anlamda orta-kalın kültürün yayılması için bir araç olarak nasıl kullandıklarıdır (Maguire & Matthews, 2010). Kültürel aracılık kavramı, medya aracılığıyla oluşturulan içerikleri hazırlayan kişileri ve kuruluşları tanımlamaktan daha fazla unsuru içinde barındırmakta ve ifade etmektedir. Fakat aracılık terimi, toplumsal hayatta bağlamı pek çok anlama gelmektedir. Aracılık kavramı, kullanım alanlarına göre anlamsal çeşitlilik gösterir. Genellikle aracılık terimi, iki karşıt veya uzak nokta arasında ortak paydayı bulma, iletişim ve diyalog alanı anlamı taşımaktadır. Aracılık, bir aracı olmadan etkileşimin mümkün olmadığı, birbirinden oldukça farklı özelliklere sahip sistemler için gerekli görülmektedir (Yükselsin, 2014).



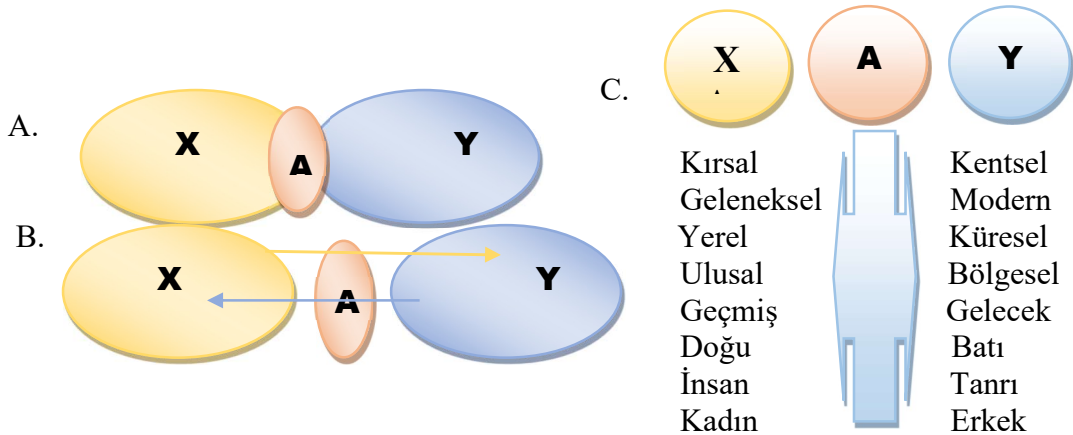
Şekil 1. İki farklı konumu (X ve Y) bağlantılayan aracılık alanı (Yükselsin, 2014).

‘Şekil 1’deki’ görselde belirtildiği üzere, iki farklı konum arasında bir kesişim noktası ve iletişim diyalog alanı sağlanmaktadır. İletişim araçlarının küreselleşmesiyle beraber yerel içerikler küresel iletilerle birleşmiş ve yönelim ve eğilimlerin yanı sıra kültürde dünyanın her bir noktasına ulaşmış, hayata dair her alan ve kesimi kapsamaya başlamıştır. Böylece yaygın hale gelen kitle iletişim araçları, kültürü, üretimi ve pazarlanması gereken bir meta haline getirmiştir. Bunun sonucunda ise toplumsal alanlarda, medya aracılığıyla kültür ihracatı başlamış ve kendini gösteren aracılık yollarını ve kişileri çeşitlendirmiştir (Kartal, 2022). Bu alanlar arasında ticaret, eğitim, spor, sağlık, diplomasi, müzik ve bu çalışmanın konusunu oluşturan kültür, bu aracı aktörlerden birkaçıdır. Bu aracılık faaliyetlerinin hepsinde eylemi gerçekleştiren kişi veya kişilerin olması gereklidir. Fakat kültürel aracının, aracılık eylemini faaliyete geçirebilmesi için iki farklı kültüre ilişkin bilgi ve beceri sahibi olması, ayrıca aracılık deneyimine sahip olması da gerekmektedir (Çuhadar, 2020). Kültürel araçlar, gündelik ya da yerel kültür pratiklerinin ihmal edildiği resmi, profesyonel bir kültür alanı içerisinde ve bu alanın çıkarları doğrultusunda faaliyet gösteren kişiler olarak tanımlanmıştır (Perry, Smith, & Warren, 2015). Kültürel aracılık, bir kültürü yeniden inşa etmekten ziyade, kültürün devamlılığını, dinamikliğini ve değiştirilebilirliğini sağlamakla kültürün yeniden üretilmesini temin etmektedir. Kültürel aracılık, eğlence, bölgesel barışın korunması, kültürel kimliğin ifadesi ve göç sonrası entegrasyon gibi belli başlı görevler üstlenmiştir.



Şekil 2. Kültürel aracılığın görevleri ve amaçları (Yükselsin, 2014).

Kültürel aracılığın amaçları arasında şekil 2’de de gösterildiği gibi ve bu makalenin de çalışma konusu olan aktarmak/taşımak, uzlaştırmak görev ve amaçları, Yükselsin’in de çalışmasında belirttiği üzere: "aktarmak/taşımak, bir kültürün kısmen ya da bütünüyle bir yerden bir yere taşınması biçimindeki mekânsallığı ya da kültürel bellek alanlarında (bireylerin biyolojik bellekleri ya da fiziksel mekânlarda) saklanarak geçmişten geleceğe aktarılması zamansallığa vurgu yapar (Yükselsin, 2014). Uzlaştırmak, iki farklı kültürel varoluş düzeyinin her birinin, karşısındaki kültüre duyduğu hoşgörüyü artırmayı, olduğu gibi, iki kültürün yeni bir varoluş düzeyinde, yeni bir ortak kültürel paydada bulunabilmelerini de amaçlayabilir. Güçlendirmek, ya sahip olunan kültürel dizgiye göre yenilerinin yaratılması ya da başka kültüre ait olanların sahip olunan dizgiye referans alınarak dönüştürülmesi yoluyla sağlanır (Yükselsin, 2014). Bu makalenin de konusunu oluşturan aktarmak/taşımak olarak adlandırılan görev, bir kültürel unsurun bir yerden başka yere, mekânsal olarak taşınmasını ifade ettiği gibi, geçmiş kuşaklardan gelecek kuşaklara aktarımını ve taşınmasını da ifade etmektedir.



