

**MEDYA  
KÜLTÜR**

# **MEDYA ve KÜLTÜR**

Kültürel Çalışmalar ve Medya Dergisi

The Journal of Cultural Studies and Media

Cilt/ Volume:2 Sayı/Issue:2 Yıl/Year: 2022

# MEDYA ve KÜLTÜR

Kültürel Çalışmalar ve Medya Dergisi

Akademik Dergi  
Cilt 2 - Sayı 2 - Aralık 2022

## MEDIA & CULTURE

The Journal of Cultural Studies and Media

Academic Journal  
Volume 2 - Issue 2 - December 2022

ASOS  
indeks



INDEX COPERNICUS  
INTERNATIONAL

ADVANCED SCIENCE INDEX  
EUROPEAN SCIENCE EVALUATION CENTER

ISSN: 2791 - 6979

---

Medya ve Kültür, yılda iki sayı yayımlanan (Haziran ve Aralık) uluslararası hakemli bir dergidir. Yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarına/yazarlarına aittir.

### Yayın Türü

Altı Aylık Süreli Yayın

### Adres

Sakarya Üniversitesi Kültürel Çalışmalar Merkezi M2 Binası Kat 3  
Serdivan/SAKARYA  
+90 0264 295 70 19

<http://medyavekultur.com/>  
[medyavekultur@sakarya.edu.tr](mailto:medyavekultur@sakarya.edu.tr)

---



## MEDYA ve KùLTÜR

Kùltürel Çalışmalar ve Medya Dergisi

**Sakarya Üniversitesi Adına İmtiyaz Sahibi**  
Prof. Dr. Hamza Al (Rektör)

**Baş Editör**  
Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL

**Editör**  
Doç. Dr. İsmail AKDOĞAN

**Kıtap İnceleme Editörü**  
Doç. Dr. Üyesi Mikail UĞUŞ

**Dil Editörü**  
Dr. M. Fatih ADIGÜZEL

**Türkçe Dil Editörü**  
Arş. Gör. Dr. Muzaffer Musab YILMAZ

**Tasarım**  
Arş. Gör. Furkan SÜRÜN

**Alan Editörleri**  
Prof. Dr. Ahmet KOYUNCU  
(Necmettin Erbakan Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ahmet GÖKÇEN  
(Samsun Üniversitesi)  
Doç. Dr. Hediyeullah AYDENİZ  
(Marmara Üniversitesi)  
Doç. Dr. Murat ŞENTÜRK  
(İstanbul Üniversitesi)  
Doç. Dr. Mustafa BOSTANCI  
(Sakarya Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Muhammed Veysel BİLİCİ  
(Kırklareli Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Ziya GÖKÇEK  
(Marmara Üniversitesi)

**Danışma Kurulu**  
Prof. Dr. Ali Murat YEL (Marmara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Arvind Singhal (The University of Texas)  
Prof. Dr. John Keane (University of Sydney)  
Prof. Dr. Martin Stokes (King's College London)  
Prof. Dr. Mustafa Kemal ŞAN  
(Sakarya Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mutlu BİNARK (Hacettepe Üniversitesi)  
Prof. Dr. Peyami ÇELİKCAN (İstinye Üniversitesi)  
Prof. Dr. Robert Doyle (Harvard University)  
Prof. Dr. Yücel Bulut (İstanbul Üniversitesi)  
Doç. Dr. Muhammed HÜKÜM (Sakarya Üniversitesi)  
Doç. Dr. Adem BAŞPINAR (Kırklareli Üniversitesi)  
Dr. Rana Raddawi (Northwestern University)

**Owner on behalf of Sakarya University**  
Prof. Dr. Hamza Al (Rector)

**Chief Editor**  
Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL

**Editor**  
Assoc. Prof. İsmail AKDOĞAN

**Book Review Editor**  
Assoc. Prof. Mikail UĞUŞ

**Language Editor:**  
Dr. M. Fatih ADIGÜZEL

**Turkish Language Editor**  
Res. Assist. Dr. Muzaffer Musab YILMAZ

**Design**  
Res. Assist. Furkan SÜRÜN

**Section Editors**  
Prof. Dr. Ahmet KOYUNCU  
(Necmettin Erbakan University)  
Assoc. Prof. Ahmet GÖKÇEN  
(Samsun University)  
Assoc. Prof. Hediyeullah AYDENİZ  
(Marmara University)  
Assoc. Prof. Murat ŞENTÜRK  
(İstanbul University)  
Assoc. Prof. Mustafa BOSTANCI  
(Sakarya University)  
Asst. Prof. Dr. Muhammed Veysel BİLİCİ  
(Kırklareli University)  
Asst. Prof. Dr. Yusuf Ziya GÖKÇEK (Marmara University)

**Advisory Board**  
Prof. Dr. Ali Murat YEL (Marmara University)  
Prof. Dr. Arvind Singhal (The University of Texas)  
Prof. Dr. John Keane (University of Sydney)  
Prof. Dr. Martin Stokes (King's College London)  
Prof. Dr. Mustafa Kemal ŞAN  
(Sakarya University)  
Prof. Dr. Mutlu BİNARK (Hacettepe University)  
Prof. Dr. Peyami ÇELİKCAN (İstinye University)  
Prof. Dr. Robert Doyle (Harvard University)  
Prof. Dr. Yücel Bulut (İstanbul University)  
Assoc. Prof. Muhammed HÜKÜM (Sakarya University)  
Assoc. Prof. Adem BAŞPINAR (Kırklareli University)  
Dr. Rana Raddawi (Northwestern University)

# İÇİNDEKİLER / CONTENTS

V- VIII Editörden / Editorial

*Teorik Makale / Theoretical Article*

130 - 151

## **Gömülü Teoride Dijital Teknolojilerin Kullanımı**

Using Digital Technologies in Grounded Theory

**Hatice ŞAHİN**

*Araştırma Makalesi / Research Article*

152- 182

## **Dijital Mecralarda Altkültür Temsili: "Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana'da" Örneği**

Subculture Representation in Digital Media: The Example of "Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana'da" (Zero One: Once Upon a Time in Adana)

**Işıl ŞİMŞEK**

*Derleme Makale / Review Article*

184- 207

## **Dijital Dönemde Belgesel Film Yapımındaki Yenilikler Üzerine Bir Değerlendirme**

An Evaluation of WWn Innovations in Documentary Film Making in The Digital Era

**Ayşe Gül TOPRAK ÖKMEN**

*Araştırma Makalesi / Research Article*

208 - 237

## **Video Oyunlarındaki Arayüz Tasarımının Oyun Afişi Üzerindeki Yansımaları**

Reflections of Video Games Interface Design on Game Posters

**Hüdaver ALTINTUĞLU**

*Araştırma Makalesi / Research Article*

238 - 265

## **Stratejik Anlatı İnşasında Sosyal Medyanın Araçsallaştırılması: Türkiye-Yunanistan Örneği**

The Instrumentalization of Social Media In The Construction of A Strategic Narrative: The Case of Turkey-Greece

**Emine BOYRAZ**

*Teorik Makale / Theoretical Article*

266 - 284

## **Girişimci Gazetecilik-Serbest Gazetecilik Karşılaştırmalı Bir Tartışma**

Entrepreneurial Journalism-Freelance Journalism A Comparative Discussion

**Sevim ERGÜN, Seçil ÖZAY**



# İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Derleme Makale / Review Article

- 286-300** **Toplumsal Sistem ve Siberetik İlişkisi: Sosyo-Siberetiğin Doğuşu**  
Social System and Cybernetics: The Emergence of Socio-Cybernetics  
Hale Nur UYANIK

## Kitap Değerlendirmeleri / Book Reviews

- 302-306** **David Le Breton'un Acının Antropolojisi Adlı Eseri Üzerine Bir İnceleme**  
Merve Sultan AKÇAKAYA
- 308-311** **Dini Kimliğin Postmodern Dönüşümünün İncelenmesi: Sanala Veda**  
Emre PISDIL

## EKLER / Attachments

- 312-315** **Yayın İlkeleri**  
Publication Policy
- 316-319** **Yazım Kuralları**  
Instruction For Authors



## Editörden

2021 yılında yayın hayatına başlayan Medya ve Kùltür Dergisi'nin Aralık 2022 sayısını sizinle paylaşmanın heyecanı içindeyiz. Önceki sayılarımızda olduğu gibi bu sayımızda da makale ve kitap kritiği süreçlerinde bilimsellik, şeffaflık ve etik ilkelere titizlikle uymaya önem verilmiştir.

İlk sayısından itibaren ASOS Index, DRJI (Directory of Research Journal Indexing), I2OR (International Institute of Organized Research) ve ASI (Advanced Science Index) indekslerinde yer alan dergimiz Aralık 2022 sayısından itibaren saygın bir uluslararası alan indeksi olan Index Copernicus tarafından da taranmaya başlamıştır. Ulakbim/TR Dizin ve ESCI (Emerging Science Citation Index) gibi ulusal ve alan indekslerde taranmak amacıyla editör kurulu tarafından yapılan hazırlıklarımız ise devam etmektedir.

Medya ve Kùltür 2022 Aralık sayısında yedi makale ve iki kitap incelemesiyle sosyal bilimler alanına bilimsel katkı sunmaktadır. Çalışmaların iki teorik, üçü araştırma, ikisi ise derleme makaledir.

Bu sayımızın ilk çalışması, Hatice ŞAHİN tarafından kaleme alınan “Gömülü Teoride Dijital Teknolojilerin Kullanımı” adlı teorik makaledir. Bu çalışma, dijitalleşen bir dünyada sosyal bilim araştırmalarının yöntem ve tekniklerinin dijital sosyal dünyayı da kapsayacak şekilde genişletmelerinde gömülü teori üzerinden öneriler sunmaktadır. Sayının ikinci çalışmasını “Dijital Mecralarda Altkùltür Temsili: ‘Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana’da’ Örneği” adlı araştırma makalesi oluşturmaktadır. Işıl ŞİMŞEK tarafında yazılan bu makalede Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana’da dizisinde dijital mecralarda üretilen altkùltürel yapının özellikleri ortaya çıkarılmaya çalışılmakta ve dijital platformların geleneksel yayıncılık içeriklerinden farklı olarak altkùltürel tema üzerine inşa edilmiş olan dizinin içerik yapısını veri kaynağına dönüştürülmektedir. Ayşe Gül TOPRAK’ın kaleme aldığı “Dijital Dönemde Belgesel Film Yapımındaki Yenilikler Üzerine Bir Değerlendirme” başlıklı derleme makale, sayının üçüncü çalışmasını oluşturmaktadır. Bu çalışmada TOPRAK, belgesel filme özgü yapım koşullarını ele alarak, dijital teknolojiler ve dijital kùltürün belgesel sinemaya getirdiği yeniliklerin neler olduğunu ortaya çıkarmaya çalışmaktadır.

Sayının dördüncü makalesi, Hüdaver ALTINTUĞLU tarafından yazılan “Video Oyunlarındaki Arayüz Tasarımının Oyun Afişini Üzerindeki Yansımaları” adlı araştırma makalesidir. Bu çalışmada yazar, popüler ve başarılı video oyunlarının arayüz ve afiş tasarımları arasındaki bağı ortaya çıkarmaya çalışmaktadır. Sayının beşinci makalesi, Emine BOYRAZ’ın kaleme aldığı “Stratejik Anlatı İnşasında Sosyal Medyanın Araçsallaştırılması: Türkiye-Yunanistan Örneği” başlıklı araştırma makalesidir. Bu çalışmada BOYRAZ, Türkiye ile Yunanistan arasında son zamanlarda yaşanan

siyasi gerilim sürecinde bu ülkelerin mevcut siyasi elitlerinin birbirlerine karşı ve kendilerine yönelik nasıl bir stratejik anlatı inşa ettiklerini incelemektedir. Bu sayının altıncı makalesi, “Girişimci Gazetecilik-Serbest Gazetecilik Karşılaştırmalı Bir Tartışma” başlıklı teorik makaledir. Sevim ERGÜN ve Seçil ÖZAY tarafından kaleme alınan bu çalışma, günümüzde ortaya çıkan yeni yayıncılık mecralarını, içerik türlerini ve gazetecilik mesleğini tartışmaya açmakta, gazetecilerin bu yeni şartlara uyum sağlaması için önerilen “girişimci gazetecilik” kavramını açıklamaktadır. Bu sayının son makalesi ise Hale Nur UYANIK’ın kaleme almış olduğu “Toplumsal Sistem ve Sibernetik İlişkisi: Sosyo-Sibernetiğin Doğuşu” adlı derleme makaleden oluşmakta.

Aralık 2022 sayısı ayrıca iki adet kitap incelemesiyle okuyucularının karşısına çıkmaktadır. Merve Sultan AKÇAKAYA, “David Le Breton’un Acının Antropolojisi” adlı kitabı incelemektedir. Emre PİSDİL, “Sanala Veda” adlı kitap üzerine tartışma yürütmekte ve kitabı okuyuculara tanıtmaktadır.

Medya Kültür, dil ve kültür, kimlik, oryantalizm/oksidantalizm, temsil, gerçekliğin sosyal inşası, post-kolonyal çalışmalar, etnisite çalışmaları, siyasal kültür, siyasal iletişim, küreselleşme ve kültür, medya ve kültür, kültürlerarası iletişim, kültürel antropoloji, tarihsel sosyoloji, göç çalışmaları, iletişim ve kültür, (yeni) medya çalışmaları ve uluslararası iletişim alanlarındaki bilimsel çalışmaları yayınlamaya devam etmektedir. Araştırma makalelerinizi ve kitap incelemelerinizi Dergipark üzerinden Medya ve Kültür dergisine gönderebilir ve buradan süreci takip edebilirsiniz.

Haziran 2023 sayısında özgün çalışmalarla yeniden buluşmak dileğiyle.

**Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL**

**Baş Editör**

**Aralık 2022**



## Editorial

We are excited to share with you the December 2022 issue of the Journal of *Medya ve Kùltür* (Media and Culture), which started to published in 2021. As in our previous issues, in this issue, great importance was attached to meticulously complying with the principles of scientificity, transparency and ethics during the processes of article and book reviews.

Our journal, indexed in ASOS Index, DRJI (Directory of Research Journal Indexing), I2OR (International Institute of Organized Research) and ASI (Advanced Science Index) indexes since its first issue, started to be covered by Index Copernicus, a reputable international field indexing service, as of December 2022. The editorial board are currently making the required arrangements and preparations to be indexed in national and field indexes such as Ulakbim/TR Index and ESCI (Emerging Science Citation Index).

*Medya ve Kùltür* (Media and Culture) makes a scientific contribution to the field of social sciences with seven articles and two books reviews in the December 2022 issue. Two of the studies are theoretical, three are research, and two are review articles.

The first study of this issue is the theoretical article titled “The Use of Digital Technologies in Grounded Theory” contributed by Hatice ŞAHİN. In a digitized world, this study offers suggestions through grounded theory in expanding the methods and techniques of social science research to include the digital social world. The second contribution of the issue is the research article titled “Subculture Representation in Digital Media: The example of ‘Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana’da’ (a TV series). In this article by Işıl ŞİMŞEK, focusing on the Turkis series “Sıfır Bir : Bir Zamanlar Adana’da” series, the characteristics of the subcultural structure produced in digital media are tried to be revealed and the content structure of the series, which is built on the subcultural theme unlike the traditional publishing content of digital platforms, is transformed into a data source. Ayşe Gül TOPRAK’s review article titled “An Evaluation on Innovations in Documentary Filmmaking in the Digital Era” is the third study of the issue. In this study, TOPRAK tries to reveal what innovations digital technologies and digital culture have brought to documentary cinema by addressing the production conditions specific to documentary films.

The fourth article of the issue is a research article titled “Reflections of Interface Design in Video Games on Game Posters” written by Hüdaver ALTINTUĞLU. In this study, the author tries to reveal the link between the interface and poster designs of popular and successful video games. The fifth article of the issue is Emine BOYRAZ’s research article titled “Instrumentalization of Social Media in Strategic Narrative Construction: The Case of Turkey-Greece”. In this study, BOYRAZ examines how the current political elites of these countries construct a strategic narrative for and against each other during the recent political tensions between Turkey and Greece.



The sixth article of this issue is the theoretical article titled “A Comparative Discussion of Entrepreneurial Journalism and Free Journalism”. This study, contributed by Sevim ERGÜN and Seçil Özay, discusses the new publishing channels, content types and the profession of journalism that have emerged today, and explains the concept of “entrepreneurial journalism” proposed for journalists to adapt to these new conditions. Hale Nur UYANIK’s review article titled “The Relationship between Social System and Cybernetics: The Emergence of Socio-Cybernetics” is the seven and last article of the issue.

The December 2022 issue also presents its readers with two book reviews. Merve Sultan AKÇAKAYA reviews the book titled “David Le Breton’s Anthropology of Pain”. Emre PISDİL discusses the book “Sanala Veda” (Eng. Farewell to the Virtual” and introduces the book to the readers.

*Medya ve Kültür (Media and Culture)* welcomes scientific studies in the fields of language and culture, identity, orientalism/occidentalism, representation, social construction of reality, post-colonial studies, ethnicity studies, political culture, political communication, globalization and culture, media and culture, intercultural communication, cultural anthropology, historical sociology, migration studies, communication and culture, (new) media studies and international communication. You can submit your research articles and book reviews to *Medya ve Kültür* via Dergipark and follow the process here.

We are looking forward to meeting again with original works in the June 2023 issue.

**Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL**

**Editor in chief**

**December 2022**

## Özet

Hatice ŞAHİN\*

Dünya nüfusunun önemli bir kısmı internet kullanıcısı olarak dijital teknolojileri gündelik hayatının içerisinde kullanmaktadır. İnternet ve dijital teknolojiler, insanların hem günlük yaşam pratiklerini sürdürdüğü hem de yeni sosyallikler ürettiği bir alana dönüşmüştür. İnternetin dünyada hızla yayılması ve sosyal medya araçlarının oluşturduğu yeni alanlar, sosyal bilim araştırmacılarının bu alanı araştırma nesnesi olarak kabul etmelerini sağlamıştır. Araştırmacılar sosyal medya üzerindeki her bir etkileşimi gerçek dünyadakine benzer şekilde sosyal bilim çalışmalarının içine dâhil etmiştir. Bu süreç bir taraftan da nitel sosyal bilim araştırmacılarının metodolojilerini çevrimiçi araçlarla etkileşimli olarak nasıl uygulayabileceklerini düşünmeye zorlamıştır. Nitel sosyal bilim araştırmacılarının bir bölümü çalışmalarının veri analizi aşamasında bilgisayar destekli veri analiz programlarından yardım almakta, farklı yaklaşımlar sebebiyle bir bölümü de veri toplama sürecinde dijital teknolojilerden uzak durmayı tercih etmektedir. Bu çalışma, dijitalleşen bir dünyada sosyal bilim araştırmalarının yöntemlerini dijital sosyal dünyayı (Twitter, Facebook, Instagram gibi sosyal paylaşım alanlarının ifade ve içeriklerin çekilmesi, kodlanması sürecinde) da kapsayacak şekilde genişletmelerini ve dijital araştırma tekniklerini de içerecek şekilde yapılandırma durumunu incelemektedir. Çalışmada, genel olarak gömümlü teori (GT) deseninin dijital tekniklerle konuşlandırılması tartışılmaktadır. Dolayısıyla, geleneksel derleme yöntemine dayanan bu çalışmada, araştırmacıların GT araştırma sürecinde dijital teknolojileri nasıl kullanacaklarının gösterilmesi amaçlanmaktadır.

\*Dr. Ügr. Üyesi,  
Harran Üniversitesi,  
Sosyoloji Bölümü,  
htcshn43@gmail.com,  
ORCID: 0000-0002-7123-6411

**Anahtar Kelimeler:** Dijitalleşme, Gömümlü Teori, Bilgisayar Destekli Nitel Veri Analiz Programları, Dijital Veri Toplama Teknikleri.

Geliş Tarihi: 14.06. 2022  
Kabul Tarihi: 10. 09. 2022

Şahin, H. (2022). Gömümlü teoride dijital teknolojilerin kullanımı. *Medya ve Kùltür*. 2(2), 130-151

Theoretical Article

## Using Digital Technologies in Grounded Theory

### Abstract

Hatice ŞAHİN\*

A significant part of the world's population, as internet users, use digital technologies in their daily lives. Internet and digital technologies have turned into a platform where people both maintain their daily life practices and produce new social spaces. The rapid spread of the internet in the world and the new social fields created by social media tools have enabled social science researchers to accept this field as a research object. Researchers have incorporated every interaction on social media into social science research, similar to that in the real social world. On the one hand, this process has forced qualitative social science researchers to consider how they can apply their methodologies interactively with online tools. Some of the qualitative social science researchers get help from computer-assisted data analysis programs in the data analysis phase of their research. Due to different approaches, some of them prefer to stay away from digital technologies during the data collection phase. This study examines the situation of extending the methods of social science research in a digitalized world to include the digital social world (in the process of drawing and coding the expressions and content of social sharing networks such as Twitter, Facebook, Instagram) and structuring them to include digital research techniques. The study, in general, discusses the deployment of grounded theory (GT) pattern with digital techniques. Therefore, the aim of this study, which is based on the traditional compilation method, is to show whether researchers can use digital technologies in the GT research process.

\*Asst. Prof.,  
Harran University,  
Department of Sociology,  
htcshn43@gmail.com,  
ORCID: 0000-0002-7123-6411

**Keywords:** Digitalization, Grounded Theory, Computer-Assisted Qualitative Data Analysis Software, Digital Data Collection Techniques.

Received: 14.06.2022  
Accepted: 10.09.2022



## 1. Giriş

Verinin elektronik olarak işlenmesini ve gösterilmesini işaret eden dijital kavramı (Bozkurt vd., 2021, s. 36) bugün bir süreç olarak internet, yapay zekâ, network ve robotların rol oynadığı sayısallaşma dinamiği evreni olan dijitalleşmeyi ortaya çıkarmıştır (Özcan & Keskin, 2020, s. 2214). Dijitalleşme alışverişten sosyalleşmeye, eğitimden sağlığa kadar pek çok alanda toplumsal hayatın içine girmiştir. İnsanlar bugün iş, eğitim, alışveriş gibi yaşamlarını sürdürmek için gerekli olan pek çok şey gibi kamusal hizmetlere erişim, bürokratik işlerin çözümü ya da oy kullanmak (Börekeçi, 2021) gibi pek çok vatandaşlık işlemlerini evlerinden çıkmadan dijital araçlarla gerçekleştirebilmektedirler. Dijital teknolojiler sosyal ve ekonomik hayatın önemli bir parçasını oluşturmakta, insanların yaşam deneyimlerini şekillendirmekte ve sosyal dünyayı anlamlandırmalarında yeni zihin haritaları üretmelerini sağlamaktadır.

We Are Social (2022) tarafından yapılan araştırmaya göre 2022 yılında dünya nüfusunun %62,5'i (4,95 milyar insan) internet kullanıcıdır. Bu istatistikler dünya nüfusunun önemli bir kısmının dijital teknolojileri gündelik hayatının içerisinde kullandığını göstermektedir. Dijital teknolojileri kullanan nüfusun artması, bir taraftan insanların gündelik hayat pratiklerinin web ortamına yansımaya neden olurken (Snee vd., 2016, s. 3) diğer taraftan da dijital ortamları insanların yeni kamusalıklar ürettikleri bir alana dönüştürmüştür (Özcan & Keskin, 2020, s. 2214). İnternet kullanan nüfusun artışı ve bilgisayar destekli iletişimin ortaya çıkardığı yeni toplumsallık biçimleri zamanla dijital ortamların sosyal bilimciler tarafından ciddiye alınmasını ve konu hakkında ciddi bir literatürün ortaya çıkmasına neden olmuştur (Snee vd., 2016, s. 2).

Teknolojik araçların gelişmeye başladığı ilk dönemlerden itibaren araştırmacılar ses kayıt cihazı, görüntü cihazı, bilgisayar gibi teknolojik aletleri araştırmalarında kullanmaya başlamışlar ve sosyal bilim araştırmalarında artık bilgisayarlar başta olmak üzere teknolojik aletler sahaya taşınmaya başlamıştır (Dohan & Sánchez-Jankowski, 1998, s. 3). Sosyal bilim araştırmalarında teknoloji kullanımının artması ve akabinde dijital teknolojilerin gelişmesiyle birlikte internet artık bir araştırma nesnesi ve veri toplama aracına dönüşmüştür. Sosyal bilimciler dijital ortamları sosyal, politik ve kültürel fenomenlerin keşfedebileceği alanlar olarak görmeye başlamışlardır (Schneider & Foot, 2004, s. 114).

1990'lı yıllarda internet ve internet teknolojilerinin gelişimiyle birlikte sosyal medya araçları oluşturdukları yeni sosyal alanlar sayesinde sosyal bilimler için yeni bir araştırma nesnesi ve bir veri toplama aracına dönüşmüş ve aynı zamanda da sosyal bilimler metodolojisinin dönüşümü açısından oldukça önemli hale gelmiştir (Snee vd., 2016, s. 2; Karakaya, 2019, s. 41). Düşük maliyetli olması, erişim kolaylığı ve büyük ölçekli araştırmalara olanak tanınması gibi nedenlerle bir süredir web tabanlı anketler araştırmacılar için değerli bir kaynak haline gelirken; çevrimiçi görüşmeler ve çevrimiçi odak grup görüşmeleri de bir veri toplama aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır (Snee vd., 2016, s. 68). Araştırmacılar aynı zamanda çevrimiçi araçlardaki bloglar (Bonfim, 2020, s. 492), tartışma grupları ve forumlardaki yorumları da araştırmalarına dahil ederek veri toplamaya başlamışlardır (Snee vd., 2016, s. 5). Sosyal medya araçlarının hızla gelişimi ve yeni bir toplumsal alan üretmeleri sonucu sosyal bilimler kaçınılmaz olarak dijital araçları kullanmaya başlamışlardır. Ancak büyük ölçekli anketler ve



deneyler yapmak için veri madenciliği veya Twitter, Instagram vb. platformların verilerini kullanarak bunlardan yararlanan nicel sosyal bilimcilerin aksine nitel sosyal bilim araştırmacıları henüz tam olarak bu olanakları kullanma eğiliminde değildir (Bonfim, 2020, s. 492). Aynı zamanda bu süreç nitel sosyal bilimlerin doğasına aykırı olarak düşünüldüğü için ciddi şekilde eleştirilere de maruz kalmaktadır. Ancak bugün insanın kendini ifade etme ve dünyayı anlamlandırma biçimlerini düzenleyen dijital sosyal alanlar nitel sosyal bilimciler için de önemli bir veri kaynağı oluşturmakta ve yeni dijital unsurların nitel araştırma sürecine yaratıcı bir şekilde entegre edilmesi gerekliliği ciddi bir şekilde tartışılmaktadır (Bağcı, 2016; Franken, 2022).

Teknolojinin gelişmesi, yaşam biçimlerinin dönüşümü ve genel olarak toplumsal yapıdaki değişimler nitel araştırmalardaki yöntemsel yaklaşımı da etkilemektedir. Nitel araştırmaların önemli bir özelliği, birden fazla desenin bir arada kullanılmasına izin vermesi sebebiyle farklı yaklaşımlar geliştirmede pratik olmasıdır. Nitel araştırma desenlerinden gömülü teori (GT) de kavramsal düşünme ve teori oluşturma yaklaşımıyla yakından ilişkilidir (Glaser & Strauss, 2006). Hakkında çok az şey bilinen veya keşfedilen potansiyel öncüller ile faktörlerden yeni bir teori üretmede daha pratik, aynı zamanda keşfedici olması sebebiyle nitel yöntem desenlerinden GT bu çalışmanın esas konusunu oluşturmuştur. GT hem keşfedici yönüyle hem de gerçeklikle ve birbiriyle ilişkili natüralist bir paradigmayla araştırmacıyı konuya bağladığı için yaklaşım geliştirmede önemlidir. “Bir bilimin paradigmasının temel varsayımlarını, cevaplanması gereken önemli soruları veya çözülmesi gereken yanları, kullanılacak araştırma tekniklerini ve bilimsel araştırmanın neye benzediğine dair örneklerin” algılanması (Neuman, 1991, s.57), hızlı bir şekilde ele alınması, aynı zamanda pozitivist, yorumlayıcı ve eleştirel olmak üzere üç paradigmaya dayanan özelliğiyle GT bu çalışmanın konusunu oluşturmuştur. GT'nin dijital tekniklerle daha da somutlaşan yanı, aynı zamanda nesnel değer yargılarına ilişkin anlayıcı ve eleştirel bir yaklaşımının olması bir araştırma deseni olarak onu öne çıkarmaktadır. i) Yaşamsal, folklorik veya dijital kültürel formların inceleme konusu olması, ii) arkeologların bilgi ve iletişim teknolojisi (BİT) veya dijital teknoloji ile sahip olduğu temel ilişkileri araştırarak, bu tür yeniliklerin arkeolojinin gerçekleştirildiği, çok temel yöntemler üzerindeki etkisini değerlendirmesiyle, iii) nihayetinde de çevrimiçi veya dijital teknik ile teknolojilerin kullanılması, araştırma verilerinin toplanıp analiz edilmesi neticesinde sırasıyla dijital etnografi, dijital arkeoloji ve GT'de yeni bir perspektif oluşmuştur.

Nitel sosyal bilim araştırmalarında dijital araçlarla veri toplama süreci bugün ilkel sayılabilecek düzenli ekran görüntüsü alma ve seçilen kullanıcıların Twitter yayınlarını düzenli olarak arşivleme gibi teknikler kullanılarak başlamıştır (Snee vd., 2016, s. 21). Bugün nitel veri elde etme ve analizi için onlarca program geliştirilmiştir (Wikipedia, tarih yok). Bilgisayar destekli nitel veri analiz programları (CAQDAS) olarak adlandırılan bu programlar geçmişe yönelik taramalar ya da anlık veriye erişme özellikleri nedeniyle nitel sosyal bilimciler için büyük miktarda veriye erişim olanağı tanımaktadır. Ancak nitel araştırmalarda kullanılan programlar nicel araştırmalarda kullanılan programlar gibi otomatik olarak veriler üzerinde çalışmamakta, araştırmacının yönlendirmesi ve müdahaleleriyle sonuca ulaşılmaktadır (Coşgun İlgar & İlgar, 2014, s. 47).

Bilgisayar destekli nitel veri analiz programları nitel araştırma yönteminde sıklıkla kullanılmaktadır. Bütün nitel yöntem desenlerinde benzer yazılım ve araçlarla sanal toplumsallıkların analiz edilebilmesi için veriler dijital ortamlardan toplanabilmektedir. Dünya nüfusunun önemli bir kısmının internet kullanıcısı olduğu bugünün dünyasında dijital teknolojilerin ortaya çıkardığı yeni yaşam biçimleri ve yeni kamusalıklar dijital ortamlarda oluşan insan etkileşimlerinin ve bu alanlarda üretilen kültürlerin analiz edilebilmesi için verilerin de bu alanlardan toplanmasını zorunlu kılmaktadır. Bu çalışma literatür taraması aşamasıyla başlayan ve literatür taramasından araştırmanın teorileştirilmesine kadar her aşamasının düşünömsel ve karşılaştırmalı olarak aynı anda yürütöldüğü GT deseninde dijital araçların hem bir araştırma hem de bir analiz nesnesi olarak nasıl kullanılabileceğini anlatmayı amaçlamaktadır. Geleneksel derleme yöntemine dayalı olarak gerçekleştirilen bu çalışmada, sosyal gerçekliğin verilerin içinde saklandığı ve “her şey veridir” anlayışının hâkim olduğu GT (Charmaz, 2015, s. 57; Şener, 2019, s. 26) araştırma ve analiz sürecinde, değışen toplumsal ve teknolojik koşullar göz önüne alınarak dijital teknikler aracılığıyla sosyal gerçekliğe ulaşabileceği gösterilmektedir. Bunun için de çok sayıda insanın eylemleri, fikirleri ve deneyimleri hakkında bilgi edinmeyi mümkün kılan web sitelerinden, forumlardan ve sosyal ağ sitelerinden, yani genel olarak dijital medya, internet ve bilgi iletişimin hâkim alanından elde edilen verileri kullanma, sosyal araştırmalarda uzun süredir göze batmayan yöntemler geleneği olarak görünmektedir (Nerse, 2020a). Zengin sosyal ve dijital sosyal aktivite/eylem, fikir ve deneyimlere ilişkin verileri derleyen süreç hakkındaki dijital teknikler geleneksel araştırma tekniklerine önemli bir alternatif (ama aynı zamanda potansiyel bir tehdit) teşkil etmektedir. Günümüzde bloglarda veya günlük yaşam hakkında yorum yapılabilmekte, Twitter, Facebook gibi sosyal ağ siteleri sosyal medya için veri yığınları üretmektedir. Veri madenciliği (önceden var olan büyük veri kümelerinin incelenmesi), şirketlerin ve kuruluşların, gelecekteki davranışlarını tahmin etmek için tüketici görüşlerindeki eğilimleri ve tutumları daha iyi anlamalarına olanak tanımaktadır. Dijital teknikler araştırma yürütmede yeni fırsatlar sunarak, özellikle de GT'nin kodlanması sürecinde büyük bir veriye ulaşılmasına (binlerce tweet, ifade, yorum, beğeni), kodlanmasına ve tekrar tekrar kullanılmasına, aynı zamanda da farklı açılardan meydan okunmasına yol açmaktadır. Bu haliyle de dijital veri veya büyük verinin GT deseninde kullanılıp kullanılmayacağına ilişkin tartışmaların, zaten bu alandaki farklı teorik yaklaşımların da üstüne oturduğunu görmek mümkündür.

### 2. Gömülü Teori

Barney G. Glaser ve Anselm L. Strauss tarafından 1967'de geliştirilen GT (2006), bazı sosyologlar tarafından Chicago Okulu'nda kullanılan nitel veri analizinin devamı olarak görölse de (Bryant, 2019, s. 8) 1960'larda zayıflayan nitel yöntemler, Strauss'un Chicago okulundaki deneyimi ile Glaser'in nicel yöntemler konusundaki eğitiminin birleşmesi sayesinde yeni bir soluk kazanmıştır (Charmaz & Bryant, 2008, s. 374-375). 1967'de *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research* (Glaser & Strauss, 2006) kitabının yayınlanmasının ardından Glaser ve Strauss'un farklı yollar izlemesi nedeniyle GT iki ana kola ayrılırken onların öğrencileri de yaptıkları katkılar ile teorinin gelişimini sağlamışlardır (Morse, 2016; Charmaz, 2015, s. 32). Glaser ve Strauss'un temel metodolojik stratejileri özetlemesinin ardından (Charmaz & Bryant,

2008, s. 375) GT'nin farklı versiyonları ortaya çıkmıştır (Morse, 2016, s. 17). GT yeni gelişmelerle birlikte sürekli olarak kendini yenilemekte ve gelişmektedir. Özellikle bilgisayar teknolojisinin gelişimiyle birlikte hem verilerin toplanması hem de verilerin analizi sürecinde önemli gelişmeler yaşanmıştır. Glaser araştırmacıların içgörülerini köreltebileceği endişesiyle bilgisayar teknolojisinden uzak durmaları konusunda uyarı da (Bryant, 2019, s. 51) özellikle analiz sürecinde bu teknolojilerinin kullanımı hızla yaygınlaşmaktadır (Morse, 2016, s. 17).

GT'deki farklılaşmalar; i) sorunun belirlenme süreci ve biçimi, ii) araştırmanın yürütülmesi, literatürle ilişkisi ve teorik bilgi düzeyi, iii) katılımcılarla ilişki düzeyi, iv) değerlendirme sürecinde programların kullanımı ve v) kodlama, veri analiz süreci ve biçimiyle ilgilidir. Örneğin, Klasik Gömülü Teori'de (KGT) araştırmacı araştırmadan bağımsız iken, Straussyan Gömülü Teori'de (SGT) araştırmacı aktif rol almakta, Yapılandırıcı Gömülü Teori'de (YGT) araştırmacı ve katılımcının karşılıklı ilişkiyi ortaya çıkarmakta, Feminist Gömülü Teori'de (FGT) ise yanlı davranmak, seçim yapmak durumunda kalmaktadır.

Glaser (1978) tarafından tanımlanan niceliksel analiz odaklı teorik yaklaşımı ifade etmek için kullanılan KGT'de, teorinin somut bir alan için uygun olup olmayacağı (uygunluk); teoriyle profesyonel olarak ilgili olan ve olmayan kişilerin anlama düzeyi (anlaşılabilirlik); somut alanda geniş durumlarda teorinin uygulanıp uygulanamayacağı (genellenebilirlik); zaman içinde ortaya çıkan günlük koşullara göre değişiklikleri kontrol etmeye izin verip vermediği (denetim) ölçütleri öne alınmakta “açık”, “seçici” olarak “teorik kodlama süreci” yürütülmektedir.

SGT'de veri toplama ve analizi, kavramlar oluşturma, kategoriler geliştirme, GT'den yöntem bakımından etkilenmektedir. Bu etkilenmeler; örnekleme, sürekli kıyaslama ve analiz yapma, desenleri ve varyasyonları dikkate alma, teori içine sürecin inşa edilmesi, teorik notları yazma, kategoriler arasındaki ilişkilerle ilgili hipotezler geliştirme ve doğrulama, daha geniş yapısal koşulları analize dâhil etme, üçlü niteliksel analizlerde verilerin açık, eksensel ve seçici olarak kodlanması şeklinde görülmektedir.

Charmaz'ın YGT'sinde araştırmacı yansımali ve karşılıklı bir ilişki konumunda teoriyi zaman, mekân, kültür ve bağlam içinde konumlandırmaya çalışır. Disipline özgü ve hassas kavramlara dikkat edilerek, büyük miktarda veriyi sentezlemek için satır satır kavramsal ve odaklanmış kodlama yapılır. Wuest (1995) tarafından ortaya konulan FGT ise, erkek egemen önyargıların ortaya koymak ve kadınların sesini duyurmak hedeflenmiştir. Wuest, FGT'yi SGT ve YGT üzerine inşa etmiş, gerçekliğin çoklu tanımlamalarında postmodern epistemoloji ile GT'nin tutarlı olduğunu savunmuştur. Wuest bu üç teorik bakış arasından herhangi bir tercihte bulunmamış, her birinin metodolojik unsurlarını feminist teori ile birleştirmek suretiyle seçim yapmış ve bu birlikteliğin önemini vurgulamıştır (Bulduklu, 2019, s. 7-8; Evans, 2013; Fernandez, 2012).

Gelişen özellikleriyle GT'nin değişimi dijital sosyal dünyaya ayak uydurmasına da olanak sağlamaktadır. Charmaz'ın YGT'si araştırmacı yansımali olması, karşılıklı bir ilişki konumunda teorinin zaman, mekân, kültür ve bağlam içinde konumlandırılma özellikleriyle disipline özgü ve hassas kavramlara duyarlı olmayı sağlamakta, dijital tekniklerle uyumlanabilmektedir. Büyük miktarda veriyi sentezlemede kavramsal ve odaklanmış kodlama sosyal medya alanlarından tweet, yorum, içerik ve beğeniler gibi

büyük verilerin derlenmesinde kullanılmaktadır.

GT'nin farklı türlerinde araştırma süreci, verinin toplanması ve derlenmesinde farklılıklar görülecektir. Glaser ve Strauss teori ve araştırma arasındaki bölünmeye karşı çıkmış, nitel verilerin analizine rehberlik eden esnek bir strateji geliştirerek nitel araştırmalar ile teori geliştirilebileceğini öne sürmüşlerdir (Charmaz & Bryant, 2008, s. 374). GT, fenomenlerin ana niteliklerini ve değişimin yörüngesindeki etkileşimleri tanımlamakta, elde edilen bulgulardan kavramlara ve orta boy teorilere ulaşma imkânı sağlamaktadır (Morse, 2016, s. 13-14). Araştırmacı araştırma boyunca yeni kavram ve kategoriler üreterek verilerin içinde gömülü olan teoriyi ortaya çıkartır (Glaser & Strauss, 2006, s. 2; Ilgar & Ilgar, 2013, s. 206).

GT'de en çok tartışılan konulardan biri teorinin anlamına yöneliktir. Glaser ve Strauss (2006, s. 32) teoriyi karşılaştırmalı analiz ile sürekli gelişen bir süreç olarak; Strauss ve Corbin (1998, s. 15) ise "bir olguyu açıklamak ya da hakkında tahminde bulunmak için kullanılan ilişkinin ifadeleri ile ilgili bütüncül bir çerçeve olarak kurulan gelişmiş bir kavramlar kümesidir" şeklinde tanımlamışlardır. Ancak sonraki çalışmalarda teori "1) ampirik bir genelleme, 2) bir kategori ya da çekirdek değişken, 3) bir eğilim, 4) bir sürecin açıklanması, 5) değişkenler arasındaki ilişki, 6) bir açıklama, 7) soyut bir kavrayış ve/veya 8) tanımlama" olarak ele alınmıştır (Charmaz, 2015, s. 337). Bilim insanının günlük yaşamdan görüşme ya da gözlem yoluyla topladığı verileri teorileştirmesi GT'nin nihai amacı olsa da (Morse, 2016, s. 18), sonraki çalışmalarda GT ile araştırma yapanlarda teori oluşturma anlayışlarının farklılık gösterdiği ve teori üretmek yerine tanımlamayı tercih ettikleri görülmüştür (Charmaz, 2015, s. 338).

Dijital teknolojilerin bireylerin ve toplumların hayatlarında meydana getirdiği değişim ve sosyal gerçekliği yansıtmaya biçimleri sosyal bilim araştırmalarında dijital araçların kullanımını önemli bir konuma yükseltmiştir. Bireylerin özellikle sosyal medya üzerinde kurdukları etkileşimler bu araçlar üzerinde sosyal gerçekliğin izlerinin sürülebileceği anlamına geldiği için bu alanlar sosyal bilim araştırmaları için önemli bir kaynak haline gelmiştir (Karakaya, 2019, s. 38). Dijital ortamlarda araştırma yapılması hemen her nitel araştırma için uygulanabilmektedir. Durum analizi, sembolik etkileşimcilik, etnometodoloji, etnografi, GT gibi pek çok yaklaşım dijital araçlarla veri elde etme ve analiz etme işlemini uygulamaktadır (Snee vd., 2016, s. 5; Dohan & Sánchez-Jankowski, 1998; Talip vd., 2017). GT rehberliğinde dijital ortamlarda araştırma yapmak geleneksel yollarla araştırma yapmakla benzerlikler göstermektedir. Araştırmanın devamında literatürde yer alan çalışmalara dayanarak GT'de dijital teknolojilerin nasıl kullanıldığı gösterilmektedir.

### 3. Gömülü Teoride Dijital Teknolojileri Kullanmanın Sistematiği

#### 3.1. Araştırma Sürecine Başlamak

GT ile araştırma yapmak birbirleriyle eş zamanlı olarak ilerleyen üç süreci içermektedir. GT'nin süreç içerisindeki değişimine bağlı olarak farklılaşması literatürün incelenme ve araştırmaya dahil edilmesiyle ilgili farklı görüşler olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu görüşlerden biri araştırmaya başlamadan önce literatür taraması yapılması, örneklemin seçimi ile soruların hazırlanması aşaması iken, bir diğeri de saha sürecinden sonra literatürle ilişkilendirme durumudur. Veri toplama süreci bu çerçevede değerlendirilmektedir. Başta literatür incelenmiş olsa dahi veri toplama



sürecinde yeni durumların ortaya çıkması, literatür taramasına geri dönülmesini ya da örneklem ve soruların yenilenmesini gerektirdiğinden yine farklı tartışmaları ortaya çıkarabilmektedir. Nihayetinde literatür, sahaya çıkma, veri toplama, kodlama, analiz süreçlerine ilişkin farklı tartışmaların geliştiği görülmektedir.

Her dört GT yaklaşımında; strateji, araştırma sorunu, örneklem belirleme, saha süreci, katılımcılarla ilişki düzeyi, araştırmada literatür kullanımı ve teorileştirme, kodlama pratiği, analiz ve değerlendirme aşamaları birbirinden farklılıklar göstermektedir. Bu sebeple, çalışmamızda da söz konusu ayrımlar ve sıralama literatürde genel hatlarıyla ele alındığı şekliyle değerlendirilmiştir. Söz konusu değerlendirmede Hunter ve diğerlerinin (2011) ele aldığı çalışmadaki karşılaştırmadan yararlanılmıştır.

### 3.1.1. Literatür Taraması

Glaser ve Strauss ilk kitaplarında teorik konu ve hipotezlerin mevcut çalışmalardan türetilerek sahada doğrulamaya tabi tutulduğu klasik varsayımsal-tümdengelimli araştırmaya karşı çıkarak araştırmacının önceki teorik bilgilerini askıya alarak teoriyi tamamen sahadan elde etmeleri fikrini benimsemişlerdir (Bryant, 2019, s. 16). GT'nin nihai amacının teori geliştirmek olduğu görüşünde olan teorisyenler araştırma öncesinde literatür taraması yapmanın araştırma sürecinde yeni kavram ve bakış açılarını engelleyeceği düşüncesiyle karşı çıkmışlardır. Bu isimler veri temelli bir teori geliştirilmek isteniyorsa, araştırmacıyı yönlendirmesi muhtemel olan literatür taramasından uzak durulması gerektiği fikrini savunmuşlardır (Baş & Hatemoğlu, 2013, s. 71).