Şekil 3. Bir "arayıcı" olarak kültürel aracılık (Yükselsin, 2015).

Kültürel aracılık, Şekil 3'te görüldüğü üzere karşıtlıklarla sınırlı sayılmamalıdır. Yükselin'e göre, "kültürel aracılık sadece birbirlerine zıt kutuplar ya da konumlar ve taraflar arasında bağlantı kurulması gereken bir unsur olarak düşünülmemelidir. Çünkü eğer öyle bir unsur olsaydı, birbirine zıt özne veya nesneler arasında bağlantıyı sağlayan ve anlaşmazlık çözüm yöntemi olarak arabuluculuk görevi ile sınırlı kalırdı" ifadesini kullanmıştır (Yükselin, 2015). Zıt unsurlar arasında çıkan anlaşmazlıkları değil, asıl var olan kültürün uyum ve uzlaşa ile kültürel unsurların varoluş düzeyinin bekası için geçerlidir. Kültür araçları için sosyal ve kültürel değerden ziyade ekonomik olarak olaya baktıkları düşüncesi hâkimdir. Ancak kasıtlı veya kasıtsız bir şekilde mi yaptıkları bilinmese de, kültür ve kültürel değerlere dair mevcut görüşleri pekiştirme ve yeniden üretme etkisine sahiptir. Literatüre baktığımızda, kültürel aracılık kavramı, üretim ve tüketim arasında ve ekonomi ile kültür arasında olmak üzere iki yönde çalışılmıştır (Smith & Matthews, 2012). Bu makalede ise dijital içeriklerin kültürel aracılık işlevi açısından değerlendirilerek kentsel belleğin sürdürülebilirliği tartışılmıştır.

Yeni Medya ve Kültürel Aracılık

Gelişen teknoloji, hayatın her yönünü değiştirdiği gibi medya alanını da etkilemiş, değiştirmiş ve dönüştürmüştür. Günümüzde medya, geleneksel medya ve yeni medya olmak üzere iki türde devam ettirilmektedir. Geleneksel medyada kültür araçları olarak gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçlarındaki kültür programlarının sorumluları sayılabilir (Yıldız, 2023). Yeni medya araçlarında ise CD, DVD, GPRS, GSM, internet, podcast, radyo ve web 1.0 tabanlı web siteleri yeni medya araçları iken, bloglar, YouTube, Facebook, WhatsApp, Telegram, yurttaş gazeteciliği, dijital oyun ve sosyal medya araçları olarak görülmekte ve sıradan insanların kendilerini kamusal alanda ifade edebilmeleri için mevcut olan yeni medya araçlarından birkaçıdır (Hiarvard, 2014). Bu sayede bilgi adreslenmekte ve paylaşılabilmekte, iletilere anında geri bildirim ile etkileşim daha hızlı hale gelmektedir. Bu sayede depolanan bilgi ve bilgiye erişim artmaktadır. Kartal'ın da bahsettiği gibi çoklu ortam, sanallık, etkileşimlilik, asenkron olabilmek, kitlesizleştirme, yayılım vb. nitelikleri sayesinde yeni bir iletişim modeli sunmaktadır (Kartal, 2022). Geleneksel medya ile yeni medya arasında televizyon ve radyo görüntü ve sesi eş zamanlı iletebilmesine rağmen etkileşim özellikleri göstermemekte, geleneksel telefon ise ses aktarımı dışında karşılıklı bir etkileşim barındırmamaktadır. Buna karşılık yeni nesil televizyon ve telefon, entegre ve etkileşim içinde dijital temellere dayandıkları için yeni medya kategorisinde değerlendirilmektedir (Aksoy, 2020). Yeni medya sürekli yenilenme ve dönüşüm içerisindedir ve literatürde yeni medyanın beş özelliğinden bahsedilmektedir. Bu özellikleri şöyle sıralayabiliriz: Sayısal Kodlama, Modüler Yapı, Otomatikleştirme, Değişebilirlik ve Kod Dönüşümü (Dan, 2024). Yeni medyanın bu özellikleri sayesinde bilgi hızlı bir şekilde güncellenebilmekte ve ulaşılabilen, ayrıca kalıcılığı da sağlanmaktadır. Yeni medya, bilgisayar ve kültürel olmak üzere iki katmanlıdır. İnteraktif platformda dağıtılması ve depolanması, geleneksel kültürden etkilenmekte ve kültürel içerikleri ve oluşumunu etkilemektedir. Böylece kültür ve interaktif platformlardaki içerikler, bireylerin dünyayı algılamasına da kolaylık sağlamaktadır. Yeni medya araçları, kültürel mirasın korunmasında ve kültürel değerlerin görsel, işitsel ve yazılı olarak sergilenmesinin yanı sıra bunların sanal-gerçek platformda izleyiciye ve araştırmacıya ulaştırılması için günümüz teknolojilerinin sağladığı olanaklar göz önüne alındığında oldukça büyük bir etkiye sahiptir (Muşkara, 2017). Yeni medya araçlarında gündelik yaşamlar ve kültürel tanıtımların yoğun teknolojik sunumu, bugün yeni, eğlenceli bir keyif alanı olarak görülmesine ve günlük beklentiler baz alınarak içerikler üretilmesine rağmen kuşaktan kuşağa kültürel aktarıma olanak sağlamakta, kısaca kültürel aracılık yapmaktadır. Kültürel aracılık, kültürlerin, değerlerin, bilgilerinin ve uygulamalarının bireyler ve topluluklar arasında aktarılması sürecidir. Bu süreç, farklı kültürel arka planlara sahip insanların etkileşimde bulunmasını sağlar. Kültürel aracılığın önemli bir yönü, kültürel unsurların, geleneklerin ve pratiklerin nesiller arası veya toplumlar arası olarak aktarılmasıdır. Sosyal medya bu bağlamda önemli bir araç haline gelmiştir (Ünüvar, 2024). Chen'e göre yeni medya araçlarının kültürel aracılık rolünü şu başlıklarda sıralayabiliriz:

İletişim ve Etkileşim: Sosyal medya platformları, bireylerin ve grupların hızlı ve etkili bir şekilde iletişim kurmasını sağlar. Bu iletişim, kültürel unsurların ve deneyimlerin hızla yayılmasına yardımcı olur. Örneğin, YouTube, interaktif oyunlar, Instagram, TikTok ve Twitter gibi platformlar, kullanıcıların kültürel içerikleri paylaşmasına olanak tanır.

Kültürel Farkındalık: Sosyal medya, farklı kültürlerin tanıtılmasını ve anlaşılmasını kolaylaştırır. Kullanıcılar, dünyanın farklı yerlerinden gelen içeriklere erişim sağlayarak kültürel çeşitliliği deneyimleme imkânı bulur. Bu, hoşgörü ve kültürel anlayışın artmasına katkıda bulunur.

Kimlik İnşası: Kullanıcılar sosyal medya üzerinden kendi kimliklerini oluşturur ve bu kimliklerini başkalarına tanıtır. Bu süreç, bireylerin kültürel kimliklerini ifade etmelerine ve standart kültür normlarından sapmalarına olanak tanır. Örneğin, gençler belirli bir müzik tarzını veya yaşam biçimini benimseyebilir ve bu durumu sosyal medya aracılığıyla yayabilir.

Kültürel Üretim ve Tüketim: Sosyal medya, kullanıcıların içerik üretimini kolaylaştırır. Kullanıcılar, kendi kültürel içeriklerini oluşturabilir, paylaşabilir ve tüketebilir. Bu durum, geleneksel medya üretim süreçlerinin ötesinde bir katılımcılık sunar ve kültürel ürünlerin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlar.

Küreselleşme ve Yerelleşme: Sosyal medya, küresel kültürlerin yayılmasını teşvik ederken, yerel kültürlerin de yeniden yorumlanmasına ve güçlenmesine olanak tanır. Yerel gelenekler ve uygulamalar, sosyal medya aracılığıyla küresel platformlarda sergilendiğinde, bu geleneklerin yeniden değerlendirilmesine ve modernize edilmesine yol açabilir. (Chen, 2012).

Kültürel aracılık, sosyal medya araçlarıyla desteklenerek daha dinamik ve etkili bir hale gelmiştir. Sosyal medya, bireylerin ve toplulukların kültürel etkileşimini artırarak, kültürel çeşitliliğin korunmasına ve yeni kültürel formların ortaya çıkmasına katkıda bulunur. Bu platformlar, kültürel bilgi aktarımının yanı sıra kimlik inşası, toplumsal cinsiyet rolleri, davranışsal normlar ve sosyal adaletsizlik gibi konularda da önemli bir rol oynamaktadır. Ancak, bu araçların sağladığı fırsatların yanı sıra yanlış bilgi yayılımı, kültürel sömürü ve kültürel homojenizasyon gibi olumsuz etkileri de göz önünde bulundurulmalıdır. Bununla birlikte, yeni medya araçlarına kültürel araçlar rolü ve üretim ilişkilerindeki çalışma alanına ve kültür temasına beceri ekseninde bakıldığında, yeni bir dijital iş modeli olduğu ve kazancı bir beceri alanı olarak tanımlayan açıklamalar dikkat çekmektedir (Binark, 2023). Medya araçlarındaki etkileşim, bağımsız ve coğrafi olarak yayılmış kültürel üretimi aktarmayı ve dağıtmayı mümkün kılmaktadır.

Dijital Kültürel Miras

Günümüzde teknolojinin gelişmesi her alanda değişim ve dönüşüme neden olmuştur. Bu değişim ve dönüşümden iletişim alanı da kendi payına düşeni almış, dönüşmüş ve değişmiştir. Bu değişimlerin en başında bilgisayar ve internetin hayatımıza girmesi diyebiliriz. Bilgisayar ve internetin bireylerin hayatına nüfuz etmesiyle değişim başlamış, yeni bir kültür süreci olarak dijital kültür kavramının hayatımıza ve literatüre girmesine sebep olmuştur. Dijital kültür, literatürde siber kültür, elektronik kültür, internet kültürü, sanal kültür ve enformasyon kültürü gibi birçok farklı isimde karşımıza çıkmaktadır (Öztemiz, 2016). Ama genel olarak insanların duygu ve düşüncelerini, iletişim kurma biçimlerini, değer yargılarını ve toplum kültürünü önemli ölçüde şekillendiren bir kavram olarak tanımlanmaktadır. UNESCO, “dijital miras kavramını, kültürel mirasın dijital forma dönüştürülmüş bilgi nesneleri hali olup, içerisinde; metinler, veri tabanları, durağan ve hareketli görüntüler, ses, grafik, yazılım ve web sayfalarının yanı sıra geniş ve büyüyen bir format yelpazesi bulunur” diye tanımlamıştır. Dijital kültürel miras, tarihsel, sanatsal veya bilimsel değer taşıyan kültürel varlıkların dijital ortamda temsil edilmesi ve korunması sürecini ifade eder. Bu süreç, kültürel çeşitliliği artırmakta ve toplumların kültürel kimliklerini korumalarına yardımcı olmaktadır (Smith & Matthews, 2012). Günümüzün dijital kültürel miras nesne değerleri, BT destekli dijital formlarda internet ortamına taşınarak korunmakta ve açık erişim olarak kullanıcıların hizmetine sunulabilmektedir. Kültürel dijitalleşme, kültürel faaliyetlere önemli faydalar sağlamaktadır (Büyükkuru, 2023). En önemli özelliği ise geçmiş ile gelecek arasında bağ kurarak kültürü yeniden yorumlama ve kültürel mirasın nesnel verilerle korunarak arşivlenmesine ve gelecek kuşaklara aktarılmasında ciddi katkı sağlamasıdır. Bunu da kültür unsurlarının YouTube,

oyunlar ve sosyal medya hesapları yoluyla dijital platformlara taşınması ile gerçekleştirmektedir. Dijitalleştirme sayesinde kültürel miras unsurları, dünyanın her yerinden insanlar tarafından internet erişimi sayesinde çevrimiçi olarak görüntülenebilmektedir (Büyükkuru, 2023). Teknolojinin bu imkânı sayesinde kültürel unsurlar dünya çapında yaygınlaştırılarak erişilebilirliği artmakta ve bu sayede kültürel unsurlara ilgi artmakta ve kültürel mirasın sürekliliği sağlanmaktadır. Dijital kültürel miras, kültürel varlıkların dijital ortamda korunması, erişimi ve paylaşımını ifade eder. Bu kavram, kültürel mirasın dijital teknolojiler aracılığıyla belgelenmesi ve yeniden üretimini içerir. Dijital kültürel miras, tarihi belgeler, sanat eserleri, anıtlar ve diğer kültürel unsurların dijital formatlarda sunulmasıyla birlikte, bu varlıkların daha geniş kitlelere ulaştırılmasını sağlar. Dijital kültürel mirasın önemi, yalnızca korunma ve erişim sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda eğitim, araştırma ve kültürel etkileşim için yeni olanaklar sunmasıdır (Koç, 2022). Sonuç olarak, dijital kültürel miras, modern toplumun kültürel kimliğinin bir parçası olarak önemli bir yere sahiptir. Onun korunması, gelecek nesillere aktarılması ve toplumların kültürel zenginliklerinin paylaşılması, dijital çağda insanlığın en önemli meselelerinden biridir. Dijitalleşme, literatürde genel olarak kültürel ve tarihsel teoriye bir meydan okuma olarak yorumlanmaktadır. Kültürel ve tarihsel çerçevede dijital medya, çeşitli yönlerine ilişkin olası araştırma yönleri günümüzde hâlâ tartışılmaktadır.

Araştırma Yöntemi

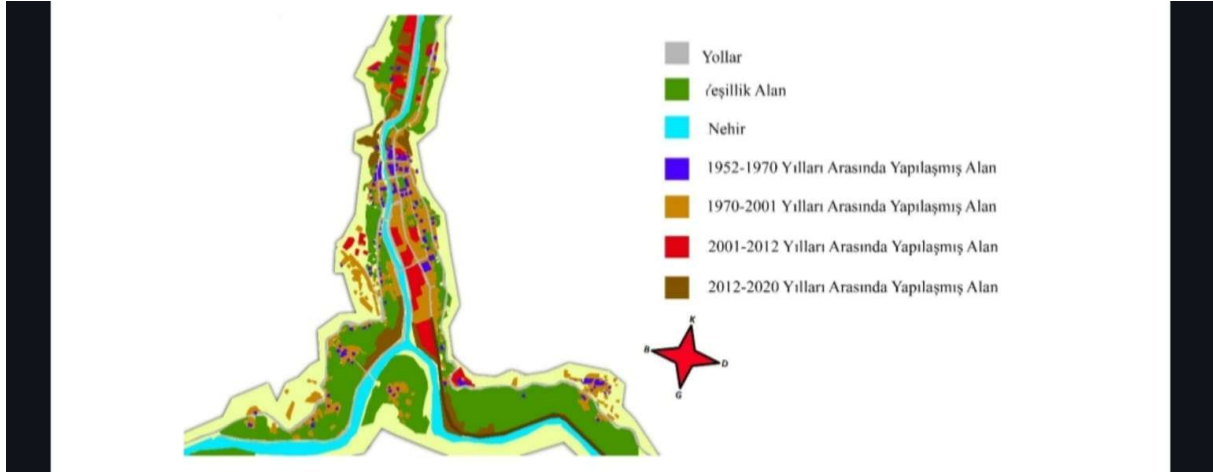
Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi kullanılmıştır. Çalışmanın örneklemi, amaçlı örneklem ile belirlenmiş ve bu bağlamda biricik örnekleme ile Artvin'in Yusufeli ilçesi seçilmiştir. Araştırmada, dijital miras kapsamında değerlendirilebilecek Yusufeli'ne ait bir YouTube videosu ve bir dijital oyun içeriği incelenmiştir.

Yusufeli

Yusufeli ilçe örneğine bakıldığında, Bakır Devri'ne ait kalıntılar, Yusufeli'nin Anadolu'nun en eski yerleşim yerlerinden biri olduğunu göstermekte ve sırasıyla Hurri Devleti, Hayaşa Krallığı, Urartu, İskit İmparatorluğu, Pers İmparatorluğu, Roma İmparatorluğu, Kolheti Krallığı gibi devletler Yusufeli'nde yerleşim yeri kurmuşlardır. Sonrasında Osmanlı Devleti kazalarından biri olmuştur (Torun, 2021). Yusufeli, ilk zamanlarda Erzurum iline bağlı Kiksim kazası olarak tarih sahnesine çıkmıştır. Ankara ilinin Keskin kazası arasında postaların karışmasından dolayı 6 Mayıs 1914 yılında Yusuf ili adını almıştır. Yusuf ili adı, 'Şehzade Yusuf İzzeddin Efendi'nin' adına istinaden verilmiş olup "Yusuf'un diyarı" anlamına gelir. O tarihteki ilçe merkezi Ersis olarak kalmış ve zamanla Yusufeli adını almıştır. 1926 yılına gelindiğinde, Yusufeli ilçesi Erzurum ilinden alınıp Artvin iline bağlanmış ve ilçe merkezi Ersis mevkisinden Öğdem mevkiine taşınmış, yaklaşık 25 yıl boyunca ilçe merkezi olmaya devam etmiştir. 11 Şubat 1950 yılına gelindiğinde ise ilçe merkezi Öğdem mevkiinden Ahalt mevkiine nakledilmiş olup, nüfusun artmasıyla ilçe merkezi genişlemiş ve 2020 tarihine kadar Vecenkent mevkiinde ilçe merkezi kalmıştır. Yusufeli Barajı sebebiyle 2020 tarihinde ilçe merkezi, eski ilçe merkezinin yukarısındaki Yansıtıcılar mevkiine taşınmıştır. Bu bilgilere ilçe halk kütüphanesinden ulaşılmış olup, çoğu yazılı kaynaklardan oluşmaktadır. Eski tarihine ait dijital kaynak yok denecek kadar azdır.