Sonraki çalışmalarında Glaser ve Strauss da bu iddialarından vazgeçerek araştırmacının teorik duyarlılığını geliştirmek için hâlihazırda var olan teori ve modellere de dayanılması gerektiğini kabul etmişlerdir (Bryant, 2019, s. 16). Önceki teori ve çalışmaların taramasının çalışmadaki teorik duyarlılığı ortadan kaldıracığı anlayışına karşı çıkan araştırmacılar, araştırmacının sahaya tamamen bilgisiz şekilde çıkmasının araştırmayı yanlış yönlendireceğini savunurlar. Merriam (2015, s. 73), kendi kişisel çalışmalarından araştırma öncesi literatür taramasının araştırma problemini ve aynı zamanda çalışmanın yürütülmesiyle ilgili kararları şekillendirerek teori geliştirme çalışmasını bile yönlendirdiği sonucunu çıkarmıştır. Berg (2002, s. 246) ise araştırma öncesinde literatür taramasının GT'de tümdengelim yaklaşımını kullanarak veriler arasında karşılaştırma yapılmasına olanak sağlayarak tümevarım ve tümdengelim yaklaşımlarını birleştireceğini ve bu sayede elde edilen verilerle oluşturulan kategorileri temellendirmeye ve bağlantılandırmaya izin vereceği anlayışını taşır. GT'de literatür taraması üzerine yapılan tartışmalar araştırmacının teorik duyarlılığını etkileme ve araştırmacıyı yönlendirme ihtimali üzerinden sürdürülmektedir.

Bir araştırmaya başlamadan önce “konu hakkında halihazırda bilinenler, konuya hangi kavram ve teorilerin uygulandığı, konuya hangi araştırma yöntemlerinin uygulandığı, konu hakkında ne tür tartışmaların olduğu ve nasıl çalışıldığı, eğer varsa sunulan kanıtların sorunlarının neler olduğu ve konuyla ilgili araştırmaya katkıda bulunanların kimler olduğunun” (Bryman, 2012, s. 8) tespit edilmesi açısından literatür taraması önemlidir. Ancak literatür taraması; yapılan tüm çalışmalara erişilmesi, araştırma sorusuyla ilişkisinin tespit edilmesi açısından son derece karmaşık ve zorlu

bir süreçtir. Bu karmaşanın ortadan kaldırılması için dijital ortamlardaki veri tabanları oldukça kullanışlıdır. Araştırma sorusu, anahtar kelimeler ya da araştırmacıların isimleri ile araştırma yapılabilmesini sağlayan Google Akademik, ResearchGate, Dergipark, Scopus gibi uygulamalar geniş kapsamlı literatüre ulaşmanızı sağlayan yazılımlar sunar. Konu hakkında yapılmış çalışmalar belirlendikten sonra Citavi, Endnote, Mendeley ve Zotero gibi literatür düzenleme programları ya da MAXQDA (2020) ve NVivo (2021) gibi bilgisayar destekli nitel veri analiz programları aracılığıyla düzenli ve geniş kapsamlı literatür taraması yapmak mümkün olduğu gibi GT'nin her aşamasında uygulanan karşılaştırma işlemi de uygulanabilmektedir. Literatürün, verilerin, memoların (alan notları), kodların ve kategorilerin sürekli olarak karşılaştırılması araştırmanın düşünömsel olarak ilerlemesine ve araştırmacının teori geliştirme hassasiyetine katkıda bulunur (Neill, 2006, s. 259). Literatür, veriler, memolar ve kodlar arasında bağ kurmayı sağlaması açısından bilgisayar destekli nitel veri analiz programları oldukça kullanışlıdır. Bu programlar ayrıca GT araştırma sürecinin her adımında araştırmacının yükünü azaltmaktadır.

Çalışmamızda da önemsendiği üzere dijitalleşmenin nitel yöntem desenlerinden GT'ye etkisi hem bir araştırma nesnesi hem de metodolojik bir araç olarak yorumlanan dijitalin zorlukları ve fırsatlarıyla ilgilidir. Farklı disiplinlerden (ör. sosyoloji, eğitim ve siyaset bilimi) ve araştırma alanlarından (ör. toplumsal cinsiyet ve cinsellikler ve medya ve iletişim), dijital sosyoloji, dijital toplum ve dijital üzerine geniş düşünme biçimleriyle meşgul olan araştırmacıların bir araya gelmesi de teorik perspektifi zenginleştirmektedir. "Dijital yöntem ve teknikler" ile hem veri toplama, içerik analizi, değerlendirme hem de geleneksel yöntemlerin yanı sıra yalnızca dijital alandan toplanabilecek literatür bilgisi kastedilmektedir. Dijital gömülü teorik perspektifin zenginleşmesine ilişkin literatür bilgisi ve yansımalar;

- Dijital araştırmalara teorik, epistemolojik, metodolojik, ontolojik ve etik yansımalar,
- Dijital araştırmanın disiplinler arası etnografik çalışmalar üzerindeki etkileri,
- Dijital bağlamlarda içerik analizinin yeniden keşfi,
- Dijital sosyal ağ analizi: Sosyal ağ verilerinin analizi için yöntemler ve araştırma sorularının türleri,
- Dijital araştırmalarda teknolojik olanakların, altyapıların, algoritmaların ve cihazların rolü,
- Teknolojik altyapılardan kaynaklanan dijital eşitsizlikler ve ayrımcılıklar
- Hesaplamalı sosyal bilimler ve eleştirel teori gibi farklı şekillerde veri toplama ve analiz süreciyle de ilişkilendirilebilir.

Dolayısıyla dijital sürece doğru gelindiğinde farklı formlarla literatürün değerlendirildiği ve teorik perspektifin zenginleştirilmeye çalışıldığını görmekteyiz. Teknolojiler, senaryolar, nesnelere, süreçler, ilişkisel ve etkileşimsel yapılar biçimindeki dijital; kültürü, toplumu, insan deneyimini ve sosyal dünyayı anlamakta hızlı veri toplama ve analiz için toplumsal anlamaya yarayan uygulamalara, sembollere ve paylaşılan anlamlara ihtiyaç, merkezi bir önem kazanmaktadır. Bu durumda, literatür bilgisi de çevrimiçi ve çevrimdışı, gerçek ve sanal, maddi ve maddi olmayan, eski ve yeni ayrımlarıyla değerlendirilmektedir. İnternetin günlük hayatımıza girmesi

hem kasıtlı hem de kasıtsız olarak üretilen dijital verilerin (örneğin, sosyal medya gönderileri, anlatılar, hikâye anlatımı, arama motoru sorguları, telefon görüşmeleri ve bankacılık etkileşimleri) hacmini ve çeşitliliğini önemli ölçüde artırırken, sosyal fenomenleri araştırmak için yeni metodolojik kaynak bilgisi de sağlamakta ve bizi geleneksel sosyal araştırma yöntemlerini yeniden düşünmeye zorlamaktadır. Aynı zamanda, dijitalleşme bir dizi teorik ve metodolojik sorunu da gündeme getirmektedir.

### 3.1.2. Örneklem veya Teorik Örneklem Süreci

GT rehberliğinde araştırma yapan bir araştırmacı araştırma sürecine başlamadan önce araştırma probleminin hedefine yönelik olarak tüm nitel araştırma desenlerinde kullanılan ancak GT için ayırt edici bir nitelik taşıyan teorik örneklem tekniği ile örneklem seçimini yapar (Charmaz & Bryant, 2008, s. 375). GT için başlangıç örnekleme olma niteliği taşıyan teorik örneklem, sahaya çıkmadan önce araştırma problemi ekseninde var olan literatürden edinilen bilgiler ve/veya araştırma yapılacak yerdeki koşulların göz önüne alınarak temsil yeteneği güçlü bir örneklemin seçimi olarak araştırmacının araştırma kriterlerini oluşturmasına ve verilere nasıl ulaşacağını planlamasına olanak sağlar (Merriam, 2015, s. 280). Teorik örneklemin amacı, kavram ve kategorileri çeşitlendirmek için gerekli yer ve kişilerin araştırmaya eklenerek olay ve durumların görünür hale gelmesini sağlamaktır (Strauss & Corbin, 1998, s. 201). Ancak araştırma sürecinde elde edilen veriler araştırmacıyı başlangıç noktasında olduğundan farklı bir noktaya taşıyabilir (Charmaz & Bryant, 2008, s. 375). Bu nedenle ilk seçilen örneklem araştırma sürecinde kavramların genişletilmesi ve birbirleriyle karşılaştırılmasını güçlendirmek için değiştirilebilir (Strauss & Corbin, 1998, s. 201). Sahadan elde edilen verilerden çıkan kavram ve kategorilerde eksiklikler görüldüğünde bu eksiklikleri gidermek için elde edilen kavram ve kategorilerle ilişkili olarak örneklem seçimi yenilenebilir (Goulding, 2002, s. 68).

Teorik örneklem, yöntemin kurucularının ilk çalışmalarından kaynaklanan GT yönteminin temel bir özelliği olup (Glaser & Strauss, 2006), KGT, YGT ve diğer durumlara veya eleştirel yaklaşımlara ilişkin teorik yaklaşımlarla dijital alandan veri çekilmek istendiğinde amaçlı örneklem (veya diğer olasılık dışı örneklem biçimlerinden birine) gibi herhangi bir örnekleme geçilebilmektedir. Veri üretiminde anahtar kavramların bilinçli olarak aranması, bir araştırmacının teorik olarak örnekleme başladığına işaret eder (Charmaz, 2015) ve nihai olarak teoriyi oluşturan da bu kavramlar arasındaki ilişkiler şeklinde somutlaşmaktadır. Teorik örneklem, bir GT çalışmasında örneklemin yalnızca ayrı bir aşaması değildir. Ayrıca, çalışmanın farklı aşamalarında kavramsal kategoriler (daha kapsamlı kavramlar) ortaya çıktığında ve araştırmacının teorik yapılar ile kalıpları oluşturan kavram ve kategorileri oluşturmak için karşılaştırmalı veriler üretmesi gerektiğinde diğer örnekleme yöntemleriyle paralel ve/veya bunların arasına serpiştirilmiş olarak çalışır (Conlon vd., 2020).

Araştırmacı örneklem seçimi sırasında araştırmanın hedefini göz önünde bulundurarak kaynaklara erişim ve zaman çizelgesini hesaplamalı ve araştırmanın yapılacağı yeri, araştırma süresini ve kimlerle görüşüleceğini net bir şekilde belirlemelidir. Sosyal medya üzerinde yapılan bir çalışmada en fazla paylaşım yapılan siteler, bloglar, hashtagler ya da gerçek dünyada kişiler arasında tartışmaya, sosyal eyleme ya da yaşam biçimlerine dönüşen durumlar, paylaşımlar araştırmanın örnekleme olarak alınabilir. Ancak araştırma sürecinde ortaya çıkan yeni durumlar

nedeniyle araştırmacı araştırmannın yerini, süresini ve görüşme yapılacak kişileri değiştirebilir ya da sayısını artırabilir. Bu tamamen sahada elde edilen verilerin kategorik yeterliliklerine bağlı olarak gelişen bir durumdur (Strauss & Corbin, 1998, s. 204). Başlangıçta belirlenen durumdan farklı bir durum gelişmişse araştırmacı araştırma problemi ve veriler temelinde yeni örneklem seçimi yapabilir (Charmaz, 2015, s. 300). Daha net bir ifadeyle teorik örneklem devam eden bir örnekleme sürecidir (Merriam, 2015, s. 78) ve araştırma boyunca GT için anahtar konumda yer alır.

Örnekleme yeni kişilerin eklenmesi ve veri toplama sürecinin ne zaman sonlandırılacağı GT'nin önemli soruları arasında yer almaktadır. GT araştırmacıları bu sürecin teorik doygunluk noktasına ulaşana kadar devam ettirilmesi gerektiğini savunmaktadırlar. Araştırmada yeni veri elde edilemediğinde ya da araştırma problemiyle ilgili yeni ana kategoriler ortaya çıkmadığında teorik kategoriler 'doymuş' demektir (Charmaz, 2015, s. 300). Bu durumda araştırmada veri toplamaya son verilir.

Dijital araçlar kullanılarak yapılan bir GT araştırmasında da geleneksel yöntemlerin tümü uygulanabilir. Araştırmaya başlamadan önce her iki araştırma biçiminde de araştırmannın sorusu ya da soruları belirlenir (Bonfim, 2020, s. 493). Bu sorunun ya da soruların cevabını almak için GT'de uygulanan teorik örnekleme tekniği dijital araçlarda da uygulanır (Muyyle, Moenaert & Despontin, 1999). Forumlarda, bloglarda ya da diğer paylaşım sitelerinde araştırma problemine uygunluk açısından ön araştırma yapılarak teorik örnekleme tekniğine uygun şekilde araştırmannın örnekleme seçilir (Roberts & Zietsma, 2018, s. 9-10).

Dijital araçlarla çalışma yapmanın en büyük avantajlarından biri geriye dönük araştırmaların yapılabilmesine olanak sağlamasıdır. Massa'nın (2013) çevrimiçi topluluklar üzerine yaptığı çalışmasında geriye dönük incelemenin önemli bir örneği görülebilir. Araştırmada sıklıkla geçmişe yapılan vurgular varsa ve teori oluşturma için araştırmayı etkileyecek nitelikteyse araştırmacı yeni bir örneklem seçerek geçmişe dönük araştırma da yapabilir. Bu yönüyle dijital ortamlarda araştırma yapmak hem geriye dönük verilerin hem de eşzamanlı verilerin kullanılmasına ve gerçek dünya ile karşılaştırmalı olarak analiz edilmesine de olanak tanımaktadır (Bonfim, 2020, s. 495). Glaser ve Strauss (2006, s. 162) da romanların ya da gazete yazılarının bir çağın, sınıfın ya da ülkenin değişen şartlarını yansıtmaları bakımından GT için birer veri kaynağı olduğunu vurgulamaktadırlar. Bu bakımdan dijital araçlardaki her türlü doküman da toplumsal gerçekliğe erişmek için kullanılacak veri niteliği taşımaktadır.

### 3.2. Sorular

Glaseryan ve Straussyan GT yaklaşımlarındaki farklılaşma alanlarından biri de araştırma soruları hakkındadır. Glaser'in boş bir zihinle sahaya çıkılması anlayışını benimseyen teorisyenler, araştırma sorularının da tarafsız olmasını; Strauss'un araştırmaya genel bir fikir üzerinden başlanması anlayışını benimseyen teorisyenler ise yapılandırılmış sorularla sahaya çıkılması gerektiği fikrini savunurlar (Jones & Alony, 2011, s. 5). GT'de ilk başlarda araştırma soruları önyargıya neden olacağı düşüncesiyle reddedilirken, Glaser ve Strauss'un öğrencilerinin sonraki çalışmalarında araştırmaya yapılandırılmış sorularla başlama anlayışı kabul edilmiştir (Bulduklu, 2019, s.8). İlerleyen yıllarda Glaser ve Strauss'un öğrencileri tarafından benimsenen bu tutumun dijital veriyle çalışılan araştırmalar için de geçerli olduğunu belirtmekte



fayda var. Nitekim Nerse'nin (2020b) "Wall Street'i işgal hareketi"ne ilişkin sosyal medya verileri üzerinden yaptığı çalışmasında olduğu üzere, işgal hareketinin temel sebebi ve arkasında yatan sebepler için biraz literatür bilgisine ihtiyaç duyulduğu görülmektedir. Ayrıca hangi hashtag veya ifadelerle çalışılacağımlı belirlemek için de literatür bilgisi gereklidir.

GT'de örneklem seçimi gerçekleştirildikten sonraki süreç katılımcılara yönlilecek soruların ya da dijital ortamlarda toplanacak verilere yönelik soruların belirlenmesidir. Araştırmacı araştırmasına başlamadan önce temel araştırma problemiyle ilgili sorularını belirler. Bu sorular bazen katılımcı tarafından cevaplanmak istenmeyebilir ya da katılımcı kısa cevaplarla soruyu geçiştirmeye çalışabilir. Bu durumda katılımcının endişesini anlamaya yönelik olarak farklı sorular yönlilebilir. Bazen de araştırmacı katılımcının verdiği bilgilerle ilgili olarak daha detaylı bilgi edinmek isteyebilir. Bu durumda da görüşme esnasında yeni soruların yer alması mümkündür. GT'de araştırma ve analiz süreci birbirleri ile eşzamanlı yürütüldüğü için ortaya çıkan yeni kavram ve kategorilerle bağlantılı olarak da başlangıçtaki görüşme sorularına yenileri eklenebilir ya da başlangıçtaki soruların araştırma problemi ile ilişkisi olmadığı anlaşılırsa bu sorular sonraki görüşmelerde veri toplama işlemi yeni sorularla devam ettirilir (Tanyaş, 2014, s. 30). Araştırmanın farklı aşamalarında araştırmanın problemine yönelik yeni temel sorulara ihtiyaç duyulduğunda bu yeni sorular görüşmelerin, gözlemlerin ya da diğer doküman incelemelerinin rehberliğinde oluşturulur (Charmaz, 2015, s. 154; Strauss & Corbin, 1998, s. 78).

Herhangi bir GT çalışmasında amaç, ortaya çıkan teorik yapıyı büyük ölçüde açıklamak için tam olarak bağlamsallaştırılan ve boyutlandırılan tüm kilit kategorilerle verilerin teorik doygunluğuna ulaşmaktır. Klasik, Strausssyan, eleştirel veya dijital olsun, tüm GT varyantlarındaki teorik doygunluk, kavramları, kategorileri ve teoriyi inşa etmek için görüşme veya dijital veri çekme sürecinde esneklik, yaratıcılık ve refleksivite gerektirir. Bu nedenle, görüşmecı farklı derecelerde verilerin (görüşülen kişilerle birlikte) bir "ortak yapıcısı" olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü araştırmacı, verilerdeki kavramları duyarlı hale getirmek ve araştırmanın gidişatını yönlendirmek için bilgi ve içgörü kullanma kapasitesine sahip olmalıdır. GT'de veri toplama süreci, katılımcının rolüyle birlikte katılımcıların ifadelerini birleştirerek, bilginin inşasında aktif olarak konumlandırır. Dolayısıyla, bunun için de araştırma sorularının araştırmacının perspektifi ve yönelimlerine doğru karşılıklılık ilişkisinde ele alındığı görülmektedir. Bu durum, ister görüşme tekniğinde, dijital veri çekilen platform veya alanda olsun araçların kullanıldığı araştırmalarda elde edilen veriler ışığında başlangıçta oluşturulan araştırma sorularının genişletilmesiyle de devam edebilir (Roberts & Zietsma, 2018, s. 11).

### 3.3. Veri Toplama Teknikleri

Geleneksel GT araştırma sürecinde karşılaşılan her durum ve olay veri olarak kullanılabilceğı için "her şey veri" olarak kabul edilir. Dolayısıyla geleneksel anlayışla sürdürülen GT, temel olarak araştırmacının araştırma evreninde katılımcı gözlem yapmasını gerektirir (Mayring, 2011, s. 109-110). Araştırma yapılan yerin fiziki ve sosyal şartları, toplanan dokümanlar, belgeler, araştırmacının gözlemleri, yaşadığı olaylar ve görüşmeye katılan kişilerin hayat hikâyeleri, sosyal gerçekliği anlama biçimleri, sahip oldukları davranış kalıpları gibi her şey veri olarak kullanılabilir (Charmaz, 2015, s.

22). Charmaz (2015, s. 96), Gioia ve Reay gibi pek çok teorisyen derinlemesine ya da yarı yapılandırılmış görüşmeleri kendi teorilerinin özü olarak görseler de GT sadece görüşme odaklı olarak düşünülemez (Bonfim, 2020, s. 494). GT eğer “her şey veridir” esasına dayanıyorsa dijital ortamlardaki paylaşımlar da bu verilerin içine girmektedir. Çevrimiçi alanlardaki her türlü paylaşım başlangıç sorusu ya da sorularına bağlı kalınarak GT için bir veri niteliği taşımaktadır. Çünkü tüm araştırmalarda olduğu gibi GT’de de asıl önemli olan nereye varmak istediğinizle ilgilidir (Bonfim, 2020, s. 493).

Nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan bir yaklaşım olan GT’de görüşme tekniği (veya son yıllarda dijital teknik) tek başına veya diğer veri toplama yöntemleriyle birlikte kullanılabilir (Bryant & Charmaz, 2008; Charmaz, 2015; Corbin & Strauss, 2006). Derinlemesine görüşme tekniği ile yapılan GT araştırmalarında, görüşme sırasında katılımcının tavır ve davranışları, kullandığı metaforlar, mimikler gibi her türlü ayrıntının veri olarak kullanılmasına ve bu verilerin birbirleriyle karşılaştırılmasına olanak sağlar. Çevrimiçi araştırma sürecinde ise tüm yazılı paylaşımlara ek olarak büyük küçük harfle yazma, emoji kullanma, fotoğraf ya da video gibi tüm görseller veri olarak değerlendirilir, ancak burada dikkat edilmesi gereken durum yazılı ya da görsel paylaşımların sesli ifadelerden farklı anlamlara gelebileceğini unutmamak ve bu hayati unsurları koruyarak analiz yapmaktır (Bonfim, 2020, s. 498).

Yöntem, “veriye temellendirilmiş kavram ve teori” oluşturmada kullanılan bir dizi prosedür ve tekniği içerir. GT’de veri toplama ve analiz birlikte ilerler. Üretilen verilerde ortaya çıkan kavramlar, daha fazla veriyle nereye gidileceğini, kimden daha fazla veri toplanabileceğini ve verilerin hangi amaç için rehber olarak kullanılacağını gösterir (Bagnasco vd, 2014). Verilerden kavram ve teori oluşturmaya yönelik bu örnekleme biçimi, yukarıda da belirtildiği üzere teorik örnekleme olarak bilinir.

Bilgisayar destekli nitel veri analiz programları ya da sosyal medya araçlarının kendi veri toplama araçları sayesinde dijital ortamlarda devasa veri yığınlarına ulaşmak mümkündür. Bu araçlar sayesinde çok kısa sürede ister geçmişe yönelik ister eş zamanlı olsun ses, görüntü, sosyal medya paylaşımları, e-posta içerikleri de dahil çok sayıda veriye erişmek mümkündür. Özellikle teorik örnekleme tekniği ve GT’nin süreç içinde örnekleme değiştirmeye olanak tanıyan doğası dijital araştırmalar için en uygun yaklaşımlar arasında yer almasını sağlamaktadır. Örneğin, Twitter üzerinde yapılan tartışmalar sıklıkla farklı hashtagler üzerinden yürütülebilmektedir. Bu nedenle araştırma sürecinde tartışmanın farklı bir hashtage kayması araştırmanın sonlandırılmasına gerek duyulmadan yeni bir örneklem seçilerek araştırmaya devam edilmesini sağlamaktadır. Örneklemin seçilmesinin ardından veriler günlük, haftalık veya aylık olarak indirilmesiyle eş zamanlı olarak araştırmanın analiz süreci de başlatılmış olur. Üzerinde araştırma yapılacak paylaşımlar, kişiler, gruplar vb. teorik doygunluğa erişilene kadar genişletilir ve teorik doygunluk elde edildiğinde veri erişimine son verilir (Muyyle, Moenaert & Despontin, 1999, s. 145). Şahin (2022), çocuk haczi uygulamalara ilişkin farklı taraflarca olumlu ve olumsuz (#ÇocukHaczi, #Çocukİcrası gibi) olarak kabul edilen hashtagleri/ifadeleri derlediği çalışmasında 1678 farklı cevabı (ifadeyi) kodlamıştır. Kodlama sürecinde açık, eksenel ve seçici olmak üzere üçlü sıralamayı kabul eden SGT yaklaşımını analizde kullanmıştır. Sosyal medya ortamı Twitter’dan çekilen büyük verinin değerlendirme sürecinde yine kodlama, kategorileştirme ve temalara varma gibi geleneksel usul kullanılmıştır.

Kategorileştirilen benzer ifadelerin frekans değerleri ifade ağırlıklarını verecek şekilde yine program (NVivo) yardımıyla çekilmiştir. Büyük verinin GT deseniyle değerlendirilmesi süreci büyük hız ve avantajlar sağlamaktadır.

2011 ve 2012 yılları arasındaki verileri kapsayan çalışmada Nerse (2020b, s. 618) 209.759 tweeti incelerken, Şahin (2022, s. 82) tarafından yapılan çalışmada ise iki ayrı hashtag üzerinden atılan 20.381 tweet NVivo programı aracılığıyla elde edilmiş ve aynı program aracılığıyla analiz edilmiştir. Dijital ortamlar dışında bu büyüklükte bir veri elde etmek oldukça maliyetlidir. Bilgisayar destekli nitel veri analiz programları ile hem zaman hem de para açısından büyük çaplı verileri elde etmek daha az maliyetli hale gelmiştir. Bilgisayar destekli nitel veri analiz programlarının çoğunda web sayfaları, Twitter ile YouTube verileri doğrudan veri olarak programa aktarılabilir (MAXQDA, 2020(b); NVivo, 2020).

GT'nin tüm versiyonlarında kodlama işlemi ilk verilerin elde edilmesiyle birlikte başlatılır (Charmaz & Bryant, 2008, s. 375). Görüşme tekniğinin kullanıldığı araştırmalarda ilk görüşme bittikten sonra görüşmenin çözümlemesi yapılarak kodlama aşamasına geçilirken, çevrimiçi araştırma tekniğinde de araştırma süreci devam ederken ilk veri setlerine erişimle birlikte kodlama işlemine geçilir. Roberts ve Zietsma'nın (2018) 14 ay süren veri toplama sürecinde, araştırmacılar haftanın 10 saatini araştırma verilerinin analizi, memo yazımı ve karşılaştırma yapmak için harcadıklarını belirtmişlerdir. Veriler ve kodlar arasındaki karşılaştırma sonrasında araştırma uygunluk seviyesine ulaşana kadar araştırmacı sürekli olarak veri tabanına tekrar tekrar dönmek zorundadır (Dohan & Sánchez-Jankowski, 1998, s. 4).

### 3.4. Memolar

Memolar, araştırmacının informel dilde yazdığı, yaşanan olayları sonraki günlerde hatırlamak için kullandığı kısa, hatırlatıcı notlardır. Araştırmacının kendisiyle konuşmasını sağlayan bu notlar aynı zamanda kodlama yaparken ve kategori geliştirirken kullanılır (Çelik & Ekşi, 2015, s. 75). Memolar görüşülen kişinin durumu, söylemlerine ilişkin araştırmacının düşünceleri, sosyal medya paylaşımlarındaki dikkat çeken unsurlar (büyük küçük harf kullanımı, emojiler, avatarlar vb.), araştırma sürecinde araştırma alanını, nesnesini etkileyebilecek siyasi, ekonomik, toplumsal olaylar, paylaşımlarda adı geçen kişiler hakkındaki bilgiler vb. ile gerçek dünyada ya da dijital ortamlarda gözlemlenen olaylardan ya da önceki literatürle benzerlik ve farklılıkların kıyaslanmasını da içerebilir. Araştırma sırasında yazılan memolar araştırmada elde edilen verileri destekleyici olabileceği gibi araştırmacının karşıt düşüncelerini de ifade edebilir.

Araştırmacı, araştırma sırasında yazdığı memolarla kendi fikirlerini tartışarak bakış açısını genişletir, yeni fikirler elde edebilir ve bu fikirler ışığında araştırmanın işleyişini değiştirme kararı alabilir. Araştırma sırasında ayrıntılı bir şekilde ve gerekçeleriyle birlikte yazılan memolar sayesinde araştırmanın içeriğinde değişikliklere gidilebilir. Memolar araştırma sürecinde yol gösterici olarak işlev görürken aynı zamanda Goulding'in (2002, s. 65) deyişiyle "yeniden dönülebilen fikir bankaları" olarak yaşanan olayların sonraki günlerde hatırlanmasını ve üzerinde tekrar düşünülmesini sağlayarak araştırmacının sürekli olarak verilerle ilişki içerisinde olmasını sağlar. Memolar, veri toplama, analiz, kategori oluşturma süreci de dahil tüm araştırma boyunca araştırmacının iç sesi olarak işlev görür.

Memolar okurla iletişim kurmanın aksine araştırmacının kendisiyle konuşmak, bakış açısındaki eksiklik ve sorunları tespit etmek için yazdığı notlar olduğu için paylaşım dışı tutulabilirler, fakat verinin işlenmesi aşamasında daima başvuru kaynağı olarak memo yazımı zorunludur (Charmaz, 2015, s. 259).

Memo yazımı aynı zamanda GT'nin en önemli aşamalarından biri olan karşılaştırma sürecinde araştırmacının aşamasına, amacına ve kodlama türüne bağlı olarak içerik, kavramsallaştırma derecesi ve uzunluk bakımından farklılık gösterir ve araştırma sonunda yazılan makale, kitap vb. aktarılmadığı için araştırmacı istediği biçimde bu memoları tutabilir. Memolar araştırmacının tercihinin göre bilgisayar programı, renkli kartlar, klasör veya not defteri şeklinde olabilir (Strauss & Corbin, 1998, s. 220), ancak bilgisayar destekli nitel veri analiz programları araştırma sürecinde memo oluşturulmasına ve bu memoların verilerle karşılaştırma yapmaya olanak tanıyan özellikleri sayesinde bu süreci oldukça kolay bir hale dönüştürmüştür

### 3.5. Kodlama

Strauss ve Corbin (1998, s. 13) GT'de analiz sürecini hem belirli düzeyde titizlikle verilere dayandırma anlamında bilim hem de yaratıcılık, kategorileri uygun şekilde adlandırma, teşvik edici sorular sorma, karşılaştırmalar yapma ve organize edilmemiş ham veri yığınlarından yenilikçi, entegre, gerçekçi bir şema çıkarma yeteneği anlamında bir sanat olarak görürler. Analizi araştırmacı ve veriler arasındaki etkileşim olarak tanımlayan ikili, analiz sürecinde araştırmaya standardizasyon kazandıracak prosedürler olduğunu vurgulasalar da bu prosedürlerin araştırmacının yaratıcılığını ortadan kaldıracak ölçüde dogmatik olmadığı konusunda uyarırlar. GT'de araştırmacının deneyim ve gerçeklik hakkındaki yargıları (Buldukları, 2019, s. 7) yaratıcı bir etkinlik olarak kabul edilir. Bu yaratıcı etkinlik literatür taraması aşamasından teori oluşturmaya varan her aşamada düşünümsel olarak karşılaştırmayı zorunlu kılar.

Araştırma verilerinin analizinde kodlama ve karşılaştırma işlemleri eş zamanlı olarak ilerler (Gençoğlu, 2014, s. 690). Kategorilerin oluşumu için bu karşılaştırmalar son derece önemlidir. GT'de diğer araştırmalarda kullanılan karşılaştırma biçimlerinin tümü kullanılır. Cinsiyetler arası karşılaştırmalar, yaş grupları arasındaki karşılaştırmalar gibi değişkenler GT'de de çok önemlidir, fakat bu karşılaştırmalara ek olarak olayların, verilerin, kategorilerin hem kendi içlerinde hem de birbirleriyle karşılaştırılması gerekir (Strauss & Corbin, 1998, s. 79-80). Sürekli olarak karşılaştırılan veriler aralarındaki benzerlik ve farklılıklara göre gruplandırılır. Benzer boyutlar üzerinde gruplanan verilere birer isim verilir, daha sonra bu veriler kategori haline dönüşür (Merriam, 2015, s. 30).

Bilgisayar destekli nitel veri analiz programları verilerin kodlanması, yenilenmesi, birbirleriyle karşılaştırılması ve bunların organize edilmesini sağlamaktadır (Bringer, Johnston & Brackenridge, 2006, s. 254; Gibbs, 2012, s. 4). Gibbs (2002, s. 165'den akt. Soliman & Kan, 2004, s. 4) NVivo'nun tasarımının GT'den güçlü bir şekilde etkilendiğini ve bu nedenle GT araştırmalarını güçlü bir şekilde desteklediğini iddia etmektedir. Ancak bu kodlama işlemi GT'nin mantığından farklı işlemektedir. Araştırmanın tüm aşamalarında gerekli olan karşılaştırma işlemi araştırmacının düşünümsel olarak gerçekleştirmesi gereken önemli bir durumdur. Bu tarz bir düşünümsellik bu programların doğasında yoktur ve araştırmacı işleri tamamen bu programlara

bırakırsa bu durum GT'nin çöküşüne neden olabilir (Soliman & Kan, 2004, s. 4).

GT'de kodlama işlemi “nitel veri setlerini, irdelenen konular düzeyinde bölümlere ayırmak, bu bölümleri etiketlemek, birleştirmek ve ilk etapta görünmeyen içerisine gizlenmiş az sayıdaki ana temaya ulaşmak” (Metz, 2022, s. 555) için gerçekleştirilir. GT'de karşılaştırmalı analiz ile ortaya çıkan kategorilerin doğruluğunu kanıtama, ampirik genellemelere ulaşma, ortaya konulan teorinin doğrulanması gibi amaçlarla kullanılmaktadır (Bulduklu, 2019, s. 9). Analiz sürecinde derinlemesine görüşme, gözlem, doküman, belge ve diğer tekniklerle elde edilen veriler öncelikle parçalara ayrılarak isimlendirilir. Daha sonra analitik bir bütünlük içinde bir araya getirilip gruplandırılarak kodlama işlemi gerçekleştirilir (Gençoğlu, 2014, s. 690). GT kodlaması verilerin parçalara ayrılarak gruplandırıldığı, özetlendiği ve soyutlandığı bir etiketle adlandırılması anlamına gelir (Charmaz, 2015, s. 168). Bu parçalara ayırma ve birleştirmedeki asıl amaç, verilerin karmaşıklığı ve dağınıklığı altındaki meseleyi çözümlenerek kavramsallaştırmaktır (Baş & Hatemoğlu, 2013, s. 73).

Kodlar bir anlamda araştırmacının verilerden kavramlara, kategorilere ve temalara ulaşmada kullandığı araçtır. Diğer nitel araştırmaların aksine GT'de tüm kategoriler verilerden elde edilir (Charmaz, 2015, s. 173). Kodlama sırasında olaylar, metaforlar, anlatılar, fotoğraflar, e-postalar, emojiler birer karşılaştırma ögesi olarak verilerle verilerin, kategorilerle kategorilerin karşılaştırılmasında kullanılabilir. Veriden elde edilen bilgiler önceki literatüre, doğaya, sosyal dünyaya atıfta bulunarak kodlanır. Hem Nerse (2020) hem de Şahin'in (2022) çalışmalarına bakıldığında kodlama işleminin SGT'de de yürütülen birbiriyle eş zamanlı üç aşamadan oluştuğu görülür. Analiz süreci ilk olarak açık kodlama ile başlar. Daha sonra sırasıyla eksenel ve seçici kodlamayla devam eder. Analiz süreci ilerledikçe bu üç aşama eş zamanlı olarak sürdürülür (Kasapoğlu, 2015, s. 34).

GT analiz sürecindeki önemli aşamalardan biri olan kodlama işlemi açık kodlama ile başlar. Açık kodlama veriler ve memoların karşılaştırmalı şekilde parçalara ayrılması işlemidir. Açık kodlama aşamasında hiçbir kategori önceden belirlenmez. Tüm kategoriler verilerin parçalanması sonucu elde edilir. Açık kodlama sırasında tema ya da konu başlıkları yerine davranışların kodlanması tavsiye edilir (Charmaz, 2015, s. 177). Bu şekilde kodlanan veriler daha önce fark edilmemiş durumların ortaya çıkarılarak yeni bakış açılarının elde edilmesine olanak sağlar.

Araştırmacı açık kodlama sürecinde başlangıç kodlamasını serbest çağrışım şeklinde yapar ve görüşmeden ne anladığına odaklanır. Katılımcının anlattığı şeyin “ne hakkında?” olduğunu anlamaya çalışır (Marvasti, 2004, s. 86). Katılımcının anlattıklarıyla ana problem arasında bağlantı olup olmadığına ilişkin araştırmanın alt kategorileri oluşturulur. Araştırmacının verileri anlama biçimi ile ilişkili olan bu kategoriler aynı zamanda araştırmanın sorularının ve örnekleminin tekrar tekrar değerlendirilmesini sağlar. Kategorilerin eksik olması durumunda araştırmacı araştırmasına gerekli müdahaleyi yapmak durumundadır. Bu durum kategorilerin doyuma ulaştığı noktaya kadar devam ettirilir. Açık kodlama son görüşme dâhil tüm analiz süreci boyunca eksenel ve seçici kodlama süreçleriyle birlikte devam eder.

Strauss ve Corbin tarafından geliştirilen ve araştırılan kategorinin kendi içinde ve diğer kategorilerle ilişkisinin araştırılmasını ve karşılaştırılmasını sağlayan eksenel kodlama başta Glaser tarafından reddedilse de sonraki süreçlerde GT'de kullanılmaya

başlanmıştır (Charmaz & Bryant, 2008, s. 376). Eksenel kodlamanın amacı açık kodlama sırasında parçalanmış verileri bir araya getirmektir. Eksenel kodlama aşamasında açık kodlama ile oluşturulan ve dağınık halde bulunan alt kategoriler birbirleriyle olan benzerlik ve farklılıklarına göre birleştirilerek yeni ve üst kategoriler oluşturulur. Bu kategoriler tamamen açık kodlamada elde edilen kategoriler ekseninde gerçekleştirilir (Charmaz, 2015, s. 214).

GT analiz sürecindeki üçüncü aşama seçici kodlama aşamasıdır. Alt kategoriler ve kategorilerin ortaya çıkmasıyla birlikte “teoriyi arıtma ve bütünleştirme işlemi” (Strauss & Corbin 1998, s. 143) olarak devreye girer. Bu aşamada diğer aşamaların aksine araştırmacı araştırma problemi ekseninde bilinçli tercihlere yönelir. Eksenel kodlama sonucu ortaya çıkan kategoriler arasında seçim yaparak araştırmanın asli kategorileri belirlenir (Ilgar & Ilgar, 2013, s. 218).

Bilgisayar destekli programlar araştırmacının verileri incelemesine yardımcı olmak için karmaşık metin aramadan (birden çok terim, benzer kelimeleri veya aynı köke sahip kelimeleri arama ve tanımlanmış pasajlarda arama), uyum, kelime sıklıkları, bağlam içinde anahtar kelime ve bağlantılı küme diyagramları gibi çeşitli arama işlemlerini içerir (Bringer, Johnston & Brackenridge, 2006, s. 254; Gibbs, 2012, s. 4). Bilgisayar destekli programlar GT'nin anahtar yöntemlerinden biri olan verilerin farklı yönleri arasındaki bağlantıları araştırmak için sık sık düzenli değişiklik, iyileştirme ve yeniden tanımlama işlemlerinin hızla yapılabilmesini sağlamaktadır (Howitt & Cramer, 2011, s. 352).

### 3.6. Kavramlar/Kategoriler/Temalar

GT'yi diğer nitel sosyal bilim araştırmalarından farklı kılan yönü verilere dayanan soyutlama işlemidir (Ilgar & Ilgar, 2013, s. 211). Soyutlama işlemi sırasında verilerin işaret ettiği anlamların kodlandığı unutulmamalıdır (Bulduklu, 2019, s. 6). Kodlama işlemi açık kodlamadan seçici kodlamaya doğru evrilirken, araştırmacının soyutlanarak araştırma probleminin cevabına ulaşmayı sağlayan kavram ve kategoriler de elde edilmeye başlar. Açık kodlama sırasında parçalara ayrılan veriler, eksenel kodlama aşamasında ortak bir başlık altında benzer durum, olay ya da olguları sınıflandırmak amacıyla verilerin kimliklendirilmesi ya da isimlendirilmesiyle kavramlar elde edilir (Strauss & Corbin, 1998, s. 103). “Kavramlar verileri anlatan ve belirgin özellikleri ve sınırları olan soyut fikirlerdir” (Charmaz, 2015, s. 474). Verinin içindeki merkezi fikirler olan olguları temsil eden (Strauss & Corbin, 1998, s. 103) bu soyut fikirler, verilerin işaret ettiği anlamlara odaklanarak her bir veri parçasının işaret ettiği anlamı bulur ve aralarında hiyerarşik ilişkiler kurar. Bu hiyerarşik dizilim sayesinde bu anlamlar gruplandırılarak kategorilere ulaşılır. Kod ve kategorilere doygunluk seviyesine ulaşıncaya kadar karşılaştırmalı olarak soyutlama işlemine devam edilir (Ilgar & Ilgar, 2013, s. 231). Kod ve kategoriler doygunluk seviyesine eriştiğinde araştırmanın ana kategorileri olan temalara ulaşılır ve önceki aşamalarda belirlenen temalar ayrıntılandırılır (Bulduklu, 2019, s. 12). Seçici kodlama ile kategoriler ve kategorilerin özellikleri arasındaki ilişkiler açık bir şekilde tanımlanarak araştırmanın problemine açıklama getirilir (Gençoğlu, 2014, s. 687). Dolayısıyla başlangıcından günümüze farklı teorik yaklaşımlar olsa da dijital verinin derlendiği çalışmalarda temalar ortaya çıkarılıp, araştırma probleminin cevap veren teorik bir çerçeve geliştirilmektedir.

Araştırma sürecinde büyük miktarda veriyle uğraşmak oldukça zor bir işlemdir. GT'de diyagram olarak bilinen kavram haritaları gibi görsel araçları kullanmak veriler arasındaki ilişkinin gösterilmesinde ve netleştirilmesinde önemli bir yere sahiptir (Ligita vd., 2020). Bilgisayar destekli nitel veri analiz programlarının çoğu araştırmacının kodlar ve temalar arasındaki ilişkileri görselleştirerek bu ilişkiyi somutlaştırmasını sağlayan kavram haritası çıkarma özelliğine sahiptir (Coşgun İlgar & İlgar, 2014, s. 54). Ortaya çıkan yeni kod, kategori ya da temalarla birlikte bu diyagramlar her defasında yeniden şekillenir (Creswell, 2007, s. 169). Diyagramlar nihai şekline teori oluşturulmasıyla kavuşur.

#### 4. Sonuç

Son yıllarda gelişen internet ağları ve dijital iletişim teknolojileri ile ortaya çıkan yeni yaşam biçimleri ve yeni kamusalıklar sosyal bilim araştırmacılarını dijital evrene yönlendirmiştir. İnsan ilişkilerinin dijital dünyada yeniden şekillenmesi sonucunda dijital iletişim teknolojileri birer araştırma nesnesi ve veri toplama sahasına dönüşmüştür. Nicel sosyal bilim araştırmacıları 1990'lı yıllarda internetin gelişimiyle birlikte yeni iletişim araçlarını birer veri kaynağı olarak görmesine rağmen nitel sosyal bilim araştırmacıları uzun yıllar bu alandan uzak durmuştur. Bilgisayar destekli nitel veri analiz programlarının gelişimiyle birlikte nitel çalışmalar özellikle analiz tekniklerini bu programlar aracılığıyla yenilemişse de dijital ortamlarda yaşanan toplumsallaşma ve iletişim biçimleri araştırma nesnesi olarak uzun süre görmezden gelinmiştir. Ancak bugün dijital ortamlardaki insan etkileşimlerinin de gerçek dünyadaki insan etkileşimlerinden farklı olmadıkları anlaşıldıkça dijital ortamlar nitel sosyal bilim araştırmacıları için de bir veri toplama sahasına dönüşmüştür.

Araştırma problemine odaklı olarak literatür taraması ile başlayan araştırma süreci, GT'nin nihai aşaması olan teori üretim aşamasına kadar her bir aşamada veri toplama ve analiz sürecinin eş zamanlı olarak yürütüldüğü esnek bir modeldir. Düşünümsel ve karşılaştırmalı olarak devam ettirilen veri toplama ve analiz sürecinin doğası dijital araçların kullanımına olanak sağlayan niteliktedir. Özellikle yeni medya araçlarının kendi içlerinde sunduğu ya da nitel veri analiz programları aracılığıyla elde edilen veriler GT'nin araştırma problemi ekseninde örneklemin, araştırma sorularının, araştırma sahasının değiştirilmesine olanak tanıyan doğası ile yeni medya araçlarındaki hızlı değişim sürecinde birbirlerini destekler niteliktedir.

GT'nin kodlama, kategori oluşturma ve her türlü veriyi ya da oluşturulan teorileri diyagramlar aracılığıyla somutlaştırma süreçleri bilgisayar destekli nitel veri analiz programlarının işleyiş süreci ile paralellik göstermektedir. Ancak GT'nin kodlama, kategori ve ana temalar aracılığıyla teoriye erişim sürecinde uyguladığı soyutlama işlemi anahtar rolü üstlenmektedir. Bu noktada dijital araçların kullanımı ile GT'nin işleyişi farklılaşmaktadır. Araştırmacı araştırma boyunca karşılaştırma ve soyutlama işlemlerini bilgisayar programlarından bağımsız olarak yürütmek zorundadır. Burada araştırmacının düşünümsel olarak kendi varlığını da sürekli aklında tutması gerekir. Aynı zamanda bu durum araştırmacının bilgisayar destekli veri toplama ve veri analiz programlarına gereğinden fazla bağlanarak araştırmanın potansiyelinin ortadan kalkmasını da önleyecektir.