Şekil 1. Yusufeli ve yeni yerleşim yerinin konum tespiti. Görselleştirmede Türkiye siyasi haritası, Yusufeli ilçe merkezinin eski nazım planı ve Yusufeli'nin yeni yerleşim yeri imar planından yararlanılmıştır. Üstteki görsel, Alptekin Torun'un makalesinden alınmıştır.



Şekil 2. Yusufeli'nin yıllara göre morfolojik yapısındaki değişim. Üstteki görsel, Alptekin Torun'un makalesinden alınmıştır.



Şekil 3. Yusufeli'nin kent imgeleri. Üstteki görsel, Alptekin Torun'un makalesinden alınmıştır.

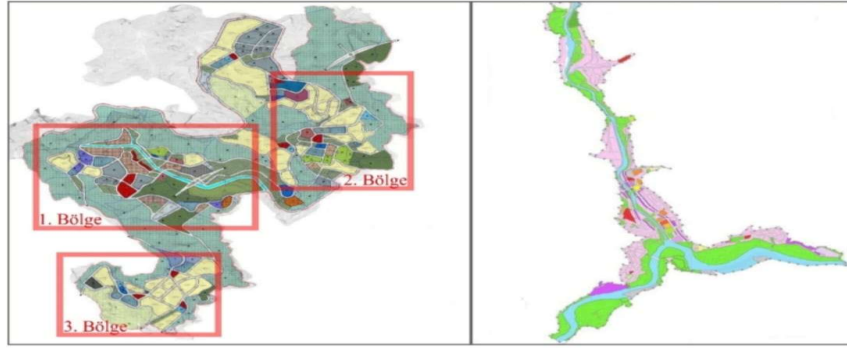
Yollar: Ahalt Mahallesi, Kazahora Mahallesi, Vecanget Mahallesi, Lise Yolu, Eski Çarşı Yolu, Beton Köprü, Sallanan Köprü.

Odak noktaları: Hükümet Konağı ve etrafı, Ziraat Bankası ve civarı, Halitpaşa Okulu, Birleşim (Barhal Çayı ve Çoruh Nehri'nin birleştiği nokta), terminal, lise etrafı ve sinema.

Nirengi Noktaları: Ziraat Bankası, Merkez Camii, Kavaklar, Birleşim, Hastane.

Bölgeler: Eski Çarşı, İnönü Caddesi (Lise Caddesi), Hükümet Konağı çevresi ve Sarıgöl Caddesi çevresi.

Sınırlar: Çoruh Nehri, dağlar.



Şekil 4. Yusufeli'nin yeni yerleşim yeri nazım imar planı ve eski Yusufeli'nin imar planı.

Yusufeli yeni ilçe merkezi 1. Bölge, 2. Bölge, 3. Bölge ve 4. Bölge diye bölümlere ayrılmış ve bölgeler kendi içinde etap adı verilen mahalle tarzında birimlere ayrılmıştır. Şehir mimarisi üç farklı tip bina şekli kullanarak, farklı bir mimari şekil olmaksızın, bütün binalar aynı mimari tarzda yapılmıştır. Şehrin merkezi 1. Bölgeye konumlandırılmış; araba ile diğer bölgelerden 5 dakika mesafede, yürüme olarak ise 15-20 dakika mesafededir.

Bir Aracılık Ritüeli Olarak Yusufeli YouTube İçerikleri

YouTube'un kültürel ve sosyal değerini kazandıran sosyal ağındaki katılımcılardır. Türkiye'de en çok ziyaret edilen sosyal medya platformları arasında ikinci sırada yer almaktadır. YouTube içeriklerini oluşturan videolar, eski ve yeni televizyon şovlarından filmlere, kültürel içeriklere, oyun ya da müzik videolarına uzanan profesyonel ve amatör video içeriklerinin bir arada bulunduğu bir çeşitliliğe sahiptir. YouTube sosyal medyasını medya holdingleri, televizyon istasyonları, sanatçılar, aktivistler, kültür kurumları, hayran toplulukları, amatör medya üreticileri, politikacılar, haber kuruluşları vb. birçok kesimden kurum, kuruluş ve topluluk kullanmaktadır (Subaşı, 2021). YouTube içeriklerinin çeşitliliği gibi kullanıcıları da bir o kadar çeşitlidir. Mobil oyunlar da kültürel mirasın dijitalleşmesinde önemli bir sorumluluk üstlenmiştir. Bu çalışmada baraj sebebiyle su altında kalan Yusufeli ilçe merkezinin "Kerem Gök" kanalı örnek olay konusu olarak incelenmiştir. Yusufeli ilçe merkezinin sular altında kalmasıyla alakalı birçok YouTube kanalı içerik oluşturmuştur. Fakat Kerem Gök YouTube kanalının araştırma kapsamında değerlendirilmesi, daha çok kitleye sahip olması ve içerik olarak evrensel bir kanal olması göz önünde bulundurularak yapılmıştır.

Araştırmaya konu olan YouTube içeriği Kerem Gök tarafından üretilmiştir. 1991 yılı doğumlu olan Gök, 2010 yılından beri çeşitli dergilerde yazı kaleme almaktadır. 2015 yılında Türk Sivil Havacılık Tarihine Damgasını Vuran Uçak Kazaları isimli ilk kitabını yayımlamıştır. Bu, Türkiye'nin ilk uçak kazaları kitabıdır. 2016 yılında YouTube yayıncılığına başladı. 2018 yılında YouTube yayıncılığının arka planını anlattığı Bir YouTube Masalı isimli ikinci kitabını yayımlamıştır. Gök, kendi adını taşıyan "Kerem Gök" isimli bir YouTube kanalına sahiptir. 2025 yılı itibarıyla kanalı 729 bin takipçiye sahiptir. Yusufeli ilçe merkezi, yapılan baraj sebebiyle su altında kalması nedeniyle Yusufeli ilçe merkezine iki sefer gelip YouTube kanalı için iki adet video içeriği oluşturmuştur. 22 Aralık 2022 tarihinde oluşturduğu "Yusufeli Barajı Suları Altında Kalacak İlçede 1 Gün!" adlı ilk video içeriğinde barajın su tutma işleminin yeni başladığını ve kademe kademe Yusufeli ilçe merkezine olan yerlerin sular altına kalarak suların ilerlemeye başladığını belirtmiştir. Yusufeli merkezi ilçe sakinleri, yeni ilçe merkezine taşınma sürecinde olup eski ilçe merkezinde ikamet etmeye devam etmektedir. YouTube kanalı sahibi Kerem Gök, 21:06 dakikalık video içeriği oluşturmuş ve bu video içeriğinde eski ilçe merkezini kayıt altına almıştır. Yusufeli ile alakalı ilk video içeriği 893 bin izlenme almıştır. Kaldığı süre zarfında eski ilçe merkezinde halkla iletişim içinde olmuş ve günlük yaşamını eski ilçede geçirmiştir. İkinci video içeriği "Baraj Suları Altında Kalan Yusufeli'ni Botla Dolaştık!" adlı 04 Nisan 2023 tarihinde oluşturulmuş ve 793 bin izlenme almıştır. Video içeriğinin başında kendisinin de Yusufeli'de anıları olduğunu ve kısa

zamanda da olsa bunun onu üzdüğünden bahsetmekte ve ilk video içeriğinde çektiği yerleri bot ile su üstünden çekmiştir.



Şekil 1. Kerem Gök YouTube kanalı Yusufeli Barajı Suları Altında Kalacak İlçede 1 Gün! Video içeriği resim 1,2,3,4.

Resim 1: Yusufeli eski ilçe girişi. **Resim 2:** Yusufeli güreş sahası. **Resim 3:** Yusufeli eski pasaj adı verilen bölge. **Resim 4:** Yusufeli belediye çay parkı.



Şekil 2. Kerem Gök YouTube kanalı, "Yusufeli Barajı Suları Altında Kalacak İlçede 1 Gün!" video içeriği, resim 5, 6, 7 ve 8.

Resim 5: Yusufeli, eski yerleşim merkezinin içinden geçen Çoruh Nehri'ne sahiptir.

Resim 6: Yusufeli eski ilçe merkezi, Dükkanlar Caddesi'dir.

Resim 7: Yusufeli'nde, eski pasajda bulunan tarihi asma köprü.

Resim 8: Yusufeli eski ilçenin yukarıdan görünümü.

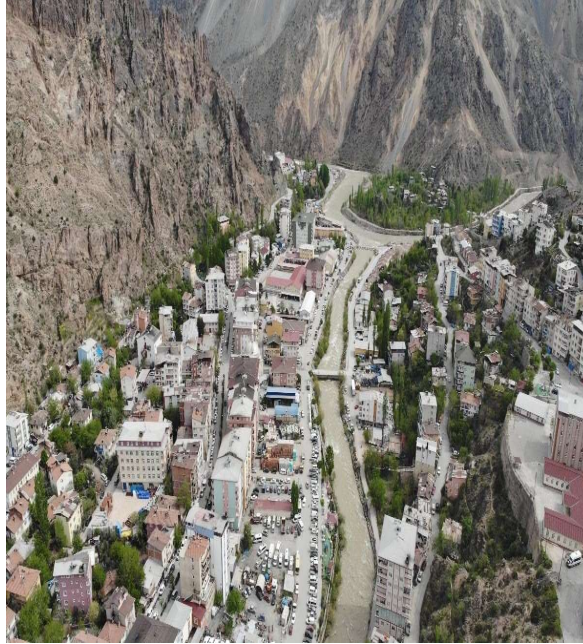
Gök tarafından yayınlanan içerikler, eski Yusufeli'ni betimleyerek dijital miras oluşturmakta ve o zamanki yaşantıları da ortaya koyarak kültürel aktarımı sağlamaktadır.

Bir Aracılık Ritüeli Olarak Yusufeli Dijital Oyun İçerikleri

Yeni teknolojilerin, özellikle yapay zekâ ve sanal gerçeklik uygulamalarının, dijital kültürel mirasın korunması ve sergilenmesindeki rolü giderek artmaktadır. Bu teknolojiler, kullanıcı deneyimini zenginleştirirken, mirasın etkileşimli yollarla sunulmasını mümkün kılmaktadır (Patel, 2019). Oyunlar aracılığıyla kültürel unsurların daha geniş kitlelere tanıtılmasına ve korunmasına katkı sağlamaktadır. Oyunlar, Büyükbaykal ve Cansabucu'ya göre, "tarihi yerlerin, geleneksel kıyafetlerin, yerel yemeklerin ve diğer kültürel öğelerin bulunduğu mobil oyunlar, insanları bu kültürel öğeler hakkında bilgilendirmekte ve bu kültürleri daha da yaygınlaştırmaktadır" (Büyükbaykal, 2020). Böylelikle, mobil oyunlar dünya genelinde milyarlarca kişi tarafından oynandığı göz önüne alındığında, kültürel mirası daha geniş bir kitleye tanıtmayı sağlamaktadır. Kültürel aracılık kavramının araçlarından biri olan dijital medya, daha etkin ve kesin bir kültür aracılığına imkân sağlamaktadır.