## Kaynakça

- Bağcı, C. (2016). Çevrimiçi toplum ve sanal sosyaliteler: sosyal medya ve özgür dijital dünyanın yeni esaretleri üzerine sosyolojik bir analiz. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(42), 1029-1036. DOI: 10.17719/jisr.20164216212
- Baş, T. & Hatemoğlu, G. (2013). *Nitel araştırma yöntemleri Nvivo ile nitel veri analizi*. Ankara: Seçkin.
- Berg, B. L. (2002). *Qualitative research for the social sciences*. Boston: Allyn ve Bacon.
- Bonfim, L. (2020). Spanning the boundaries of qualitative grounded theory methods: Breaking new grounds into the new online era. *RAUSP Management Journal*, 55(4), 491-509. DOI: <https://doi.org/10.1108/RAUSP-04-2019-0061>
- Bozkurt, A., Hamutoğlu, N. B., Liman Kaban, A., Taşçı, G. & Aykul, M. (2021). Dijital bilgi çağı: Dijital toplum, dijital dönüşüm, dijital eğitim ve dijital yeterlilikler. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi (AUAd)*, 7(2), 35-63. DOI: <https://doi.org/10.51948/auad.911584>
- Börekeçi, E. B. (2021). Oy hakkının internette oy kullanımı ile dönüşümü. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 23(1), 607-638. DOI: <https://doi.org/10.33717/deuhfd.899918>
- Bringer, J. D., Johnston, L. H. & Brackenridge, C. H. (2006). Using computer-assisted qualitative data analysis software to develop a grounded theory project. *Field Methods*, 18(3), 245-266. DOI: 10.1177/1525822X06287602
- Bryant, A. (2019). *The varieties of grounded theory*. London: SAGE Publications Ltd. DOI: <https://dx.doi.org/10.4135/9781529716542>
- Bryman, A. (2012). *Social research methods*. New York: Oxford University Press Inc.
- Bulduklı, Y. (2019). Eleştirel çalışmalarda nitel araştırma yöntemi olarak gömülü teori. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 1-14. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/pub/kritik/issue/43949/537565>
- Charmaz, K. (2015). *Gömülü (Grounded) teori yapılandırması*. Hoş, R. (Çev.). Ankara: Seçkin.
- Charmaz, K. & Bryant, A. (2008). Grounded theory. Given, L. M. (Edt.) in *The Sage encyclopedia of qualitative research methods* (374-377). California: SAGE Publications.
- Conlon, C., Timonen, V., Elliott O'Dare, C., O'Keefe, S. & Foley, G. (2020). Confused about theoretical sampling? Engaging theoretical sampling in diverse grounded theory studies. *Qualitative Health Research*, 30(6), 947-959.
- Coşgun İlgar, S. & İlgar, M. Z. (2014). Nitel veri analizinde bilgisayar programları kullanılması. *İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(5), 33-78.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. California: SAGE.
- Çelik, H. & Ekşi, H. (2015). *Nitel desenler gömülü teori*. İstanbul: Edam.
- Dohan, D. & Sánchez-Jankowski, M. (1998). Using computers to analyze ethnographic field data: Theoretical and practical considerations. *Annual Review of*

- Sociology*, 24, 477–98. DOI: 10.1146/annurev.soc.24.1.477
- Evans, G. (2013). A novice researcher's first walk through the maze of Grounded Theory: Rationalization for Classical Grounded Theory, *The Grounded Theory Review*, 12(1), 37-55.
- Fernandez, C. (2012). Guest editorial, themed section. *The Grounded Theory Review*, 11(1), 7–28.
- Franken, L. (2022). Digitale daten und methoden als erweiterung qualitativer forschungsprozesse. herausforderungen und potenziale aus den digital humanities und computational social sciences. *Forum Qualitative Sozialforschung*, 23(2). Erişim adresi: <https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/3818/4869>
- Gençoğlu, A. (2014). Bir kavram ve kuram üretme stratejisi olarak temellendirilmiş kuram. *Tarih Okulu Dergisi*, 7, 681-700.
- Gibbs, G. G. (2002) *Qualitative data analysis: Explorations with Nvivo*, Buckingham: Open University Press.
- Gibbs, G. R. (2012) Grounded theory, coding and computer-assisted analysis. Becker, S., Byrman, A. & Ferguson, H. (Edt.). *Understanding research for social policy and social work*. (p. 337-343). Bristol: Policy Press.
- Glaser, B. G. & Strauss, A. L. (2006). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. New Jersey: AldineTransaction.
- Goulding, C. (2002). *Grounded theory a practical guide for management, business and market researchers*. London: Sage.
- Howitt, D. & Cramer, D. (2011). Grounded Theory. Howitt, D. & Cramer, D. (Edt.). In. *Introduction to Research Methods in Psychology*. (p. 354-357). Essex: Pearson Education.
- Hunter, A., Murphy, K., Grealish, A., Casey D. & Keady, J. (2011) Navigating the grounded theory terrain. *Nurse Researcher*. 18(4), 6-10.
- İlgar, M. Z. & İlgar, S. C. (2013). Nitel bir araştırma deseni olarak gömülü teori (temellendirilmiş kuram). İZU Sosyal Bilimler Dergisi, Güz, 197-247. Erişim adresi: [https://openaccess.izu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12436/111/M.Zeki\\_Ilgar-Semra%20Cosgun%20Ilgar.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://openaccess.izu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12436/111/M.Zeki_Ilgar-Semra%20Cosgun%20Ilgar.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Jones, M. & Alony, I. (2011). Guiding the use of Grounded Theory in Doctoral studies – an example from the Australian film industry. *International Journal of Doctoral Studies*, 6 (N/A), 95-114. Erişim adresi: <http://ijds.org/Volume6/IJDSv6p095-114Jones322.pdf>
- Karakaya, ř. (2019). Sosyolojik araştırma, yöntem ve tekniklerinin sosyal medya üzerinden kullanımı. *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6, 38-56. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/882444>
- Kasapoğlu, A. (2015). Sosyolojide temellendirilmiş kuram geliştirme. Kasapoğlu, A. (Der.). *Özne Hayatı Konuşunca* içinde (ss. 15-39). İstanbul: Ayrıntı.

- Ligita, T., Nurjannah, I., Wicking, K., Harvey, N. & Francis, K. (2020). From textual to visual: the use of concept mapping as an analytical tool in a grounded theory study. *Qualitative Research*, 22(1),126-142. DOI: 10.1177/1468794120965362
- Marvasti, A. B. (2004). *Qualitative research in sociology*. London: Sage.
- Massa, F. G. (2013). *Insurgency on the Internet: Organizing the Anonymous Online Community*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Boston College, Boston.
- MAXQDA. (2020a). Literature reviews with MAXQDA. Erişim adresi: <https://www.maxqda.com/download/Literature-Reviews-with-MAXQDA2020.pdf>
- MAXQDA. (2020b). Başlangıç kılavuzu. Erişim adresi: <https://www.maxqda.com/download/GettingStarted-MAXQDA2022-tr.pdf>
- Merriam, S. B. (2015). *Nitel araştırma desen ve uygulama için bir rehber*. Selahattin Turan, S. (Çev.). Ankara: Nobel Akademik.
- Mete, H. (2022). Bilgisayar destekli nitel veri analizinde gömülü teori deseninin kullanımı: Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı dış ilişkiler e-bültenleri üzerine bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 20(1), 552-568. DOI: <https://doi.org/10.11611/yead.1030743>
- Morse, J. M. (2016). Tussles, tensions, and resolutions. Morse, j. M., Stern, P. N., Corbin, J., Bowers, B., Charmaz, K. & Clarke, A.E. (Edt.). In. *Developing grounded theory. The second generation* (13-19). London: Routledge.
- Muyyle, S., Moenaert, R. & Despontin, M. (1999). A grounded theory of World Wide Web search behaviour. *Journal of Marketing Communications*. 5(3), 143–155. Erişim adresi: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/135272699345644>
- Neill, S. J. (2006). Grounded theory sampling. *Journal of Research in Nursing*, 11(3), 253–260. DOI: 10.1177/1744987106051850
- Nerse, S. (2020a). Dijital sosyal teoriye giriş: Yapı, fail ve eylem etkileşiminde değişim. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 36, 850-880.
- Nerse, S. (2020b). Dijital medya aktivizmi: yeni sınıfsal ilişkilerin imkân ve sınırları. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 26, 615-634. DOI:10.9775/kausbed.2020.033
- Neuman, W. L. (1991). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Boston: Allyn and Bacon
- NVivo. (2021). NVivo 11 for Windows help. Erişim adresi: <https://help-nv11.qsrinternational.com/desktop/welcome/welcome.htm>
- Özcan, M. & Keskin, B. (2020). Dijitalizasyon bağlamında sosyal dönüşüm. *OPUS*. 16(29), 2214-2229. DOI: 10.26466/opus.775748
- Roberts, A. & Zietsma, C. (2018). Working for an app: organizational boundaries, roles, and meaning of work in the “on-demand” economy. Ringel, L., Hiller, P. & Zietsma, C. (Edt.). In. *Toward permeable boundaries of organizations?* (p. 195-225). Bigley: Emerald.
- Schneider, S. M. & Foot, K. A. (2004). The web as an object of study. *New Media and Society*. 6(1), 114-122. DOI: 10.1177/1461444804039912

- Snee, H., Hine, C., Morey, Y., Roberts, S. & Watson, H. (2016). Digital methods as mainstream methodology: an introduction. Snee, H., Hine, C., Morey, Y., Roberts, S. & Watson, H. (Edt.). In *Digital methods for social science an interdisciplinary guide to research innovation* (p. 1-16). Londra: Palgra ve Macmillan.
- Strauss, A. L. & Corbin, J. M. (1998). *Basics of qualitative research*. California: Sage.
- Şahin, H. (2022). The debate on the İstanbul convention in Turkey and its unilateral cancellation: Twitter example. Yıldız, S. (Edt.). In *International Scientific Research Series New Approaches in Social Sciences*. (p. 79-98). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Şener, E. (2019). Gömülü teori yaklaşımının yönetim araştırmalarında kullanımı. *Nitel Sosyal Bilimler*, 1(1), 22-47. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/908709>
- Talip, B., Narayan, B., Edwards, S., & Watson, J. (2017). Digital ethnography as a way to explore information grounds on Twitter. *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries*, 5(1), 89-105. Erişim adresi: <http://qqml-journal.net/index.php/qqml/article/view/308>
- Tanyaş, B. (2014). Nitel araştırma yöntemlerine giriş: Genel ilkeler ve psikolojideki uygulamaları. *Eleştirel Psikoloji Bülteni*, 5, 25-38. Erişim adresi: [https://www.academia.edu/6774133/Nitel\\_ara%C5%9Ft%C4%B1rma\\_y%C3%B0ntemlerine\\_giri%C5%9F\\_Genel\\_ilkeler\\_ve\\_psikolojideki\\_uygulamalar%C4%B1](https://www.academia.edu/6774133/Nitel_ara%C5%9Ft%C4%B1rma_y%C3%B0ntemlerine_giri%C5%9F_Genel_ilkeler_ve_psikolojideki_uygulamalar%C4%B1)
- We Are Social. (2022). Digital 2022: Another year of bumper growth. Erişim adresi: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>
- Wikipedia. (Tarih yok). *Computer-assisted qualitative data analysis software*. Erişim tarihi: 10.06.2022. Erişim adresi: [https://en.wikipedia.org/wiki/Computer-assisted\\_qualitative\\_data\\_analysis\\_software](https://en.wikipedia.org/wiki/Computer-assisted_qualitative_data_analysis_software)

## MAKALE BİLGİ FORMU

**Yazar(lar)ın Katkıları:** Yazar çalışmaya %100 katkı sunmuştur

**Çıkar Çatışması Bildirimi:** Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

**Destek/Destekleyen Kuruluşlar:** Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kar amacı gütmeyen sektörden hibe alınmamıştır.

**Etik Onay ve Katılımcı Rızası:**“Gömülü Teoride Dijital Teknolojilerin Kullanımı” başlıklı çalışma etik kurul onayı gerektirmemektedir. Yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulduğu toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmadığı yazar tarafından beyan edilmiştir.

## Dijital Mecralarda Altkùltür Temsili: “Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana’da” Örneği\*

### Özet

Işıl Şimşek\*\*

Çalışmada 2016-2019 yılları arasında altı sezonda izleyicileriyle buluşan Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana’da dizisinde dijital mecralarda üretilen altkùltürel yapının özelliklerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Dizi karakter özellikleri, senaryosu, dizi müzikleri gibi sembolik aktarımın farklı formları ile gençlik altkùltürünü üretmektedir. Çalışma dijital platformların geleneksel yayıncılık içeriklerinden farklı olarak üretim sürecinde ortaya koymuş olduğu altkùltürel tema üzerine inşa edilmiş olan dizinin içerik yapısını veri kaynağına dönüştürmekte, bu yönüyle dizi üzerine yapılan diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır. Bu kapsamda 2016-2019 yılları arasında 6 sezon 43 bölüm olarak yayımlanan dizinin 12 bölümü amaçsal örnekleme yöntemi ile çalışma evrenine çekilmiş, 317 sahne diyaloglar ve görsel özelliklerine göre içerik analizi kullanılarak incelenmiştir. Araştırma sonunda dizide üretilen sosyal grup yapısının eylem, söylem ve davranış özellikleriyle gençlik altkùltür özelliği taşıdığı, kùltürün üretiminde grup liderinin baskın özelliklerinin etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Lider merkezli örgütlenme yapısının olması altkùltürel yapıyı aynı zamanda getto kùltürüne de yakınlaştırmaktadır. Eylem ve davranışlarda sıklıkla karşılaşılan suç unsurları ve şiddet “sapkın” bir davranış değil, sosyal yapıda hâkim olan kùltürde, toplumsal ilişki kurma biçiminin bir sonucudur. “Hobohemia”ya egemen olan suç ve şiddet temelli kùltüre karşı mücadele içinde olan gençlik altkùltürü davranış, protest söylem, eylem ve diğer kùltürel unsurlarla güçlü bir karşı çıkış üzerine inşa edilmiştir.

\*Bu çalışma ICOMS International Communication Science Symposium’unda (29.11.2021) özet bildiri olarak yayımlanan “Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana’da Dizisinde Alt Kùltürün Dijital Mecrada Temsilinin İncelenmesi” başlıklı çalışmanın genişletilmiş halidir.

\*\*Arş. Gör. Dr.,  
Sakarya Üniversitesi  
İletifim Fakùltesi  
Gazetecilik Bölümü,  
E- mail: isilsimsek49@gmail.com,  
ORCID: 0000-0001-5217-7893

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Yayıncılık, Altkùltür, Gençlik Altkùltürleri, Temsil.

Research Article

**Subculture Representation in Digital Media: The Example of “Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana’da” (Zero One: Once Upon a Time in Adana)\***

Işıl ŞİMŞEK\*\*

**Abstract**

In the study, it was aimed to reveal the characteristics of the subcultural structure produced in digital media in the TV series “Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana’da” (Zero One: Once Upon a Time In Adana), which met with its audience in six seasons between 2016-2019. The series produces its own youth subculture with different forms of symbolic transmission such as character traits, scenario, and music. The study transforms into a data source the content structure of the series, which is built on the subcultural theme that digital platforms reveal in the production process, unlike traditional broadcasting content, and in this respect it differs from other studies conducted on the series. In this context, 12 episodes of the series, which were broadcast in 6 seasons and 43 episodes between 2016-2019, were included in the study universe with the purposive sampling method, and 317 scenes were analysed using content analysis according to their dialogues and visual features. As a result of the research, it was concluded that the social group structure produced in the series is typical of a youth subculture in terms of its action, discourse and behaviour characteristics, and that the dominant characteristics of the group leader are effective in the production of culture. Having a leader-centred organizational structure also brings the subcultural structure closer to the ghetto culture. Criminal elements and violence frequently encountered in actions and behaviours are not a “deviant” behaviour, but a result of the way of establishing social relations in the culture that dominates the social structure. The youth subculture, which struggles against the crime and violence-based culture that dominates “Hobohemia”, is built on strong opposition with behaviour, protest discourse, action and other cultural elements.

\*This study is an extended version of the study titled “Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana’da Dizisinde Alt Kültürün Dijital Mecrada Temsilinin İncelenmesi” which was published as a summary paper in the ICOMS International Communication Science Symposium (29.11.2021).

\*\*Research Assistant Dr,  
Sakarya University,  
Department of Journalism,  
E- mail: isilsimsek49@gmail.com,  
ORCID: 0000-0001-5217-7893

Received: 14.10.2022  
Accepted: 17.11.2022

**Keywords:** Digital Publishing, Subculture, Youth Subcultures, Representation.



## Giriş

Görsel işitsel yayıncılık türleri içinde yer alan diziler televizyon yayıncılığının önemli içeriklerinden biridir. Radyo ve Televizyon Kurumu yayın türleri içinde dizileri dram ana başlığı altında dizi filmler, sinema ve televizyon filmleri kategorileri altında sınıflandırmaktadır. Bu kapsamda dizi filmleri “*Birden çok bölüm halinde yayınlanan, tavır, tutum, deyiş yönünden birbirine bağlı olan aynı konunun veya birbirini izleyen konular bütünlüğünün işlendiği drama program türü*” (RTÜK, 2014, s. 16) şeklinde tanımlanmıştır. Senaryosu ve işlediği ana temaya göre bilimkurgu, gerilim, komedi, dram, aksiyon, hiciv, animasyon gibi türlere ayrılan diziler yayın sürelerine ve yayın akışındaki yerine göre de farklılaşabilmektedir. 60 ila 90 dakika arasında değişen ve prime-time’da haftalık yayınlanan diziler dışında 20 ila 60 dakika arasında değişen ve gündüz kuşağında yer alan, çoğunlukla günlük olarak verilen dizi türleri de bulunmaktadır (Kuyucu, 2019, s. 560).

Televizyon yayıncılığının önemli program türlerinden olan dizi kültürü 1950’lerde Amerikan özel televizyonlarında başlamıştır. Aile ortamında, eğlence amaçlı ve boş zaman aktivitesi olarak hazırlanan diziler edebiyat eserlerinden ve tiyatro oyunlarından uyarlamalarla başlamış, iç mekânda çekilen sitcomlar, dış mekânda bant kaydına alınan westernler, pembe dizi olarak da bilinen melodramlar, bilimkurgu ve polisiye dizi türleri olarak devam etmiştir (Doğanay & Aktaş, 2021, s. 854-855).

Türkiye’de 1968 yılında TRT ile televizyon yayıncılığı Amerika’dakinden farklı olarak kamu sahiplik yapısında başlamıştır. Dizinin televizyon yayıncılığı içindeki gelişmesi ise 1980’den sonraki dönemde kendini göstermiştir. 1970-1980 arası dönemde hükümetlerin sık sık değişmesi iktidara bağlı yayın yapan TRT’nin de yayın politikalarının değişimini beraberinde getirmiş, dönemin koşulları içinde dizinin bir sektör olarak ekonomik yapıya dahil olma süreci de gecikmiştir. Bu durum 1970’lerin başında Türkiye’de televizyon yayın içeriklerinde kullanılan dizi ihtiyacının yurtdışı yapımlardan ithalat yoluyla karşılanması sonucunu da getirmiştir. Amerikan yapımı “Küçük Ev”, “Dallas”, “Görevimiz Tehlike”, “Tatlı Cadı”, “Bonanza” gibi ithal diziler bu sürecin unutulmazları olarak hafızalarda yer etmiştir (Kuyucu, 2019, s. 566). İlk yerli yapım dizimiz ise 1974 yılında yayınlanmaya başlayan sitcom özelliğindeki “Kaynanalar” olmuş, onu edebiyattan uyarlanan “Aşk-ı Memnu” dizisi takip etmiştir. “Dördüncü Murat”, “Perihan Abla”, “Bizimkiler” 1980’lerin ve Türk dizi tarihinin en önemli yapımları arasında yerlerini almıştır (Tanrıöver, 2015’ten akt. Doğanay & Aktaş, 2021, s.859).

1990’lı yıllar televizyon yayıncılığına özel sektörün bir aktör olarak girmesiyle birlikte hem yayıncılık hem de dizi sektörü için değişim ve dönüşüm dönemi olmuştur. Özel televizyon kanallarının sisteme dahil olmasıyla birlikte yayın içerikleri hem çeşitlenmiş hem de kanallar arası reklam gelirini arttırma yarışı başlamıştır. Rekabetin en yoğun olduğu alan da gün içinde televizyonun en çok izlendiği “altın saatler” de denilen prime time kuşağında görülmüştür. 20:00-23:00 saatleri arası olarak kabul edilen bu zaman diliminde izleyicinin ilgi ve beğenisini çekecek içerikte eğlence programları, reality showlar ve diziler yayın akışında en çok tercih edilen program türleri olmuştur. Türk dizi sektörünün 90’lar sonrasındaki gelişimini de yayın akışı içinde prime time saat dilimindeki konumu şekillendirmiştir. 1990-2000 yılları arasındaki dönemde rekabet içinde üretilen diziler yarattıkları işgücü, yapım şirketleri, cast ajansları, çekimlerin yapıldığı coğrafyalarda oluşturdukları doğrudan ya



da dolaylı ekonomik ve ticari hareketlilik, genel sosyal yapıda tüketim alışkanlıklarında yarattıkları etki ile endüstriyelleşme sürecine girmiştir.

90'lardan 2000'lere kadar senaryolar, çekim teknikleri, dizi oyunculuk yetenekleri bakımında gelişimini geleneksel yayıncılık içinde sürdüren Türk dizileri 2000 yılından sonra sınır ötesi dizi ihracatı ile yeni bir boyut kazanmıştır. RATEM'in (2018, s. 13,14) yayınladığı rapora göre Türkiye Hindistan, Çin, Rusya ve Nijerya'dan sonra dizi kategorisinde orijinal yapım üreten beşinci ülke konumunda ve küresel piyasalarda ithal edilen dört içerikten birini Türk yapımları oluşturmaktadır. Sektör içinde üretilen dizilerin %75'i ihraç edilmekte, Türk dizilerinin küresel piyasalarda yaklaşık 400 milyon izleyicisi olduğu tahmin edilmektedir. Bu veriler Türkiye'yi Amerika'dan sonra en çok dizi ihraç eden ikinci ülke konumuna getirmektedir. İlk olarak 1981'de Fransa'ya ihraç edilen 1975 yapımı "Aşk Memnu" dizisi ile başlayan bu süreç 2019 yılı verilerine göre 500 milyon dolarlık ekonomik bir değere dönüşmüş durumda. 1999 yılında Kazakistan'a satılan "Deli Yürek" ile 2000 sonrası başlayan ekonomik değişim içinde 70 ülkeye ihraç edilen ve 500 milyondan fazla izleyiciye ulaşan en popüler dizi ise "Muhteşem Yüzyıl" olmuştur (Uştuk, 2019).

Dizi sektörünün taşıdığı potansiyel ve yarattığı ekonomik değer sadece ülke içinde istihdam ve yurtdışı ihracattan elde edilen getiriler ile sınırlı değildir. Senaryolarda aktarılan hikayeler, bölgesel ya da yöresel düzeyde görünür kılınan kültürel unsurlar aynı zamanda film turizminin oluşmasına, çekimlerin yapıldığı mekanlarda ve şehirlerde ekonominin canlanmasına katkı sunmaktadır (RATEM, 2018, s. 15). Ekonomik ve ticari boyutları dışında dizi ihracatı ülkeler arası iletişimde kamu diplomasisi, kültürel diplomasi ve yumuşak güç boyutunda da araç olarak kullanılmakta ve incelenmektedir (Yazar, 2020), (Ökmen & Göksoy, 2019), (Hancıoğlu & Hülür, 2021), (Özarslan, 2020), (Deniz, 2010).

Yayıncılığın gelenekselden dijital doğru değişmesi televizyon yayıncılığında da yeni imkân, olanak ve kanalların ortaya çıkmasını sağlamıştır. İnternet üzerinde TV veya video içeriğinin televizyon dışında telefon, dizüstü bilgisayar, tablet gibi elektronik cihazlarla tüketimine imkân veren OTT hem televizyon hem de dizi yayıncılığını yeni bir dönüşüme uğratmıştır. Hulu, Netflix, Amazon Prime, Disney +, NBC Peacock, HBO Max (Oracle, t.y.) bu alanda hizmeti veren öncü kanallar olmuştur. Türkiye'de ise Puhu TV, Exxen, TV+, BluTV, OTT platformunda yayın vermektedir (Doğanay & Aktaş, 2021). İçeriklerin dünya çapında izleyiciye ulaşmasına imkân veren yeni yayıncılık platformları aynı zamanda geleneksel yayın anlayışından dizilerin süresi, senaryo özellikleri, sansür ve denetim mekanizmalarının işlevselliği boyutunda ayrılmaktadır.

Bu çalışmada dijital platformda izleyiciye sunulan Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana'da adlı dizi üretilen ve aktarılan altkültürel temsiller boyutunda incelenmiştir. Amaçsal örnekleme yöntemiyle 12 bölüm, 317 sahne diyalog ve görseller boyutunda içerik analizi kullanılarak sınıflandırılmıştır. Elde edilen bulgular gençlik altkültürünün üretildiği mekânsal alanlar, grubu oluşturan baskın karakterler ve özellikleri, grubun eylem, söylem ve davranışları boyutlarında incelenmiş ve yorumlanmıştır.

### 1. Dijital Yayıncılık

1950'li yıllardan başlayan, 1990'larda olgunluk aşamasına gelen elektronik çağ sayısal ağların, yeni medya ortamlarının, temel teknolojik ürün ve üretimlerin yapıldığı bir dönemin başlangıcı olmuştur (Alcorta'dan akt Kara, 2013, s. 97).

1950’ler ile başlayan dijital teknolojiler ilk olarak sayısal elektronik sistemine dayalı tüplü bilgisayarın icadıyla başlamış, elektronik kol saatleri ve hesap makinelerinin bulunmasıyla devam etmiştir.

1970’lerden itibaren devre sistemlerinde analogdan sayısala doğru başlayan dönüşüm (Morgül, t. y.) aynı zamanda dijital dünyanın da zeminini hazırlamıştır. İletilen verinin sıfır ya da bir olarak sayısallaştırılması şeklinde özetlenebilecek olan dijitalleşme analog teknolojiden farklı özelliklere sahiptir. Yayıncılık düzeyinde analog teknoloji hareketli ses ve görüntünün analog işaretler ile iletilmesidir. Bu işaretlemeler SECAM, PAL ve NTSC gibi programlar aracılığı ile kodlanmakta, bu kodlar VHF-III, UHF-IV, UHF-V analog frekans alanlarında sadece tek bir kanalda yayınlanması temeline dayanmaktadır. Analog yayıncılıkta bir frekansta olan kanal sayısı kadar televizyon yayıncılığı yapılabilen bu da frekansları milli bir değere dönüştürmektedir (Yaman, 2017, s. 244). Analog sistemde sürekli olarak değişen elektrik sinyalleri olarak iletilen veriler dijital teknolojide her bir veriye karşılık gelecek olan rakamlara dönüşür. Bu dönüştürme işlemlerinde Analog/ dijital dönüştürücü olan ADC (Analog to Dijital Convert) ve sayısal/analog dönüştürücü DAC (Dijital to Analog Convert) kullanılır. Sayısal devreleme sistemleri analog teknolojilerden belli özellikleri ile farklılaşır. Bu farklılaşmalar şu şekilde özetlenebilir (Morgül, t. y.):

- Dijital teknoloji daha güvenlidir.
- Devreleri ve sistemsel özellikleri tekrarlanabilir.
- Sinyal kalitesi değişmediği gibi kalite istenildiği kadar geliştirilebilir.
- Dış etki ve gürültüden etkilenme oranları düşüktür.
- Pek çok uygulamada daha az maliyetlidir.
- İletim ve kopyalamada bozulma yaşanmaz.
- Bilgisayar ve televizyon teknolojilerinde multimedya adı altında tek bir sisteme dönüştürülebilmektedirler.
- Teknolojik gelişme ve değişime açıktır.
- Geniş çaplı tümleşik devre sisteminde (VLSI-Very Large Scale Integrated Circuits) tek bir chip olarak imalata dönüştürülmesi daha uygundur.

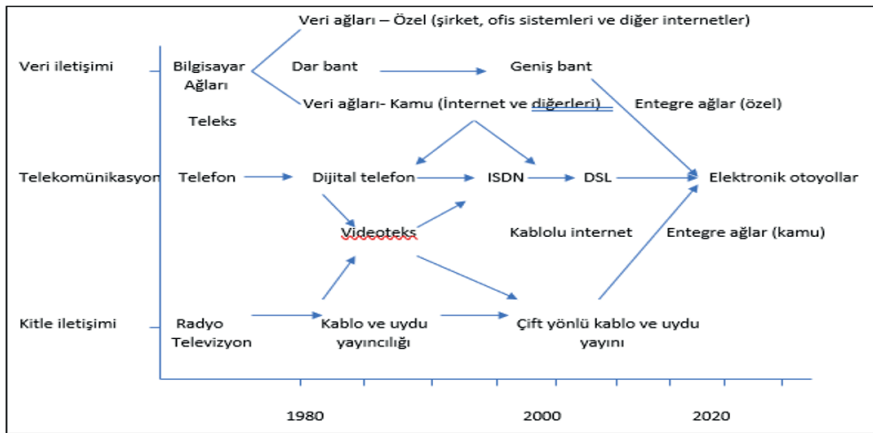
Hareketli ve sesli görüntünün göndericiden alıcıya aktarılması temeline dayanan televizyon yayıncılığı teknolojideki değişim ve dönüşümlerden de etkilenmiştir. Bu değişimler televizyon yayıncılığında üç farklı teknolojik dönemselleştirme ortaya çıkarmıştır. 1920’lerin başından 1970’lerin ortalarına kadarki ilk dönem birinci nesil televizyon yayıncılığıdır. Yayıncılık sürecinde en uzun olan bu dönem, televizyon istasyon sayılarının hızla arttığı kablolu olarak da adlandırılan ikinci nesil televizyon yayıncılığı ile devam etmiştir. 1990’lar ile başlayan ve hala devam eden üçüncü nesil televizyon yayıncılığı ise dijitalleşmenin yayıncılık uygulamalarında kullanıldığı dönemdir. (Walker ve Ferguson’dan akt. İspir, 2008, s. 69).

Bilgisayar ve televizyon teknolojisinin bir araya geldiği 1990’lar dijital yayıncılığın da başlangıcı olmuştur. Dijital yayıncılık karasal, uydu ve kablolu yayınların internet kanalı aracılığıyla aktarılabilmesidir. İlk olarak 1994’te başlayan dijital yayıncılık analog olan uydu yayıncılığının dijitalleştirilmesiyle adımını atmış (Morgül, t. y.), 1993 yılında Bonn’da 20 ülkenin katılımı ile başlayan DVB dijital televizyon çalışmaları ilerleyen dönemlerde katılımı ülke sayısını artırarak genişlemiştir. Yazılımcı, yayıncı, üretici network operatörü gibi iletişim, bilgi teknolojileri ve telekomünikasyon alanında farklı uzmanlıkların bir araya geldiği yapı ile yayıncılık alanında geniş kapsamlı bir standart ortaya çıkarmıştır (DVB, t. y.).

Dijital yayıncılık radyo ve televizyon yayınlarının hem üretim hem de iletiminde sayısal teknolojilerin kullanılması anlamını taşımaktadır (Yaman, 2017, s. 245) ve bu yayıncılık standartları ATSC, ISDB ve DVB olmak üzere üç farklı özellik göstermektedir. ATSC (Advanced Television Systems Comitee) de denilen Gelişmiş Televizyon Sistemleri Komitesi Amerika, Güney Kore ve Kanada tarafından kullanılmaktadır. Sistem yüksek kalitede dijital ses, görüntü ve veri aktarımı için tasarlanmıştır. Saniyede 19.29 (Mb/s) veri atarımı yapabilen sistem 6 MHz kanal genişliğine sahiptir (Collins, 2001, s. 3). Japon Dijital Yayın Uzmanları Grubu DiBEG tarafından geliştirilen ISDB (Integrated Services Digital Broadcasting) sistemi uydu, kablo ve karasal yayıncılıkta standartlar geliştirmiştir. Bu standartlar hem kanal kodlama hem de modülasyon olmak üzere dijital yayıncılığı sağlayan temel iletim sistemlerini içermektedir. Sistem veri, radyo ve standart tanımlı televizyon (SDTV) ve yüksek tanımlı televizyon (HDTV) yayıncılığına imkân veren veri segmentasyonuna sahiptir. Japonyo'dan piyasaya sürülen ISDB-T standardı 3,561-30,980 Mb/s veri hızını 6-8 MHz kanal genişliğinde iletebilme özelliğine sahiptir (Collins, 2001, s. 14). Avrupa Telekomünikasyon Standartları Enstitüsü (ETS) tarafından geliştirilen dijital yayın standartları ise DVB (Digital Video Broadcasting) olarak kabul edilmektedir. Sistem Avrupa Birliği ülkeleri dışında Avusturalya ve Yeni Zelanda tarafından da kullanılmaktadır. Yüksek kalitede video ve ses verilerini 4,98-31,67 Mb/s hızında 7-8 MHz kanal genişliğinde iletmektedir (Collins, 2001, s. 11).

1994-1998 yılları arasında gelişen internet imkanları, 1993 yılında Amerika'da "bilgi süper otoyolu" olarak da adlandırılan elektronik otoyol tartışmalarının başlaması 21. yüzyıla doğru ilerlerken yeni medyanın imkân ve olanaklarının geleneksel medya ile bir araya gelmesini de beraberinde getirmiştir. Dijital üretim, iletim ve yapay zekayı içine alan, "dijital devrim" olarak da nitelendirilen bu süreç İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki ilk on yılda bilgisayar, uydu ve telekomünikasyon teknolojilerinin bir araya getirilmesi sonrasında gelişimini devam ettirmiştir. Yeni medyanın temel yapısal özelliği de telekomünikasyon, veri iletişimi ve tek bir araçta kitle iletişimini bütünleşirmesi şeklinde olmuştur (Dijk, 2006, s. 6-7).

**Şekil 1:** İletişimin iletiminde entegrasyon



Kaynak: Van Dijk, 2006, s.7

Multimedya özelliği gösteren bu ortamın entegrasyon seviyeleri altyapı (veri aktarımı için telefon ve bilgisayar gibi farklı alt yapıların birleştirilmesi), ulaşım, yönetim, hizmet ve veri türleri seviyelerinde gerçekleşebilir (Dijk, 2006, s. 7).

Sayısal televizyon yüksek sıkıştırma teknolojisi, daha hızlı ve yüksek iletim ile etkileşime açık çift yönlü iletişim imkânı sunma özellikleriyle geleneksel televizyon yayıncılığından farklılaşmaktadır. Bu iletim özelliği de video kodlama standardı olan MPEG sayesinde gerçekleşmektedir. Hareketli ardışık görüntünün kapladığı veri alanı genişler ve aktarım esnasında sıkıştırılması gerekmektedir. MPEG günümüzde video aktarımında büyük miktarda hareketli görüntüyü sıkıştırma imkânı vermekte, sıkıştırılan görüntü açıldığında bozulma oranı düşmektedir. Bu bozulma oranı izleyicinin çoğu zaman fark etmeyeceği bir düzeyde kalmaktadır (Taşkın, Suçsuz, & Taşkın, 2007, s. 73). Farklı özellikte sıkıştırma özellikleri olan MPEG formatlarından MPEG-1, 1.5 Mb/s’e kadar bit oranı, 360×288 piksel resim boyutunda VHS kalitesinde video kodlaması yapabilmektedir. MPEG-2, 4-9 Mb/s bit oranında NTSC, PAL ve SECAM sistemleri için yayın kalitesini desteklemekte 10 Mb/s veri aktarımı yapabilen yüksek tanımlı televizyonlar, DVD ve dijital televizyonlarda kullanılabilir. MPEG-4, sadece dördörtgen formundaki kareleri değil, rastgele biçimli video nesnelere de kodlayabilmektedir. Hareketli gerçek görüntü dışında bilgisayar destekli üretimi olan karikatür tarzı çizimlerle de etkileşime girme imkânı vermektedir. MPEG-4 içerik üreticilere sahne silme, sahne ekleme, nesnelerin pozisyonunu ve davranışlarını değiştirme gücü sunmakta, televizyon izleme teknolojisinin etkileşimli bir boyuta taşınmasında önemli bir aşama olarak görülmektedir (Şahin, 2013, s. 64-66). MPEG-7 ve MPEG-21 sıkıştırma standartları ise MPEG kodlama sistemlerinin işlevselliğini arttıran, MPEG-4 ile bütünlük ek yapılarıdır (Yaman, 2017, s. 248)

Sayısal televizyon yayıncılığının sıkıştırma teknikleri ve yüksek iletim kapasitesi dışında geleneksel yayıncılık tekniklerinden farklılaşan bir diğer özelliği de yaratmış olduğu çoklu ortam ve etkileşim özellikleridir (Kandemir, 2013, s. 17). Sayısal televizyon yayıncılığına etkileşim özelliğini kazandıran MPEG-4 teknolojisi olmuştur. Multimedya özellikleri taşıyan MPEG-4 internet ortamında daha fazla ses ve görüntüyü sıkıştırırken IPTV sistemlerinde etkileşim imkânı da vermektedir (Yaman, 2017, s. 248). IPTV televizyon yayıncılığı kablo, uydu ya da havadan iletim yerine internet teknolojisinin imkanları kullanılarak geniş bant yapısıyla ileti sağlayan yayıncılık sistemidir. Bu yayıncılıkta yayınlar özel yönetilen ağ sistemleri kullanılarak yapılmakta, halka açık internet TV olarak adlandırılan sistemlerden farklılıklar göstermektedir. IPTV, kullanıcılarına geniş çaplı, kaliteli ve televizyon izleme esnasında internetin gücünü kullanıma izin vermektedir (Şahin, 2013, s. 69). İnternet ve mobil teknolojilerinin televizyon yayıncılığı ile yöndeşmesi VOD, IPTV, Web TV, OTT gibi hizmetler üzerinden aktarılmaktadır (Söğüt, 2020, s. 409).

Etkileşimin televizyon yayıncılığında uygulanmaya başlamasıyla yayıncı-izleyici arasında mesaj aktarımı yapılabilir olmuş, anlık geri bildirimler aktarılabilmektedir. Etkileşimin televizyon yayıncılığına girmesi aynı zamanda kitle iletişimin güçlü aracı olan televizyon kadar kitle iletişiminin de yapısını değiştirmeye başlamıştır. Etkileşimli yayıncılık da denilen bu süreç izleyiciye ekran başında izleme eylemi esnasında devam etmekte olan akışa müdahale etme ve değiştirme imkânı vermektedir. Etkileşim temelli interaktif yayıncılıkta veri, enformasyon ve program akışının yayıncıdan izleyiciye doğru aktıktan sonra izleyicisinden yayıncıya doğru geri bildirim üzerinden

tekrar hareket edebilir. Etkileşimli yayıncılığın en etkin uygulanabildiği alan IPTV teknolojileridir. Bu teknolojik yapı izlemeyi durdurma, kaydetme, istenilen zamanda yeniden izleme imkânı sunarak izleme davranışlarındaki kitlesel özellikleri bireysel bir forma dönüştürmektedir (Yaman, 2017, s. 251-252). Etkileşimli televizyon teknolojisi kullanıcılara sunduğu farklı düzeydeki etkileşim seçenekleri ile bireysel izleme seçenekleri sunar. Çok kanallı iletim, içeriğin bireyselleştirilmesi, zaman atlatmalı yayın, kullanıcı-kullanıcı ya da kullanıcı-içerik etkileşimi, isteğe bağlı içerikleriyle izleyici geleneksel televizyon davranışlarından daha aktif olarak televizyon içeriklerini tüketmektedir (Damasio 2004 vd'den akt. İspir, 2008, s.94).

IPTV alt yapısı ile kullanıcılara isteğe bağlı video yayını (VOD), öde-izle (Pay TV), içerik kaydı (PVR), gecikmeli yayın izleme (Catch-up Tv), canlı yayın durdurma (Pause live tv), elektronik program rehberi (EPG) gibi farklı içeriklerde hizmet seçenekleri ve izleme davranışları sunulmaktadır. Bu hizmetlerden *izle* ve *öde* ile elektronik program rehberinden seçilen içerikler belli süreler için satın alınırken, *isteğe bağlı videoda* izleyici depolamış olduğu içeriğe istediği zaman ulaşabilmektedir. *Yayın durdurmada* ise kullanıcılar içeriği diledikleri zaman diliminde durdurabilmekte ve izleyebilmektedir. İzleyiciler içerikleri günlük ya da haftalık olarak hazırlanan yayın akışına göre *elektronik program rehberi* oluşturabilmektedir. İzleme davranışları *kişisel video kayıtları* ile daha sonra yayını izlemek için kaydedilmesine, *geriden izleme* ile de kayıtların izlenebilmesine imkân vermektedir (Yaman, 2017, s. 253).

IPTV teknolojisi geleneksel televizyon yayıncılığında reklam politikaları, alışveriş alışkanlıkları, kullanıcılara sunduğu sosyalleşme imkanları ile farklılaşmaktadır. Dijital televizyon teknolojisinin kişiye özel yayın içeriği oluşturabilme seçenekleri reklam verenler için doğru hedef kitleye ulaşmak ve ilgi alanlarına uygun reklamların doğrudan hedef kitleye ulaştırılması bakımından ayrıcalıklar sunmaktadır. Yine sayısal televizyon yayıncılığında izleyiciye ulaşan program içeriklerinde beğenilen ürün ve hizmetler izleyiciler tarafından birkaç tuşla sipariş edilebilmekte bu yönüyle tüketim alışkanlıklarına da farklı bir boyut katmaktadır (Yaman, 2017, s. 253).

## 2. Alt Kültür

Toplumsal bir olgu olarak alt kültür 1920'lerde ortaya çıkmasına rağmen, bilimsel olarak ele alınması 1960'lı yılların ortalarında İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu'na dayanmaktadır. İkinci Dünya Savaşı sonrası yeniden düzenlenen Avrupa'da gençliğin başını çektiği isyankâr eğilimler rock grupları, hippiler, punklar, motosikletli çeteler, öfke ve şiddet eğilimi yüksek üniversite kampüsleri gibi kültür adaları oluştururken, benzer durum Amerika'da siyahi gençlik, Jazz ve blues grupları, feminist hareketler ve çevreci eylemler olarak kendini göstermişti (Güngör, 2013, s. 301). Geleneksel ve egemen kültürden ilgi alanları ve eylemsel özellikleriyle farklılaşan altkültür grupları, egemen kültürden talepleri de olan çoğunlukla orta sınıf temsilcilerinden oluşan karşı kültürü de içinde taşımaktadır.

Sosyoloji literatüründe ikinci dünya savaşından sonra altkültür kavramı ilk olarak 1947 yılında Gordon tarafından ulusal kültürün bir alt uygulaması şeklinde kullanılmıştır. Gordon'a göre altkültür;

*Ulusal kültür içerisinde; sınıf, etnik köken, bölgesel ve kırsal bölge veya kent sakinliği, dini inanç gibi öğelere ayrılabilen toplumsal koşulların birleşiminden oluşan, bir araya geldiklerinde o kültürdeki birey üzerinde*

*bütüncül bir etkisi olan işlevsel bir birlik* (Gordon, 1947, s. 40) şeklinde tanımlanmıştır.

Gordon’un bu tanımlamasında egemen kültürden farklılaşan kültürel dokuların toplumsal gerçekliklerle bir etkileşimi ve birey üzerinde bu etkileşimin yarattığı bir etki söz konusudur. Bourse ve Yücel (2020, s. 152) ise altkültürü “*toplumda kendine özgü kolektif kimliği bulunan belirli bir topluluğun kendini farklılaştırmak için kullandığı modeller, roller, yaptırımlar, değerler ve simgeler dizgisi*” olarak tanımlamaktadır. Gordon’un birey üzerine temellendirdiği altkültür tanımı Bourse ve Yücel’in açıklamalarında “kimlik” formu kazanmakta, kimliğin egemen kültürden farklılaşmada kurallar, değerler, simgeler gibi üretilen maddi ve maddi olmayan kültürel unsurları öne çıkarılmaktadır. Mercer (1958) ise toplumdaki kültürü homojen bir yapıda görmemekte, egemen kültürel yapı içinde kendine özgü düşünce ve eylemler ile oluşan alt grupları altkültür olarak kabul etmektedir (akt. Jenks, 2007, s. 22-23). Buradaki özgünlüğün eylemsel boyutu çoğunlukla egemen kültüre eklemlemeye karşı bir direniş biçiminde ortaya çıkmakta ve kendi grup üyeleri arasında bütünlüşmeyi sağlayan bir özelliğe dönüşmektedir.