Flight Simulator Oyun

Asobo Studio tarafından 2020 yılında geliştirilmiş ve yayıncılığını Xbox Game Studios'un yaptığı Flight Simulator, bir uçak simülasyon oyunudur. Bing haritalarından aldığı uydu görüntülerini okuyarak binaları, ormanları, yolları, denizleri ve neredeyse bütün bir araziye baştan aşağı sanal dünyaya aktarmaktadır. Bu sayede Flight Simulator'da uçarken kendi şehrinizin, mahallenizin ve hatta evinizin üzerinden geçebilmenize olanak sağlamaktadır. Ayrıca oyuna birçok doğal güzellik ve sembolik mimari eser eklenmiş, yaşadığınız coğrafyayı gerçeğine en yakın şekilde oyunun içine aktarmaktadır. Fakat Flight Simulator, oyun araştırma kapsamında değerlendirilmesi, daha çok oyuncu kitlesine sahip olması ve dijital oyun kategorisinde evrensel bir oyun olması göz önünde bulundurularak alınmıştır.



Şekil 1. Flight Simulator adlı oyun, Yusufeli'nin eski merkezi bölümü ile eski yerleşim yerlerini gösteren bir görseldir.

Bu oyun, eski Yusufeli'ni yukarıdan kuşbakışı göstermekte; şehir düzeni, yerleşimi ve hayatına ilişkin verilerle dijital bir miras olarak kentin kültürel aktarımına katkı sağlamaktadır.

Sonuç

İnternet ile gerçek mekânın yakınlaşmasıyla yeni kültürel aracılık ve katılım biçimleri ortaya çıkıyor. Kültürel arşivleri birbirine bağlama, karma gerçeklik iletişim alanları yaratma ve ağ bağlantılı ortamlarda bilgi keşfi için "insan merkezli etkileşim" yönündeki mevcut eğilimler, kültürel iletişime ilişkin birçok varsayımı zorluyor. Hem bilimsel araştırmalarda hem de daha geniş kamusal tartışmalarda, çağdaş kültürel ve sosyal meseleler üzerinde olumlu ve olumsuz derin etki, internet ve yeni medya araçlarına atfedilmektedir. Yeni medyanın hem küresel siyasi güç hem de samimi insan ilişkileri düzeyinde kültür ve toplumu ya devrim yaratan ya da önemli ölçüde dönüştüren bir araç olduğu kabul

ediliyor. Bloglar, YouTube, yurttaş gazeteciliği, dijital oyun ve sosyal medya, sıradan insanların kendilerini kamusal alanda ifade edebilmeleri için mevcut olan yeni medya araçlarından birkaçıdır. Yeni medya araçlarında gündelik yaşamlar ve kültürel tanıtımların yoğun teknolojik sunumu, bugün yeni, eğlenceli bir keyif alanı olarak görülmesine ve günlük beklentiler baz alınarak içerikler üretilmesine rağmen, kuşaktan kuşağa kültürel aktarıma olanak sağlamakta, kısaca kültürel aracılık yapmaktadır. Yeni medya iletişim araçlarından bazıları olan YouTube ve dijital oyun içeriklerindeki kültürel miras aktarımı konusunda yeni medyanın kültürel aracılık kavramı üzerinden değerlendirilmesine odaklanılan bu çalışmanın ortaya çıkardığı birkaç sonuç vardır. Günümüzde bu yeni medya araçlarından gelir elde etmek amacıyla içerik üreten ve yayımlayan içerik üreticileri, kültür unsurlarını sundukları toplulukların bir arada yan yana yaşamalarını sağlayan uzlaşma kültürünün oluşması ve sürdürülmesi bakımından oldukça değerlidir. Yeni medya içerik üreticilerinin ürettikleri içerikler aynı zamanda bir aracılık hizmetidir. Bu hizmet, başta gelir elde etme amacı kaygısı güderek bir dijital iş modeli olarak görülmüş olsa da, kültürel kimliğe ilişkin tanımlayıcı değerlerin korunması, bazılarının eskitilmesi ya da yenilerin katılması biçiminde değişim, dönüşüm ve aktarım görevini üstlenmektedir. Yeni medya içerik üreticilerinin kültürel aracılıkları sadece iki kültür arasında değil, genellikle aynı anda birçok kültür arasında aracılık etmek üzere kuruludur. Bu nedenle onların aracılıkları çok kültürlüdür. Yeni medya araçlarında aynı yer ile ilgili farklı içerik üreticileri tarafından farklı oluşturulan kültür ile alakalı içerikler, aracılık roller üzerinden değerlendirildiğinde bireysel değil, kolektif bir aracılık olarak görülmelidir. Bir bakıma en az takipçiye sahip ve daha az kitle tarafından takip edilen içerik ve içerik üreticileri bile bu iş birliğine katkıda bulunur ve yeri geldiğinde kültürel aracılığı tek başına sırtlanır. Bu çalışma kapsamı ve literatür değerlendirmesinden de anlaşılacağı üzere doğa unsurları ve kültürel değerler zamanla insan veya doğal afet sonucunda yok olabilmekte ve geleceğe aktarılamamaktadır. İletişim araçlarının gelişmediği dönemlerde anlatılar aracılığıyla kesin bir bilgi içermeyen geleceğe aktarım yapılmıştır. Fakat geçmiş dönemlerde anlatıların ne kadarının günümüze ulaşabildiği veya ulaşanların ne kadar doğru olduğuna kesin bir yargı bulunmamaktadır. Bunun en büyük nedenleri arasında geçmişin anlatımını yapan ve onu bilen kişilerin ani sebeplerden yaşamlarını yitirmeleri nedeniyle günümüze ulaşamamasıdır. Teknolojinin gelişimi ile iletişim araçlarının gelişmesi üzerine gelişen yeni medya araçları aracılığıyla kültürel unsurların, doğru bir bilgi içinde kalıcı olarak korunması ve gelecek kuşaklara aktarılmasında en büyük imkân ve kolaylık sağlamakla birlikte, kentsel belleğin kalıcı olması ve sürdürülebilirliğine imkân tanımakta ve kültürel aracılık yapmaktadır. Bu çalışma, tam da bu nedenle yeni medya araçları üzerinden kültürel aracılık kavramını yeniden ele almaktadır. Kavramın tekrar tekrar farklı yönleriyle sorgulanması ve araştırılması, iletişim bilimlerine önemli katkılar sağlayacaktır.