Chicago Okulu altkültürü kent sosyolojisi kapsamında ele almış, kent sorunlarıyla özdeşleştirilen kitlesel göçler, organize suç, yer altı yaşamlar, şiddet, yoksulluk gibi sapmalar altkültürle ilişkilendirilerek açıklanmıştır. Okul bünyesinde daha çok olumsuzlukla ilişkilendirilen ve anormallik olarak görülen bu olgular egemene karşı bir alternatif olarak ele alınmıştır (Bağış, 2019, s. 1290). Ekol içinde altkültür daha küçük gruplarla toplum içinde yer alır. Bu tür gruplar dilleri, inanç sistemleri, davranış kalıpları, değerleri, yaşama biçimleri bakımında ana akımdan ve geniş topluluk yapısından farklı mikro sosyolojik alanlardır (Jenks, 2004, s. 6). 1930’lardan itibaren önemli bir ivme kazanan bu çalışmalarda Robert Erza Park göçmenlerin kent yaşamına ve sosyoekonomik yapısına uyum süreçlerine ilişkin çalışmalar gerçekleştirmiştir. Park’ın çalışmalarında taşınan kültürün yeni kültürel alanla karşılaşmasında yaşanan entegrasyon sorunları “demoralizasyon” ve “kişisel düzensizlik” olarak tanımlanmıştır. Bu tanımlamalar göç eden insanların kültürel özelliklerini korurken yeni toplumsal alana dahil olma çabasını içermektedir (Kivisto, 2008, s.185, akt. Kabaş, 2012, s.27). Ekolün bir diğer temsilcisi Fredric Milton Trasher ise bu alanda suç çeteleri üzerine yaptığı çalışmalarla öne çıkmaktadır. Yaşam öykülerini tanıklığa dayalı olarak inceleyen Trasher, altkültürlerin topluluk üyeleri arasında hiyerarşik örgütlenmeleri, gruba üyeliğin nasıl gerçekleştiği, grup üyeliğinin öğrenme süreci gibi bu kültürün “parçası” olma aşamaları incelenmiştir (Bourse & Yücel, 2020, s. 154). Altkültür çalışmalarında gözlem tekniği ile içinde yaşadığı grubun yapısal özelliklerini aynı zamanda mekânsal olarak da analiz eden bir diğer araştırmacı da Nels Anderson olmuştur. Anderson’un çalışmasında “Hobohemia” olarak kavramsallaştırılan bu mekanlar, belli bir topluluk üyelerinin şehir merkezlerinde sıklıkla kullandıkları ucuz oteller, pansiyonlar, dükkanlar gibi toplumsal alanları kapsamaktaydı. “Hobo” olarak adlandırılan üyeleri tarafından kullanılan bu mekanlar egemen kültürün kullandığı saygın toplumsal alanlardan ve işçi kesiminin yaşadığı mahallelerden ayrı bir özellik göstermekteydi (Anderson, 2007, s. 33, akt Kabaş, 2012, s. 32). Altkültür kavramını gençlik hareketleriyle bir araya getirerek inceleyen bir diğer araştırmacı Albert Cohen olmuştur. İşçi gençliğin toplumsal bütünlüşmede başarılı olmadığını savunan Cohen, suç edinimlerinde, topluluk oluşumlarında ve toplumsal hiyerarşide altkültüre özgü değerlerin oluştuğunu, “sapkınlık” olarak görülen bu değerlerin



kişilerin özelliklerinden öte toplumsal ilişkiler sonucunda ortaya çıktığını bulmuştur (Bourse & Yücel, 2020, s. 155).

1970'lere gelindiğinde altkültür, Kültürel Çalışmalar ekolü içinde bir problem olarak ele alınmıştır. Bu ekol içinde gençliğin tarz ve müzikleri dışında Gramsci'den hareketle savaş sonrası İngiltere'de Tedler, Dazlaklar, Modlar gibi altkültürler incelenmiş, gençliğin, yaşam ve giyim tarzları aracılığıyla işçi sınıfının problemlerine kolektif bir kültürel tepki geliştirdikleri belirlenmiştir (Akcan, 2011). Kültürel Çalışmalar akımı içinde gençlik, sapkın davranışlar gibi kavramlar altkültür kapsamı içinde direniş ve toplumsal mücadele biçimi olarak yeniden ele alınmıştır (Blackman, 2014, s. 501). Hoggart'ın *The Uses of Literacy* (1985) adlı eserinde İngiliz işçi sınıfının çağın koşullarına göre yeniden tanımlaması, bu sınıf içinde konuşulmayan, duyulmayan seslerin eleştirel bir formda ele almasını sağlamış, topluluk içinde toplumsal değişime yönelik analizler yapmada altkültür fikri Marksist bir bakış açısıyla ele alınmıştır (Jenks, 2004, s. 5) Hebdige'nin 1979 tarihli *Subculture: The Meaning of Style* başlıklı çalışması ile altkültür gençlik ve sapma davranışları üzerinden yeniden tanımlandı. Hebdige'nin bu çıkışında Gramsci'nin konjonktür ve özgüllük terimlerinden faydalanılarak altkültür oluşumunu belli tarihsel ve kültürel konjonktürler içinde sadece hegemonyaya karşı direnç ya da toplumsal gerilimlere çözüm geliştirme olarak değerlendirilmemiştir. Altkültür sınıf, iş ya da kuşak farklılığı gibi parçalı bir toplumsallık içinde "görece özerk" kimlikler inşa etme ve bu inşada verilen maddi kültürlerden, imgelerden ve sitillerden faydalanma olarak görülmüştür (Hebdige, 1999, s. 441).

Tartışmalar 90'lara gelindiğinde post altkültür boyutunda ele alındı. Redhead'in 1980'lerin sonu 1990'ların başında dans müziğinde görülen kültürel değişime ilişkin anlamları çabası bu kültür içindeki oluşumları önceki gençlik altkültürel yapılarından da ayrışmasının başlangıcı olmuştur (Redhead, 1990). Post altkültür yaklaşımı Muggleton ile kavramsal bir form kazanmıştır. Bu form yeniden canlanma, melez özellikler, birçok tarzın bir arada yer aldığı, dönüşümcü altkültürel yapıda hem parçalanmış hem de çoğalan bir özellikte olmasıyla önceki altkültürlerden ayrılmıştır (Bennett, 2011, s. 494). 1990 sonrası postmodern teorisyenlerce yeni bir boyutta ele alınan altkültür Max Weber, Jean Baudrillard ve Michael Maffesoli'nin etkisi altında şekillenmiş, "yeni kabile" ve "yaşam tarzı" gibi yeni kavramsallaştırmalar etrafında tartışılmıştır (Blackman, 2005, s. 8). Postmodern altkültür yaklaşımları diğer ekol ve tartışmalardan farklı olarak karşıtlığı sınıfsallık yerine bireysel yaşam tarzı ve tüketim tercihleri üzerinde örgütlenen ve kısa süreli olgu olarak ele almaktadır. Bu yaklaşımda gençler hâkim kültüre bağımlı iken, özgün düşünce, norm, değer, davranış ve tutum ile egemen kültürden farklılaşma özelliği gösterir (Yaman, 2013). Egemen kültüre olan bağımlılıktan kurtulabilecek yaratıcı anlam inşaları tüketim ve kimlik üzerinden tepkisel olarak verilir (Blackman, 2005, s. 8).

Maffesoli tarafından yeni sosyallik kalıplarını tanımlamak için geliştirilen "yeni kabilecilik" alışık olunan katı örgütlenme biçimleri yerine görünüm, biçim ve yaşam tarzını da içine alan bir ruh (Maffesoli, 1996, s.98'den akt. Bennet, 2011) olarak karşımıza çıkmaktadır. Maffesoli altkültürde öne çıkan kolektiflik yerine tüketimden zevk alan, bireyciliği merkeze çeken kabile kavramını kullanır; sınıf, cinsiyet ve ırk ilişkilerine de bu bireycilik üzerinden bakar. Sosyal yapı, sosyal bölünme ve gençlerin kimlik özellikleri bireyin seçim özgürlüğü içinde şekillenir ve bu özellikleriyle



de neo-liberal ideoloji ile uyum içindedir (Blackman, 2014, s. 506). “Yaşam tarzı” post altkültür çalışmalarında kullanılan bir diğer kavramdır. Çıkış noktasını Max Weber’den alan kavram Thorstien Veblen ile boş zamanın sınıflar arası olma özelliğini zenginlik ve statü konuları bağlamında incelenmesinde kullanılmıştır. Giddens ile kavram modernite bağlamında kimlik oluşumu için de gerekli olan kültürel dönüşüm ve kültürel tüketim boyutlarını içerecek şekilde yaşam tarzı teorisinin genişlemesini sağlamıştır. Bu genişleme yaşam tarzı ile yaşam biçiminin de birbirinden ayrılmasını beraberinde getirdi. Bu ayrım da sosyolog David Chaney tarafından yapıldı. Bu ayrımda yaşam tarzı “tüketici yetkinliğinin gösterimlerine” dayanan yaratıcı projeler; yaşam biçimleri ise daha çok istikrarlı topluluklarda görülen ve paylaşılan ritüeller, normlar, sosyal düzen kalıpları ve muhtemel farklı lehçe kullanımlarıdır (Chaney, 1996, s. 92,97’den akt. Bennett, 2011, s.495). Post altkültürel yapıda faaliyet alanı sahnedir ve sahne bu kültürün anlaşılabilmesinde kullanılan kavramlardan biridir. Sahne kültür üretiminde sadece performansın gösterildiği bir alan değil, yerelliğin aşıldığı, çeşitli topluluklar arasında kurulan belli ilişkileri de yansıtan ve hayata geçiren, bireyleri bir araya getiren bir işlevselliğe sahiptir (Bennett, 2011, s. 495).

Altkültür farklı kavramsallaştırmalar ve ekoller içinde farklı boyutlarda ele alınmış, sosyal grup özelliğinden bireyselliğe kadar mikro alanını farklılaştırmıştır. İçinde birçok kültürel öğeyi tutan, sosyalleşmenin ve toplumsalın içine farklı bir şekilde eklenme çabası olan altkültürler, zamanın ruhuna uygun olarak ortaya çıkmış ve belli bir süre sonrasında hâkim kültüre eklenilerek kendine yeni altkültürel alanlar yaratmıştır.

### 3. Araştırma Bölümü

#### 3.1. Sıfır Bir- Bir Zamanlar Adana’da Dizisi ve Genel Özellikleri

Kadir Beran Taşkın’ın yönetmenliğinde 2016 yılının mayıs ayında YouTube’da yayınlanmaya başlayan Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana’da dizisi bir yıl içinde 10 milyon üzerinde izlenme sayısına ulaştı. Dizi izlenme sayısındaki artış sonrasında yapım şirketlerinin de desteğini alarak beş bölümlük ikinci sezon çekimlerinin ardından 2017 yılında OTT medya servisi ile anlaşma yaptı, çevirim içi yayınlanan bölümleri de yayından kaldırdı. Dizinin son dört sezonu ise BluTv’de yalnızca aboneleri tarafından izlenebildi. 2018 yılında üçüncü sezon 8, dördüncü sezon 11 bölüm; 2019 yılında beşinci sezon 8, altıncı sezon ise 6 bölüm olarak yayınlandı (Arslan & Tetik, 2021, s. 41,42). BluTv’de yayınlanan dizi tür olarak suç ve çete kategorisine dahil edilmektedir. Dizi Adana’nın getto kültürüyle anılan Hürriyet Mahallesi’nde çekilmiştir (Sarsılmaz, 2019, s. 55).

Altı sezon devam eden dizi anlatı yapısıyla görünür kılan sosyokültürel zenginlik, iki sezonda öne çıkarılan yerel aksan ve bağımsız ruh ile anaakım dram dizilerine alternatif bir özellik göstermiştir. Küreselin içinde yereli görünür kılan bu teknolojik değişim OTT platformları aracılığı ile “sofistike” bir kitle oluşumuna da imkân tanımış, “kaliteli TV” vaatlerinin yayında anaakım dışında kalan sanatsal kalitesi yüksek “benzersiz yerel içerik” üretiminin de önünü açmıştır. Bu seviyede yerelin küresel platformlardaki ilk görünürlüğü Netflix’te 2018 yılında yayınlanan *Muhafız* ve 2019 yılında *Atiye* dizileri oldu. Her iki dizi anaakım dizi yapımlarından senaryolarındaki özgünlük, yaratıcılık, iyi seçilmiş oyuncu kadroları ile farklılaştı. Bu diziler eğitilmiş, şehirde yaşayan, genç hedef kitlesinden hareket etti. Dijital

platformlarda özgünleşebilen hedef kitlesine Sıfır Bir dizisi düşük bütçesi, amatör oyuncularını, yerel dil ve üslup kullanımı, suç ve şiddet ağırlıklı içeriği ile dahil oldu (Arslan & Tetik, 2021, s. 42). Dizi YouTube yayınlarında on milyonun üzerinde izlenme oranı yakalamış, bu oran düşük bütçeli ve amatör oyuncu kadrosu olan bir dizi için başarı olarak kabul edilmiştir. Elde edilen bu başarı ise çoğunlukla dizi ile anlatılan hikayelerin gerçekçi olmasına, gerçekliği yakalamak için de şiddet unsurlarına ağırlık verilmesine bağlanmaktadır (Güven, 2017, s. 150). Televizyon dizilerine alternatif olarak internet dizilerinin daha kısa sürmesinin yanında, anaakım kanallarda sansürle engellenen görüntü ve diyalogların internet yayıncılığında bir sorun olmaktan çıkarak küfür, argo içerikli diyaloglara ve şiddet görüntülerine yer verdiği görülmektedir. Sıfır Bir dizisi de diyalog ve görsel içerikleri ile anlatım yapısına bunları yoğun olarak dahil etmiştir (Güven, 2017, s. 150).

Dizide geçen olaylar Adana'da işsizliğin ve suç oranlarının yüksek olduğu Hürriyet Mahallesi'nde 20'li ve 30'lu yaşlarda Savaş Satış (Savaş), Cihangir Ceyhan (Cio), Özgür Meriç (Özgür) adlı üç çocukluk arkadaşı ve mahalledeki diğer gruplar arasında geçmektedir. Gerçekçi yapısıyla öne çıkan dizide getto kültürü ile özdeşleşen kadın ticareti, uyuşturucu, gasp, yaralama, insan öldürme gibi toplumsal bir yapıda suçla ilişkilendirilen birçok eylem ve davranış yoğun olarak işlenmektedir (Kırık & Çelebioğlu, 2019, s. 531). Dizide verilen altkültür sokağa ve mahalleye aittir. Kültür yaşam alanına uygun olacak şekilde kendi yasalarını oluşturmuştur. Yasadışı işler sonucunda hapisaneye giren grup lideri ve üyeleri mahallede edinilen bu kültürel alt yapıyı hapisanede de devam ettirmekte, hapisane sokak dışında yeni bir mücadele alanına dönüşmektedir (Sarsılmaz, 2019, s. 56). Savaş, çocukluk arkadaşları ve mahalleden bir grup genç Hürriyet Mahallesi'nin egemen kültürü haline gelen bu yapı ile yine yasa dışı yollarla mücadele etmekte, dominant getto kültürü içinde bir alt kültüre dönüşmektedir. Dizide öne çıkarılan altkültür özellikleri arasında güç dengesi vardır. Ekonomik yapı yasadışı yoldan sağlanmakta, altkültürün isyan duygusu şiddet dışında grafiti ve rap müzikle sokakta ve dış mekanlarda üretilmektedir.

Dizinin ana karakterleri Savaş, Özgür ve Cio'dur. Yan rollerde Anafor, Cihat, Nesih, Burak, Verto ve Cengo vardır. Dizi ağırlıklı olarak erkek karakterler üzerinden işlenmekte, ana ve yan karakterlerin geçmişlerine ve özel hayatlarına çok az yer vermektedir (Sarsılmaz, 2019, s. 58). Üçüncü sezonda dijital medyaya transfer olan dizi daha yüksek bütçe ile hem hikayesinde hem de anlatı yapısında değişikliklere girdiğini de göstermektedir. Son üç sezonda anlatı yapısı bakımından daha geniş izleme davranışlarının olduğu farklı toplumsal kesimlere doğru dizinin tüketim özelliklerinin arttığı söylenebilir.

Dizi literatürde aktarılan içerik, karakter temsili ve izleyici üzerinde yarattığı etkiler boyutlarında ele alınmıştır. Dizinin izler kitlesi üzerinde çalışma yapan Kırık ve Çelebioğlu (2019) bu kitlenin %18,4'ünün 18-24 yaş aralığında dağılım gösterdiği, bu kitlenin %75,4'ünün erkek, %82'sinin ise diziyi düzenli izlediklerini aktarmaktadır. Araştırmada dizinin YouTube üzerinden daha kitlesel izleme sunma imkanının BluTV'ye geçişiyle birlikte %71,9'luk bir düşüşe yol açtığı, eğitim düzeyi ve yaş aralığı arttıkça dizinin izleme oranının düştüğü sonucuna ulaşmıştır. Gedik ise (2018) dizide öne çıkan karakterlerin erkek izleyiciler üzerinde bırakmış olduğu etkileri homososyal bağlar üzerinden incelemiş, araştırma sonucunda dizinin erkek olma ve şiddet arasında kurulan bağı pekiştirdiği ve normalleştirdiği "gerçek erkek"

algısının şiddete eğilimli, argo ve küfür içerikli söylemler üretme, gerektiğinde insan öldürebilen üzerinde inşa edildiği sonucuna ulaşmıştır. Dizinin internet dünyasında yayıncılık faaliyetlerini sürdürmesi içerik ve senaryosunda da geleneksel medya dizi içeriklerinden daha farklı sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Dizide cinayet, şiddet ve suç unsurları geleneksel medyadakinden farklı olarak sansüre uğramadan ve yoğun olarak kullanılmıştır. Sarsılmaz (2019) bu durumu internet yayıncılığında RTÜK gibi bir denetim mekanizmasının olmamasına bağlamaktadır. Sarsılmaz çalışmasında dizinin çekildiği mekân olan Hürriyet Mahallesi’ni ve bu mahallede yaşanan kültürel özelliklerin dizide ele alınma biçimlerini suç, adalet, suçlu ana temaları özelinde araştırma nesnesine dönüştürerek getto kültürü ve altkültür bağlamında incelemiştir. Çalışma dışlanmışlık üzerinden Hürriyet Mahallesi’ni getto kültürüne dahil etmekte, mahallenin suç ve güvensizlik özellikleriyle de bu kültürle olan yakınlığını pekiştirmektedir. Sarsılmaz’ın Hürriyet Mahallesi’nde yaptığı saha çalışması dizide “abartı dili” kullanılarak verilen olay ve sahnelerin mahallede yaşayanlar için çok da yabancı konu ve detaylar olmadığı sonucunu ortaya çıkarmıştır. Arslan ve Tetik (2021) ise diziyi geleneksel medyada hâkim olan anaakım dizi kültürü karşısında gerçekçi, dramatik unsurlar bakımından cesur, düşük bütçeli, etnik olarak zengin içerikli ve çekim teknikleri bakımından da başarılı bulmaktadır.

### 3.2. Araştırma Evreni, Verilerinin Elde Edilmesi ve Sınıflandırılması

Çalışmada dijital televizyon kanalı BluTv’de 2016-2019 yılları arasında 43 bölümle yayınlanan “Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana’da” adlı dizisinin altkültür temsili ve bu temsilin dizi içinde öne çıkan yapısal özelliklerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu kapsamda 6 Sezon, 43 bölümden oluşan dizinin araştırma evreni içinden amaçsal örnekleme yöntemi ile çalışma evreni oluşturulmuştur. Araştırmacılar için araştırmaya uygun benzersiz örnek olaylar ve açıklayıcı çalışmalar üzerinde derinlemesine çalışma imkânı veren amaçsal örnekleme (Neuman, 2017, s. 322,323) tekniği ile veri kaynakları belirlenmiştir. Bu kapsamda dizinin her sezonundan sezon içinde yayınlanan bölüm sayısının genel durumuna göre veri kaynakları seçilmiştir. Bu kaynaklar 1. sezon 1 ve 5. bölümleri; 2. sezon 4. bölüm; 3. sezon 3 ve 7. bölümleri; 4. sezon 3, 7 ve 11. bölümleri; 5 sezon 3 ve 7. bölümler ile 6 sezon 3 ve 6. bölümleridir.

Dizide altkültürlerin görsel ve söylem boyutunda temsillerinin belirlenebilmesi için 12 bölüm sahneler bölünerek incelenmiştir. Dizi bölümlerinin temel ögesi olan “sahne; zaman, mekân, olay, tema/motif, içerik, kavram ya da karakter gibi araçlarla birleştirilmiş, tek ve kesintisiz bir dramatik eylem içeren birim” (Sinematek, t.y) şeklinde tanımlanmıştır. Bu bağlamda dizinin bölümleri sahneler bölünürken mekân, olay ve ikili diyalogların bir bütünlük içinde verildiği birimsellik sahne olarak kabul edilmiştir. Mekânsal değişimler temel alınarak aktif diyaloglar ile desteklenen ve başka bir olay örgüsünü aktaran bir sonraki aşama ikinci sahne olarak kabul edilmiş, altkültüre ilişkin detayları içinde tutan niş alanlar olarak kodlanmalar yapılmıştır. İki diyaloglu sahne arasında diyalogsuz geçen bölümler de geçiş alanları olarak kabul edilmiştir. Araştırma kapsamına alınacak veriler ağırlıklı olarak mekân özelinde diyalog sahnelerinin yer aldığı kesitlerden elde edilmiştir. Bu kesitler dil ve üslup, davranış, kültürle ilişkilendirilen nesne ve eylemler ile diğer sunumlar alt değişkenleri kategorilerinden veriler sağlanmıştır.

### 3.3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada 2016-2019 yılları arasında altı sezonda izleyicileriyle buluşan Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana'da dizisinde dijital mecralarda üretilen altkültürel yapının özelliklerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Televizyon içerikleri ve televizyon izleme davranışları üzerine yapılan öncü çalışmalar kültürel çalışmalar ekolü içinde geliştirilmiş ve günümüze kadar devam etmiştir.

Kültürel ürünleri, kurumları ve toplumsal pratikleri okunacak bir 'metin' olarak gören, yöntemsel olarak göstergebilim ve etnografiye ağırlık veren kültürel çalışmalar ekolü edebiyat çalışmalarıyla başlayan ilk dönem çalışmaları ilerleyen süreçten sosyoloji ağırlıklı bir dönüşüm göstermiştir. Toplum içinde sapkınlık ve kabul edilebilirlik noktasındaki tanımlama ve kararlarda medya ürünleri ve mesajlarının yarattığı etkiler Stanley Cohen, Jock Young, Stuard Hall, Richard Hoggard, Raymond Williams gibi öncülerin çalışmalarıyla ele alınmıştır (Turner, 2016, s. 105,106). Bu çalışmalar dönemin öne çıkan iletişim aracı olan televizyon üzerine yoğunlaşmıştır. 1973 yılında Hall kültürel olarak yapılacak bir analizde toplumsal yapılar, süreçler, sembolik/ biçimsel yapılar arası bağlantılar olduğunu ileri sürmüştü, bu yapının analizi için de "kodlama-kod açılımı" yaklaşımını geliştirmiştir. Bu analizde bir taraftan televizyon dilbilimsel ve göstergebilimsel boyutta ele alınırken diğer taraftan toplumsal ve ekonomik yapı ile mesajların etkileşimi bir arada değerlendirilmiştir (Hall,1973, s. 2). Hall'un bu çıkışı izler kitlenin kod açılımında ortaya çıkan farkı anlamlandırma çabasıyla David Morley'in "Nationwide" dizisi üzerinden açık uçlu sorularla (Morley, 1980) sınıf farklılıklarının, toplumsal cinsiyetin, ev içi televizyon tüketme alışkanlıklarımızı ve ulusal kimlik inşa sürecini şekillendirme özellikleriyle (Morley, 1992); televizyon izlemenin aile içi iktidar ilişkilerini etkileme biçimleri (Morley, 1986) arasındaki ilişkiler boyutunda incelenmiştir. Doroty Hobson ise dizilerin üretim aşaması, ürün, izler kitle davranışları boyutunda görüştüme ve gözlem teknikleri kullanarak süreç içine ekonomi politik boyutu da dahil ederek araştırmıştır (Hobson, 1982). Bu alanda dizi üretim ve izleme davranışları Buckingham (1987) tarafından da ölçülmüştür. Londra'nın işçi sınıfının ağırlıklı olarak yaşadığı EastEnders bölgesinin yaşamını anlatan dizi hem çekim teknikleri hem de oyunculuk performansları ile başarılı ve popülerdir. Araştırma izler kitle, içerik, gündelik hayat bağlamları içinde etnografik yöntem kullanılarak hem üretim mantığı hem de tüketim aşamasında ortaya çıkarılan anlamlar boyutunda çok yönlü olarak incelenmiştir. Temelde Hall'un kodlama- kod açılımı yaklaşımının hâkim olduğu kültürel çalışmaların öncü araştırmalarında Buckingham tarafından anlamı kodlayıcı belirlese bile kod açımlayıcı tarafında anlam üretiminin gerçekleştiği sonucuna ulaşılmıştır.

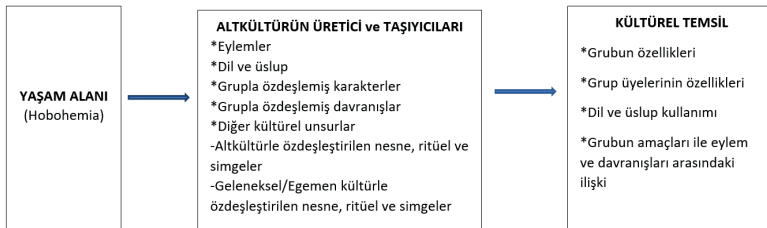
Bu kapsamda araştırma dijital medya ortamında yayınlanan Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana'da dizisinde üretilen mesaj boyutunda içerik analizi kullanılarak incelenmiştir. Araştırma yöntemi iki bölümlüdür. İlk bölüm altkültür kodlarını anlamaya dönük olarak yapılan betimsel analizden oluşmaktadır. Daha önceden belirlenmiş temalar üzerinden verilerin toplanması, sınıflandırılması ve yorumlanması olarak da özetlenebilecek olan betimsel analiz nitel araştırma teknikleri içinde kabul edilmektedir. Araştırma sorusuna ve problemine göre şekil alan betimsel analiz yönteminde verilerin hangi temalar üzerinden yorumlanacağı da netlik kazanmaktadır. Araştırmanın ikinci aşaması da kültürel temsillerin yaşam alanı, grup ve karakter analizi ile eylem ve davranış özelliklerini açıklamaya yönelik olarak yapılmıştır.

Betimsel analiz niş ve geçiş alanı olmak üzere iki ana değişkenden oluşmaktadır. Bu değişkenler belirlenirken görüntü kullanılarak “tek bir zamanda ve mekânda gelişen olayların anlatıldığı (Turan, 2020)” sahne üzerinden veri kaynakları bölünmüştür. Niş sahneler geçiş alanlarından aynı zamanda aktif diyalog özelliği göstermesi bakımından da ayrılmaktadır. Bu kapsamda betimsel analizin ana ve alt değişkenleri aşağıdaki gibidir.

**Tablo1:** Betimsel analiz ana ve alt değişkenleri

	Ana Değişkenler	Alt Değişkenler
<b>BETİMSEL ANALİZ</b>	Niş alan (Mekân temelli sahnelerin bölümlendirilmesi)	Eylem
		Davranış
		Diğer kültürel unsurlar
		Dil ve üslup kullanımı
		Mahallenin detayları
	Geçiş alanı	Adana şehrinin detayları
		GÜ ile ilgili detaylar
		Diğer

Betimsel analizde ana değişkenler mekân temelli ve geçiş alanları olmak üzere iki kategoriye ayrılmaktadır. Mekân temelli niş alanlar diyaloglar üzerinden söylemlerin, kültürel davranışların ve diğer kültürel temsillerin yoğun olarak üretildiği veri kaynaklarını içinde taşıyan bölümlerdir. Geçiş alanlarında ise ağırlıklı olarak rap müzik eşliğinde dizinin toplumsal yaşam alanı olarak konumlandığı Hürriyet Mahallesi’ni yansıtan sokak ve mahalle görüntüleri, Adana şehri ile grup lideri ve üyelerine ilişkin detaylar verilmektedir. Alt değişkenler içinde *eylemler* film karakterinin yapmış olduğu iş, hareket ve zamana bağlı olan olguların tanımlanmasında; *davranışlar* ise yine karakterlerin dış dünya ile kurmuş oldukları bedensel, zihinsel ve duyuşsal boyutta verdikleri tepkilerin kategorileştirilmesinde kullanılmıştır. *Dil ve üslup* kullanımı mekân temelli niş ve geçiş alanlarında birbirinden farklı özellikler göstermektedir. Mekân temelli niş alanlarda dil ve üslup karşılıklı diyalog üzerinde aktif iletişime dayalı olarak akarken, geçiş alanlarında şiirle edebi ya da müzikle sanatsal bir form kazanmaktadır. *Diğer kültürel unsurlar* kategorisinde ise altkültür, geleneksel ve egemen kültürü temsil eden simge, davranış ve ritüellerin detaylarının görünürlüğünü sağlamakta kullanılan kodlama kategorisidir. Altkültür temsilinin görünür hale getirebilmek için ana ve alt değişkenlere göre yapılan film analizi; kültürün yaşam alanı, grup özellikleri, grup üyesi özellikleri, dilin kullanılma biçimleri, grubun amaçları ile eylem ve davranışları arasındaki ilişkiler boyutlarında sonuçlar ortaya koymaktadır. Araştırmanın genel metodolojisi bu aşamada aşağıdaki şekilde görüldüğü gibi gerçekleşmektedir.



**Şekil 2:** Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana’da dizisinde altkültür yaşam alanı, kültürün taşıyıcıları ve temsil

Şekil 2’de de görüldüğü gibi kültürün kendini inşa ettiği bir yaşam alanı bulunmaktadır. Bu alan içinde altkültür dil ve ifadelerle, gruba özgü davranışlar, üyelerini şekillendiren karakter özellikleri, kültürle özdeşleşen nesne, ritüel ve simgelerle hem üretilmekte hem de taşınmaktadır. Sürecin sonunda kültürel temsil üyelerinin sosyal karakterlerini şekillendiren bir grup ortaya çıkarmaktadır. Bu grup üyeleri, dil ve ifade kalıpları, eylem ve davranışları ile altkültür temsili üretmekte ve taşımaktadır.

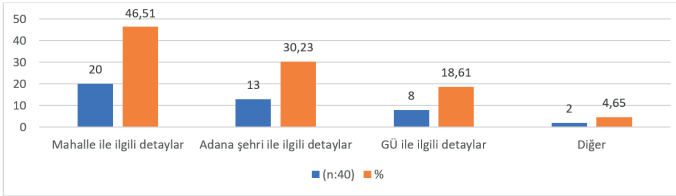
### 3.4. Bulgular

Dizinin bölümleri mekân özelliklerine göre niş ve geçiş alanları olmak üzere iki farklı özellik göstermekte, dizinin altkültürüne ilişkin temsilleri taşımaktadır. Bu temsiller geçiş alanlarının yapısal özellikleri, yaşam alanı ve altkültürel temsiller boyutlarında incelenmiştir.

#### 3.4.1. Geçiş Alanları ve Bu Alanların Yapısal Özellikleri

Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana’da dizisinde çalışma evrenine alınan 12 bölümde 317 sahne ve 43 geçiş alanı incelenmiştir. Aktif diyalog ve mekânsal özelliklerine göre niş alan olarak belirlenen sahneler arasında belli bir kural dahilinde olmadan verilen geçiş alanları Hürriyet Mahallesi, Adana şehri ve kültürü ile ilgili detaylar, grup lideri ya da grup üyeleri ile ilgili özellikler ve diğer kategorilerine göre farklılıklar göstermiştir. Geçiş alanlarının yapısal özellikleri incelendiğinde;

Grafik 1: Geçiş alanlarının yapısal özellikleri



Not: GÜ (Grup Üyesi)

Grafik 1’de de görüldüğü gibi geçiş alanlarında Hürriyet Mahallesi ile ilgili kuşbakışı ya da detay görüntülerin %46,51 oranında daha yoğun olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu görüntülerde karakter olarak mahallenin çocukları dizide yoğun olarak kullanılmıştır. Görüntüler aynı zamanda alttan verilen protest rap müzik ya da söylemlerle desteklenmektedir. Örneğin birinci sezon ilk bölümde grup lideri ve üyelerinin karşı grupta yapacağı çatışma öncesinde gösterilen hazırlıklar, helalleşme ve ibadet ritüelleri Özgür’ün sesinden verilen protest bir şiirle desteklenmektedir. Şiirin sözleri incelendiğinde;

*Mademki böyle bu düzen  
Gücü olanlar kuruyorsa güçsüzlerin üzerinden düzeni  
Ağlıyorsa bir ana, doymadan evladına  
Çoktan geçmiştir zalimin elinden gücü almanın vakti  
Ya akar kanımız kaldırım taşlarına ya da teneşir paklar artık siz (1.  
sezon, 1. bölüm)*

Şiir verdiği mesajla dizinin aynı zamanda oturduğu altkültür tanımını da

yapmaktadır. Hürriyet Mahallesi’nde hâkim olan egemen kültür “düzen” olarak güçle ilişkilendirilmektedir. Güç ise güçlü tarafından güçsüzler üzerinde kullanılmakta, genç yaşta anaları evlatlarından ayıran bir zalimlikte tanımlanmaktadır. Bu egemen kültüre karşı çıkış olarak ortaya çıkan altkültür ise zalimin elinden gücü her ne pahasına olursa olsun almak amacıyla Hürriyet Mahallesi’nden doğmuştur. Mahallede yaşam koşullarının suç ve yasadışı işlerle olan iç içe yapısı yine “Biz İnsanoğlu Kaybettik Kazanan Şeytanlar” protest şarkısıyla hem 2. Sezon 4. Bölüm hem de 6. sezon 6. bölümde verilmektedir. Şarkının sözleri incelendiğinde;

*Döndü dümen, yoluma bakan görmedi düşkünü  
Kopardığımı kâr sayıp, yaladı elinden süzdüğünü  
Bal tutan parmakların, egosuna düşkünlüğü  
Kör etti gözlerini, göremediler büyüklüğü  
Tilki beyinlerle, kurnazlar hayal sattı  
Torbalarca zehir damardan gençliğin kanına aktı  
Nüfusu etkilemesi inan hiç s\*kimde değil  
Annem diye gördüğüm kadınlar omuzumda ağladı  
Huzuru katletti çıkarların telaşı  
Haramı hak belleyip bıraktılar çabalamayı  
Silahlar konuşunca susturdu masumları  
Kan denen bu davaya kurban oldu çocukların  
Ölümler buz kesti soğuk yendi intikamlar  
Damardan alındı kin gereksizken çatışmalar  
Derdini sardı bacayı, tüttü duman, yandı ağıtlar  
Biz insanoğlu kaybettik, kazanan şeytanlar.*

Sosyal yapıda baskın olan kültür huzuru katleden, gençleri zehirleyen, haramı hak olarak kabul eden, şiddet ve öldürmenin normalleştiği bir ortamdır. Bu yapı içinde aileler parçalanmakta, gençler ve çocuklar kurban edilmektedir. Savaş ve ona bağlı gençlerin oluşturduğu altkültür ise yine şiddet ve insan öldürme yoluyla hâkim kültürle mücadele içindedir. Bu mücadeleden ise grup sorumludur. Mahallenin genelinin mücadeleden taraf olması beklenirken eylem ve sorumluluk altkültür olarak ortaya çıkan gruba aittir. 3. sezon 3. bölümde grup lideri Savaş’ın mahalle esnafı ile arasında geçen konuşmada grubun Hürriyet Mahallesi içindeki altkültür konumlandırması ortaya çıkmaktadır.

*...Ya Allah’ını sevdiğimin adamı bunlar namussuzlar kadına, çocuğa, masuma mermi sıkacak kadar da alçaklar...Sizden istediğimiz (Mahallede yaşayanlar kastedilmekte) bu namussuzlar sizinle bağlantıya geçecek olurlarsa bizi ayıktırın ama siz boş yere başınıza iş açmayın. Biz zaten niyeti bozmuşuz, bir alo deyin yeter (3. Sezon, 3. Bölüm).*

Dizinin çalışma evrenine alınan 12 bölümde şarkı ya da şiir sözleriyle %16,27 oranında protest geçiş tespit edilmiştir. Hürriyet mahallesinin cadde ve sokakları kullanılarak yapılan geçişlerde öne çıkan bir diğer unsur da %9,30 oranında mahalle çocuklarının kullanımınıdır. Şehirle ilgili Seyhan Nehri, tarım arazileri, pamuk bitkisi gibi Adana ile özdeşleşen detaylar kullanılarak geçiş alanları oluşturulmuştur.

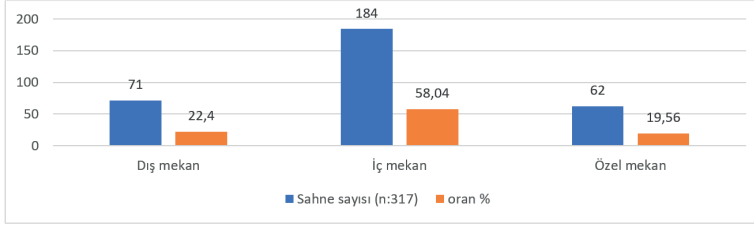
### 3.4.2. Yaşam Alanı ve Bu Alanı Tanımlayan Alt Mekanların Özellikleri

Film Adana’nın yoksulluk ve suçla özdeşleştirilen Hürriyet Mahallesi’nde yarı



gerçek- yarı kurgu dengesi gözetilerek çekiliyor. Dizinin yaşam alanını da bu yüzden Hürriyet Mahallesi oluşturmakta. Yaşam alanı tanımlamasını yapabilmek için dizide öne çıkarılan mekanlar ve bu mekanlarda işlenen altkültürün üretici ve taşıyıcıları betimsel olarak analiz edilmiştir. Elde edilen veriler incelendiğinde;

**Grafik 2:** Dizinin mekânsal kesitleri



Çalışma evreni kapsamında incelenen 317 sahnede dizinin %58,04 oranında iç mekânlarda üretildiği görülmektedir. Sokakla çoğu zaman ilişkilendirilen altkültürün dizide iç mekânda yoğunlaşması grup lideri ve üyelerinin şiddet ve suçla ilişkilendirilen eylemleri yoğun olarak kullanmaları, yasalar karşısında suçlu olmaları ile ilişkilidir. Bu durum şehre uzak evleri, cezaevi gibi mekânları grup için hem karar alma hem de mücadele alanına dönüştürmektedir. Mekânların alt detayları incelendiğinde;

**Tablo 2:** Dizinin mekânsal detayları

	MEKÂN DETAYLARI	Sayı (n:317 sahne)	%		MEKÂN DETAYLARI	Sahne sayısı	%
DİŞ MEKÂN	Sokak	36	11,36	İÇ MEKÂN	Bar	3	0,95
	Park	4	1,26		Kahvehane	5	1,58
	Hastane önü	1	0,32		Restoran/Lokanta	6	1,89
	Bahçe	6	1,88		Metruk bina	4	1,26
	Mahalle	4	1,26		Ofis	22	6,92
	İssiz mekân	6	1,88		Garaj	2	0,63
	Seyhan Nehri	3	0,95		Atölye	1	0,32
	Çay Bahçesi	2	0,63		Hastane	6	1,88
	Şantiye alanı	2	0,63		Araba	15	4,72
	Mesire alanı	1	0,32		Cezaevi	99	31,22
	Okul önü	1	0,32		Polis	7	2,2
	Oto tamir	1	0,32		Mahkeme	1	0,32
	Benzinlik	1	0,32		Yol	3	0,95
	Teras kat	1	0,32		Masaj salonu	1	0,32
Mezarlık	2	0,63	Kuyumcu	1	0,32		
<b>ARA TOPLAM</b>	<b>71</b>	<b>22,4</b>	<b>ARA TOPLAM</b>	<b>184</b>	<b>58,03</b>		
ÖZEL MEKÂN	Villa	5	1,57	Kumarhane	1	0,32	
	Ev	55	17,35	Otel	1	0,32	
	Rüya	1	0,32	İzbe bir yer	1	0,32	
	Yat	1	0,32	Eski bir fabrika	3	0,95	
<b>ARA TOPLAM</b>	<b>62</b>	<b>19,57</b>	Berber	1	0,32		
			Hamam	1	0,32		

Dizinin incelenen bölümleri ağırlıklı olarak iç mekânlarda üretilmiştir. İç mekân detaylarında ise grup lideri ve üyelerinin işledikleri suçlara karşılık olarak cezalandırıldığı ve mücadelenin yeni mekânı olan %31,22 oranında cezaevi öne çıkmaktadır. İç mekânda grup lideri ve üyeleri için karar alma ve tartışma alanı olan ofis %6,92, özel mekân olarak ev ise %17,35 oranında kullanılmıştır. Dış mekânda ise %11,36 oranında sokak öne çıkmaktadır.

Alt kültürün üretildiği ve taşındığı yaşam alanı dizide Hürriyet Mahallesi olarak geçmektedir. Mahalle normal bir kent yaşamının çalışma ve işe ait mekanlarını dışarda bırakmakta, gündelik ve sosyal yaşamın özelliklerini öne çıkarmaktadır. Mahalle evleri mimari yapıları, sokakları ve diğer yaşam alanı özellikleri bakımından

## Dijital Mecralarda Altkültür Temsili: “Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana’da” Örneği\*

Nels Anderson’un “Hobohemia” alanının özelliklerini taşımaktadır. Anderson’un bu alanla özdeşleştiği göçmenlerin ağırlıklı olması, düşük gelir grubundan insanların varlığı, suç oranının yüksekliği ve sosyal grubun dışında bırakılmışlar için tanımladığı (Tuğaç, 2019, s.304) nitelikler dizinin yaşam alanını Hobohemia’ya dönüştürmektedir. Adana’nın eski yerleşim alanlarından olan Hürriyet Mahallesi, terör, uyuşturucu, suç oranlarının yüksekliği ile anılmakta, mahalle çoğunlukla Güneydoğu ve Doğu Anadolu’dan göçle gelen alt gelir grubu insanlarından oluşmaktadır. Sosyal dokusuna son dönemlerde Suriye’den gelen göçmenler de eklenmiştir (Hasasu & Denizmen, 2017) Dizinin niş ve geçiş alanlarında Hobohemia özelliği gösteren mahalleye ilişkin kuşbakışı ve detay görüntüler sıklıkla verilmektedir. Görüntüler incelendiğinde;

**Resim 1:** Hürriyet Mahallesi’nin kuşbakışı görünümü



Kaynak: 1. Sezon 5. Bölüm

Kaynak: 1. Sezon 5. Bölüm

Mahallenin kuşbakışı görünümünü veren Resim 1 görsellerinden de görüldüğü gibi modern kent yapılanmasından, bilinçli ve planlı yerleşim özelliklerinden uzaktır. Binalar yapı ve malzeme kalitesi bakımından yasadışı yollarla yapılmış izlenimi vermektedir. Genel görünümü ile mahalle ve binalar getto tarzı sosyal yaşam alanı özelliği göstermektedir. Görsellerde devleti temsil eden okul, hastane, karakol gibi kamusal alanlar ve çalışma hayatını temsil eden fabrika ve iş mekanları görülmemektedir. Mahalle genel dokusuyla gündelik yaşamın genel çerçevesini vermektedir. Mahallenin ara sokaklarındaki detaylar incelendiğinde;

**Resim 2:** Hürriyet Mahallesi’nin sokak detayları



Kaynak: 1. Sezon 1. Bölüm

Kaynak: 1. Sezon 1. Bölüm



Kaynak: 6. Sezon 3. Bölüm

Kaynak: 1. Sezon 1. Bölüm

Mahallenin detay görüntülerinde ağırlıklı olarak sokak araları, meydanlar ve mahallenin çocukları sıklıkla kullanılmaktadır. Bu detaylarda binaların bakımsızlığı ve imarsız yapılanmaya ait detaylar daha da belirgin hale gelmektedir. Mahalle

nüfusunun yoğunluğu binaların imarında meydanların alansal özelliklerini küçültmüş, sokak aralarını da darlaştırmıştır. Kamuya ait olan iş ve çalışma alanlarına detaylarda rastlanmamakta, geleneksel kültürle ilişkilendirilebilecek cami ise dikkat çekmektedir.

Dizinin altkültür üretim alanları da mekanlar üzerine kurulmuştur. Bu mekanlar bireylerin sosyalleşmelerini sağlayan mekanlar ile mahremiyet anlamı dışarda tutulacak şekilde dizi karakterlerin kendilerine ait olarak kullandığı özel mekanlar şeklinde ikili bir ayırım üzerinde şekillenmiştir. Dizinin bölümlerinde aile mahremiyetini temsil eden ev içi mekanlar altkültür üretim alanı olarak çok az kullanılmış, geçiş alanlarında ise oldukça kısıtlı ve kısa süreli olarak verilmiştir. Dizide altkültürün üretildiği sosyal mekanlar: Esnaf lokantaları, binaların çatı katı, dar sokalar, kahvehane, mahalle dışında dere kenarı, mesire alanı gibi doğal alanlar, hamam... şeklindedir. Bu mekanlarda grup lider ve üyeleri arasında söylem, eylem, davranış, ritüel ve simgesel boyutta kültür üretim ve transferleri yapılmaktadır. Özel mekanlar ise dizi karakterlerinin iş yerleri ve ofisleri üzerinden detayları içermektedir. Hem sosyal hem de özel mekanlar çalışma hayatından çok gündelik yaşamı ve sosyalleşmenin yoğun olarak gerçekleştiği alanları göstermektedir.

Mahalle kendi iç dinamiklerinde kapalı bir toplum özelliği gösteren, muhafazakâr Kürt mahallesi özelliği taşımaktadır. Mahalle sakinleri birbirlerini tanır, komşuluk ve akrabalık bağları güçlüdür. Dayanışma ve aidiyet duygusu vardır, yaşlı karakterler Kürtçe konuşur, cenaze törenleri, ibadet anlayışları ile geleneksel toplum yapısına bağlıdırlar. Suç niteliğindeki eylem ve davranışlar grup aidiyeti içinde meşrulaştırılır (Arslan & Tetik, 2021, s. 46).

### **3.4.3. Gençlik Alt kültürünü Temsil Eden Grup ve Yapısal Özellikleri**

#### **Baskın Karakterler ve Özellikleri**

Dizinin kültürel üretimi; uyuşturucu, fuhuş, adam öldürme, hırsızlık gibi suçların egemen olduğu bir mahallede bir tepki olarak ortaya çıkmakta ve altkültür bu tepki etrafında şekillenmektedir. İsyan kültürünün kuralları ve yöntemleri ise dizinin ana karakteri de olan Savaş'ın (Savaş Satış) liderliğinde Cio lakaplı Cihangir (Cihangir Ceyhan) ve Özgür (Özgür Meriç) tarafından belirlenmektedir. Grubun diğer üyeleri olayların akışına göre baskın grup üyelerinin aldığı kurallara uyum gösteren ve çoğunlukla da eylemlerde yer alan kişilerden oluşmaktadır.

Grubun lider kadrosu da olan baskın karakterler 25-30 yaş aralığında genç erkeklerden oluşmaktadır. Düzenli bir eğitimi ve iş yaşamları olmayan bu gençler mahallede yaşam tarzı haline dönüşen suçlara, uyuşturucu ve fuhuş gibi alışkanlıklara, tefeciliğe, aile içi cinsel istismar mağdurlarına kadar sosyal yapıyı bozan kişilerle şiddeti araçsallaştırılarak ve yasal olmayan yollarla “mücadele” etmektedirler.

Resim 3: Dizinin ana karakterleri



Kaynak: Sabah Gazetesi (2017), <https://www.sabah.com.tr/pazar/2017/04/23/bir-dizi-bir-mahalleyi-degistirdi>.

Diz karakterleri 1950’lerde “merkezde görülmesinden hoşlanılmayan, daha çok şehrin kenar mahallelerinden gelen ve genel güvenliği tehdit edeceği varsayılan” (Tekelioğlu, 2011) “apaşlar”ın tanımına uygun şiddete meyilli karakteristik özelliklere sahiptir. Grup üyeleri giyim tarzları ve saçlarını kullanma özellikleri bakımından grup özelliği olarak adlandırılabilir ikonik simgeler, semboller kullanmamıştır. Giyim tarzları kot pantolon ve tişörttür.

Grup liderleri Savaş’ın öncülüğünde ve denetiminde eylem ve davranışlar geliştirmektedir. Liderliğin oturduğu temel özellik ise grup üyelerinin kardeş, üyelerinin yakınları ve Hürriyet Mahallesi’nin ise aile olarak görülmesidir. Savaş’ın kendi ailesinden yakınlarını kaybetmiş olması aile kavramını grup üyeleri ile yeniden tanımlamasını da birlikte getirmiş, grup birlikteliğini de bu bağ üzerine inşa etmiştir. Ailesi dışında duygusal bir yakınlık gösterdiği Doktor Deniz ile olan diyalog grup lideri ile grup üyeleri arası kurulan bağı ilişkin detayları da içermektedir.

*Savaş: Saklanmak korkakların işidir Deniz dostlarım yangın yerindeyken ben oturamam, kendimi düşünmem benim de canım tehlikede ailemin de*

*Deniz: Dostların için ailem diye bahsediyorsun*

*Savaş: Dostlarım benim ailemdir Deniz hep öyle oldular, öyle olmaya da devam edecekler. (3. Sezon, 7. Bölüm)*

Grup liderliğinde şekillenen sosyal alt yapının bağları da bu özelliği ile yakınlık, samimiyet ve sorumluluk bakımından en güçlü bağların olduğu aile ilişkisi üzerinden kurulmuş ve üyeler arası ilişkiler de aile bağlarına benzetilerek konumlandırılmıştır. Lider Savaş için Hürriyet Mahallesi doğup büyüdüğü evidir. Mahallenin insanları da bu ailenin birer parçasıdır. Mahalle içinde düşkün, gariban, savunmasız, ezilen kim varsa lider Savaş ve grup üyelerinin denetim, kontrol ve koruması altındadır. Savaş’ın cezaevinde bulunduğu ve mahalleden kopuk olduğu dönemde bile bu karakter özellikleri ve mahalleye karşı sorumlulukları grubun dışarıda olan üyeleri tarafından devam ettirilmiştir. Liderin grup üyeliğine dışardan katılan Gökhan’a verdiği talimatlar ile cezaevinde bile olsa mahalle ve grup için baskın karakter olduğunu göstermektedir.

*Savaş: Bir de düzenli para indirdiğimiz her ay yardım ettiğimiz aileler var. Cihat onların kimler olduğunu biliyor. Bu konuyu da çöz abi*

*Gökhan: Çözeriz hele bir mahalleye ağırlık verek, bir de çıkıp toparlanırsak ilk işimiz aileler olur kardeş*

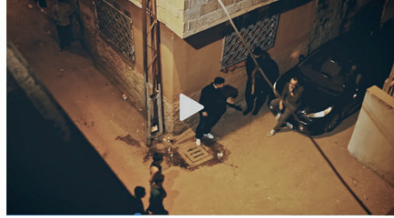
*Savaş: Baş tacısın abi. Abi onların bizden başka kimsesi yok. Benden başka aileleri de yok abi (4. Sezon, 3. Bölüm)*

Grup kararları dış sosyal mekanlarda grup üyelerinin katılımıyla tartışılarak alınmakta, son karar ve yapılacak olan eylemler grubun lideri Savaş tarafından belirlenmektedir. Grup kararlarına yönelik tartışmalarda dizi boyunca grup lideri ile diğer üyeler arasında farkı öne çıkaran davranışlar dikkat çekmektedir.

**Resim 4:** Grup lideri ve grup üyeleri arasında dış mekânda hiyerarşi



**Kaynak:** 1. Sezon 1. Bölüm



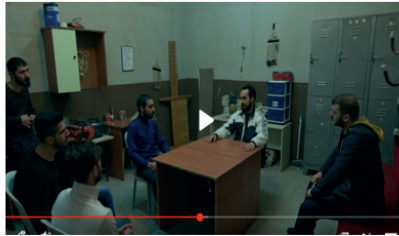
**Kaynak:** 1. Sezon 1. Bölüm

Resim 4'te de görüldüğü gibi grubun güçlü üyeleri dış mekanlarda karar alırken ya da tartışırken özel ve sabit bir mekan kullanmamaktadır. Grup lideri Savaş, karar alma süreçlerinde diğer üyelerden oturma ve duruşu ile farklılaşmaktadır. Karar alma sürecinde diğer grup üyeleri de görüşlerini bildirmekte, tartışmalarda son söz ve yapılacak eylem planı ise lider Savaş tarafından verilmektedir. Bu özellikleri ile altkültürün lider merkezli bir örgütlenme yapısına sahip olduğu söylenebilir. Grup lideri ve üyeler arası karar alma süreçleri iç mekanlarda da benzerlik göstermektedir.

**Resim 5:** Grup lideri ve grup üyeleri arasında iç mekânda hiyerarşi



**Kaynak:** 5. Sezon 1. Bölüm



**Kaynak:** 5. Sezon 7. Bölüm

Resim 5'te ilk kapalı alan grubun ofisi, ikinci alan da cezaevinde atölye olarak kullanılan mekanları göstermektedir. Her iki alanda da grup lideri Savaş grubun üyeleri ya da koğuş arkadaşlarından farklı bir konumda verilmekte, liderlik özelliğini pekiştirecek şekilde konumlandırılmaktadır. Karar alma sürecinde iç mekanda da grup üyeleri kararlarını açıklamakta, son söz ve yapılacak olan eylemler, kimlerin hangi görevlerde yer alacağı grup lideri tarafından netleştirilmektedir. Grup üyeleri lider Savaş'tan farklı olduklarının, işleri yönetmede liderin güç ve konumunun farkındadır. Grup üyesi Nesih ve Cihat arasında geçen diyalog incelendiğinde;

*Nesih: Biz çeteyiz kardeş mafya değil bu sistem bizim durumumuzu bozdu. İyi düşün para için herşey yapılır diyen adamın sözüne bu kadar itimat etme kardeş arkadaşlarımız para için değil insanların iyiliği için can alıp can verdiler*



*yanlış yoldayız kardeş*

*Cihat:Gücü elimizde tutak derken yolumuzdan saptık abi Savaş bunca yıl nasıl idare etmiş valla helal olsun grubun içinde tek bir sorun yokken şimdi herkes kendi başına hareket eder oldu. Suç Gökhan’da mı diye düşünüyom taşınyom ama adamda suç yok abi tamam parayı ve gücü seviyor ama elle tutulur bir hatası var diyemem...*

*Nesih:...iyi olacak kardeş yeterki önümüze her getirilene he demeyelim. Parayı her zaman buluruz kardeş ama namımıza, ismimize bir şey gelirse ölek daha iyi yıllardır ektiğimizi bir çırpıda heba ederiz kardeş. (5. Sezon, 7. Bölüm)*

Savaş grubun ilke ve karakterini şekillendiren, üyeleri bir arada tutan ve Mahalle içinde grubun algısını ve konumunu şekillendiren kilit isimdir. Grup içinde sorunlar varsa da bunu kriz haline gelmeden çözebilmesi bakımından liderliği grubun diğer üyelerinden daha farklı bir niteliktedir. Yıllar içinde grup lideri ile özdeşleşen bu özellikler zamanla grubun karakterine dönüşmüş, Mahalle içinde güven ve itibarla ilişkilendirilen bir anlam da kazanmıştır. Liderin bu özellikleri sadece etki gücünün yüksek olduğu Hürriyet Mahallesi ile sınırlı değildir. Haksızlık ve hukuksuzluğun olduğu cezaevi koşullarında da Savaş bu lider özelliğini yeniden ortaya çıkarmakta, şiddet ve suç sayılan araçlarla kendisine yeni bir mücadele alanı yaratabilmektedir. Savaş’ın lider özellikleri karakteri ile doğrudan ilişki içindedir. Üyeler de bu karakteristik özellik üzerine belli bir uyum içinde gruba dahil olmaktadır. Mahalle dışında cezaevi koşullarında mahkumlar arasında oluşan grup yapısına dahil olmak istemeyen ve var olan grupları da yeni bir mücadele alanı olarak gören Savaş karakteri ile özdeşleştirdiği yeni grup oluşumunda üyelerini kazanmak için yaptığı konuşmada bu özellikleri tanımlamaktadır.

*...ben de duyarsız kalabilirdim beyler işlerini bozmasam sittin sene bana dokunmazlardı. Belki şirinlik bile yaparlardı. Zahit önden gidiyor ama nejatın da boş durduğu yok. Adamları her yerde. Ben bunca yıl haksızlık karşısında boyun eğmedim, bugün de eğmem. Sevdiklerimi, dostlarımı yitirdim bu yolda. Bugün kellemin gideceğini de bilsem bu kahbelerin karşısında duracağım. İsteyen bu kapıdan çıkar yoldaşlık yapmaz ama hiç biriniz yastığımıza başını rahat koymaz. Burada hem kendi onurumuzu hem diğer mahkumların grurunu korumak bize düşüyor beyler. Ben anamın kundağına delikanlı düşmüşüm varsın kefenimin içinde de delikanlı yatayım... Garibanı ezdirmeyin, gardiyanı düşüttürmeyin yüreklerine o korku bir defa düşütü mü Zahit de Nejat da hata yapacak o zaman ikisini de yiyeceğiz (5 sezon, 7. Bölüm).*

Savaş karakter özellikleriyle bir araya getirdiği grup liderliğini çevresindeki olaylara duyarsız kalmayan, haksızlık karşısında boyun eğmeyen, doğru bildiği yolda ilerlerken sevdiklerini kaybederek bedel ödeyen, onuruna düşkün, başkalarını önceleyen, delikanlı, garibanın yanında olan ve onu koruyan olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlamalar aynı zamanda grubun da özellikleri olarak dizi boyunca verilmekte ve pekiştirilmektedir.

### **Dil ve Üslup Kullanımı**

Görüntü dışında ses hem dizi hem de sinemada gerçeklik hissini oluşturmak için kullanılır. Seçilen kelimeler, diyalogların doğal akışa uygun olarak aktarımı gibi sese dayalı dil ve söz tercihleri bu gerçekliği yakalamada önemli mesaj aktarım araçları olarak karşımıza çıkar (Özön, 1984, s.91). Araştırma kapsamında dizide görüntü

dışında kullanılan ses özellikleri de aktif diyaloglar, protest şarkı, şiir ve müzik gibi birbirinden farklı özellikler göstermiştir. Dil ve üslup kullanımında, altkültüre özgü yapıların ses kanalları üzerinden nasıl üretildiği tespit edilmeye çalışılmıştır. Niş ve geçiş alanı olarak analiz edilen dizinin bölümlerinde geçiş alanları protest şarkı, müzik ve şiir gibi edebi ve sanatsal formda egemen kültüre karşı güçlü altkültürel çıkış ve ifade alanı olarak kullanıldığı görülmektedir. Dil ve üslup kullanımında ise niş alanlarda günlük konuşma dilinde ve aktif diyaloglarda altkültürel temsilin nasıl üretildiği analiz edilmektedir.

Bu kapsamda altkültürle çoğunlukla ilişkilendirilen argo ve küfür kullanım özelliklerinin niş alanlardaki diyalog özellikleri incelendiğinde %42,9 oranında bu tür içerikli söylemlerin üretildiği, günlük konuşma dilinde aynı zamanda altkültüre özgü kavram ve tanımlamaların kullanıldığı görülmektedir. Dizinin internet platformunda yayınlanması üslup ve dil bakımından argo ifadelerin geleneksel medya ortamlarından daha sık ve sansürsüz olarak üretilmesine ve altkültürel aktarımın daha gerçeğe yakın olarak üretilmesine olanak sağlamıştır. Niş alanlarda üretilen diyaloglarda argo ve küfür içerikli kullanım oranlarını incelediğimizde;

**Tablo 3:** Dizinin diyaloglarında argo ve küfür kullanımları

DİZİNİN BÖLÜMLERİ	Argo ve Küfür içeren sahne sayısı	Toplam sahne sayısı	Argo ve küfür sahne içeriklerinin oranı
1. Sezon 1. Bölüm	8	10	80
1. Sezon 5. Bölüm	14	23	34,78
2. Sezon 4. Bölüm	15	27	29,63
3. Sezon 3. Bölüm	12	26	30,77
3. Sezon 7. Bölüm	8	20	40
4. Sezon 3. Bölüm	15	26	30,77
4. Sezon 7. Bölüm	13	51	15,69
4. Sezon 11. Bölüm	16	32	25
5. Sezon 3. Bölüm	7	28	28,57
5. Sezon 7. Bölüm	14	28	28,57
6. Sezon 3. Bölüm	6	15	53,33
6. Sezon 6. Bölüm	8	31	25,81
<b>TOPLAM</b>	136	317	42,9

317 sahnenin % 42,9'unda argo ve küfür içerikli diyaloglar kullanılmıştır. Bu kullanımlar internet ortamında geleneksel medyada görülen RTÜK gibi denetim ve kontrol mekanizmalarının olmamasıyla açıklanabilir. Getto ve altkültür yaşam alanlarında sıklıkla görülen argo ve küfür kullanımı dizinin çalışma evrenine alının bölümlerinde %80-15,69 arasında değişen oranda kendisini göstermiştir. Argo ve küfür yoğunluklu içeriklerin dışında geleneksel, yöresel dil kullanımları ve altkültür içinde üretilen söz kalıpları da diyaloglarda yoğun olarak verilmektedir.

- ✓ ...yarın öbür bize gelip **zıplamasınlar** sonra... En fazla iki tokat çekip çorbasına bakıyordur. (Söylemin etkisini güçlendirmek için eliyle çenesini sıvazlıyor) ... camı isterse **uzi çeksin** (söylem el hareketiyle veriliyor) ...Onu **patlatmak g...ister** (söylem el hareketiyle veriliyor)... Adam vurmak avrat satmaya benzemez (1. Sezon1. Bölüm)
- ✓ Bak bak nasıl da **mamalyorlar** milleti... Ahmet Kocayüreği bunlar mı **patlattı** (1. Sezon 1. Bölüm)



- ✓ ...kendinizi koruyamıyorsunuz anlıyon mu **lan türük...** (1. Sezon 1. Bölüm)
- ✓ ...doğru söylüyon kardeş kimse kendini **foça** etmesin (1. Sezon 5. Bölüm)
- ✓ ...abi bana kalırsa kapı kapı gezek bu **yuvşikleri** bulak (1 sezon 5. Bölüm)
- ✓ ...koltuk sevdası **keke** bizim güçlenmemiz onun işine gelmiyor (4. Sezon 7. Bölüm).

Günlük konuşma diyaloglarında altkültüre özgü “uzi çekme”, “mamalama”, “türük”, “patlatmak”, “yuvşık”, “keke” gibi tamlama, terim ve argo ifadeler yoğun olarak konuşma dili içinde kullanılmıştır. Geçiş alanlarında ise protest özellikli şiir ve söylemlerin rap müziği eşiliğinde üretildiği görülmektedir.

*“Madem ki böyle bu düzen, gücü olanlar kuruyorsa güçsüzler üzerinde düzeni, ağılıyorsa bir ana doyamadan evladına çoktan geçmiştir zalimin elinden gücü almanın vakti. Ya akar kanımız kaldırım taşlarına ya da tenesir paklar sizi”*

Dizi karakterlerinden Özgür’ün sesinden geçiş alanında verilen bu şiir, aynı zamanda grubun eylem ve davranışlarının nedenlerini hakim olan düzene karşıtlık üzerinde inşa etmektedir. Grubun hedefi “zalimin elinden gücü alma” şeklinde tanımlanmakta, yöntemsel olarak şiddet meşrulaştırılmaktadır.

#### Grubun Eylem ve Davranışları

Dizide grubun şiddet eğilimleri ile hırsızlık, cinayet gibi suç sayılan eylemleri yoğun olarak işlenmektedir. Bu özellikler altkültür yapısında normalleşmekte, egemen kültür yapısında ise kişilik özellikleri boyutunda anormallik ile ilişkilendirilmektedir. Cohen’in de vurguladığı gibi gençlik altkültürlerinde suç ve şiddetle ilişkilendirilen “sapkın” davranışlar karakter özelliklerinden ziyade toplumsal yapı ve ilişkilerin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

Negatif boyutta şiddet, sözlü taciz, adam öldürme, hırsızlık, güçlüünün zayıf üzerine tahakkümü en çok karşılaşılan eylemler olurken, pozitif eylemlerde ihtiyaç sahiplerine ulaşma ve yardımda bulunma öne çıkmaktadır. Pozitif eylemlerin toplumsal yapının yarattığı sorunlara yönelik olması, negatif eylemlerin Cohen’in de öne çıkardığı gibi “sapkın” bir özellik göstermesinden çok altkültürde hâkim olan eşitsiz ve yapı ve ilişkilerin sonucu olduğunu göstermektedir. Eylemlerin ikili ilişkilerdeki davranışsal özellikleri incelendiğinde;

**Tablo 4:** Altkültürün mekânsal kesitlerde öne çıkan davranış özellikleri

	<b>ALT TEMALAR</b>	<b>Sayı (n:317 sahne)</b>	<b>%</b>
<b>YASA DIŞI EYLEMLER</b>	Şiddet	14	4,42
	Adam öldürme	34	10,73
	Hırsızlık	4	1,26
	Uyuşturucu	8	2,52
	İşkence	1	0,32
	Silahla yaralama	12	3,79
	Tehdit	0	0
	Kapkaç	1	0,32
	Tecavüz	2	0,63
	<b>ARA TOPLAM</b>	<b>76</b>	<b>23,99</b>
<b>GRUP DAVRANIŞLARI</b>	GL'nin GÜ'le karar ve konuşma	68	21,45
	GÜ dayanışma, plan ve kararları	59	18,61
	GL/GÜ mahalle ile ilgili detaylar	17	5,36
	GÜ aykırı davranışları	10	3,15
	<b>ARA TOPLAM</b>	<b>154</b>	<b>48,57</b>
<b>DİĞER</b>	KG plan ve konuşmaları	44	13,88
	Polis sorgusu	6	1,89
	Özel	14	4,42
	Diğer	23	7,25
	<b>ARA TOPLAM</b>	<b>87</b>	<b>27,44</b>

Not: GL (Grup lideri), GÜ (Grup üyesi)

Dizinin internet ortamında yayınlanması ve yayın içeriklerinin geleneksel medyadan daha düşük seviyede denetime uğraması hem egemen hem de altkültür olarak öne çıkan toplumsal yapılarda şiddet ve yasadışı eylemlerin, davranışların hem bir araç hem de normal bir yaşam tarzına doğru dönüşmesini beraberinde getirmiştir. Bu durum çalışma evrenine alınan sahnelerin %23,99'da yasadışı eylemlerin ve yoğun şiddet içeren içeriklerin görünür olması sonucunu ortaya çıkarmıştır. Şiddet altkültür grubu için de dizi boyunca önemli bir araçtır. Dizide doğrudan grup lideri ve üyelerinin yapacakları eylem ve davranışlar için bir araya gelmeleri, plan ve kararlar almaları, yaşanılan sosyal yapıyla grup üyelerini içeren detayların aktarımı %48,57'lik oranla dizi içinde en ağırlıklı olarak verilen içerikler olmuştur. Bu da dizinin üretiminde grubun hem eylem hem de söylem yapılarıyla esas unsur olduğunu ortaya koymaktadır.

#### 4. Sonuç

Egemen kültür yapısında alt grupların oluşturduğu kendine özgü düşünce ve eylemler olarak altkültürler kentleşme ve göç hareketlerindeki artışla birlikte 1950'lerden itibaren öne çıkan, tartışılan ve akademik çalışmalara farklı boyutları ile konu olan sosyal bir olgudur. Hâkim kültürel yapılara karşı bir direniş olarak ortaya çıkan altkültürler, kültürleşme sürecinde grup merkezli hiyerarşik örgütlenmelerle bütünleşme ve direniş gösterirler. Egemenlerin kullandığı saygın toplumsal alanlardan farklı olarak kendi kültürlerini ortaya çıkardıkları ve aktardıkları yaşam alanları mevcuttur. Çoğu kez sapkınlık olarak görülen organize suçlar, yeraltı yaşam, şiddet gibi sosyal olgular altkültüre mensup üyelerin özellikleri olmaktan ziyade toplumsal ilişkilerin bir sonucudur.

Gerçek hayatta farklı özellikleri ile ortaya çıkan altkültürler akademik tartışmaların bir konusu olmasının dışında taşıdığı kültürel zenginlik ve çeşitlilik ile diziler için de üretilecek ve aktarılacak bir sembolik iletişim formuna dönüşmektedir. Altkültürün gerçek hayatta suç, yasa dışılık ve şiddetle ilişkilendirilen özelliklerinin geleneksel medya içinde yansıtılması denetim ve kontrol mekanizmaları içinde oldukça sınırlı düzeyde kalmaktadır. Geleneksel medyadan bu yönüyle farklılaşan dijital yayın ortamları yayın süresi, senaryoda özgün içeriklere imkân sunma ve şiddet, cinsellik gibi denetim altında tutulan içeriklerin daha rahat akışa dahil edilebilmesi gibi özellikleri ile altkültüre ait hikayelerin dizi kültürü içinde üretilmesine imkân tanımaktadır.

Bu kapsamda YouTube’da yayınlanmaya başlayan ve kısa süre sonra dijital yayıncılık platformu BluTv’de gösterime devam eden Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana’da dizisi ile aktarılan gençlik altkültürü bu çalışma içinde ele alınmıştır. Dizinin 12 bölümünde 317 sahne ve 43 geçiş alanında içerik analizi yöntemiyle üretilen ve aktarılan altkültürel temsillere ulaşılmaya çalışılmıştır. Gerçek hayatta da altkültürel bir mekân olan Hürriyet Mahallesi bu özelliği ile dizinin yaşam alanı olmuştur. Bu alan egemen kültürel yaşam alanlarında mimari özellikleri, kamusal alanları, planlama ve kentsel dokuları taşıma özellikleri bakımında farklı özellikler göstermektedir. Altkültür sadece sokakla özdeşleşen dış mekanlar dışında %58,03 oranında iç mekanlarda üretilmektedir. İş ve çalışma hayatına ait detaylar dizide görülmemekte bu durum Anderson’un işçi kesimin yaşadığı alanları da dışarıda bırakan “Hobohemia” tanımlamasına uymaktadır. Altkültür grubu hiyerarşik yapı bakımında lider merkezli bir özellik göstermektedir. Liderin karakteri ile grubun özellikleri uyum içindedir. Karakterler toplumun genel güvenliğini tehdit eden “apaş” özelliği göstermekte, grup lideri etrafında örgütlenmektedir. Grup eylem ve davranışlarında şiddeti egemen kültüre karşı bir mücadele aracı olarak kullanmaktadır. Suç sayılan, şiddet içeren sahne ve görüntüler bu mücadele içinde dijital yayıncılığın denetim ve kontrolden uzak olan özelliği ile gerçeğe yakın ve sansürsüz olarak verilmektedir. Sapkın olarak görülebilecek bu davranışlar karakterlerin özelliklerden çok toplumsal yapının getirdiği zorlamalar şeklinde ortaya çıkmaktadır. Benzer bir durum dil ve üslupta argo ve küfür içerikli konuşmaların diyaloglarda %42,9 oranında kullanılmasıyla da kendini göstermektedir. Diyaloglarda mahalle kültürünü daha çok gösteren dil ve üslup özelliklerini taşıyan söylemler geçiş alanlarında altkültürün protest eylemlerinin nedenleri ve yöntemlerini açıklayan manifestolara dönüşmektedir. Altkültür grubunun dil ve üslup özellikleri bakımından bir diğer özellikleri de egemen kültürden farklılaşan söylem, tamlama ve kavramları kullanması şeklinde görülmektedir. Hâkim kültüre görsel, mekânsal ve söylemsel boyutta hiç yer vermeyen dizi, geleneksel kültüre dini ritüeller, ölüm ve yas gelenekleri, geleneksel kıyafet ve sembollerin kullanımı şeklinde kısa geçişlerle yer vermektedir. Erkek egemen olarak inşa edilen dizide özel mekanlar ve aile içi ilişkiler yansıtılmamaktadır. Dizi senaryosu, oyunculuk teknikleri ve dizinin çekildiği mekânsal detaylar bakımından gençlik altkültürüne ilişkin zengin ve canlı bir içerik sunmaktadır.

Dizi literatürde farklı boyutlarda ele alınmıştır. Kırık ve Çelebioğlu (2019) dizi karakterlerinin izleyici üzerinde yarattığı; Gedik ise (2018) dizide öne çıkan karakterlerin erkek izleyiciler üzerinde bırakmış olduğu etkileri incelemiştir. Sarsılmaz (2019) dizide yoğun olarak gösterilen cinayet, şiddet ve suça ilişkin içerikleri dizinin çekildiği Hürriyet Mahallesi’nde yaptığı saha çalışması ile ilişkilendirerek bir çalışmaya

ile ortaya koymuştur. Arslan ve Tetik (2021) ise diziyi geleneksel medyada hâkim olan anaakım dizi kültürü ile karşılaştırarak dijital yayıncılıkla birlikte öne çıkan özgün özelliklerini tartışmıştır. Bu çalışma literatürde yapılan çalışmalardan dizi ile üretilen ve aktarılan altkültürün yapısal özelliklerini sunması bakımından farklılaşmaktadır. Bu yönüyle yapılan araştırma altkültür ve getto kültürüne ilişkin yapılan dizi içeriklerini analiz etmede araştırmacılara bir yöntem önerisinde de bulunmaktadır.

## MAKALE BİLGİ FORMU

**Yazar(lar)ın Katkıları:** Yazar çalışmaya %100 katkı sunmuştur

**Çıkar Çatışması Bildirimi:** Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

**Destek/Destekleyen Kuruluşlar:** Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kar amacı gütmeyen sektörden hibe alınmamıştır.

**Etik Onay ve Katılımcı Rızası:** “*Dijital Mecralarda Altkültür Temsili: ‘Sıfır Bir: Bir Zamanlar Adana’da’ Örneği*” başlıklı çalışma etik kurul onayı gerektirmemektedir. Yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulduğu, toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmadığı yazar tarafından beyan edilmiştir.

## Kaynakça

- Akcan, F. (2011). Dağcılık alt kültürü: semboller, anlamlar, kimlikler. (Yayınlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi. Ankara , Türkiye
- Arslan, S. & Tetik, T. (2021). Quality TV, Turkish television history, and the transformation of Sıfır Bir. *Journal of Popular Film and Television*. 49(1), 40-51.
- Bağış, R. C. (2019). Bir alt kültür grubu olarak Denizli grafiti gençliği . *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18 (4), 1287-1309.
- Bediroğlu, M. (2017, 23 Nisan). Bir dizi bir mahalleyi değiştirdi. *Sabah Gazetesi*. <https://www.sabah.com.tr/pazar/2017/04/23/bir-dizi-bir-mahalleyi-degistirdi>. (25.01.2021).
- Bennett, A. (2011). The post-subcultural turn: some reflections 10 years on. *Journal of Youth Studies*, 14(5), 493-506.
- Blackman, S. (2005). Youth subcultural theory: A critical engagement with the concept, its origins and politics, from the Chicago School to postmodernism. *Journal of Youth*, 8(1), 1-20.
- Blackman, S. (2014). Subculture theory: An historical and contemporary assessment of the concept for understanding deviance. *Deviant Behavior*, 35(6), 496-512.
- Buckingham, D. (1987) *Public secrets: EastEnders and its audience*. London: British Film Institute.
- Bourse, M. & Yücel, H. (2020). *Kültürel çalışmaları anlamak. (2. Baskı)*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Collins, G. W. (2001). *Fundamentals of digital television transmission*. New York: Wiley-Interscience Publication.
- Deniz, A. Ç. (2010). Gümüş dizisinin Arap kamuoyuna etkileri bir sosyal medya incelemesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 50-67.
- Dijk, V. (2006). *The network society: Social aspects of new media*. London: Sage Publication.
- Doğanay, M. M. & Aktaş, M. K. (2021). Türkiye’de televizyon dizi sektörü. *Öneri Dergisi*, 16 (56), 852-878.
- DVB. (t. y.). *History. dvb*: <https://dvb.org/about/history/> adresinden alındı
- Gedik, E. (2018). Homososyal birliktelik örneği olarak mahalleyi korumak: Sıfır Bir dizisinde erkeklik halleri. *Fe Dergi*, 10(2), 60-70.
- Gordon, M. M. (1947). The concept of the sub-culture and its application. *Social Forces*, 26(1), 40-42.
- Güngör, N. (2013). *İletişim kuramlar yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Güven, A. (2017). Bir internet dizisi değerlendirmesi: Sıfır Bir’de şiddet ve gerçeklik. *Marmara İletişim Dergisi*, 28,149-152.
- Hall, S. (1973). Encoding and decoding in the television discourse. In *Training in The Critical Heading of Televisual Language* (p.1-21). The Council & the Centre for Mass Communication Research. Leicester: University of Leicester

- Hancıgaz, E. & Hülür, H. (2021). Kültürel diplomasi örneği olarak Türk dizileri. *2021 International CEO Communication, Economics, Organization & Social Sciences Congress* (s. 723-729). Dilkur Akademi.
- Hasasu, C. & Denizmen, S. (2017, Nisan 26). 'Adana bildiğin gibi' değil. Aljazeera Türk: <http://www.aljazeera.com.tr/al-jazeera-ozel/adana-bildigin-gibi-degil>. (25.01.2021) adresinden alındı
- Hebdige, D. (1999). The function of subculture. Daring, S. (Ed.) in, *The cultural studies reader* (s. 441-450). New York: Routledge.
- Hobson, D. (1982). *Crossroads: The drama of a soap opera*. Londra: Methuen.
- İspir, B. D. (2008). Bilgi çağında dijitalleşme ve yeni teknolojiye uyum:Türkiye dijital televizyon yayıncılığı örneği. (Yayınlanmamış doktora tezi.) Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, Türkiye.
- Jenks, C. (2004). *Subculture the fragmentation of the social*. London: Sage Publications.
- Jenks, C. (2007). *Altkültür toplumsalın parçalanışı (N. Demirkol, Çev.)*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kandemir, C. (2013). *IPTV Yayıncılığının sorunları ve geleceği*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Kabaş, B. (2012). Karşı-kültürlerin popülerleşmesi sürecinde gençlik altkültürlerinin rolü. (Yayınlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
- Kara, T. (2013). *Sosyal Medya Endüstrisi*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Kırık, A. M. & Çelebioğlu, S. (2019). Türkiye’de Yeni Medya ve TV Etkileşimi Bağlamında Değişen Dizi Anlayışı. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(31), 517-562.
- Kuyucu, M. (2019). Gençlerin Türkiye’de üretilen televizyon dizilerine yönelik tutumları ve dizi tüketim faktörlerinin analizi. *International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS)*, 5(2),558-599.
- Morley, D. (1980). *The Nationwide audience*. Londra: BFI.
- Morley, D. (1986). *Family television cultural power and domestic leisure*. London: Routledge.
- Morley, D. (1992). *Television, audiences and Cultural Studies*. London: Routledge.
- Morgül, A. (t. y.). *Dijital televizyon yayınlarının (DVB) bugünkü durumu*. diyot.net: <https://diyot.net/dijital-televizyon-yayinlarinin-dvb-bugunku-durumu/> adresinden alındı
- Neuman, W. L. (2006). Toplumsal araştırma yöntemleri nitel ve nicel yaklaşımlar (1. cilt). Özge, S. (Çev.). Ankara: Yayıncı yayınları
- Oracle. (t.y.). *Bağlantılı TV (CTV) nedir?* Oracle: <https://www.oracle.com/tr/cx/advertising/measurement/ctv-vs-ott/> adresinden alındı
- Ökmen, Y. E. & Göksu, O. (2019). Kültürel diplomasi bağlamında Türk dizilerinin ihracatı ve kültür aktarımına katkısı:Diriliş Ertuğrul örneği. Göksu, O. (Ed.) içinde, *Kamu Diplomasisinde Yeni Yönelimler* (s. 247-291). Konya: Literatürk Academia.
- Özarslan, K. (2020). Ülke markalaşması bağlamında uluslararası basında Türk dizileri

- ve Türkiye imajı. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(1), 215-238.
- Özön, N. (1984). *100 soruda sinema sanatı*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- RATEM. (2018). *Türkiye radyo televizyon yayıncılığı sektör raporu- 2018*. İstanbul: RATEM.
- Redhead, S. (1990). *The end-of-the-century party: youth and pop towards 2000*. Manchester: Manchester University Press.
- RTÜK. (2014). *Yayınlarda program türleri kod, tanımlama ve sınıflandırmaları*. Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu.
- Sarsılmaz, M. (2019). Getto temelli dizilerde suçun temsili: Sıfır Bir: Bir zamanlar Adana'da dizisi örneği. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye .
- Sinematek, (t.y.). Sahne ve sekansların temel özellikleri, Sinematek. <http://www.sinematek.org/senaryo/59-4-sahne-ve-sekansların-temel-ozellikleri.html> (Erişim tarihi:12.11.2022)
- Söğüt, F. (2020). Blu Tv Netflix'e karşı: İçeriklere yönelik bir karşılaştırma. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication-TOJDAC*, 10(4), 408-422.
- Şahin, B. (2013). Televizyon için yeni yayın teknolojileri ve IPTV. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye.
- Taşkın, D., Suçsuz, N. & Taşkın, C. (2007). MPEG akımını geçici referans numaralarını kullanarak şifreleme. *Trakya Univ J Sci*, 8(2),73–79.
- Tekelioğlu, O. (2011, Kasım 14). *Apaşlardan apaçilere*. Radikal Gazetesi. <http://www.radikal.com.tr/radikal2/apaslardan-apacilere-1029096/> (25. 01. 2021). adresinden alındı.
- Tuğaç, Ç. (2019). Kent sosyolojisinin 19. yüzyıldan günümüze evrimi üzerine bir değerlendirme. Elagöz, İ., Erdoğan, G., Gezer, A. & Yılmaz, A. (Ed.). *Sosyal Bilimler Alanında Araştırma Makaleleri- 1* (ss. 293-321.). Ankara: Gece Kitaplığı.
- Turan, C. (2020, Mart 10). Sekans nedir? Babbblela. [https://www.babbblela.com/sekans-nedir/\(12.11.2022\)](https://www.babbblela.com/sekans-nedir/(12.11.2022)). adresinden alındı
- Turner, G. (2016). *İngiliz Kültürel Çalışmalar*. Özçetin, D. & Özçetin, B. (Çev). Ankara: Heretik Yayınları
- Uştuk, H. (2019, Kasım 11). *ABD'den sonra en fazla dizi ihraç eden ülke Türkiye*. Anadolu Ajansı: <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/abdden-sonra-en-fazla-dizi-ihrac-eden-ulke-turkiye/1641524#> (Erişim tarihi:2.11.2022) adresinden alındı
- Yaman, H. (2017). Sayısal yayıncılığın sağladığı olanaklar: Etkileşimli televizyon ve IPTV uygulamaları. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi* , 6(3), 243-25.
- Yaman, Ö. M. (2013). *Apaçi gençlik*. İstanbul: Açılım Kitap.
- Yazar, F. (2020). Kamu diplomasi aracı olarak Türk dizi sektörünün değerlendirilmesi. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(3), 529-541.





medya  
KÜLTÜR

Derleme Makale

## Dijital Dönemde Belgesel Film Yapımındaki Yenilikler Üzerine Bir Değerlendirme\*

### Özet

Ayşe Gül TOPRAK ÖKMEN\*\*

Dijital teknolojilerin kullanımı ve küresel etkileşimlerle birlikte, belgesel sinemanın yapım süreçlerinde görülen olanaklar ve çeşitlilikler filmlerin içeriklerinde ve anlatı yapılarında da kendini göstermiştir. Yeni medya teknolojilerinin en temel özelliklerinden biri olan interaktiflik/ etkileşimlilik, dijital medya ortamlarında üretilen ve belgesel filmlerde yeni bir tür olarak “interaktif/etkileşimli belgesel”, “multimedya belgeseli”, “web belgeseli” ya da “yeni medya belgeseli” şeklinde tanımlanan filmleri ortaya çıkarmıştır. Dijital çağda belgesel film yapımındaki yenilikler izleyiciyle iş birliğine ve etkileşime dayalı yaklaşımları sunması anlamında dikkat çekmektedir. Bu çalışmada, belgesel filme özgü yapım koşulları ele alınarak, dijital teknolojiler ve dijital kültürün belgesel sinemaya getirdiği yeniliklerin neler olduğunu ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu bağlamda, günümüzde belgesel filmin yapım olanaklarının yanı sıra filmlerin içeriklerinde ve anlatı yapılarında görülen yeni yaklaşımlar ele alınmıştır. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada, konuyla ilgili literatür taraması ve literatür derlemesi yapılmıştır. İnteraktif belgesel projelerini sergileyen başlıca platformlardan Docubase ve i-Docs bu kapsamda incelenmiş, film erişimine olanak tanıyan Docubase platformunda öne çıkan belgesel filmler örneklem olarak ele alınmıştır. Betimsel olarak incelenen bu filmlerin belgesel izleyicisine ne tür katılım biçimleri sağladığı ve film yapımcıları, yerel halk ve izleyici/ kullanıcı iş birliğiyle üretilen filmlerin günümüz belgesel sinemasını nasıl dönüştürdüğü meselesi tartışılmıştır.

\*Bu çalışma ICOMS International Communication Science Symposium'unda (28-29.11.2022) özet bildiri olarak yayımlanan “Dijital Dönemde Belgesel Film Yapımındaki Yenilikler Üzerine Bir Değerlendirme” başlıklı çalışmanın genişletilmiş halidir.

\*\*Dr.,  
Sakarya Üniversitesi,  
Radyo, TV ve Sinema Bölümü,  
atoprak@sakarya.edu.tr,  
ORCID No: 0000-0001-8074-0401

**Anahtar Kelimeler:** Belgesel Sinema, Dijitalleşme, Katılımcılık, İnteraktif Belgesel

Geliş Tarihi: 14.11. 2022  
Kabul Tarihi: 6.12.2022

Toprak Ökmen, A. G. (2022). Dijital dönemde belgesel film yapımındaki yenilikler üzerine bir değerlendirme. *Medya ve Kültür*. 2(2), 184-207

Review Article

**An Evaluation On Innovations in Documentary Film Making in The Digital Era**

Ayşe Gül TOPRAK ÖKMEN\*\*

**Abstract**

Along with the use of digital technologies and global interactions, the possibilities and diversity seen in the production processes of documentary cinema have also manifested themselves in the contents and narrative structures of the films. Interactivity, one of the most fundamental features of new media technologies, has revealed films produced in digital media environments and defined as “interactive documentary”, “multimedia documentary”, “web documentary” or “new media documentary” as a new genre in documentary films. These films draw attention in terms of presenting innovations in documentary filmmaking in the digital age and approaches based on collaboration and interaction with the audience. In this study, it is aimed to reveal the innovations that digital technologies and digital culture brought to documentary cinema by considering the production conditions specific to documentary films. For this reason, the production possibilities of documentary films as well as the new approaches seen in the content and narrative structures of the films are discussed. In the study, in which the qualitative research method was used, a literature review and compilation was conducted on the subject. Docubase and i-Docs, which are among the main platforms that exhibit interactive documentary projects, are examined in this context and the documentary films that stand out on the Docubase platform, which allows film access, are taken as samples. The issue of what forms of participation these descriptively analysed films provide for the documentary audience and how films produced in collaboration between filmmakers, local people and audience/users transform contemporary documentary cinema are discussed.

\*This study is an extended version of the study titled “An Evaluation On Innovations in Documentary Film Making in The Digital Era” which was published as a summary paper in the ICOMS International Communication Science Symposium (28-29.11.2021).

\*\*Dr.,  
Sakarya University,  
Department of Radio, TV and Cinema,  
atoprak@sakarya.edu.tr,  
ORCID No: 0000-0001-8074-0401

Received: 14.11.2022  
Accepted: 6.12.2022

**Keywords:** Documentary Film, Digitalisation, Participation, Interactive Documentary



## Giriş

Belgesel sinemanın üretim tarzındaki değişimler filmlerin sanatsal yönünü ve anlatı yapısını büyük ölçüde etkiler. Üretim tarzının temel bileşenleri finans kaynakları ve üretim araçlarıdır. Farklı bir üretim yapılanmasına sahip olan belgesel sinema, kurmaca filmlerden (özellikle tecimsel) temel ilkeleri, amacı, üretim tarzı, resmi kuruluşları, dağıtım-gösterim yerleri ve görsel stilleri içeren pek çok farklı yön bakımından ayrılır. Her şeyden önce tecimsel niteliğe sahip kurmaca filmler, bu filmleri üreten, dağıtan ve gösterimini yapan büyük şirketlerin yüksek oranda ticari kazanç sağlaması için geniş kitlelerin ilgisini çekecek biçimde tasarlanır. Belgesel sinemacıları ise ticari kazançla ilişkili olmayan pek çok neden harekete geçirebilir. Çeşitli toplumsal sorunlar hakkında seyircileri bilgilendirme ve düşündürme isteği, onları sıra dışı ya da sıradan insanların yaşamlarıyla tanıştırmak, gündelik yaşamın acılarını ve güzelliklerini yakalamak belgesel sinemacıları film yapmaya teşvik edebilmektedir. Belgesel filmler yapım, dağıtım ve gösterim yöntemleri açısından da kendine özgü niteliklere sahiptir. Kurumsal yöneticiler, yıldız oyuncular ve yüksek kâr amacı taşıyan büyük ölçekli yapımların üretildiği endüstriyel bir yapının dışında konumlanan belgesel filmlerin bireysel ya da kolektif çalışan, daha küçük ekiplerden oluşan bir iş gücü yapısı vardır. Kolektif bir üretim alanına sahip belgesel film yapımı, bu gibi özellikleriyle hiyerarşik yapılardan uzaktadır. Belgesel sinemacılar ekip olarak birlikte çalışmaya alıştıkları, aynı dile ve yaklaşıma sahip kişilerle film yapmayı tercih ederler. Filme alınacak konunun seçimi, anlatım dili, kurgusu gibi temel konular için ekip içinde görüşmeler yapılabilir. Bununla birlikte, belgesel filmlerin sınırlı bütçelerine rağmen çoğu kez aylar ve hatta yıllar süren araştırma, röportaj yapma, veri toplama gibi ses ve görüntü kaydını içeren yapım süreçleri vardır. Bu süreçler kimi projelerde filme alınan kişi ya da kişilerin projeden vazgeçmesi, çekim için mekân izinlerinin alınamaması ya da mevsimsel koşullar gibi beklenmedik engeller nedeniyle kesintiye uğrayabilir (Pramaggiore & Wallis, 2008, s. 280). Kısıtlı bütçeler, filmlerin maliyetlerinin karşılanmasında ortaya çıkan olumsuzluklar, çalışmalarının düzenli sürdürülememesi gibi engeller belgesel sinemacıların karşılaştıkları sorunların başında gelmektedir.