Kaynakça

- Maguire, J., & Matthews, J. (2010). Cultural Intermediaries and the Media. *Sociology Compass*, 405-416.
- Aksoy, Z. (2020). Kültürlerarası Yeni Medya: Sosyal Medyanın Kültürlerarası İletişim Üzerine Algılanan Etkileri. *Sosyal Bilimler Enstitüsü E- Dergisi*, 126-144.
- Binark, M. &. (2023). Türkiye Müzik Endüstrisinde Platformlar ve Algoritmik Kürasyonun Yeni Kültürel Aracılık Rolü-Que Vadis. *Kültür Ve İletişim Dergisi*, 108-141.
- Büyükbaykal, C. I. (2020). Türkiye'de Yeni Medya Ortamı ve Dijital Oyun Olgusu. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 1-9.
- Büyükkuru, M. (2023). Kültürel Mirasın Aktarımında Dijital Teknolojilerin Kullanımı. *SBE Dergisi*, 133-150.

- Chen, G. M. (2012). The Impact of New Media on Intercultural Communication in Global.
- Çuhadar, B. U. (2020). Stratejik Bir Eylem Olarak Kültürel Aracılık: İzmirli Balkan Müzik Grupları Sakoband ve Shukar Muzika. *Balkan Müzik ve Sanat Dergisi*, s. 115-131.
- Dan, İ. M. (2024). Yeni Medya Bağlamında Türkiye'de Dijital Platformlar: Kullanım Alışkanlıkları ve Tercih Nedenlerinin Analizi. *Yök Tez*, 1-89 .
- Gelebek, E. (2020). Gündelik Kültür Oluşturmada Yeni Medya Araçlarının Rolü: YouTube Örneği. *Yök Tez*, s. 1-127.
- Hiarvard, S. (2014). Aracılıktan Medyalaştırmaya: Yeni Medyanın Kurumsallaşması. s. 1-18.
- Kartal, D. (2022). Yeni Medya ve Yeni Medya Reklamcılığı Bağlamında Kültürel Aracılığın Dönüşümü. *Yök Tez Yüksek Lisans Tezi* , 1-69 .
- Katan, D. (2013). Kültürel Arabuluculuk. *The Handbook Of Translation Studies*. s. 84-91.
- Koç, R. (2022). Dijitalleşen Kültür Ya Da Kültürün Dijitalleşmesi: Dijital Kültür Kavramı. *Motif Akademi HalkBilmi Dergisi*, s. 500-513.
- Mamun, A. R. (2013). Cultural Intermediaries And Consumer Culture Academia. s. 1-9.
- Muşkara, Ü. (2017). Yeni Medyanın Kültürel Miras Konulu Uygulamaları. 89-110.
- Öztemiz, S. (2016). Türkiye'de Dijitalleştirilen Kültürel Miras Ürünlerine Açık Erişim: Bir Model Önerisi. *Yök Tez* , 1-150 .
- Patel, S. (2019). The Impact of Technology on Digital Cultural Heritage. *Heritage Science*, s. 1-19.
- Perry, B., Smith, K., & Warren, S. (2015). Revealing and re-valuing cultural intermediaries in the 'real' creative city insights from a diary- keeping exercise . *European Journal of Cultural Studies*, 724-740.
- Smith , J. M., & Matthews, J. (2012). Are we all cultural intermediaries now? An introduction to cultural intermediaries in context. *European Journal of Cultural Studies*, 551-562.
- Subaşı, S. T. (2021). Katılımcı Kültür Tartışmaları Bağlamında YouTube: Eleştirel Bir Değerlendirme. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 1-20 .
- Torun, A. (2021). BATIK KENTİN HARİTASI; YUSUFELİBatık Kentin Haritası: Yusufeli'nin Kent Kimliğindeki Değişimler. *Kent ve Çevre Araştırmaları Dergisi*, 56-80.
- Ünüvar, H. (2024). Kültürel Aracılık Çalgı Yapımcısı ve Çalgı: Bağlama Çalgısının Kesik Saz'a Dönüştürülmesi. *International Journal of Social Sciences*, s. 123-141.
- Wynn, J. R. (2012). Guides Through Cultural Work: A Methodological Framework For The Study Of Cultural Intermediaries. *Cultural Sociology*, s. 336-350.
- Yıldız, B. (2023). 21. YÜZYILDA KİTLESEL SÜRÜK21. Yüzyılda Kitlesel Sürüklenmede Yeni Medyanın Kullanımı. *Yök Tez Yüksek Lisans Tezi*, 1-118.
- Yükselsin, İ. Y. (2014). Kültürel Aracılık, Romanlar (Çingeneler) ve Müzik: Bir Rumeli Halk Ezgisinin Kırkpınar Güreş Havasına Dönüştürülmesi Örnekolayı. *Uluslararası Sosyal Araştırmaları Dergisi*, s. 713-730.
- Yükselsin, İ. Y. (2015). Bir 'Kültürel Aracı' Olarak Muzafer Sarısözen ve Erken Cumhuriyet Döneminde 'Türk Halk Müziği'nin Yeniden İnşasındaki Rolü. *Yedi Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, s. 77-90.