Dijital iletişim ve medya teknolojilerinin sunduğu olanaklarla, kurmaca filme oranla görece daha sınırlı bir yapım, dağıtım ve gösterim imkânına sahip olan belgesel film yapımında farklı üretim tarzları ortaya çıkmıştır. Bu süreç teknolojiye dayalı yeni gelişmelerle ilerlemeye ve çeşitlenmeye devam etmektedir. Dünyanın farklı coğrafyalarıyla giderek artan etkileşim ve bağlantılar finans kaynaklarını çeşitlendirirken ulusal ya da uluslararası fonlar, farklı ülkelerle ortak yapımlar, pitching (sunum) forumları ve kitlesel fonlama (crowdfunding) gibi yeni olanaklar gündeme gelmiştir. Farklı finansal kaynaklardan faydalanılan bu süreçte karma üretim biçimlerine doğru bir eğilim kendini göstermiş, özellikle bağımsız yapımlar çoğalmıştır. Buna bağlı olarak belgesel sinemada yeni sesler ve yeni formlar ortaya çıkmıştır.

Dijital teknolojilerin artan kullanımı ve küresel ölçekte gerçekleşen etkileşimlerin yarattığı dinamizmle birlikte, belgesel sinemanın yapım süreçlerinde ortaya çıkan yeni olanaklar ve pratikler filmlerin içeriklerinde, estetiğinde ve anlatı tarzlarında da etkisini göstermiştir. Yeni medya teknolojilerinin en temel özelliklerinden biri olan interaktiflik/etkileşimlilik, dijital medya ortamlarında üretilen ve belgesel filmlerde yeni

bir tür olarak “interaktif/etkileşimli belgesel”, “multimedya belgeseli”, “web belgeseli” ya da “yeni medya belgeseli” şeklinde tanımlanan filmleri beraberinde getirmiştir.<sup>1</sup> Bu filmler, dijital çağda belgesel film yapımındaki yeni olanakları ve izleyiciyle iş birliğine/ etkileşime dayalı yenilikçi yaklaşımları sunması anlamında önem taşımaktadır. Belgeselin yapısının, gerçeğe yaklaşım biçimlerinin, sunduğu izleme deneyiminin ve izleyici ile olan ilişkinin farklılaştığı bu tür filmleri tanımlama ve sınıflandırma konusunda ortaya konulan çalışmalar ise alanla ilgili bir literatürün oluşmasına katkı sağlamaktadır. Öyle ki interaktif belgesel kavramsallaştıran ve bu filmleri türlerine göre sınıflandıran Gaudenzi (2013) ve Gifreu (2011), alandaki teorik çalışmaları bütünsel bir yaklaşımla ele alan Nash (2021) ve Ryan, Staton ve Matthews (2022) dünya belgesel sinemasındaki güncel tartışmalara ışık tutmaktadır. Ülkemizde de bu alandaki yayınlarda (Arda, 2015; Kuruoğlu & Parsa, 2017; Tağ Kalafatoğlu, 2019; Salman, 2021; Ak, 2021) dikkat çeken bir artış gözlemlenmektedir.

Bu çalışmada belgesel filme özgü yapım koşullar ele alınmış, dijital teknolojilerin ve dijital kültürün belgesel sinemaya getirdiği yeniliklerin neler olduğunun ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu bağlamda günümüzde dijital teknolojinin önemli bir dinamizm yarattığı belgesel filmlerin yapım olanakları ve buna bağlı olarak filmlerin içeriklerinde ve anlatı yapılarında gündeme gelen yeni yaklaşımlar ele alınmıştır. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada, dijital medyaya özgü interaktif belgesel projeler sergileyen i-Docs ve Docubase platformları ele alınmış ve filmlere erişilebilirlik açısından Docubase’de öne çıkan ve farklı katılımcılık türleri sergileyen belgesel film örneklerine yer verilmiştir. Betimsel olarak incelenen bu filmlerin belgesel izleyicisine (ve kullanıcıya) ne tür katılım biçimleri sağladığı film yapımcıları, yerel halk ve izleyicinin/kullanıcının iş birliği ile üretilen filmlerin günümüz belgesel sinemasını nasıl dönüştürdüğü meselesi ele alınmıştır.

### 1. Belgesel Film Yapımında Üretim Tarzı

Üretim tarzı kavramı “üretim güçleri ve üretici güçlerin özgül bir bileşimi, varoluş koşulları, ekonomik sistem olarak adlandırılan, yeniden-üretim mekanizmalarını ve devinim yasalarını içeren bir bütün” (Ersoy, 1984, s. 13) olarak tanımlanır. Endüstriyel niteliğe sahip sinemada üretim tarzı, daha çok üretim pratiklerini ifade etmek için kullanılmaktadır. Marks’ın üretim tarzını açıklarken kullandığı üç temel öğe sinema endüstrisinde üretim tarzına denk düşmekte, işgücü, üretim araçları ve üretim finansmanından (Bordwell et al., 1985, s. 89) oluşmaktadır. Sinema, geçmişten günümüze kadar büyük ölçekli, küçük ölçekli ve bağımsız yapımlar gibi farklı üretim tarzlarında gelişerek büyük bir endüstri haline gelmiştir. Sinemada üretim tarzları filmlerin sanatsal yönünü etkileyebilmektedir ancak bu durum filmlerin ne kadar yaratıcı ya da değerli olduğunu doğrudan belirlemez. Film yapımı sanatsal yaratıcılık, teknoloji ve finans gibi üç önemli öğenin birbiriyle ilişkisinden ortaya çıkar (Bordwell & Thompson, 2012, s. 3).

Belgesel filmler çoğunlukla kamu ya da özel kurumlar, sponsorlar, televizyon kuruluşları, yakın çevre desteği ya da öz kaynaklar yoluyla finanse edilir (Rosenthal, 2011, s. 124). Tarihsel olarak, belgesel sinema ilk zamanlarda resmi ve özel kuruma bağlı bir

<sup>1</sup>Bu çalışmada belgesel sinemanın bu alt türü için “interaktif/etkileşimli belgesel” terimi filmlerin yapısal özelliklerini betimlediği için tercih edilmiştir.



üretim yapılması içinde yer almıştır. Örneğin, İngiliz Belgesel Okulu, hükümetten ve diğer resmi kuruluşlardan alınan destek karşılığında kamusal sorunları ele alan, halka yönelik eğitici işlevi olan filmler üretmiştir. 1930'lu yılların başında İngiltere'de gittikçe büyüyen bir ulusal film endüstrisi oluşurken pek çok ülkede resmî kurumlara bağlı üretim tarzı sistematik hale gelmeye başlamıştır. Özellikle İkinci Dünya Savaşı döneminde filmlerin halk üzerindeki güçlü etkisinin farkına varan Almanya, SSCB, ABD gibi ülkeler propaganda amacıyla belgesel filmleri finanse etmiştir. İkinci Dünya Savaşı süresince devlet kurumları bu amaçla belgesel film üretimine destek vermiş ancak savaşın bitiminde devlet desteklerinin azalmasıyla belgesel sinemada askeri filmlerin düşüşe geçtiği gözlemlenmiştir. Finansal desteği azalan belgesel sinema, neredeyse on beş yıl süren bir kriz yaşar ve bu süreçte film üretiminde ciddi bir duraksama olur (Musser, 2003, s. 379; Jacobs, 1979, s. 186).

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra televizyon yayıncılığı hızla gelişirken, belgesel filmler yepyeni bir mecrada kendilerine yer bulur. Televizyon sayesinde belgesel filmlerin ve halkı bilgilendirme amacı taşıyan diğer programların yapımı sistematik hale gelir ve bu filmler daha geniş bir izleyici kitlesiyle buluşur. İngiltere, ABD ve Kanada'da düzenli televizyon yayınlarına geçilirken, bu kanallarda belgesel film birimleri kurulur (Ellis & McLane, 2005, s.180)<sup>2</sup>. Televizyon yayıncılığındaki gelişmeler belgesel film üretiminde bir hareketlilik yaratır. 1970'lerde uydu ve kablolu yayıncılık gelişir, birçok televizyon kanalı yayın hayatına geçer. 1980'li yılların sonlarına doğru özel kablolu tematik televizyon kanalları kurulmaya başlar ve belgesel film kanalları da bu yelpazedeki yerini alır. Belgesel filmler ve kurmaca olmayan diğer programlar hiç olmadığı kadar yaygın bir dağıtım ağına sahip olur (Ellis & McLane, 2005, s. 260).<sup>3</sup>

Kamu hizmetindeki karasal yayın yapan kanallarda yayınlanan belgesel filmler, eğitim ve bilgilendirme özellikleriyle bu kanalların kamu hizmeti yayıncılığı işlevini görür. Ancak 1990'lı yıllarda televizyon kanallarında ticari anlayışın yerleşmesiyle birlikte, televizyonun hiyerarşik yapısı içinde belgesel sinemacılar kanal yönetiminin istekleri ve beklentileriyle karşı karşıya kalır. Televizyon kanallarındaki açıklayıcı-sorgulayıcı belgeseller yerini eğlenceye dayalı formatlara bırakır. Bu dönemlerde Reality Show, Reality Game-Doc ve Docu-Soap/Docu-Show, olarak adlandırılan kurmaca ve belgesel öğelerinin iç içe geçtiği yapımlar ortaya çıkar (Kilborn & İzod, 1997, s. 21).

Günümüzde ise televizyona bağlı üretim tarzında, kanalın hangi türde belgesel filmlere yer verdiği ve ne gibi yapım arayışları içinde olduğu belgesel sinemacıların filmlerin finanse edebilmesinde oldukça belirleyicidir. Bu aşamada televizyon kanalının yayın politikalarıyla belgesel sinemacının projesinin uyumlu olması beklenir. Ayrıca televizyon yayıncılarının yapım şirketleri tarafından önerilen belirli bir fikre dayalı bir filmi sipariş etmesi de söz konusu olabilmektedir. Televizyon kanallarının yayın kuşakları ve zaman dilimleri belgesel projelerini seçmede belirleyici olan en temel faktördür (Glynn, 2011, s. 71). Avrupa televizyonlarında, belgesel filmler yayıncılık

<sup>2</sup>BBC kanalı, kamuyu eğitmek, bilgilendirmek ve eğlendirmek misyonunu büyük oranda belgesel filmle sağlar (Hill, 2008, s 218). National Broadcasting Company (NBC), American Broadcasting System (ABC), Columbia Broadcasting System (CBS) kendi içinde belgesel bölümlerini oluşturarak kamuya hizmet eden belgeseller yapmayı amaç edinir.

<sup>3</sup>ABD'nin ilk belgesel kanalı Discovery Channel 1982 yılında kablolu televizyon kanalı olarak yayın hayatına başlarken, sonrasında National Geographic ve History Channel ve gibi diğer öne çıkan belgesel kanalları kurulur.

açısından oldukça önem taşımaktadır. Fransa'da Avrupa'nın çok kültürlü kanalı olarak öne çıkan ARTE ve Almanya'da ZDF ve ARD'nin belgesel filmlere yayın kuşaklarında ağırlık verdikleri bilinmektedir. Farklı ülkelerden belgesel önerilerine açık olan bu kanallarda proje seçiminde yine de kendi izleyici kitlesi belirleyici olabilmektedir.

Çeşitli kuruluşların yaptığı sponsorluklar ise belgesel sinemacıların bir diğer önemli finans kanalıdır. Film yapımcıları ile sponsor kuruluşlar arasında günümüze kadar süregelen ilişki, çeşitli yöntemlerle ilerlemektedir. Kurum ve kuruluşlar kendi faaliyet alanıyla ilişkili film projelerine; hedef kitlelerine farklı bir kanalla ulaşmak, medyada yer almak, kurumsal imajını yaratmak, markalarının ve ürünlerinin tanıtımını yapmak, kurum kültürünü oluşturmak ya da topluma katkıda bulunmak gibi farklı nedenlerle sponsorluk desteği sunmaktadır (Çelik, 2011, s. 262; Okay, 1997, s. 134). Filmin içeriği ile sponsor kuruluşların faaliyetleri arasında bağlantı olması durumunda bu kurumlar toplumda kendi imajlarını olumlu anlamda pekiştirmek ve saygınlık kazanmak amacıyla belgesel film projelerine destek verebilmektedir.

Belgesel sinemada karşımıza en sık çıkan üretim tarzlarından biri de bağımsız yapımlardır. Bağımsız film yapımcıları geleneksel finansman yöntemlerinin dışında sponsor bularak, finansörlerin dikkatini çekerek, yakın çevreden destek alarak ya da öz kaynaklarını kullanarak filmlerini finanse ederler (Pramaggiore & Wallis, 2008, s. 423). Bağımsız yapımlar daha düşük bir bütçeyle gerçekleştiğinden, yönetmenler filmin yapım sürecindeki kontrolü büyük oranda kendi ellerinde tutarlar. Kurumsal çıkarılardan bağımsız olması bakımından bu filmler, belgesel sinemanın toplumsal işlevleri açısından alternatif bir duyarlılık sunabilme özelliğine de sahiptirler.

Bağımsız yapımların çoğalmasını sağlayan en önemli dinamiklerden biri sinema teknolojisindeki gelişmelerdir. Sinema tarihi boyunca teknolojik gelişmeler filmlerin üretim tarzını, yapım pratiklerini ve bununla birlikte estetiğini de önemli ölçüde etkilemiştir. Örneğin, 1960'lı ve 1970'li yıllardaki 16 mm film teknolojisiyle üretim araçlarında maliyet düşerken belgesel film üretiminde artış yaşanmıştır. Bu teknik araçların hafif ve portatif olması alıcının mekân içinde rahat hareket edebilmesini ve filme alınan özneye daha yakın ilişki kurulabilmesini mümkün kılmıştır. Bu sayede filmin anlatı yapısında gözlemsel ya da katılımcı tarzı ortaya koyan Doğrudan Sinema ve Sinema Gerçek akımları ortaya çıkmıştır. Bu tarzı benimseyen film yapımcıları klasik açıklayıcı tarzdaki filmlerden daha farklı bir dili yakalayabilmiş ve belgeselin dili zenginleşmeye başlamıştır. Benzer şekilde günümüz dijital teknolojisi de hem daha fazla film üretimine hem de sanatsal yaratıcılık anlamında yenilikçi yaklaşımlara olanak tanımaktadır. Bu yenilikler belgesel sinemacının toplumsal/tarihsel dünyanın gerçekliğini yakalamada yenilikçi ve yaratıcı yollara yönelmesine imkân sunmakta, bağımsız film yapımlarında da buna bağlı olarak artış gözlemlenmektedir. Nitekim 2000'li yıllardan günümüze belgesel sinema hız kesmeden yükselişini devam ettirmiştir. Belgesel sinemanın yeni bir altın çağ yaşadığını ilan eden Baker'e göre (2006, s. X) bunu sağlayan etmenler, film yapım maliyetlerindeki düşüşler ve birçok kişinin belgesel filme farklı biçemlerle yeni yaklaşımlar getirmeleridir.



## 2. Dijital Teknolojiler ve Karma Bir Üretim Yapılanmasına Geçiş

Dijitalleşme, sayısal olarak kodlanan görüntü ve seslerin depolanmasına, düzenlenmesine ve farklı biçimlerde yeniden üretilmesine olanak sağlar. Dijitalleşmeyle fotoğraf, video, müzik, ses ve yazı gibi her tür veri dijital kodlara dönüştürülür; internet, telekomünikasyon ve yayıncılık alanındaki yöndeşmeyle farklı noktalara ulaştırılarak kullanıcıların hizmetine sunulur (Prince, 2002, s. 116). Teknolojiyle iç içe olan sinema endüstrisinde ise uzunca bir süredir filmlerde prodüksiyon aşamasında dijital kamera ve ses kaydı kullanımıyla; post-prodüksiyon aşamasında dijital kurgu, renk, ses, efekt ve animasyon araçlarına kadar geniş ölçekte dijital yapım teknikleri kullanılmaktadır. Bu gibi dijital ekipman ve sistemlerin kullanımıyla film yapımı görece daha ucuz, pratik ve hızlı hale gelmiştir. Objektifin önündeki fiziksel gerçekliği (mekân, nesne, aksiyon vs.) kaydeden geleneksel üretimden farklı olarak, dijital üretimde karakterler, mekânlar, belgeler ve akla gelebilecek diğer tüm görsel öğeler bilgisayar ortamında neredeyse kusursuz biçimde üretilebilir hâle gelmiştir. Bu özelliğiyle dijital teknoloji film üreticilerine sınır tanımayan yaratıcı bir üretim alanı sunmaktadır.

Dijitalleşmeyle birlikte yeni medya sistemleri “dijitallik, etkileşimsellik, multimedya biçimselliği, hipermetinsellik, kullanıcı türevli içerik üretim, yayılım ve sanallık/arayüzde mevcudiyet hissi” (Binark, 2014, s. 16) gibi özellikleriyle gündelik yaşantımızın her alanına girmiştir. Dijitalleşme süreçlerinde önemli bir devrim olarak tanımlanan ‘Web 2.0’ teknolojisi, sıradan kullanıcılara özel bir yazılıma ihtiyaç duyulmaksızın, kendi profillerinin yanısıra içerik oluşturma ve yayınlama, çeşitli topluluk ve ağlara katılma imkânı sunar. Bu özellikleriyle Web 2.0 önceki nesil web hizmetlerine göre daha devingen ve demokratik bir ağ olarak görülmektedir (Laughey, 2010, s. 163).

Katılımcı kültür oluşturan yeni medya platformları insanlara kişisel düşüncelerini ve üretimlerini kültürel ve coğrafi sınırları aşarak başka insanlarla paylaşma imkânı verir. Bjorn Sorensen’e göre, yeni medyanın kurmaca olmayan filmler üzerinde farklı açılımları olmuştur. Yeni teknolojiler, yeni ifade araçlarını sağlar ve böylelikle görsel-işitsel alanlar, özel ve ayrıcalıklı bir meca olmaktan çıkarak kamuya açık bir ifade alanı olacak şekilde gelişim gösterir. Görece daha demokratik bir kullanım alanı sağlayan bu yeni olanaklar filmlerde farklı biçimlerin ve kullanımların önünü açmaktadır (akt. Saunders, 2010, s. 233).<sup>4</sup>

Profesyonel ve amatör film yapımcıları, yeni medyanın sağladığı çeşitli interaktif formları geleneksel belgesel metinlerinin dağıtımında yeni bir araç olarak kullanmaktadır (Hight, 2008). Video on demand, Blu-ray, internet ve sosyal medya gibi platformların birlikte kullanımıyla belgesel sinemacılar yapım sürecinin üretim, dağıtım, gösterim aşamalarında alternatif olanaklar yakalamıştır. Maliyeti düşük olan bu platformlar belgesel için yapım modellerini ve seyircinin de izleme deneyimlerini çeşitlendirmiştir (Erkılıç & Toprak, 2012, s. 13). Yaklaşık olarak 2006’dan beri

<sup>4</sup> İnternet ve yeni medya ortamları belgeselin yapım modellerini çeşitlendirirken, Web 2.0 ile, web belgeseli ya da interaktif belgesel olarak adlandırılan farklı formlar ortaya çıkmıştır. Yeni medyanın etkileşimsellik ve kullanıcı türevli içerik üretimi özelliğini kullanan interaktif belgeseller ile hem izleyicinin/kullanıcının hem de film yapımcısının aktif olduğu yeni anlatı tarzları doğmaktadır.

gözlemlenen, geleneksel modellerin yetersiz kaldığı alanları dolduran yeni platformlar “küresel dağıtımına bağlı olarak ürünün geniş alanda mevcut olması, hak sahibi için kullanılabilir ekonomik bir model oluşu, film yapımcısının film üzerinde elde ettiği kontrol, yapımcının kendi izleyicisini bulabilme ve doğrudan ulaşabilme (tek tek izleyiciler olarak), esnek gösterim stratejileri ve düşük maliyetler” gibi özellikleriyle sinemacılar tarafından ilgi görmektedir (Vicente, 2008, s. 275; Broderick, 2012). Yapım açısından bakıldığında da yeni medya teknolojileri ve farklı coğrafyalarla artan etkileşimin sonucu olarak geleneksel finansman kanallarıyla birlikte artık kitlesel fonlama, pitching forumları, çeşitli fonlar, ortak yapımlar, festivaller ve bu festivallerde verilen fon destekleri belgesellerin alternatif finans kaynakları olarak gün geçtikçe çeşitliliğini arttırmaktadır. Tüm bu üretim biçimleri geçirgen özellikte olabilmektedir. Bir film projesi birden fazla finansman kaynağıyla yapım, dağıtım ve gösterimini yapabilmektedir.

### 2.1. Kitlesel Fonlama

Dijital iletişim ve medya teknolojilerinin sunduğu olanaklarla belgesel sinemacıların bir kısmı geleneksel finans yöntemlerinin yetersiz kalmasıyla alternatif bir yöntem olarak öne çıkan “kitlesel fonlama” modeline doğru yönelim göstermektedir.<sup>5</sup> Kitlesel fonlama olarak tanımlanan bu iş modeli, kişilerin veya kurumların internet platformları aracılığıyla küçük miktarlarda bağışlar yaparak yaratıcı projelere finansal kaynak oluşturdukları çevrimiçi bir fonlama yöntemidir (Hemer, 2011, s. 8). *IndieGoGo* ve *Kickstarter* dünyaca bilinen en popüler kitlesel fonlama platformu iken, Türkiye’deki ilk kitlesel fonlama platformu *Projemefon*’dur. Bu iş modelinin yatırımcılar (bağışçılar), yaratıcılar (film yapımcısı, müzisyen, girişimci vs.) ve platformlardan (web siteleri) oluşan üç temel unsuru vardır. Yatırımcılar ya da bağışçılar, gerçekleşmesini istedikleri projeye katkı sağlayabilecekleri miktarlarda destek olurlar. Proje sahipleriye, bağışçılara yaptıkları maddi destek oranına göre çeşitli ödüller verir. Bu aşamada platform ise kitle fonlamasında fon isteyen yaratıcılar ile bu yaratıcılara destek vermek isteyen bağışçıların internet mecrasında buluşmasına ve para akışlarını gerçekleştirmelerine aracılık eder. Bu hizmet karşılığında platform, elde edilen fon miktarının belirli bir yüzdesini komisyon olarak alır. Kitlesel fonlama ile bütçe, zamanlama, yürütme, yaratıcı vizyon, pazarlama, reklam ve tüketici ilişkilerine kadar pek çok şeyin proje sahibi tarafından kontrol altında tutulabilmesi sağlanır. Bu gibi avantajlar kendilerine yabancı olmayan imece yönteminin daha sistematik hâli olması nedeniyle belgesel sinemacılara cazip gelmekte ve gün geçtikçe yaygınlaşmaktadır.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Kitlesel fonlamanın belgesel sinemaya etkisi konusunda bkz. Erkilic, H. ve Toprak, A., (2013) “Kitlesel Fonlamanın Türkiye’de Belgesel Sinema Üzerindeki Olası Etkileri”, Yeni Medya Çalışmaları I. Ulusal Kongresi, 7-8 Mayıs, 2013, Kocaeli Üniversitesi, ISBN: 978-605-62169-3-0.

<sup>6</sup> Franny Armstrong, *The Age of Stupid (Aptallık Çağı)*, (2009) adlı filmi ile belgesel sinemada bu yöntemin öncüsü olur. Armstrong kendi şirketi Spanner Films üzerinden filmin finansmanını kitle fonlaması yoluyla sağlar ve bağımsız filmler için bu modelin ilk örneği olur. 600’den fazla yatırımcının desteğiyle *Aptallık Çağı*, yaklaşık £900,000 civarında toplanan parayla fonlanır (spannerfilms.net).

## 2.2. Pitching

Pitching, bir belgesel projesi sahibi yönetmenin/yapımcının aracı editörler karşısında projesini tanıtarak destek almaya çalıştığı bir sunum biçimidir. Pitching forumlarında proje sahiplerinin oldukça kısıtlı bir süre içinde kendilerini ve projelerini en iyi biçimde anlatarak aracı editörleri etkilemeleri ve ikna etmeleri beklenir. Birer iş insanı olan aracı editörler, önerilen projenin finansmanını karşılayıp karşılayamayacaklarını ya da kanalları ve fonları için uygun olup olmadığı öğrenmek isterler (Glynne, 2011, ss. 82-83). Proje sahiplerinin bu forumlardan destek alabilmeleri için aracı editörler hakkında detaylı bir bilgiye sahibi olmaları, hangi tür projelere destek verdiklerini bilmeleri ve yaptıkları işleri yakından takip etmeleri önem taşır (Bernard, 2007, ss. 138-139).

Pitching forumları, dünyanın farklı yerlerinde belirli dönemlerde düzenlenmektedir. Bu forumlar kimi zaman bir festivalin içinde ayrı bir etkinlik olarak düzenlenebileceği gibi kimi zaman da bir televizyon kuruluşunun parçası olabilmektedir. FEST Pitching Forum (FEST-International Film Festival), Co-production Forum (San Sebastian International Film Festival), Sunny Side of the Doc, Channel 4 BRITDOC Foundation, DOC Meeting Argentina (Pitching and One-on-One), dünyada en çok bilinen pitching forumlarından bazılarıdır. Yurtdışındaki bu örnekler üzerine ülkemizde de 2015 yılında İstanbul Uluslararası 1001 Belgesel Film Festivali kapsamında Pitchin'İstanbul Belgesel Film Pişirme Atölyesi yapılmıştır. Benzer şekilde farklı yıllarda da çeşitli film festivalleri pitching platformları oluşturmaya başlamıştır. Dünyanın farklı ülkelerinde gerçekleşen bu oturumlar hakkındaki haber, bilgi ve çeşitli paylaşımlar yine sosyal medya aracılığıyla yayılmakta ve sektörel bir ağ oluşmaktadır.

## 2.3. Fonlar

Belgesel film yapımına devlet desteğinin yetersizliği ve kamu ya da özel sektör finansörlerinin belgesel filme yeteri kadar ilgi göstermeyişi, az gelişen sponsorluk yöntemi gibi çeşitli nedenlerle belgesel film yapımcıları coğrafi olarak kendi sınırlarının ötesinde fon bulma arayışına girerler. Günümüzde kendi ulusal ya da bölgesel film fonlarını oluşturan birçok ülke vardır. Bunun yanında sivil toplum örgütleri, yardım kuruluşları, vakıflar ya da benzeri kuruluşlar ilgi duydukları konulara finansal destek verirler. IMAGE Film and Video Center, Independent Film Project (IFP), International Documentary Association (IDA), Film Forum, Film Arts Foundation, Documentary Educational Resources ve Women Make Movies, gibi çeşitli kuruluşlar belgesel film projelerine fon desteği vermektedir.

## 2.4. Festivaller

Ulusal ve uluslararası film festivalleri, belgesel sinemacıların farklı coğrafyalardaki yönetmenler, yapımcılar ve finansörlerle iletişime ve etkileşime geçebileceği en önemli mecralardan biridir. Dünya ölçeğinde 1990'lı yılların sonundan günümüze belgeselin köklü bir geleneği haline gelen 2,500'den fazla festival gerçekleşmekte ve bu festivaller gün geçtikçe artış göstermektedir. International Documentary Film Festival Amsterdam (IDFA), Sheffield Doc/Fest, Sunny Side of the Doc, Toronto Hot Docs International Documentary Film Festival, Thessaloniki Documentary Festival,

Silver Docs, True/False Film Festival, La Rochelle, Visions Du Reel, Leipzig, CPH: Dox dünyadaki başlıca belgesel film festivalleridir. Bu festivaller sayesinde dünyanın farklı ülkelerinden yüzlerce film gösterilmekte, dünyada dağılık halde olan yönetmenler, film yapımcıları ve finansörler bir araya gelebilmektedir. Festivallerin en önemli özelliği fikirlerin, teknolojik hareketliliğin, sermayenin ve farklı coğrafi bölgelerden kişilerin etkileşime geçmesine olanak sağlamasıdır. Festivaller film projelerinin fonlanmasına da aracı olur. Örneğin, Afrika'nın Sithengi Film Festivali ve New York'un Independent Film Project oluşumu küresel pazarla yerel bağlantıları oluşturabilmek için kurulan önemli bir platformdur (Hogart, 2006, s.33; Ellis & McLane, 2005, s. 341).

Tüm bu pratiklerin gösterdiği üzere, küresel etkileşimler ve dijital teknoloji gibi dinamiklerin etkisiyle farklı finans olanakları gündeme gelmiş ve belgesel için yapım modelleri çeşitlenmiştir. Belgesel film yapım sürecinde gündeme gelen yeni pratikler filmlerin içeriklerini, anlatı yapısını ve biçimsel özelliklerini de farklılaştırabilmektedir. Nitekim bir süredir web belgeseli ya da interaktif/etkileşimli belgesel olarak adlandırılan yeni türde belgeseller ortaya çıkmıştır. İzleyen bölümde izleyiciyi/kullanıcıyı film üretim ve izleme deneyiminin önemli bir parçası olarak konumlandıran interaktif belgesel filmler ele alınmıştır.

### 3. Dijital Dönem Belgesel Filmde Yeni Anlatı Yapıları

Dijital iletişim ve medya teknolojileri, yapım süreçlerine yeni olanaklar sağlarken belgesel filmlerin içeriklerinin, biçimsel özelliklerinin ve anlatı yapılarının oluşturulmasında da yeni ve yaratıcı yaklaşımları beraberinde getirmektedir. Uzunca bir süredir belgeselin ne olduğuna ilişkin tartışmalar filmlerde canlandırma ve animasyon içeren öğelerin kullanımı, kurmaca-belgesel etkileşimi, mockumentary (sahte belgesel) gibi konular çerçevesinde süregelen ve belgeseli tanımlamaya yönelik sınırlar esnekleşmeye başlamıştır. Dijital iletişim ve medya teknolojileri ile gündeme gelen “interaktif/etkileşimli belgesel”, “multimedya belgeseli”, “web belgeseli” ve benzeri yeni biçim ve formların yanı sıra hikâye anlatıcılığının dijital ortamlarda gittikçe genişleyen kullanım biçimleri belgesel sinemayı dijital çağda yeniden düşünmeyi ve anlamayı gerekli kılmaktadır.

Belgeselin aldığı yeni biçimsel formları tanımlayan bu kavramların temeli, dijital medyanın en temel özelliklerinden olan etkileşimliliğe dayanmaktadır. Kullanıcının iletişim sürecinde aktif rol oynamasına, geri bildirimde bulunmasına ve medya içeriklerinin üretim sürecinin parçası olmasına vurgu yapan etkileşimlilik ve topluluğun katılımı, toplumsal ve kültürel yaşamın her alanında olduğu gibi belgesel film yapım süreçlerinde de etkisini göstermiştir. Kitlesele fonlama gibi topluluğun katılımına dayanan yapım süreci, filmlerin içeriklerinin oluşturulması sürecine kadar uzanmaktadır. Dijital iletişim ve medya teknolojisi ile gündeme gelen etkileşimlilik ya da interaktiflik bu teknolojilerin kullanıcının geri bildirimine karşılık verme potansiyelini ifade etmektedir (Jenkins, 2016, s. 427). Belgesel sinema açısından interaktiflik ise dijital teknolojinin kullanıldığı, kullanıcıların filmin anlatısını yönlendirdiği, doğrusal olmayan filmlere karşılık gelmektedir (Gifreu, 2011, s. 2). Ancak tek başına dijital teknolojilerin kullanıldığı ve dijital platformlarda yayınlanan her film bu kategoride değerlendirilememektedir. İnteraktif belgesel için dijital tekniklerin kullanımı ile etkileşimli bir yapının kurulması gerekmektedir.

Etkileşimli dijital medyanın geleneksel görsel-ışitsel belgesellerin üretim, gösterim ve izleme/alımlama mantığı üzerindeki etkisi büyük olmuştur. Yeni teknolojilerle ortaya çıkan bu yeni bağlamda interaktif/etkileşimli belgeseller, kendilerine özgü özelliklere sahip yeni bir görsel-ışitsel biçimdir (Gifreu, 2022). Etkileşimli, katılımcı kültürel alanların yükselişi ile belgesel sinemada izleyiciler filmlerin anlatısının önemli bir parçası hâline gelmektedir. Nitekim interaktif belgesel filmin kimi örneklerinde, izleyiciler belgeselin konusuyla bağlantılı olarak kendi hikâyelerini kısa videolar çekip filme ekleyerek anlatımın içine dâhil olabilmektedir (Kuruoğlu & Akçora, 2017, ss. 19-20). Kullanıcılar farklı seçenekler arasında seçim yapıp eylemleriyle sürecin bir parçası olurken, etkileşimde bulunduğu dijital içeriğin gerçekliğe dayandığının farkındadır. Kullanıcının önemli bir bileşenini oluşturduğu interaktif belgeselerde, gerçeğin temsilinden çok gerçeğin müzakere edilmesine yönelik bir kayma yaşanmaktadır (Tağ Kalafatoğlu, 2019, ss. 187-188). Gifreu'ya göre (2022) etkileşimli belgeseller, gerçekliğin temsili için yeni bir mantık yaratır. Bu yeni mantığın vurgusu, yazarın geleneksel izleyiciler için gerçeklik üzerine belirli bir söylemi nasıl oluşturduğundan ziyade, gezinirken ve etkileşim kurarken metin ve kullanıcı arasındaki ilişkiye yatmaktadır.

Yeni tür belgeselerde interaktiflik/etkileşimlilik, kullanıcının/izleyicinin filmin içinde yer alma derecesine göre farklılık göstermektedir. Gaudenzi (2013, s. 69), interaktif belgeselerde üç farklı etkileşim düzeyi olduğunu belirtir: yarı-kapalı (kullanıcı içeriğe göz atabilir ancak içeriği değiştiremez), yarı-açık (kullanıcı katılabilir ancak etkileşimli belgeselin yapısını değiştiremez) ya da tamamen açık (kullanıcı ve etkileşimli belgesel sürekli değişir ve birbirlerine uyum sağlar). Galloway ve arkadaşları ise interaktif belgeselleri etkileşim biçimlerine göre dört kategoriye ayırarak sınıflandırırlar. Bunlar;

*Pasif uyarlamalı kategori:* İzleyicinin materyale gösterdiği tepkiye bağlı olarak farklı içerikler gösteren yapımlardır. Bu tür filmlerde kullanıcının farkındalığı yoktur, bu sebeple katılımcılar “kullanıcılar” yerine “alıcılar” olarak düşünülmektedir. İzleyiciler doğrudan kendilerine sunulan görsel-ışitsel materyali tüketirler.

*Aktif uyarlamalı kategori:* Belgeselin ilerleyişini izleyicilerin kontrol altında tuttuğu yapımlardır. İzleyiciler/kullanıcılar bilinçli bir biçimde, bir yardımcı araç yoluyla etkileşimde bulunur ve bu etkileşime göre filmin ilerleyişi belirlenir. Etkileşimi sağlayan araçlar ise uzaktan kumanda, sesli komutlar, el-yüz hareketleriyle etkileşime izin veren bir hareket tanıma cihazı gibi bir teknoloji olabilir. Bu kategori daha çok oyun denetleyicileri aracılığıyla kullanıcı girişine olanak sağlayan “docu-games” türündeki yapımları içerir. Bu türdeki filmler, kullanıcıya sistemle fiziksel olarak etkileşime girme ve içeriği keşfetme, deneyimleme ve değiştirme yetkisi verebilmektedir.

*Sürükleyici kategori:* Bu kategorideki filmler kullanıcının anlatı dünyasına tam olarak dâhil olmasını ister. Bunun için kullanıcılar sanal ya da artırılmış gerçeklik gibi dijital teknolojilerle dolaymlanan ortamlarda bu teknolojiler aracılığıyla filmin içine sürüklenir. Bu teknolojilerde, kullanıcı gerçek fiziksel etkileşimler yoluyla çevrede gezinebilmekte ve etkileşim kurabilmektedir.

*Yaygın kategori:* Genişleyen, topluluğa dayalı etkileşimli belgeseller bu kategoriye girmektedir. Kullanıcılar belgeselin içeriğini değiştirebilir ve diğer kullanıcıların bakış açılarına karşı gelebilir. Bu etkinlikler, internet ortamlarında bireylerin her türlü konuyla ilgili görüşlerini ifade etmede kullandıkları forumlar, bloglar, çok oyunculu çevrimiçi oyunlar (MMOG) gibi teknolojilerde yaygın olarak görülmektedir. Kullanıcı topluluğu tarafından düzenlenen ücretsiz, çevrimiçi bir ansiklopedi olan Wikipedia, insanlara bilgi ve yetkinliklerini başkalarıyla paylaşma imkânı sunar. Yaygın etkileşimli belgesel kategorisinde kullanıcılar Wikipedia'da olduğu gibi içeriğe toplu bir biçimde katkıda bulunabilir. Wiki-belgesel olarak da sınıflandırılabilen bu tür yapımlarda gerçek kullanıcı etkileşimi, mevcut içeriğin yeniden düzenlenmesi ya da değiştirilmesinden, kullanılan içeriği yüklemeye ve uygulamaya kadar değişkenlik gösterebilir (Galloway vd.' den akt. Tağ Kalafatoğlu, 2019, ss. 187-188).

Günümüzde çeşitli festivaller, forumlar, dijital platformlar dünya çapında ağa dayalı, yaratıcı, interaktif belgesel anlatılarını bir araya getirmekte, yenilikçi projelerin tanıtımını yapmakta ve kimi projelere de finansal destek verebilmektedir. Amsterdam Uluslararası Belgesel Film Festivali (IDFA – International Documentary Film Festival Amsterdam) ve Kanada Ulusal Film Kurulu (NFB- National Film Board of Canada) interaktif belgesel film yapımlarına yer veren iki önemli festivaldir. IDFA, “Aryüz Çağındaki Belgesel Hikâye Anlatıcılığını Keşfetme” olarak oluşturduğu IDFA DocLab ile özellikle genç kuşak belgesel sinemacıların ve yaratıcı filmlerinin önünü açmaktadır (Kuruoğlu & Akçora, 2017, ss. 19-20). Bunların yanı sıra Docubase, Social Documentary Network, i-Docs gibi ağlar uygulamaya ve teoriye dayalı alandaki araştırmaları toplamak ve paylaşmak için bir alan sunmakta ve buralarda interaktif belgesel anlatısının öne çıkan örnekleri yer almaktadır. İzleyen bölümde bu oluşumlar içinde en öne çıkan platformlardan Docubase- MIT Open Documentary Lab'ın faaliyetlerine bakılarak burada öne çıkan interaktif belgesel filmlerden bazı örnekler incelenmiştir.

#### **4. Docubase -MIT Open Documentary Lab**

Dijital çağda belgeseli dönüştüren insanların, projelerin ve teknolojilerin derlenmiş bir veri tabanı olan Docubase, yeni belgesel formları ve bunların arkasındaki araçları, süreçleri ve yapımcıları bir araya getirmeyi, sergilemeyi ve bu alanda üretim yapanlara ilham vermeyi amaç edinmiştir. Belgesellerin demokrasi ve kültür açısından hayati bir rol oynadığına dikkat çeken platform, günümüz teknolojilerinin ifade için yaratıcı olanaklar sunduğunu belirterek, yeni seslerin vaadi ve yeni topluluklara erişimin önemine işaret etmektedir. Docubase kullanıcılara şöyle seslenir:

*Ortaya çıkan herhangi bir ortamla birlikte yeni gramer, yeni stiller ve özgün süreçler gelir. Bu yeni tür belgesellere atfettiğimiz web dokümanları, sürükleyici dokümanlar, etkileşimli ve katılımcı dokümanlar ve diğer tüm isimler de öyle. Hangi terimlerin veya stillerin benimseneceğini henüz bilmiyoruz. Ama belirli bir tür belgesel için geliyor. Docubase, kendinizi oynatma listelerine ve projelere kaptırabileceğiniz bir keşif yeridir; yeni çalışmalarını ortaya çıkarın, yeni teknikleri keşfedin ve yeni hikâye anlatımına öncülük eden insanları bulun (2022a).*

Etkileşimli Docubase, yeni tür belgesellerin kapsamlı bir veri tabanı değil, 'derlenmiş' bir veri tabanıdır. Veri tabanında yer alan projeler, festivaller, interaktif belgesel web siteleri, sanat, tasarım ve teknoloji inovasyon merkezleri gibi alanlar üzerinden keşfedilmektedir. Projeleri seçmede iki temel kıstas vardır. Birincisi; etkileşimli, katılımcı, ağ bağlantılı, sürükleyici, konumsal veya diğer deneyimsel biçimleri mümkün kılan belgeseller için gelişen teknolojilerin veya tekniklerin yenilikçi kullanımınıdır. İkincisi ise filmin yarattığı ya da yaratabileceği sanatsal, sosyal, kültürel değer veya etkidir. Docubase, projelerin çoğunun Amerika Birleşik Devletleri, Kanada ve Fransa'dan geldiğini ancak aktif olarak diğer bölgelerden her zaman farklı toplulukları ve konuları temsil eden projeler aradıklarını ifade etmektedir (Docubase, 2022a).

## 5. i-Docs

i-Docs web sitesi, UWE Bristol'deki (University of the West of England) Dijital Kültürler Araştırma Merkezi bünyesinde bir araştırma kolu olan i-Docs projesinin bir uzantısıdır. i-Docs, ilk olarak 2011'de interaktif belgeseller üzerine düzenlenen bir sempozyum ile başlamış, sonraki yıllarda da i-Docs sempozyumunu devam ederken web sitesi ve Facebook grubu, bu alanda İngiltere'nin kilit kaynakları haline gelecek şekilde gelişmiştir. Sempozyum ve web sitesi ile interaktif belgeseller üzerine bir dizi etkinlikler yapılmıştır. Web sitesi, uygulayıcılar, araştırmacılar, öğrenciler ve konuya ilgi duyanlar arasında haberler, analizler ve diyaloglar için oluşturulmuş bir alandır ve topluluk modeli üzerinde çalıştırılır. i-Docs uygulamaya dayalı keşiflerin yanı sıra teorik akademik çalışma ve araştırmaların yayılmasını amaçladığını belirtmektedir (i-Docs, 2022).

Etkileşimli veya sürükleyici bir belgeseli neyin oluşturduğuna dair bir dizi tanım ve bakış açısını içeren i-Docs, ortaya çıkmakta olan birçok farklı çalışma türünü kucaklayabilecek kapsamlı bir tanımın önemine işaret etmektedir. i-Docs sitesi, web belgeselleri, transmedya belgeselleri, önemli oyunlar, platformlar arası belgeseller, yerel (konuma dayalı) belgeseller, belgesel oyunları (docu-games), yaygın medya olarak tanımlanan projeleri kapsamaktadır. Bu platform i-Docs'u, "gerçek" olanla bağlantı kurma niyetiyle başlayan ve bu amacı gerçekleştirmek için etkileşimli dijital teknolojiyi kullanan herhangi bir proje olarak tanımlamaktadır. Projelerin ortak yanı, dijital interaktif teknoloji ile belgesel pratiği arasındaki bu kesişimdir. i-Docs'a göre, bu ikisinin bir araya geldiği yerde, izleyiciler belgesel içinde aktif araçlar haline gelirler ve ortaya çıkacak ürünü etkileşimleri yoluyla ortaya çıkarır ve çoğu zaman içeriğe katkıda bulunurlar. Belgeselin ortak dünyamız hakkında hikayeler anlatmak olduğunu ifade eden i-Docs, belgeseli izleyiciyle birlikte yaratılan bir şey haline geldikçe hangi fırsatlar ortaya çıktığı sorusunu merkeze aldıklarını belirtir (i-Docs, 2022).

## 6. İnteraktif Belgeseller

Docubase ve i-Docs platformlarında dünyanın çeşitli bölgelerinden etkileşime dayalı belgesel film örneklerini ve bunlara ilişkin haber ve yorumları keşfetmek mümkündür. Bu çalışmada erişilebilirlik açısından daha çok projeye yer veren Docubase platformunda öne çıkan interaktif filmlerden bazı örneklerle yer verilmiştir.



### 6.1. One Day on Earth

Kyle Ruddick'in 2012 yapımı *One Day on Earth* (*Yeryüzünde Bir Gün*) filmi, dünyanın her ülkesinden aynı günde geçen 24 saatlik bir zaman dilimini yakalayan katılıma dayalı bir belgeseldir. Dünyanın dört bir yanından binlerce film yapımcısı, eşsiz evrensel insanlık görünümünü oluşturmak için bir araya getirilen benzersiz yaşam deneyimlerini yakalamaya çalışmıştır. Tek günde çekilmiş, dünyadaki her ülkeden yaşamı belgeleyen videoları bir araya getiren *One Day on Earth*, dünya çapındaki deneyim çeşitliliğini vurgulamaktadır.

**Resim 1.:** *One Day On Earth* filminden bir kare.



**Kaynak:** <https://www.onedayonearth.org/>

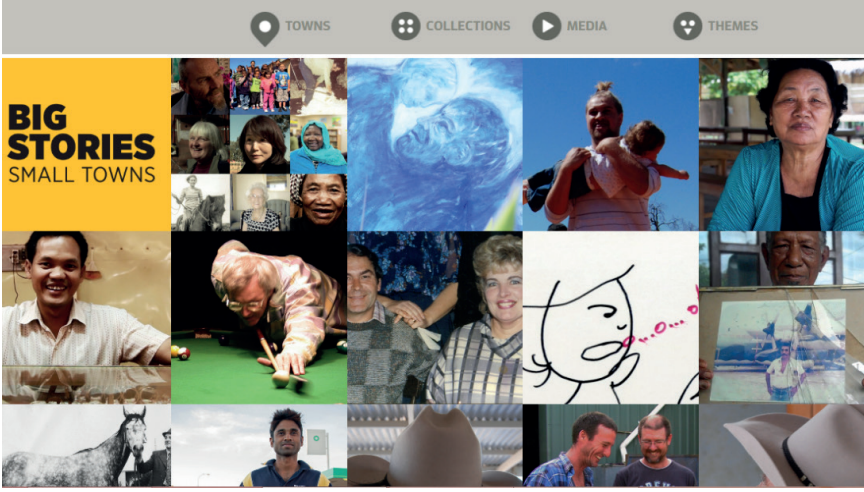
*One Day On Earth* projesi 2008'de başlamış ve 2010'da ilk kez dünya çapında kitle kaynaklı bir belgesel film oluşumunu yaratmıştır. O zamandan beri grup her yıl dünyanın dört bir yanından gelen katkılardan bir araya gelen bir film üretmektedir. Web sitesinde, film yapımcılarının bakış açılarının daha fazla araştırılması için bireysel filmler tam olarak mevcuttur. Coğrafi etiketli video katkıları, ziyaretçilerin dünyayı keşfederek arşive erişmelerine, dünyanın her köşesinden yüklenen katılımcı videolarını izlemelerine olanak tanır. Tüm bu özellikleriyle film interaktif belgeseller içinde katılım biçimi açısından yaygın kategorinin bir örneğini temsil etmektedir. Filmin içeriğinin büyük bir bölümü toplulukların, gönüllü yapımcıların katılımıyla oluşturulmuştur. Gönüllü film yapımcılarından insanlığın hem zorluklarını hem de umutlarını görebildiğimiz *One Day on Earth* dünyanın büyük ölçüde birbirine bağlı olduğunu göstermektedir (Docubase, 2022b).

### 6.2. Big Stories, Small Towns

Katılımcı belgesel olan *Big Stories, Small Towns* (*Büyük Hikâyeler, Küçük Kasabalar*, 2008), Avustralya ve Asya Pasifik'teki küçük kasaba toplulukları ile orada ikâmet eden film yapımcıları arasında devam eden bir iş birliğidir. Küçük kasabalardaki topluluk yaşamını araştıran çevrimiçi ve katılımcı bir belgesel dizisi olan projenin yapımcısı Big Stories Co. ve ana fon sağlayıcı Screen Australia'dır.

Film yapımcıları birkaç ay boyunca küçük bir kasabada yaşamış ve topluluğun hikâyelerini yakalamak için yerel halkla birlikte çalışmıştır. Film yapımcıları, yerel sakinlerin Big Stories web sitesine kendi içerikleriyle katkıda bulunabilmeleri için atölye çalışmaları yürütmektedir. Fotoğraf denemeleri, sözlü tarihler ve topluluk tarafından oluşturulan görüntüler, Big Stories web sitesinin içeriklerindedir. İşbirliğinin amacı “küresel etkiye sahip yerel hikâyeler” yaratmaktır (Docubase, 2022c).

**Resim 2.:** Big Stories web sitesi farklı kasabalardan hem film yapımcılarının hem de katılımcıların ürettiği içerikleri kategorize ederek bir araya getirmiştir.



**Kaynak:** <http://bigstories.com.au/>

Proje, başka kasabaların da projeye dâhil olmasıyla gelişmeye devam etmektedir. Yapımcı Martin Potter, Big Stories’in kalbinde, topluluklar ve bölgede yerleşik film yapımcıları arasındaki işbirliğinin yer aldığı söylerken ona göre hikâyeler topluluklar hakkında değil, onlarla birlikte yapılır (Docubase, 2022c). Bu özelliğiyle *Big Stories, Small Towns* filmi katılım biçimine göre yaygın kategorideki interaktif belgeselin farklı bir örneğini sergilemektedir.

### 6.3. Kusunda

2021 yapımı Kusunda (Felix Gaedtke, Gayatri Parameswaran, Gyanı Maya Kusunda vd.), bir dilin ortadan kaybolmasını ve yeniden canlanmasını araştıran, sesle yönlendirilen sanal gerçeklik deneyimine dayanan belgeseldir. Kusunda, Nepal’de tüm zorluklara rağmen ana dillerini canlandırmak için çalışan, birbirine sıkı sıkıya bağlı bir yerli topluluk ve ortak yaratıcıların iş birliğine dayanmaktadır. Nepal’deki Kusunda topluluğuyla birlikte oluşturulan, belgeye dayalı, sesli bir sanal gerçeklik deneyimi olan film, izleyicileri nesli tükenmekte olan bir yerel dili konuşmaya davet etmektedir. Filmde Kusunda şamanı Lil Bahadur, yerli ana dilini unutmamıştır, torunu Hima ise bu dili yeniden canlandırmak ister.

**Resim 3.:** Kusunda filmi, yerel bir bölgede geçen hikâyeyi, dijital teknolojik araçlar ile oluşturulan dijital mekanlarla birleştirerek melez bir ortam yaratmaktadır.



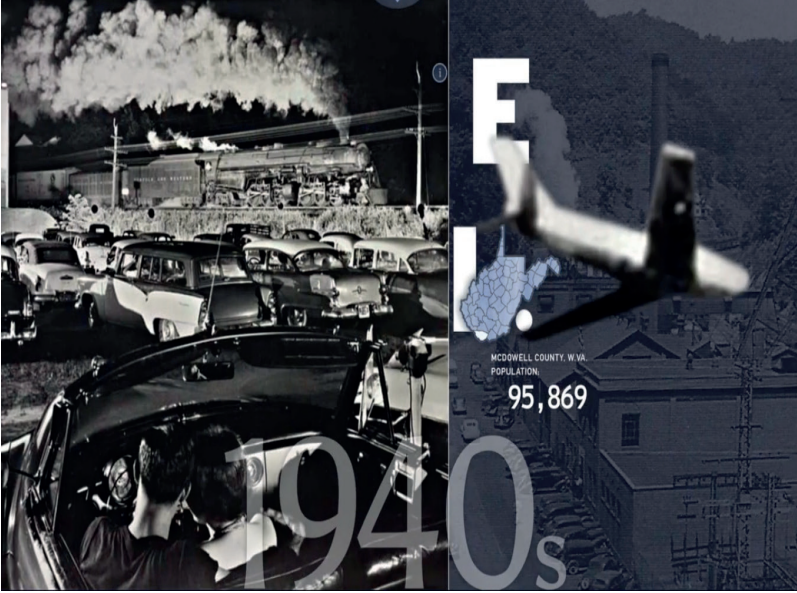
**Kaynak:** <https://docubase.mit.edu/project/kusunda/>

Kusunda, Unity, Blender ve Tilt Brush gibi bir dizi ileri dijital teknolojik sistem ve araçlar kullanılarak oluşturulmuştur. Ana karakterler hacimsel videoyu yakalayabilmek için bir sensör, DLSR ve DepthKit ile Microsoft Kinect Azure kullanılarak filme alınmıştır. Çevredeki ortam fotogrametri (fotoğraflı haritalık) kullanılarak çekilmiştir. Karakterin anıları ise 3D animasyonlarla ve Tilt Brush kullanılarak yeniden yaratılmıştır. Tüm animasyonlar, bir OptiTrack sistemi ile hareket yakalama sistemi kullanılarak çekilmiştir. Konuşma tanıma için eğitilmiş bir sinir ağı, kullanıcının anlatı boyunca yolunu çizen, hikâye dünyalarının ve belirli kelimelerle ilgili anıların kilidini açan ses tabanlı etkileşimleri etkinleştirmiştir (Docubase, 2022d). Sürükleyici türdeki interaktif belgesellerin bir örneği olan Kusunda, yarattığı dünya ile kullanıcının anlatıya tam olarak dâhil olmasını istemektedir. Sanal gerçeklik teknolojisine dayanan belgeselde, izleyiciler de sanal gerçeklik deneyimi ile filmin içine sürüklenebilmektedir.

#### 6.4. Hollow

Elaine McMillion Sheldon'un 2013 yapımı interaktif belgeseli *Hollow*, Batı Virginia'daki McDowell County sakinleriyle birlikte, Amerika Birleşik Devletleri'nin kırsal kesimlerindeki düşen nüfusun hikâyesini anlatmaktadır. 2013 yılında McDowell County'nin nüfusu, yüzyılın ortalarında 100.000 olmasına rağmen, 22.000'e düşmüştür. Birçok genç Batı Virjinyalı - proje yöneticisi Elaine McMillion Sheldon dâhil - başka yerlerde fırsat aramak için yetişkinliğe ulaştıktan sonra eyaleti terk etmiştir. Bu durum Amerika'nın kırsal bölgelerde hâlâ devam eden bir eğilimdir.

**Resim 4.:** Hollow filminden bir kare.



**Kaynak:** <https://docubase.mit.edu/project/hollow/>

Tasarımcılar, geliştiriciler, veri görselleştirme sanatçıları, topluluk organizatörleri ve gazetecilerden oluşan 10 kişilik bir grup olan *Hollow* ekibi, 2012 yazında McDowell County’de dört ay geçirmiş ve topluluğun hikâyesini belgelemek için yerel halkla birlikte çalışmışlardır. Yerel bir lisedeki aylık atölye çalışmaları sırasında, sakinler projenin temalarını geliştirmek ve McDowell ilçesine yönelik isteklerini belirlemek için McMillion Sheldon ile iş birliği yapmıştır.

*Hollow*, topluluk tarafından oluşturulan videoyu McMillion Sheldon tarafından çekilen görüntülerle birleştiren bir HTML5 belgeseli olarak tanımlanmaktadır. McDowell ilçe sakinlerinin otuz video portresi sağlık, topluluk aktivizmi ve kömür endüstrisinin etkisi gibi konuları ele alan beş tematik bölüme ayrılmıştır. Proje, dinamik veri görselleştirmelerinden yararlanmıştır, bunun yanında kullanılan istatistikler kişisel anlatılarla dengelenmektedir. *Hollow* için ilk finansman kitle fonlamasından sağlanmıştır. Başlatılan Kickstarter kitle fonlama kampanyasından 28.000 \$ toplanmıştır. Tribeca Film Enstitüsü’nün Yeni Medya Fonu ve Batı Virjinya Beşeri Bilimler Konseyi’nden gelen bağışlar ile bütçe tamamlanmıştır (Docubase, 2022e). *Hollow* yapım sürecinden içeriğin oluşturulma aşamasına kadar baştan sonra topluluk katılımının desteğiyle yapılan yeni dönem belgesel filmin en etkili örneklerinden birini sunmaktadır.

### 6.5. 18 Days in Egypt

Mısır’daki Arap Baharı’nın katılımcıları ve görgü tanıkları tarafından oluşturulan binlerce video, fotoğraf, e-posta ve tweet içeren etkileşimli belgesel *18 Days in Egypt* (*Mısır’da 18 Gün*, 2011), Mısırlıların hikâyeyi kendi bakış açılarından anlatabilmeleri için güçlü bir ifade aracı sağlamıştır. Etkileşime dayalı güçlü bir kullanıcı deneyimi



ve 21. yüzyılda demokrasi üzerine diyaloga katkıda bulunan *18 Days in Egypt*, ortaya koyduğu görsel çeşitlilikle bir yaşam mozaği yaratmaktadır (Docubase, 2022f).

**Resim 5.:** *18 Days in Egypt* filminden bir kare. Altyazı: “Geçmiş belgelemek için cep telefonumla fotoğraf çektim”



**Kaynak:** <https://docubase.mit.edu/project/18-days-in-egypt/>

2011’de gazeteci Jigar Mehta ve geliştirici Yasmin Elayat, Mısır Devrimi’nin hikâyelerini olduğu gibi yakalayan çevrimiçi bir platformda iş birliği yapmıştır. İkili, Kahire’nin Tahrir Meydanı’nda protesto gösterileri yapan ve dünyanın dört bir yanında devrimi izleyen insanlar tarafından oluşturulan tweetlerde, cep telefonu videolarında ve diğer medyalarda tarihin ortaya çıktığını görmüştür. Mehta ve Elayat, Mısır’ın dijital çağın ilk “gerçek zamanlı” devrimlerinden birini yaşadığını gözler önüne sermiştir (Docubase, 2022f).

Projeleri, etkileşimli hikâye anlatımı platformu GroupStream üzerine inşa edilmiş, kitle kaynaklı *18 Days in Egypt* filmi belirli bir konuya odaklanan bir akış (resim, video veya metin koleksiyonu) oluşturarak herkesi bu projeye katkıda bulunmaya davet etmiştir. Site ziyaretçileri akıştan akışa atlarken, devrime ilişkin birden çok bakış açısıyla etkileşime girebilmektedir (Docubase, 2022f).

## 6.6. Unspeak

Tommy Pallotta’nın 2013 yapımı *Unspeak* filmi “dil manipülatif gücünü araştıran interaktif bir belgesel” olarak kendini tanıtmaktadır. Film, sözcüklerin etrafımızı tanımladığı ve seçtiğimiz sözcüklerin dünyamızı şekillendirdiği düşüncesinden hareketle belirli konulara ilişkin algılarımızı özenle seçilmiş terminoloji içinde hapseden kelimelerin anlayışımızı engelleyen kelimeler olarak nasıl işlev gördüğünü incelemektedir. Örneğin, haber medyası ekranlarımızı “Terörle Savaş” ifadesiyle doldurarak, küresel çatışma anlayışımızı nasıl sağlamlaştırır? Hükümetlerin “Tasarruf Önlemleri” çağrıları, yönetilen mali krizle ilgili duygularımızı nasıl etkiler? *Unspeak*, bu gibi sorularla kelimelerin ardındaki anlamı ve bazen de anlamsızlığı incelemeyi

amaçlamaktadır (Docubase, 2022g).

**Resim 6.:** Unspeak filminin birinci bölümü Words Are Weapons



**Kaynak:** [http://unspeak.submarinechannel.com/episodes/words\\_are\\_weapons](http://unspeak.submarinechannel.com/episodes/words_are_weapons)

*Unspeak* belgeseli İngiliz gazeteci Steven Poole'un aynı adlı kitabına dayanmaktadır. Unspeak, kelimeleri yapı bozuma uğratan bir dizi kısa filmle, dilin gerçeği açıkladığı kadar gizleme gücüne de odaklanmaktadır. Kısa filmlere ek olarak, etkileşimli proje, çeşitli kelimelerin ve ifadelerin fiili kullanımlarının veri görselleştirmelerini de kullanır. Ayrıca, kullanıcıların *Unspeak* sözlüğüne yeni kelimeler ekleyebileceklerinin, topluluk katılımına dayanan katılımcı bir yönü de vardır (Docubase, 2022g).

Kısmen aktif uyarlamalı interaktif belgesel türüne giren *Unspeak* filmi kullanıcıların yarı-açık katılımına izin vermektedir. İzleyiciler/kullanıcılar filmin içeriğine müdahale edemez, ancak oluşturulan sözlükle içeriğin geliştirilmesine katkı sağlayabilirler. Bu türde filmleri her zaman belirli bir kategoriye dahil etmek mümkün olmayabilir, interaktif belgeseller çok farklı özellikleriyle bu kategorilerin sınırlarını genişletebilir ya da sınırlandırabilir.

## 7. Sonuç

İçinde yaşadığımız süreçte, belgesel film yapımında teknolojik, ekonomik, politik ve sanatsal açıdan önemli değişimler yaşanmaktadır. Yaşadığımız çağın temel özelliği olan melezleşme belgesel sinemanın üretim tarzından filmlerin anlatısına ve sanatsal yönlerine kadar her aşamada ortaya çıkmaktadır. Belgesel film her şeyden önce bir terim olarak farklı boyutlarıyla yeniden tartışılmakta ve farklı anlatı özellikleri ve yapım unsurları sebebiyle net bir tanımı yapılamamaktadır. Yapılan bunca tartışma ve kavramsallaştırma çabaları, yaşadığımız çağın ve toplumun gerçeklerini ele alıp tartışan ve bunu yaparken de farklı anlatım biçimlerini ortaya koyan belgesel sinemanın, günümüzde oldukça güçlü bir anlatım aracı olarak yükselişiyle ilişkilidir. Belgesel sinema muhalif bir temsil biçimi olması, kendine özgü üretim koşulları ve görece kurmaca filmlere göre daha az ticari getirisi olması gibi nedenlerle sinema endüstrisinin biraz daha dışında yer almaktadır. Bu nedenle yeteri kadar ilgi ve destek

görmeyen belgesel sinemanın en büyük sınırlılıklarından biri finanstır.

Küreselleşmenin yoğun bir şekilde etkisini hissettiğimiz süreçte, uluslararası ilişkiler ve dijital medyanın da sunduğu hatırı sayılır olanaklar belgesel sinemacıları alternatif mecralara yönlendirmektedir. İş gücü yapısı itibarıyla daha çok imece yönteminin olduğu belgesel film yapımı yeni medyanın etkileşimlilik özelliğini oldukça işlevsel olarak kullanmaktadır. Bunun en somut örneklerinden biri de çevrimiçi yapım, dağıtım, gösterim platformlarıdır. Henüz sayıca az olmakla birlikte, belgesel sinemacılar çevrimiçi finans platformlarını kullanarak, projelerine ilgi gösterecek insanlardan ya da kurumlardan maddi destek alabilmekte ve kendi izleyicisine ulaşabilmektedir. Bu platformlar finans kaynağı olmanın yanı sıra belgesel sinemacıların ele aldıkları konuyu kamusal bir platforma taşımaları anlamında da önemlidir. Kendi içinde birtakım sınırlılıkları taşısa da bu yolla daha çok kişi film yapmakta, demokratik ve katılımcı bir kültürün oluşmasına katkı sağlanmaktadır.

Dijital teknoloji ile üretim araçları daha geniş bir kesimin kullanımına olanak tanımaktadır. Bu sayede bağımsız üretimler ve yaratıcı yapımlar artış göstermektedir. Bağımsız üretim yapan belgesel sinemacılar ele aldıkları konuların seçiminde ve yaratıcı süreçte daha özgür olabilmekte, böylelikle yenilikçi kişisel çalışmalar ve deneysel çalışmalar ağırlık kazanmaktadır. Yeni dijital medya araçları ve buradaki pratiklerden ortaya çıkan dijital kültürün belgesel sinemadaki en belirgin yansımalarından biri de interaktif/etkileşimli belgeseller gibi yeni türlerin ortaya çıkmasıdır. Bu filmler her şeyden önce klasik bir anlatı tarzı olarak uzunca bir süre belgesel filmlerde kullanılan dış-ses ya da röportajlarla desteklenen açıklayıcı tarzdan oldukça farklı bir anlatı tarzına sahiptir. Belgesel sinema tarihi içinde bu anlatımı kıran gözlemsel, katılımcı ya da düşününsel tarzda sayısız filmler yapılmıştır. Ancak interaktif belgesel filmler, belgeselin doğası gereği izleyiciyi gerçekle bağlantı kurma konusundaki misyonuna daha yenilikçi deneyimler eklemiştir. İzleyiciler interaktif belgesellerde yalnızca seyretme eyleminin ötesine geçerek, içeriklerin üretilme ve izleme sürecinde de birer aktif katılımcı konumuna yerleşmiştir. Giffrey'nun belirttiği üzere (2022) bu filmler, gerçekliğin temsili için yeni bir mantık önermektedir. Belgesel sinemacı gerçekliğin temsilinden ziyade gerçekliğin tartışılmasında ve biçimlenmesinde izleyiciyi önemli bir bileşen olarak konumlandırmaktadır. Bu yaklaşım ise belgesel sinema geleneği içinde gelişen izleyiciyi yaşadığı gerçeklik üzerine düşünme, eleştirme ve harekete geçirme gibi temel ilkelerle uyum içindedir. Bu nedenledir ki interaktif filmler kurmaca filmlerden ziyade belgesel sinema içinde serpilip gelişmeye devam etmektedir. Her geçen gün artan yenilikçi ve yaratıcı belgesel filmler, film yapımcısı ve izleyici arasındaki iş birliğiyle gelişmeye devam etmekte ve günümüz toplumlarında birlikte yeni hikâyeler anlatmanın ve bu hikâyeleri paylaşmanın yeni yollarını bizlere göstermektedir.



## MAKALE BİLGİ FORMU

**Yazar(lar)ın Katkıları:** Yazar çalışmaya %100 katkı sunmuştur

**Çıkar Çatışması Bildirimi:** Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

**Destek/Destekleyen Kuruluşlar:** Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kar amacı gütmeyen sektörden hibe alınmamıştır.

**Etik Onay ve Katılımcı Rızası:** “*Dijital Dönemde Belgesel Film Yapımındaki Yenilikler Üzerine Bir Değerlendirme*” başlıklı çalışma etik kurul onayı gerektirmemektedir. Yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulduğu, toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmadığı yazar tarafından beyan edilmiştir.

## Kaynakça

- Ak, M. (2021). Bertolt Brecht'in epik tiyatrosu üzerinden interaktif belgesellere bakmak. *Etkileşim*, Sayı 7, (ss. 170-189). DOI: 10.32739/etkilesim.2021.7.123
- Arda, Ö. (2015). Belgesel filmde yeni yaklaşımların "ıdfa doclab 2010-2015 belgesel film örneklemini üzerinden yapısal ve kullanım özelliklerine göre içerik analizi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı 48 (ss.1-23). DOI: 10.17064/iüifhd.35647
- Baker, M. (2006). *Documentary in the digital age*. London: Focal Press.
- Bernard, S. (2007). *Documentary storytelling*. London: Focal Press.
- Binark, M. (2014). Giriş. In. Binark, M. (Ed.), *Yeni medya çalışmalarında araştırma yöntem ve teknikleri* (15-26). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bordwell, D & Thompson, K. (2012). *Film sanatı* Yılmaz, E & E. S. Onat, E.S. (Çev.). Ankara: De Ki Yayınları.
- Bordwell, D., Staiger, J. & Thompson, K. (1985). *The classical Hollywood cinema film style & Mode of production to 1960*. Columbia University Press.
- Broderick, P. (2012, April, 07). Welcome to the new world of distribution. <http://www.peterbroderick.com/writing/writing/welcometotheneewworld.html> adresinden alındı.
- Çelik, Ş. (2011). *Kültür endüstrisi*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Docubase (2022a). An interactive curated database of the people, projects, and technologies transforming documentary in the digital age. <https://docubase.mit.edu/> adresinden alındı.
- Docubase (2022b). One day an earth. <https://docubase.mit.edu/project/one-day-on-earth/> adresinden alındı.
- Docubase (2022c). Big stories, small towns. <https://docubase.mit.edu/project/big-stories-small-towns/> adresinden alındı.
- Docubase (2022d). Kusunda. <https://docubase.mit.edu/project/kusunda/> adresinden alındı.
- Docubase (2022e). Hollow. <https://docubase.mit.edu/project/hollow/> adresinden alındı.
- Docubase (2022f). 18 days in Egypt <https://docubase.mit.edu/project/18-days-in-egypt/> adresinden alındı.
- Docubase (2022g). Unspeak. <https://docubase.mit.edu/project/unspeak/> adresinden alındı.
- Ellis, J.C. & McLane, B. (2005). *A new history of documentary film*. New York: Continuum.
- Erkılıç, H. & Toprak, A. G. (2012). Belgesel sinemanın alternatif dağıtım ve gösterim olanağı olarak internet. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 2 (2), 10-16. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tojdac/issue/13009/156736>
- Erkılıç, H. & Toprak, A. (2013). Kitlesele fonlamanın Türkiye'de belgesel sinema üzerindeki olası etkileri, *Yeni Medya Çalışmaları I. Ulusal Kongre Kitabı*, (ss.

- 292-306). ISBN: 978-605-6269-3-0.
- Ersoy, M. (1984). *Üretim tarzlarının eklemlenmesi üzerine*. Ankara: Birey ve Toplum Yayıncılık.
- Gaudenzi, S. (2013). *The living documentary: From representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary*, University of London. London, PhD Dissertation. [https://research.gold.ac.uk/id/eprint/7997/1/Cultural\\_the-sis\\_Gaudenzi.pdf](https://research.gold.ac.uk/id/eprint/7997/1/Cultural_the-sis_Gaudenzi.pdf) adresinden alındı.
- Gifreu, A. (2022, Jun, 10). Arnau Gifreu. <https://docubase.mit.edu/playlist/the-interactive-documentary-my-life-my-passion-my-playlist/> adresinden alındı.
- Gifreu, A. (2011). The interactive documentary. Definition proposal and basic features of the new emerging genre. *Mcluhan Galaxy Conference Proceedings*, (pp. 367-378). [https://www.researchgate.net/publication/334644135\\_The\\_interactive\\_documentary\\_Definition\\_proposal\\_and\\_basic\\_features\\_of\\_the\\_new\\_emerging\\_genre](https://www.researchgate.net/publication/334644135_The_interactive_documentary_Definition_proposal_and_basic_features_of_the_new_emerging_genre) adresinden alındı.
- Glynne, A. (2011). *Belgeseller: Nasıl yapılır nasıl dağıtılır*. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Hemer, J. (2011). *A snapshot on crowdfunding*. Germany: Fraunhofer ISI.
- Hight, C. (2008). The field of digital documentary: A challenge to documentary theorists. *Studies in Documentary Film*. 2 (1). DOI: 10.1386/sdf.2.1.3\_2
- Hill, A. (2008). Documentary mode engagement. In Austin, T. & Jong. W. (Ed.), *Rethinking documentary* (pp. 217-232). London: Open University Press.
- Hogart, D. (2006). *Realer then reel: Global direction in documentary*. USA: University of Texas Press.
- i-Docs (2022). What is an “i-doc”? <http://i-docs.org/about-interactive-documentary-idocs/> adresinden alındı.
- Jacobs, L. (1979). *The documentary tradition*. New York: W.W. Norton & Company.
- Jenkins, H. (2016). “*Cesur yeni medya*” teknolojiler ve hayran kültürü. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kilborn. K. & Izod, J. (1997). *An introduction to television documentary*. New York: Manchester University Press.
- Kuruoğlu, H. & Akçora, E. (2017). Beyaz perdeden dijital ortama belgesel filmin serüveni. İçinde H. Kuruoğlu, H. & Parsa, A. F. (Ed.), *Belgesel filmde zamanın ruhu: Belgesel filmde değişen anlam ve anlatım*. (ss. 7-30). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Laughey, D. (2010). *Medya çalışmaları*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Musser, C. (2003). Cinema verite. In Smith, G. N. (Ed.), *Dünya sinema tarihi* (ss. 598-605). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Nash, K. (2021). *Interactive documentary: Theory and debate*. Routledge.
- Okay, A. (1997). Sponsorluk ve belgesel film sponsorluğu. İç. Sönmez, N. (Ed.), *Belgesel sinema üzerine*. İstanbul: Tayf Basım.
- Pramaggiore, M. & Wallis T. (2008). *Film a critical introduction*. London: L. King Publishing.

- Prince, S. (2002). True lies: Perceptual realism, digital images and film theory. In Graeme, T. (Editor). *Film cultures reader*. Florence: Routledge.
- Rosenthal, A. (2011). *Succeeding as a documentary filmmaker: A guide to the professional world*. US: Southern Illinois University Press.
- Ryan, K. M., Staton, D. & Matthews, T.R. (2022). *Interactive documentary: Decolonizing practice-based research*. Routledge.
- Saunders, D. (2010). *Documentary*. London: Routledge.
- Salman, S. (2021). Dijitalleşen medyada interaktif belgesel: You Vs. Wild örneği üzerinden bir inceleme, 5. *Uluslararası Bilimsel Çalışmalar Kongresi*, (ss.70-71).
- Tağ Kalafatoğlu, Ş. (2019). Dijital etkileşim teknolojilerinin belgesel filmlerde oluşturduğu dönüşümler: Etkileşimli belgeseller. İçinde *ERASMUS Eğitim ve Sosyal Bilimlerde Uluslararası Akademik Çalışmalar Sempozyumu Tam Metin Bildiri Kitabı*. (ss. 179-202). Elâzığ: Asos Yayınları.
- Vicente, A. (2008). Documentary viewing platforms. In Austin, T. vd. (Ed.), *Rethinking documentary*. London: Open University Press.

Araştırma Makalesi

## Video Oyunlarındaki Arayüz Tasarımının Oyun Afışı Üzerindeki Yansımaları

### Özet

Hüddaver ALTINTUĞLU\*

Bu çalışmada popüler ve başarılı video oyunlarının arayüz ve afış tasarımları arasındaki bağın ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Arayüzler oyunun oynanabilmesi ve oyuncu ile bağ kurmayı sağladığı için çok önemlidir. Afış tasarımları ise oyunun görsel çıktısıdır ve hedef kitleyi etkileyen bir iletişim aracı olarak kullanılırlar. Arayüz ve afış tasarımları oyunun görsel tasarım kimliğini nitelediğı için ortak amaçları vardır. Her ikisi de nitelediğı video oyununun görsel iletişimini tasarlar ve bu yüzden aralarında tasarımsal olarak bağ bulunmaktadır. Görsel iletişim tasarımındaki bu bağın ortaya çıkarılması hem video oyunu sektörünün tasarım potansiyelinin anlaşılması hem de arayüz ve afış tasarımının nasıl birlikte ele alındığının kavranması açısından önemlidir. Bu bağlamda biçimin ve işlevin nasıl birlikte ele alındığı da kıymetli olmaktadır. Bu bağın ortaya çıkarılması için Steam platformunda en az elli bin yorum alan beş video oyunu amaçsal örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Seçilen oyunların arayüz ve afış tasarımları analiz edilmiştir. Oyunlar, içerik analizi tekniğı ile yaklaşım, tipografi, renk, imge ve düzen unsurları altında incelenmiştir. Araştırma kapsamında video oyunlarının görsel iletişimi tasarlama potansiyeli ortaya çıkarılmıştır. Araştırma sonucunda video oyunlarının arayüz ve afış tasarımları arasında ilişkisel ve görsel bağ olduğu, başarılı ve estetik görsel iletişim tasarımlarının standartlaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

\*Araştırma Görevlisi,  
Sakarya Üniversitesi,  
İletişim Fakùltesi,  
İletişim ve Tasarım Bölümü,  
altintugludaver@gmail.com,  
ORCID: 0000-0003-2161-7491

**Anahtar Kelimeler:** Afış Tasarımı, Arayüz Tasarımı, Video Oyunu, Görsel İletişim Tasarımı

Geçiş Tarihi: 10.11. 2022  
Kabul Tarihi: 7.12.2022

Altıntuğlu, H. (2022). Video oyunlarındaki arayüz tasarımının oyun afışı üzerindeki yansımaları. *Medya ve Kùltür*. 2(2), 208-237

Research Article

## Reflections of Video Games Interface Design on Game Posters

### Abstract

Hüdaver ALTINTUĞLU\*

This study aims to reveal the link between the interface and poster designs of popular and successful video games. Interfaces are very important because they enable the game to be played and to connect with the player. Poster designs are the visual output of the game and are used as a communication tool that affects the target audience. Interface and poster designs have common purposes as they characterize the visual design identity of the game. They both design the visual communication of the video game that they characterize, and therefore there is a design connection between them. Revealing this connection in visual communication design is important both for understanding the design potential of the video game industry and for understanding how interface and poster design are handled together. In this context, it is also significant how form and function are dealt with together. In order to reveal this connection, five video games with at least fifty thousand comments on the Steam platform were selected through purposive sampling. The interface and poster designs of the selected games were analyzed. The games were examined under the elements of approach, typography, color, image and layout with the content analysis technique. Within the scope of the research, the potential of video games to design visual communication was revealed. As a result of the research, it was concluded that there is a relational and visual connection between the interface and poster designs of video games, and that successful and aesthetic visual communication designs have become standardized.

\*Research Assistant,  
Sakarya University,  
Faculty of Communication,  
Department of Communication and  
Design,  
altintugluhudaver@gmail.com,  
ORCID: 0000-0003-2161-7491

**Keywords:** Poster Design, Interface Design, Video Game, Visual Communication Design

Received: 14.11.2022  
Accepted: 6.12.2022



## Giriş

Sanat ve tasarım alanında, farklı uzmanlık alanların birbirine olan ihtiyacı her geçen gün artmaktadır. Bu bakımdan birçok parça tek bir bütüne hizmet etmektedir. Bütünün ortaya çıktığı alanlardan birisi de görsel iletişim tasarımıdır. Alan içerisinde afişlerin büyük bir önemi bulunmaktadır. Bir grafik ürün olarak afişler hedef kitleyle kısa sürede iletişim kurabilmekte, görsel anlatıyı öne çıkararak iletişim aracına ve tasarım alanına dönüşebilmektedir. Görsel iletişimin önem kazandığı günümüz dünyasında afişler de bu yapının önemli iletişim araçlarından biri olmuştur. Afiş tasarımının amacı ne olursa olsun, tek bir bakışta anlaşılabilen bir mesaj içerir (Gümüştekin, 2013, s. 36). Afişler bir taraftan hedeflenen mesajın niteliğine göre kültürel, sosyal, ticari veya siyasi reklam/tanıtım amacıyla hazırlanabildikleri gibi bir diğer boyutuyla da sanat eseri olarak da görülebilmektedirler. Boyutlarına göre büyük veya küçük boyutlu olabildikleri gibi tasarlanacak olan konuya, afişin sergileneceği yere göre farklılık gösterebilirler (Artan & Uçan, 2018, s.13). Günümüzde afişler, teknolojinin gelişmesiyle birlikte oyun ve video sektörünü de içine alan hareketli ve etkileşimli tasarım unsurlarıyla farklı özellikler taşıyabilmektedirler. Afiş tasarımları ister basılı ister dijital olsun hedef kitlenin oyun ya da video ile ilgili verilere ulaşabildiği, bu verileri görsel olarak da okuyabildiği iletişim araçlarına doğru dönüşüm göstermiştir.

Geçmişten günümüze video oyun sektörü ile ilgili yapılan araştırmalar incelendiğinde, özellikle son otuz yıl içerisinde önemli uzmanlık alanlarının ortaya çıktığı görülmektedir. Video oyunları insan hayatında daha çok yer etmeye başladıkça ekonomik olarak da büyüme göstermiştir (Komsı, 2021, s. 1). Teknolojideki gelişmeler, doğrudan ya da dolaylı olarak video oyun sektörünü de etkilemektedir. Video oyunları ilk olarak ABD, Japonya ve Avrupa'da geliştirilmiş, son 20 yıl içerisinde bilgisayar sistemlerindeki görsel ve teknolojik gelişmelerle bu gelişim hızı önemli ölçüde ilerlemiştir. (Kara, 2018, s. 41).

Oyun sektörünün güçlenmesine bağlı olarak oyuncuların beklentileri değişmekte ve daha da iyi oyunlar piyasaya sürülmektedir. Teknolojinin gelişmesi ile video oyunları daha gerçekçi olmakta, gerçeğe yakın sanal tasarımlar ve görsellik içeriklerde kullanılmaktadır (Gomes, 2005, s. 2). Bu durum video oyunu yapımcılarının oyunları hem daha gerçekçi hem de daha başarılı tasarlamasını sağlamakta, yapımcılara tasarımsal boyutta özgünlük imkânı vermekte, oyunların da ticari değerini arttırmaktadır (Özkeçeci & Sevindik, 2017, s. 146). Video oyun sektöründeki büyüme hızı doğrultusunda arayüz tasarımları çeşitlenmiş ve detaylanmıştır. Bu tür yenilikler, bilginin daha iyi tasarlanması gerekliliğini de ortaya çıkarmaktadır. Arayüz ve afiş tasarımları arasındaki bağlantıyı araştırmak oyunların tasarımsal dil bütünlüğünü anlayabilmek için önemlidir. Tasarımsal dil bütünlüğünün başarılı şekilde gerçekleştirilmesi sektörün görsel tasarım potansiyelinin daha çok ortaya çıkmasını sağlayacaktır.

Başarılı markalama yapabilmek için video oyun yapımcıları uzun süre çalışmaktadır. Bu emeğin ürünlerinden olan afiş tasarımları, hedef kitlenin oyunu merak etmesini sağlamaktadır. Arayüz tasarımları ise kendi içerisinde ayrı öneme sahiptir. Diğer birçok alanda olduğu gibi biçemi ve işlevi tasarlayan bir alandır. Oyuna ve oyuncuya hizmet eder. Kullanıcı arayüzü olmadan oyunu oynamak ve anlamak mümkün değildir. Belirtilen değerlere ulaşabilmek için de tasarımsal boyutta yaklaşım,



tipografi, renk, imge ve düzen kullanımı oyun markalamasında önemli unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Video oyunlarının arayüz ve afiş tasarımının arka planında görsel açıdan sağlam temeller bulunur. Bu temeller tasarımsal bütünlük ile daha başarılı bir iletişimi destekler. Benzer durum afiş tasarımında da görülür. Afiş tasarımlarındaki tipografi, renk ve imge kullanımı arayüz tasarımında da görülmektedir. Tasarımsal bütünlüştürülme hem makro hem de mikro ölçekte görülebilir.

Oyun sektörü günümüzde hedef kitesine daha rahat ulaşabilmek ve anlaşılmak için afiş ve arayüzü kullanmaktadır. Görsel iletişimi tasarlama potansiyelinin ortaya çıkarılmasında afiş tasarımları ve kullanıcı arayüzleri arasındaki bağın ortaya çıkarılması önemlidir. Bu çalışma video oyunlarında oyun arayüzü ve afiş tasarımı arasındaki tasarımsal bağın ortaya çıkarılması amacıyla seçilen örnek oyunlar üzerinden betimsel bir analiz ortaya koymaktadır. Araştırmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. “Steam” platformunda en az elli bin oy alan on video oyunu çalışmanın evrenini, bu on oyundan amaçsal örnekleme tekniği ile seçilen beş oyun ise çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Oyunlar geçmişten günümüze doğru sıralanmıştır. Makalede video oyunlarındaki afiş ve arayüz tasarımının ilişkisel görsel bağı ile oyunların görsel iletişiminin tasarım potansiyelleri de araştırılmaktadır. Bu kapsamda: “Video oyunlarında, arayüz ve afiş tasarım unsurları arasında bir bütünlük bulunuyor mu? Arayüz ve afiş tasarımları video oyunun içeriğini yansıtacak özelliğe sahip midir?” gibi araştırma soruları yöneltilerek arayüz ve afiş tasarımı arasında ilişkisel bir bağın bulunup bulunmadığı görsel iletişim tasarımı açısından ele alınmıştır.

### 1. Video Oyunlarının Kısa Tarihi

Video oyunları keyifli vakit geçirmek için üretilmiş ve medya tasarımında çoğu sektörü yönlendirebilir bir konuma erişmiştir. Birçok türü ve teması bulunmaktadır. Hedef kitle oyunları oynayabilmek için bir platforma ihtiyaç duyar. Örneğin bilgisayar, konsol ve mobil bu platformlardan bazılarıdır. “Video oyunu ve bilgisayar oyunu ifadeleri genellikle birbirinin yerine kullanılır. Tipik olarak, oyunun izlendiği bir ekran (televizyon, monitör, LCD ekran) vardır. Giriş aygıtları oyuna ve donanıma göre değişir, ancak genellikle bir denetleyici, joystick, klavye veya tuş takımı içerir” (Kirriemuir, 2002, s. 1). Bu platformlara sahip olan kişiler oyunları dijital dükkanlar üzerinden satın alır. Oyunları bilgisayarlarda klavye-mouse, konsollarda oyun kumandası ve mobil cihazlarda ise dokunmatik ekran aracılığıyla oynamak mümkündür. “Farklı platformlarda çok değişik içeriklerle sunulan dijital oyunlar, insanlara bir hizmet olarak ekonomik dürtüler içerisinde sunulmaya başlanmıştır” (Kepenek, 2020, s. 297). Maddi sebepler oyunun geliştirilme aşamasını doğrudan etkilediği için önemli olmuştur. Bunlara ilaveten maddi durumlar teknolojik altyapının sağlanması için de çok değerlidir. Nitekim maddi olarak yeterli olmayan oyun şirketleri zaman, ortam ve teknolojik olarak günümüze uyum sağlamak zorluk çekebilmektedir. Yetersiz teknoloji biçimsel olarak istenen sonuçlara ulaşmayı zorlaştırabilir. “Bilgisayar oyunlarının medya araçları içinde kendi konumunu koruması ve popülaritesini üst sınırlara taşıması için mevcut tasarımlarının sürekli geliştirilmesi gerekmektedir” (Yiğiter & Tatar, 2019, s. 3). Bu bağlamda tasarımın geliştirilmesi teknolojinin gelişmesi ile daha da mümkün olmuştur. Bu yüzden video oyunlarındaki teknolojinin

gelişmesiyle, oyun içerisindeki uzmanlık alanlarında da ilerlemeler görülmektedir.

Video oyunu sektörü tarihsel gelişimi boyunca teknolojinin gücüne paralel şekilde gelişim göstermiş ancak geliştirildikleri ilk dönemlerde sektör olarak görülmemiştir. Belirli amaçlar ve hedefler doğrultusunda geliştirilen oyunlar zaman içerisinde sektör olmaya başlamıştır. Sektör geliştikçe daha da başarılı oyunlar yapmak mümkün olmuştur. 1940'ta New York şehrindeki Dünya Fuarı'nda Edward Condon Nimatron adıyla tasarlanan makine ilk oyun platformu kabul edilmektedir. Edward Condon ve ortaklarının patent başvurusundan sonra makineleri Dünya Fuarı'nda sergilemiştir (Norman, t.y.).

1954'te "IBM-701" bilgisayarında yapılan "Blackjack" programı ilk bilgisayar oyunu kabul edilmiştir. Bu program 1954'te Los Alamos, NM'deki Atom Enerjisi Laboratuvarında IBM 701 için hazırlanmıştır. Yine 1954'te, Michigan Üniversitesi'nde kaba bir bilardo oyunu -belki de video gösterimi kullanan ilk askeri olmayan oyun-programlandı" (Ahl, Reid-Green & Zobrist, 2003, s. 357). 1955 yılından itibaren ilk askeri savaş oyunları görülmeye başlanmıştır. 1960'lı yıllarda oyun türleri arasında gerçek hayattaki eğitimi, tecrübeyi edinmek için kullanılan simülasyon oyunları ortaya çıkmıştır. Eğitsel ve keyifli olan video oyunları sektörün oluşmasında etkili olmuştur. Kısaca eğitsel oyunlar belirli bir bilginin öğretilmesini amaçlar ve farklı şekillerde sunulabilir. "Eğitsel oyunlar; kazanım temelli oyunların çoğunu kapsamaktadır. Bu kazanımlar; belirli bir alt disipline yönelik olabileceği gibi bireyden beklenen temel yeterliliklere de işaret edebilir" (Aytaş & Uysal, 2017, s. 681). Bu yeterliliklerin kazandırılması oyun aracılığı ile daha akılda kalıcı olabilmektedir. Ocak 1961'de John Burgeson ilk bilgisayar beyzbol programını "IBM-1620" bilgisayarında çalıştırmayı başarmıştır (Kalb, 2012). 1964 yılına geldiğinde zaman paylaşımli ilk "BASIC" programlama dili geliştirilmiştir (Kurtz, 1978, s. 520). "BASIC" programlama dili sayesinde oyun üretmek kolaylaşmış ve önemli bir gelişim sağlanmıştır. İlerleyen yıllarda etkisi daha çok görülmüş ve video oyun sektörünün oluşmasına yardımcı olmuştur. 1967 yılında ilk video oyunu konsolu olan "Brown Box" Ralph Bear ve ekibi tarafından icat edilmiş (History, 2017), ilerleyen zamanlarda video oyunları için konsollar üretilmiştir.

1978 yılında video oyunlarının tanınmasında ve geliştirilmesinde önemli bir yeri olan "Space Invaders" video oyunu geliştirilmiştir (Wikipedia, 2022). Oyun piyasaya sürülmesinin ardından geçen bir yıl içerisinde ABD'de büyük bir satış oranı yakalamıştır. Taito tarafından tasarlanan ve "zamanının en popüler video oyunlarından biri" (Ahl, Reid-Green & Zobrist, 2003, s. 362) olarak kabul edilen "Space Invaders" başarılı bir arayüz tasarımına sahipti. Tipografi ve renk kullanımları basit ve estetikti. 1979 yılında "Intellelevision" oyun konsolu geliştirilmiştir (Wikipedia, 2022).

Çok satan arcade oyunu "Pac-Man" ise 1980 yılında geliştirilmiştir. "Pac-Man" video oyunu köşeleri kullanan, biçim ve işlevi bir bütünlük içinde sunan bir arayüz tasarımına sahipti. 1983 ve 1985 yılları arasında video oyunu sektöründe büyük bir durgunluk yaşanmıştır. Çok fazla oyunun piyasada olması ve kalitenin düşüklüğü gibi nedenlerle insanların oyunları alma tercihleri gerileme göstermişti. Bu durum ilerleyen zamanlarda oyunların sayısını azalmış ancak kalitesini artırmıştır. İki yıl boyunca sektörde önemli bir düşüş yaşanmış, birçok kişi bilgisayar oyunlarından uzaklaşmıştı. Nisan 1985 yılı Frost & Sullivan pazar araştırma şirketi tarafından

video oyun pazarının en düşük potansiyele sahip dönemi olarak kayıtlara geçmiştir. Oyunlar geçici bir heves olarak görülmekte ve şirketlerin yatırım alanı olarak ilgisini çekmemektedir (Ahl, Reid-Green & Zobrist, 2003, s. 360).

1995 yılında “Playstation 1” satışa sunulmuş, bu konsol ile arayüz tasarımları daha da zenginleşmiştir. Tasarım alanında minimalist imge kullanımı ve çeşitli yönlendirmeler sayesinde biçimsel olarak gelişim görülmüştür. Konsol ABD, Japonya ve Avrupa’da büyük başarı yakalamış, 100 milyonu geçen satış rakamıyla dönemi içinde bu sayıya ulaşan ilk platform olmuştur. Çıkış yaptıktan bir süre sonra “Playstation 1” pazarın liderliğinin yanında sonrasında çıkacak birçok konsola ilham kaynağı olmuştur.

Video oyunlarında içeriğin daha detaylı ve gerçekçi olmasını sağlayan oyun konsolları 2000’lerden sonra daha da hızlı gelişme göstermiş, “Playstation 2” ve “Xbox 360” lider olarak gösterilmiştir. Oyunları dijital olarak indirme imkânı veren “Steam” platformu 2003 yılında kurulmuştur. Bu gelişmeleri, oyunları hareket ederek oynama fırsatı veren, piyasanın en iyi oyun konsollarından biri olarak da kabul edilen Nintendo Wii’nin piyasaya çıkması takip etmiştir. Nintendo Wii pazar içinde daha çok hedef kitlesine hitap etmekte, hareketleri üç boyutlu algılayabilen kablosuz, tek elle uzaktan kumanda edilebilen denetleyicilerin kullanımına imkan vermekteydi (Pearson & Bailey, 2007, s. 833). 2000’lerden sonra tasarlanan konsollarda arayüz tasarımları biçim ve işlev bağlamında daha başarılı, dil bütünlüğü bakımından ana ve diğer menüler daha ileri bir seviyeydi.

“Playstation 4” 2013 yılında, “Playstation 4”ün slim ve pro modelleri 2016 yılında satışa çıkmıştır (Wikipedia, 2022). Bu konsollar 4K oyun desteği gibi oyuncuları cezbeden özelliklere sahipti. Bu gelişmeleri 2020 yılında “Playstation 5”in çıkışı (Wikipedia, 2022) takip etmiştir. Konsollar geliştikçe tasarım unsuru daha çok değer kazanmış, arayüzlerin estetik kaygılarla tasarlanması standart olmuştur.

### **2. Video Oyunlarının Arayüz ve Afış Tasarımında Analiz Unsurları**

Video oyunlarında kullanıcı, arayüz tasarımı sayesinde oyun ile etkileşime girebilir. “Kullanıcı arayüzü, kullanıcı ile bilgisayar sistemi arasında iletişim kuran bir köprüdür. Kullanıcı arayüzü bilgisayar sistemlerinde önemli bir role sahiptir; çünkü kullanıcı arayüzü bilgisayar sisteminin ya da mobil uygulamanın ömrünü ve kullanılabilirliğini etkilemektedir” (Akyol, 2014, s. 531). Dolayısıyla arayüz tasarımı, oynanabilirliğin en önemli unsurlarındandır ve tasarlanması gerekir. Tasarım aşaması ise sadece işlevsellik değil aynı zamanda biçimi de kapsar. Biçim ve işlev bütünlleştirilerek kullanıcılara sunulur. Bütünleşen görseller, son kullanıcı ile daha başarılı iletişim kurar.

Video oyunlarında arayüz tasarımı; etkileşim, reklam, oyun ve oyuncu iletişimde önemli bir yer tutar. Önemli işlevlerinden birisi de oyuncuya bilgi vermek ve yönlendirmektir. “Gelişen teknolojilere bağlı olarak bugün tüm yaşantımız haline gelen dijital dünyada tanınmayı sağlayan ve marka bilinirliğini arttıran tasarım son derece önemlidir” (Ceylan, 2020, s. 44). Kullanıcı arayüzü (User Interface - UI), kullanıcı deneyimi (User Experience - UX) şeklinde ifade edilmektedir. Başarılı arayüz tasarımı hem kullanıcı arayüzü hem de kullanıcı deneyimi bütün haline gelmektedir. “Kullanıcı arayüzü ile insan bilgisayar etkileşimi arasında güçlü bir ilişki

vardır” (Akyol, 2014, s. 532). Arayüz tasarımı görselliğe, arayüz deneyimi ise kullanıcı tecrübesine odaklanmaktadır. Oyun kullanıcı arayüzü, bir oyunda başarılı etkileşim ve anlamlandırma için gereklilik olarak görülmektedir (Llanos & Jørgensen, 2011, s. 5). Kullanıcı arayüzü ve kullanıcı deneyimi tasarımları çoğunlukla iki ayrı tasarımcı tarafından gerçekleştirilir. Sonuç olarak hem estetik hem de iyi çalışan bir arayüz tasarımı hedeflenmelidir. Oyunların arayüz tasarımı çekici ve başarılı olursa oyuncu keyif alacaktır (Keş & Kara, 2015, s. 21).

Arayüz tasarımı, kullanıcıların oyunla bağ kurabilmesine imkân tanınmalıdır. “Oyun kullanıcı arayüzü, oyuncuya doğru araçlarla etkileşim ve bilgi sağlayan bir sistemdir” (Llanos & Jørgensen, 2011, s. 2). Arayüzler, etkileşimi ve görselliği ortak şekilde sunduğu için her oyuna göre arayüz tasarımlarının farklılaştığı görülebilir. Oyunun hikâyesi, türü ve teması arayüz tasarımında etkili olmaktadır. Hikâye özellikleri arayüz tasarımına etkide bulunabilir. Oyunlar günümüzde farklı ortamları ve zamanı kurgulayan hikâye anlatım biçimleri geliştirmekte, bu kurgu medyadaki metinsel ve sinematik gerçeklerden beslenmektedir (Menon, 2015, s. 108, 109). Bu bağlamda başarılı oyun, oyunun hikâyesini başarılı şekilde sunabilmek amacıyla etkili arayüz tasarımıyla gelmelidir. Bunları yaparken hem biçim hem de işlevsellik dikkatle tasarlanmalıdır. Dikkatle tasarlanan arayüzler hedef kitle tarafından daha iyi anlaşılır ve kullanımı kolaylaştırır. “İnsanlar anladıklarını kullanabilirler. Bilimdeki ilerlemenin basit ve net teorilerden kaynaklanması gibi, bilgisayarların kullanılabilirliğindeki ilerleme de basit, net kullanıcı arayüzlerine bağlı hale gelmektedir” (Smith vd., 1982, s. 268). Her oyunda farklı oranda bilginin tasarlanması ve işlenmesi gerekir ancak bunları düzen içerisinde sunabilmek kullanıcıların arayüz ile kurduğu bağı güçlendirecektir. Genel tasarım ile nasıl bir kitlenin ilgisinin yakalanması hedefleniyorsa arayüz tasarımı ile de böyle bir şey amaçlanır. Sadece bu değil aynı zamanda kullanıcı tecrübesinin en iyi şekilde oluşturulması da hedeflenir. “Tasarım belirli bir amacı olan mal ya da hizmetin hedef kitlenin ilgisini çekecek biçimde oluşturulması sürecidir” (Haşiloğlu & Özpolat, 2019, s. 195).

Afiş tasarımları, video oyununun özelliklerini niteleyen göstergeler barındırır. Ayrıca oyun afişlerinin etkileyici olması oyuncunun oyunu merak etmesine ve oyunu oynamak istemesine neden olabilmektedir. “Afiş yüzeyinde yer alacak öğelerin bir diğeriyle olan ilişkisi sorgulanmalı ve bu öğelerinin yapılandırılmasıyla oluşacak katmanlar arasında mükemmel bir uyumun sağlanması hedeflenmelidir” (Lehimler, 2019, s. 206). Bu durum oyunun genel tasarımının biçimsel ve işlevsel olarak bütün haline geldiğini göstermektedir. “Bir iletişim aracı olarak afiş, içinde pek çok imge barındırır. Bu imgelerin inşası ile elde edilecek etkileşim, tasarıma değer katar ve iletişim açısından mesajın anlamını zenginleştirir” (Lehimler, 2019, s. 408). Bu yüzden çoğu afiş tasarımında görsel iletişim tasarımının temel değerlerinden olan yaklaşım, tipografi, renk, imge ve düzen, değerlendirme unsurları olarak kullanılmaktadır.

Tasarım unsurları, iletişim kurmanın parçalarından biri olmakla birlikte mesajın nasıl söylendiğine de etki etmektedir. Örneğin mesajı sakince veya öfkeli bir biçimde ifade etmek tipografi, renk ve imge kullanımı ile tasarlanabilir. Görsel tasarımda tasarım elemanları arasındaki iletişimi başarılı şekilde anlamak gerekir (Zhu, 2019, s. 153). Tasarım unsuru olarak yaklaşım, tipografi, renk, imge ve düzen hedef kitle ile bağ oluşturulmasını sağlamakta, oyunun arayüz tasarımının hem biçimine hem

de işlevselliğine katkıda bulunmaktadır. Oyuna ait görsel bir kimlik oluşturmak değerlidir. Kimliğin başarısız olması oyunun başarısız olarak algılanmasına neden olabilir. Bu nedenle oyunu iyi tanımak ve uyumlu bir tasarım yapmak gerekir. “Görsel iletişimin hedef kitlesinin tam olarak anlaşılması, tasarımın yanı sıra etkinliğini de zenginleştirir” (1999, Childs, s. 12).

*Yaklaşım* tasarımsal bir unsurdur. Oyunun yapısı, işleyişi, hikâyesi, türü, teması ve birçok aşaması yaklaşımla şekillenir. Yaklaşımın başarısız olması genel tasarımın kalitesini düşürecektir. Bu nedenle arayüzde yaklaşım önemli bir tasarım unsuru olarak karşımıza çıkar.

İkinci tasarım unsuru olan *tipografi* hedef kitle ile iletişim kuran tasarım aracıdır. Tipografi, harf biçiminin tarihi, tasarımı ve yazı karakterlerinin metin olarak kullanılmasını kapsamaktadır (Tootoonchi, 2011, s. 485). En iyi şekilde kullanabilmek için tasarımın video oyunuyla birlikte ele alınması gerekmektedir. “Grafik tasarımda tasarımcıların metinle, zengin metin özellikleriyle ilgilenmesi, metin ifadesini geliştirmesi gerekir” (Maosheng, 2017, s. 385). Tipografi neyin nasıl söylenebileceğini yönlendirmede kıymetli bir araçtır. “Tipografide, font tipi, boyutu, espas değerleri, satır ve sütun aralıkları, sadeliği ve okunabilirliği etkileyen faktörlerdir. Bunların yanı sıra tipografide okunabilirlik ve okutabilirlik okuyucunun anlama kabiliyetini etkileyen önemli iki faktördür” (İlbars, 2019, s. 65). Uyumlu tipografi arayüz tasarımındaki biçim ve işlevin bütünleştirilmesine katkıda bulunacağı gibi oyunun genel kalitesinin yukarı çıkartılmasına da yardımcı olmaktadır.

*Renk* de bir tasarım aracıdır. Tasarımsal dil bütünlüğünde, hiyerarşi oluşturmada ve belirli duyguları hissettirmede kullanılır. “Renklerin uyarıcı özelliğiyle bireyi etkilediği ve görüntüyü yönlendirdiği tartışılmaz bir gerçektir” (Gümüştekin, 2013, s. 39). Renklerin birbiri ile uyumlu olmasına dikkat edilmesi gerekir. Oyunun renk paleti, hikâyesi, türü ve teması tasarımsal olarak renkleri ve diğer birçok aşamayı da etkilemektedir. Renk kullanımı tasarımsal dil bütünlüğünün sağlanması ve hiyerarşinin artırılması için etkili bir tasarım elemanı olabilmektedir. “Sanatsal tasarım alanında, genel renk kombinasyonunun bir uyum ve bütünlük duygusu elde etmek için tasarım çalışmaları genellikle çeşitli renklere sahiptir. Dijital renk uygulamalarının çoğu, eserlerin temalarına ve görsel çekiciliğin ihtiyaçlarına göre resmin ana tonu olarak bir renk seçecektir” (Zhong, 2015, s. 2100). Tasarımcı, renk kullanımıyla farklı tasarımsal dil bütünlükleri yakalayabilir. Kontrast renkler, birbirini tamamlayan renkler, açık tonlar, koyu tonlar gibi birçok detay farklı anlamlara dönüşebilir. Tasarımcı renk çarkından, yan yana gelen uyumlu renklere ve zıt renklerin kontrastlığından bir tasarım oluşturabilir (Yalur, 2021, s. 481). Renkler tek grup ya da çoklu gruplar içerisinde kullanılabilir. Burada istenilen duyguların sağlanması ve doğru bir görsel iletişim tasarımı temel amaç olmalıdır. Renkler tek ya da kompozisyon içinde grup olabilir. Hiyerarşi oluşturmak için kullanılabilir (İlbars, 2019, s. 68).

Dördüncü tasarım unsuru olan *imge* kısaca görseller olarak ifade edilebilir. İmgeler soyut ve somut yaklaşımla tasarlanabilir. İmge tasarımları oyundaki araçlar, duygu durumu ve daha birçok şey için kullanılabilir. İmgelerin aynı şekilde oyunla ve diğer tasarımsal kısımlarla uyumlu olması gerekir. Görsel iletişim, düşüncelerin ve fikirlerin ifade edilmesinde güçlü bir araç konumundadır. Görsel olarak yansıtılan bilgilerin eleştirisinin ve toplam görselin değerlendirilmesi elektronik ortamlarda

önemli bir beceri olmaktadır (Bedi & Varga, 2018, s. 8). İmgeler ve diğer tasarımlar bütünleştikten sonra farklı bir anlama bürünebilirler. Anlamaların ortaya çıkarılmasında oyunun tema, tür ve diğer birçok sınıflandırma özelliğinden söz edilebilir. “Özellikle dijital oyunlarda bir kullanıcı arayüzünün elverişli olması da kullanıcının yardım almak zorunda kalmadan kolaylıkla oyunu oynayabilmesi kolaylığının olmasıdır. Bu da öncelikle dijital oyunda kullanılan dilin doğallığına bağlıdır” (Sucu, 2011, s. 38). Doğal dil kullanımı oyuncunun oyunla etkileşimini kolaylaştıracaktır.

Beşinci tasarım unsuru *düzendir*. Düzenli arayüzler hedef kitle ile daha başarılı iletişim kurmaktadır. Biçim ve işlevin birleştirildiği tasarımlar düzeni daha iyi yansıtmaktadır. Gestalt ilkeleri görsel tasarımda kullanılan ilkelere ve oyun tasarımlarında görülebilir. Tasarımın en küçük birimlerinin birleştirilmesiyle bir bütünün oluşturulması amaçlanır. Parçalar bütüne hizmet eder hale gelir ve tasarım bütünleştğinde başka bir tasarıma dönüşür. “Bitmiş gestaltlar her zaman bütünlüklerdir ve az çok birbirinden farklı, bütüne ait üyelerden oluşan eksiksiz bir yapı olan insan bilincinin genel bütünlüğünü gösterir” (Malinauskas, 2018, s. 526). Bütün oluşturması ve işlevselliği artırması nedeniyle tasarımcılar tarafından kullanılabilir. “Gestalt ilkeleri, çevredeki şekil ve zemini nasıl algıladığımızı ve farklılaştırdığımızı tanımlar. Tasarım sürecinde Gestalt görsel algı ilkelerini uygulayabiliriz, çünkü arayüzün tasarım süresi boyunca birçok insan bilişsel sürecini göz önünde bulundurmalıyız” (Mazumder & Das, 2014, s. 81). Gestalt ilkelerine baktığımız zaman “benzerlik”, “süreklilik”, “tamamlama”, “yakınlık”, “şekil ve zemin” ve “şekil” ilkelerinin kullanıldığını görürüz. Benzerlik ilkesi objelerin birbirine benzer olmasına odaklanır. Süreklilik ilkesi gözün obje üzerinde ilerlemesini ifade eder. Tamamlama ilkesi insan gözünün objeyi kendiliğinden tamamlamasını ifade eder. Yakınlık ilkesi birbirine yakın konumlandırılan objelerin gruplaşmasıdır. Şekil ve zemin ilkesine göre şekil arka plandan koparak ayrı bir görsellik oluşturmaktadır. Şekil ilkesine göre ise objeler arasında bağlantı kurulmakta ve bu bağlantı objelerin toplamına dönüşmektedir. Gestalt ilkeleri düzenin artırılmasında da kullanılabilir.

### 3. Araştırma Bölümü

Bu çalışmada beş video oyununun arayüz ve afiş tasarımları analiz edilmiştir. Video oyunlarının arayüz ve afişlerinin ortak noktaları görsel iletişim tasarımı alanı kapsamında belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma kapsamında ilk kurulan dijital oyun mağazası olan “Steam” platformu yönlendirici olmuştur. “Steam” dijital mağazasından video oyunları satın alınabilmekte, video oyunları kişinin dijital kütüphanesinde kalıcı olarak kaydedilebilmektedir. Bu sayede kişi istediği zaman oyunu indirebilir ve oynayabilir. Beş video oyunu en az elli bin “Steam” yorumu almış olacak şekilde amaçsal örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Araştırmada başarılı ve popüler olarak adlandırılan video oyunlarının tasarımsal potansiyelinin arayüz ve afiş tasarımı bağlamında ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Örneklem, tasarımsal yaklaşımın genel eğiliminin çıkarılmasında yardımcı olmaktadır.

#### 3.1. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada video oyunların arayüz ve afiş tasarımlarının betimsel özelliklerinin ortaya çıkarılması için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizinin ana değişkenleri yaklaşım, tipografi, renk, imge ve düzen unsurlarından oluşturulmuştur. *Yaklaşım* alt değişkeninde fantastik, gerçekçi, fütüristik; *tipografi* alt değişkeninde

sans serif, serif ve çeşitliden; renk canlı, koyu ve sade; imge soyut ve somut; düzen ise aktif ve pasif alt değişkenlerinden oluşmaktadır.

### 3.2. Araştırma Verilerinin Toplanması ve Sınıflandırılması

Araştırmada video oyunlarındaki arayüz ve afiş tasarımı arasındaki ilişki ele alınmakta, tasarımsal bütünlüğün oyunlara olan katkısı ortaya konulmaktadır. Arayüz ve afiş tasarımı arasındaki bağın ortaya çıkarılması video oyun sektörünün markalaşma gücünün anlaşılması için önemlidir. Bu bağlamda araştırmayı yönlendiren temel sorular aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

**A.S.1:** Video oyunlarında, arayüz ve afiş tasarım unsurları arasında bir bütünlük bulunuyor mu?

**A.S.2:** Arayüz ve afiş tasarımları video oyunun içeriğini yansıtacak özelliğe sahip midir?”

İçerik analizi için her oyun üç görsel üzerinden değerlendirilmiştir. İlk iki görsel arayüz tasarımını göstermektedir. Oyunun ilk görseli *ana menü*, ikinci görseli *oynanış kısmına* odaklanır. Üçüncü görsel ise oyunun *afiş tasarımını* göstermektedir. Ana menü, arayüzde temel ve oyuncuyu ilk karşılayan kısımdır. Oyun içi kısım ise oyuncunun oyunu oynaması için gereken temel değerlerle etkileşime gireceği ortamı göstermektedir. Afiş tasarımı ise oyunun tanıtımında kullanılan ve oyunu niteleyen özelliklere sahiptir. İki alan arasındaki araştırma görsel iletişimi tasarlama gücünün sektörde ne kadar oluştuğunu görebilmek için önemlidir.

Araştırma verilerine Steam platformundan ulaşılmıştır. Platformda 50 binin üzerinde yorum almış oyunlar araştırma evreni, bu evrenden amaçsal örneklem ile seçilen beş oyun ise çalışma evreni olarak belirlenmiştir. Aşağıdaki tablo Steam platformunda 50 binin üzerinde yorum alan 10 oyunu ve örnekleme çekilen çalışma evreninin özelliklerini göstermektedir.



**Tablo 1.** Evren Örneklem

Video Oyunu	Steam Yorum Sayısı (8 Kasım 2022)	Tür ve Tema	İlk Piyasaya Çıkış Tarihi
Batman: Arkham Knight (Seçilen)	58 bin 94	Açık Dünya, Süper Kahraman, Aksiyon, Macera	23 Haziran 2015
Detroit: Become Human (Seçilen)	54 bin 724	Bilim Kurgu, Rol Yapma, Aksiyon, Macera	25 Mayıs 2018
Battlefield 5 (Seçilen)	104 bin 103	Açık Dünya, FPS, Aksiyon, Savaş	4 Eylül 2018
Devil May Cry 5 (Seçilen)	54 bin 919	Fantastik, Aksiyon, Macera	8 Mart 2019
Cyberpunk 2077 (Seçilen)	484 bin 48	Bilim Kurgu, Açık Dünya, FPS, Rol Yapma, Aksiyon, Macera	10 Aralık 2020
Red Dead Redemption	278 bin 908	Açık Dünya, Fps, Tps, Aksiyon, Macera	26 Ekim 2018
Fallout 4	186 bin 110	Açık Dünya, Bilim Kurgu, Rol Yapma, Aksiyon, Macera	10 Kasım 2015
Dying Light	248 bin 359	Açık Dünya, Bilim Kurgu, Aksiyon, Macera	28 Ocak 2015
Residen Evil Village	55 bin 515	Hayatta Kalma, Korku, Gerilim, FPS, TPS, Aksiyon, Macera	2 Mayıs 2021
Far Cry 3	78 bin 145	Açık Dünya, FPS, Aksiyon, Macera	29 Kasım 2012

Araştırmada en büyük sorunlardan biri evren ve örneklem seçimi olmuştur. Video oyun sektöründe binlerce sayıda oyun, birçok farklı tür ve tema olması nedeniyle seçim yapılması zorlaşmıştır. Araştırma video oyunu sektöründeki popüler ve çok yorum almış oyunların tasarımsal bağını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu yüzden hem rastlantısal hem de bilinçli bir tercih yapılmıştır. En az elli bin “Steam” yorumuna sahip on oyun rastlantısal olarak seçilmiştir. Farklı tema ve türe sahip oyunların örnekleme çekilmesi için bilinçli bir tercih yapılmıştır. Bu bağlamda popüler ve farklı türdeki on oyundan beşi seçime dâhil edilmiştir.

Video oyunlar ve tasarlanan afişler içerik analizi yöntemiyle 5 ana, 13 alt değişken üzerinden analiz edilmiştir. İçerik analizinde kullanılan tasarım unsurları Tablo 2’de gösterilmiştir.

**Tablo 2.** İçerik Analizinde Kullanılan Tasarım Unsurları

Ana değişkenler	Alt değişken
Yaklaşım	Fantastik
	Realistik
	Fütüristik
Tipografi	Sans Serif
	Serif
	Çeşitli
Renk	Canlı
	Koyu
	Sade
İmge	Soyut
	Somut
	Gruplaşma
Düzen	Deneyisel

Analizlerde ana değişken olarak kullanılan *yaklaşım* tasarım anlayışını, *renk* tasarımsal bağı, *imge* iletişim hızını, *düzenleme* ise işlevselliğe doğrudan katkı sağlaması nedeniyle ana değişken olarak seçilmiştir. Ana değişkenler alt değişkenlerle desteklenmiştir. Alt değişkenler tasarımsal bütünlüğün ve bağını ortaya çıkarılmasında kullanılmıştır.

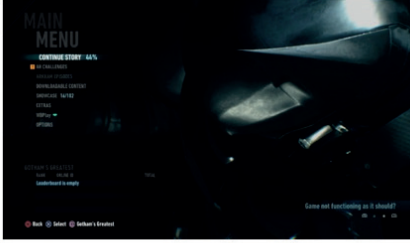
### 3.3. Video Oyunlarının Arayüz ve Afiş Tasarım Analizi

Bu kategoride örneklem olarak seçilmiş beş video oyununun arayüz ve afiş tasarımları belirlenen ana ve alt değişkenlere göre analiz edilmektedir.

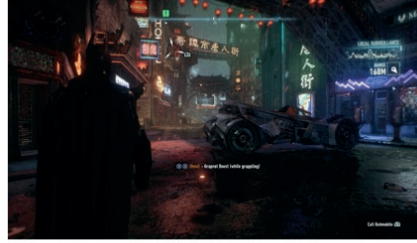
#### **Batman: Arkham Knight Video Oyunu**

Batman: Arkham Knight Video oyunu, 23 Haziran 2015 tarihinde Batman'in üçüncü devam oyunu olarak piyasaya sürülmüştür. Oyun, fantastik bir ortamı kurgulamaktadır. Batman karakteri, Gotham şehrini ve insanları kurtarabilmek için suçluları polise teslim etmektedir.

**Resim 1.** Batman: Arkham Knight ana menü ve oyun içi arayüz tasarımı



Ana menü arayüz tasarımı



Oyun içi arayüz tasarımı

**Kaynak:** [Interface In Game \(2015a\)](#)

**Kaynak:** [Interface In Game \(2015b\)](#)

Video oyunun arayüz tasarımında genellikle fütüristik ve modern tasarımı hedefleyen bir *yaklaşım* tercih edilmektedir. Tasarımda kullanılan tipografi, renk ve imgeler günümüzün ötesinde ve anlaşılır şekilde kullanılmıştır. Bu da arayüz tasarımını çoğu kişi için anlaşılır yapmaktadır. Oyunun bir gecede yaşanan olayları anlatması tasarımda kullanılacak *renk* unsurlarını da etkilemiştir. Kullanılan renkler, genel olarak mavi ve beyazdır. Mavi renginin insan psikolojisi üzerinde güven duygusu hissettirdiği bilinir ve bu his oyunda da kullanılmıştır. Batman, kötülerini yakalayıp adalete teslim eder. Bu duyguyu tasarımda yansıtmak için renkler mavi ve koyu tonlar ile arayüzde kullanılmıştır. Arayüz tasarımında sans serif *tipografi* kullanımı görülmektedir. Bu, okunabilirliği yüksek tutmakla birlikte estetik olarak da tasarımın başarılı olmasına, biçimin ve işlevselliğin birleştirilerek oyunun genel tasarımsal kimliğine katkı sağlamıştır. *İmgenin* tasarımı ise fütüristik özellik göstermesine olanak tanımıştır. Oyunda Batman rakiplerini yakalamak için kimsenin kullanmadığı yüksek teknolojiye sahip cihazlar kullanır. Bu, oyuncuya ayrıcalıklı olduğu hissini verir. Hissin daha da pekiştirilmesi için fütüristik tasarım anlayışı en anlaşılır şekilde oyunculara sunulur. Evrensel bir kitle tercihi oyunun daha çok kişiye ulaşması ve daha çok satması için önemlidir. *Düzen* bakımından oyunun arayüz tasarımına uygun olması önemli bir kriterdir. Batman rakiplerinden daha üstün ve eğitilmiştir. Bu nedenle düzenleme de buna uygun olarak ilerler. Örneğin ortalı tasarımlar ana menü ve diğer menülerde kullanılmaz. Sola dayalı tasarım anlayışı kullanılır ve gözün takip etmesi kolaylaştırılır. Ekipmanlar için yakın konumlandırma yapılmıştır, bu sayede gruplama gerçekleştirilir. Köşelerin kullanılması ve değişken bir düzenleme olmaması pasif bir düzenlemeye işaret eder. Oyuncunun oyuna olan erişim hızı artırılmıştır. Bu özellikleri ile oyun düzen açısından başarılıdır. Sonuç olarak arayüz tasarımında oyunun hedef kitle ile iletişimde kaldığı ve başarılı bir bağ yakaladığı görülmektedir. Bu yüzden

başarılı markalama özelliği de göstermektedir. Oyunun tasarımsal dil bütünlüğü üst seviyededir.

**Resim 2.** Batman: Arkham Knight afiş tasarımı



Kaynak: IMDB (2015a)

Afiş tasarımında *yaklaşım* basit ve etkili şekilde bütüne hizmet etmektedir. Afiş tasarımında koyu tonların hiyerarşi sağlaması ve Batman karakterinin yansıtılması için estetik bir *yaklaşım* hedeflenmiştir. Yaklaşım mikro ve makro olacak şekilde detaylı şekilde işlenir. *Renkler* afiş tasarımında, siyah ve kahverenginin kullanımı ile tasarımsal bütünlük oluşturmaktadır. Örneğin oyunun başlangıcında “Joker” karakterinin ölmüş olan bedeni ateşe verilir. Bu ateş soyutlaması arayüzde oyuncuya zaman zaman gösterilir. Hedef kitlenin seriyi bildiği düşünüldüğünde bu gibi detaylar anlam kazanmaktadır. *Tipografi* sans serif fontlardan oluşmaktadır. Sans serif tercihi Batman karakterinin modernlikle olan bağı şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu durum okunurluğun ve estetiğin yüksek olması için gereklidir. İmge kullanımları hedef kitlenin seriyi bilmesi ile anlam kazanmaktadır. Afiş tasarımındaki her imge basit ama etkili kullanılmıştır. Bu, oyunun genel tasarımsal dili ile bütünleşmektedir. İmgeler hem arayüz tasarımının işlevselliğine hem de biçimsel gücüne katkıda bulunur. *Düzen* ortalı ve sade tasarım anlayışı ile bütünleşmektedir. Tasarımın başarılı olmasında önemli olmaktadır. Göz her şeyi bütün olarak algılar, ek olarak takip gerekmez yani pasif bir düzen vardır. Düzenin görsele göre ayarlanması görsel iletişim verimliliğini de arttırmaktadır. Sonuç olarak afiş tasarımında ve arayüz tasarımında bağ kurulduğu görülmektedir. Bağ başarılı düzenleme ve profesyonel bir görsel kimlik oluşumuna katkıda bulunmaktadır.

### ***Detroit: Become Human Video Oyunu***

Detroit: Become Human video oyunu 25 Mayıs 2018 tarihinde piyasaya sunulmuştur. Oyun bilim kurgu temasındadır. Rol yapma türünde ve anlatı odaklıdır. Robotların insanlar gibi duygular hissetmesi ile ortaya çıkan olayları konu edinir. Oyun robot olan üç karakter tarafından yönetilir ve hepsinin farklı karakteristik özellikleri vardır. Oyuncuların aldığı kararlar oyunun ilerleyişini ve sonunu etkiler. Dolayısıyla oyunun birçok farklı sonu ve ilerleyişi bulunmaktadır.

**Resim 3.** Detroit Become Human ana menü ve oyun içi arayüz tasarımı



Ana menü arayüz tasarımı

**Kaynak:** Interface In Game (2018a)



Oyun içi arayüz tasarımı

**Kaynak:** Interface In Game (2018b)

Arayüz tasarımında bulunan *yaklaşım* sinematik deneyimin yaşatılması açısından değerlidir. Deneyime doğrudan katkıda bulunur. Oyunu oynarken arayüz tasarımının sadece oyuncunun ihtiyacı doğrultusunda belirdiği görülmektedir. Bu yüzden oyuncu oyunda olduğunu unutabilir ve atmosfere kapılabilir. Oyun işlevselliği ve görsel dili destekleyecek şekilde ilerler. *Tipografi* son derece sade ve etkili tasarlanmıştır. Tipografinin sade olması okunabilirliği artırmaktadır. Majiskül tipografi kullanımı sıklıkla görülmektedir. Gestalt ilkelerinden “yakınlık ilkesi” görülmektedir ve bu, hiyerarşiye katkıda bulunmuştur. *Renk* kullanımı az ama öz yaklaşım sergiler. Çok renkli bir arayüz değil daha çok olabildiğince sade bir yaklaşım gerçekleştirilmiştir. Renk kullanımları hiyerarşi oluşturmada önemli olmaktadır. *İmgeler* son derece sade tasarlanmıştır. Oyundaki robotları üreten şirket logosunun soyut hali menülerde ve yükleme arayüzlerinde sıklıkla görülmektedir. Bu durum küçük bir detay olmakla birlikte oyuncunun oyun ile olan etkileşimini kolaylaştırmaktadır. *Düzen* için olabildiğince az ve sade tasarım anlayışı hedeflenmiştir. Oyuncu vakit kaybetmeden nereye gitmesini ne yapması gerektiğini anlamlandırmaktadır. Yazılar gözün en iyi okuma sağlayacağı alanlara yerleştirilmiştir. Bu durum durgun değil düzen olmasına işaretler. Aktif düzenleme vardır. Renkler oyuncuya “ben buradayım” şeklinde bağırarak yerine kibarca “ihtiyacın olursa ben buradayım” şeklinde konuşur. Bunu yapmak için az renk kullanımı, sans serif fontlar, gözün gödişatını takip eden arayüz düzenlemeleri oyuncuyu karşılar. Oyun ilk bakışta basit görünen ancak tasarlanması o kadar da basit olmayan bir arayüz tasarımıyla gelir. Sonuç olarak arayüz tasarımında biçimsel ve işlevsel olarak bağ kurulduğu görülmektedir. Bu bağın tasarımsal dil bütünlüğünü sağlaması amacıyla birçok yerde tipografi, renk ve imge benzer özellikler gösterir. Bu durum ise oyunun minimalist ve realistik yapısına katkıda bulunur.

**Resim 4.** Detroit: Become Human afişi



**Kaynak:** Playstation (2018a)

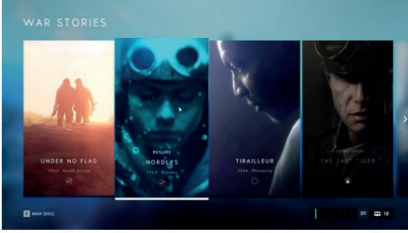
Afiş tasarımı *yaklaşım* en kısa sürede hedef kitle ile iletişim kurmayı hedefler. Arka planda Detroit şehrinin tasarımı, ön planda ise yönetilen karakterden birisi gösterilmektedir. Bu durum arka plan ve ön plan arasında bağlantı kurulmasını sağlamaktadır. Karakter şehir için önemli bir figürdür. Başarılı bütünleştirme hedef kitle için anlaşılabilir bir bütüne dönüşür. Oyuncu görsel iletişim tasarımını anladığı zaman oyunun afişi görüldüğünden çok daha fazlasına dönüşür. Yaklaşımın anlatsal ve görsel olarak oyunla bütünleşen bir tarafı bulunur. *Tipografi* olarak oyun adının "Detroit" kısmının daha kalın, diğer kısmının ise daha ince kullanıldığı görülmektedir. Dolayısıyla arayüz tasarımında da olduğu gibi afiş tasarımında da tipografi hiyerarşiye katkıda bulunmaktadır. Afiş ve arayüz tasarımı soyut bir bütünlük oluşturmaktadır. Soyut olarak bağ kuran yaklaşım oyuncunun merak hissini arttırıp onu keşfetmeye itmektir. Arayüz tasarımının afiş ile soyut bütünlüğü bulunmaktadır. Oyunun özüne uygun olan bu yaklaşım oyuna değer katmaktadır. *Renk* kullanımı arayüze benzer şekilde tasarlanmıştır. Beyaz ve mavi renk kullanımı arayüz tasarımında da görülmektedir. Bu durum tasarımsal dil bütünlüğüne ve oynanabilirliğe katkıda bulunduğu için biçim ile işlevin bütünleştirildiğini göstermektedir. Bu *Düzen* için katmanlı tasarım anlayışından söz edilebilir. Arka plan, ön plan ve destek sağlayan başlık oyuncuyu karşılar. Düzenleme ortalı olarak ilerlemekte ancak nesnelere iletişim ile başarılı bir biçime dönüşmektedir. Katmanlı olarak tasarım yükselmiştir. Bu nedenle göz katmanları okur. Aktif afiş tasarımı düzenlemesi gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak yaklaşım, renk, tipografi, imge ve düzen değerleri altında başarılı bir bağ kurduğu görülmektedir. Bu beş temel unsurun başarılı şekilde tasarlanması etkili afiş tasarımı için önemli olmaktadır. Biçimin ve işlevin birleştirildiği görülmektedir.

#### ***Battlefield 5 Video Oyunu***

Battlefield 5 video oyunu 4 Eylül 2018 tarihinde piyasaya sunulmuştur. Oyun 1. Dünya Savaşı'nı konu edinir. Oyunda her bölümde farklı bir karakterin yaşadığı olaylar anlatılır. Savaş birçok farklı cephede kurgulanmaktadır. Farklı ortamlar farklı oynanış

ve deneyimleri desteklemesi açısından önemlidir. Örneğin bir bölümde sessizce ilerlemek diğer bölümde ise çatışmaya girmek gerekebilmektedir.

**Resim 5.** Battlefield 5 ana menü ve oyun içi arayüz tasarımı



Ana menü arayüz tasarımı

**Kaynak:** Jackfrags (2018a)



Oyun içi arayüz tasarımı

**Kaynak:** Jackfrags (2018b)

Arayüz tasarımında oyunun atmosferini daha gerçekçi bir şekilde sunabilecek *yaklaşım* tercih edilmiş, okunurluk yüksek tutulmuştur. Savaş atmosferini aktarabilmek için tasarım sade ve modern şekilde görselleştirilmiş, minimalist ve işlevsel bir tasarım dili tercih edilmiştir. Örneğin koyu arka planlarda beyaz rengin kullanımı basit ama işlevsel bir yaklaşımdır. İnce ve majiskül tipografi kullanımı savaşın büyüklüğüne ve tehlikesine işaret eder. Majiskül harfler hedef kitleye daha çok bağırarak konuşur. Kısa metinler ise gözün yorulmaması için bir diğer arayüz yaklaşımı olarak söylenebilir. Oyunun arayüz tasarımı süslemeden uzak ve estetik bir yaklaşıma sahiptir. *Tipografi* kullanımı son derece sade ve etkili olacak şekilde seçilmiştir. Bu seçim hem estetik hem de okunabilirliği yüksek arayüz oluşumuna katkı sağlamaktadır. Tipografi kullanımının genellikle beyaz renklerden oluşturulması ise oyunun tasarımsal dili ile bütünleşmektedir. Bu tercih az tasarımla çok şey anlatabilmek için iyi bir yaklaşımdır. *Renk* kullanımı son derece sade tutulmakta ve oyunun genel tasarımıyla bütünleşmektedir. Oyunda az sayıda renk kullanımı tasarımın estetik değerine katkıda bulunmakta ve karışıklığı önlemektedir. Bu nedenle arayüz tasarımı estetik bir tasarıma sahiptir. İmge kullanımları herkesin anlayabileceği şekilde realistik ve 2 boyutlu şekilde tasarlanmıştır. İmgelerin yakın konumlandırılması tasarımda Gestalt kullanımına örnektir. Yakın konumlandırılan objeler gruba dönüşmüştür. Gruplaşan imgeler oyuncuların arayüzü daha hızlı okumasını kolaylaştırmaktadır. *Düzen* sağlamak için olabildiğince az tasarım unsuru kullanılmıştır. Negatif alanlar yani tasarımın bulunmadığı boşluklar oluşturularak estetik görünüme katkıda bulunmuştur. Boşluklar sayfanın sıkışık görünmesini engellemiş ve ferah bir görüntü oluşturmaktadır. Oyuncu arayüzde gezinirken başka bir yerde olduğunu hissetmez. Her şey bütün halindedir. Düzeni sağlamak için mikro ve makro ölçekte birçok detay gözün takip edeceği şekilde konumlandırılmıştır. Düzenlemede süslemeden kaçınılmıştır. Köşelerin kullanılması sabit bir arayüz tasarımı oluşturmaktadır. Bu, pasif düzenlemeye dönüşmektedir. Sonuç olarak oyundaki tipografi, renk, imge gibi tasarımsal değerler bütün halinde sunulmakta ve oyuncuların oyuna uyum sağlamasını kolaylaştırmakta, oynanabilirliği artırmaktadır. Artan oynanabilirlik oyunun hedef kitle ile daha verimli iletişim kurması açısından önemli olmaktadır.



**Resim 6.** Battlefield 5 afiş tasarımı



**Kaynak:** [IMDB \(2018a\)](#)

Afiş tasarımında *yaklaşım* arayüze benzer özellikler taşır ancak burada kısıtlı alan ve süreden söz edilebilir. Hedef kitle afişe çok uzun bakmak istemeyeceği için görsel iletişimin hızlı bir şekilde sağlanması gereklidir. Oyunun arayüzünde olduğu gibi afiş tasarımında da kontrast renkler, tipografi, düzenleme ve estetik yaklaşım bulunmaktadır. Bu yüzden arayüz tasarımı ve afiş tasarımı bütünleşmektedir. *Tipografi* olarak oyunun adı serifsiz ve majiskül olarak yazılmıştır. Bu durum oyunun arayüz tasarımı ile afiş tasarımı arasında dil bütünlüğünü sağlamıştır. Genel olarak Battlefield 5 son derece estetik ve sade arayüz tasarımı ile dikkat çekmektedir. *Renk* kullanımı arayüz tasarımına paralel ilerler. Gestalt ilkelerinden olan süreklilik ilkesi renklerde kullanılmış ve gözün tasarımı takip etmesi sağlanmıştır. Afiş tasarımında mavi ve turuncunun kullandığı görülmektedir. Bu kullanım ile kontrastlık artırılmış ve arayüz tasarımı ile dil bütünlüğü sağlanmıştır. İmge kullanımında soyut olarak bütünlük görülmektedir. Soyut görüntünün büyük çoğunluğu imgelerle tasarlanmıştır. Arka plandaki askerler, uçaklar belli bir görünürlükte verilmeyle birlikte oyunun odak noktası tam ortada bulunan kadın karakter olmuştur. Düzen için karakter, soyut arka plan ve kontrast renkler çok katmanlı olarak tasarlanmıştır. Her katmanın belirgin olması, tasarımın anlaşılabilirliğini desteklemektedir. Afiş tasarımının arka planına soldan sağa göz hareketini destekleyen objeler yerleştirilmiştir. Bu, dolaylı yoldan hareket hissini arttırmakta ve afiş tasarımının aktif düzenlemesini göstermektedir. Düzenleme başarılı biçimde gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak afiş tasarımında bütünleştirme görülmektedir.

### **Devil May Cry 5 Video Oyunu**

Devil May Cry 5 video oyunu 8 Mart 2019 tarihinde piyasaya sunulmuştur. Oyun fantastik bir ortamı kurgular. Nero karakterinin şeytani ağaç Qliphoth'u keşfetmesi ve yok etmesi konu edilmektedir. Oyun toplamda üç karakterle oynanabilmektedir.



**Resim 7.** Devil May Cry 5 ana menü ve oyun içi arayüz tasarımı



Ana menü arayüz tasarımı

**Kaynak:** [Interface In Game \(2019a\)](#)



Oyun içi arayüz tasarımı

**Kaynak:** [Interface In Game \(2019b\)](#)

Arayüz tasarımında oyunun yapısına uygun ilerleyen *yaklaşım* vardır. Devil May Cry 5 video oyunu özgün karakterlerle gösterişin öne çıktığı bir oyundur. Bu nedenle görsellik de özgün şekilde tasarlanmış, kontrast ve canlı renk kullanımları tercih edilmiştir. Tipografi ve imgeler özgün tasarıma katkıda bulunur. *Renk* kullanımları kontrast oluşturacak şekildedir. Oyunun hikâye modu içerisinde toplamda üç karakter kullanılır. Bu karakterlerin kıyafetleri mavi, kırmızı ve siyahtır. En önemli karakterler olan “Nero ve Dante” ikilisinin (Nero mavi renk, Dante ise kırmızı renk kıyafeti ile özdeşleşmiştir) tercih ettiği renklerin oyuna etki etmesi tesadüf değildir. Hedef kitlenin bağ kurmasını kolaylaştırmak ve oyunun tasarımsal dil bütünlüğünü arttırmak için bilinçli bir tercihtir. Bu tercih oyunun görsel kimliğini oluşturmaktadır. *Tipografi* olarak da bütünlük sağlanmıştır. Oyunda yer altından gelen klasik ifade ile “yaratıklar” bulunmaktadır. Oyun esnasında çeşitli akrobatik hareketler ile kılıç ve diğer birçok araç kullanılır. Oyundaki akrobatik hareketler fantastik şekilde görselleştirilmiştir. Bu görsellik tipografi kullanımını kuvvetlendirmektedir. Biçim ve işlev bütünleştirilmiştir. Oyunun özgün yapısına uygun ve anlaşılır tipografi kullanımı vardır. Tipografi karma değerler bütünü oluşturur. Bir açıdan modern özellikler diğer açıdan ise eski bir tarza gönderme özelliği taşır. Mikro detaylarda bazen sans serif tipografi bazen de serifli tipografi görünür. Makro ölçekte ise özgün tipografi tasarımı görülmektedir. İmge kullanımları sıklıkla oyundaki araçlar için kullanılır. İmgeler oyunda görüldüğü gibi görselleştirilmiştir. Oyun içi arayüzü görselinde verilen sol üstteki cam kırıkları oyunla bağlantılıdır ve her bölümünün sonunda cam kırıkları geçişi sağlamaktadır. Cam kırıkları oluştuğunda bölümün sonunun geldiği anlaşılmaktadır. Bu gibi detaylar oyunun atmosferine katkıda bulunmakta ve oyuncuların aklında tasarımı özgünleştirmektedir. *Düzenleme* için hem orta alanlar hem de kenarlar kullanılmış, klasik bir özellik göstermektedir. Düzenleme oyunun özgün tasarımsal kimliği ile daha başarılı bir bütüne dönüşmüştür. Oyun içerisinde sabit şekilde köşelerin kullanımı pasif arayüz düzenlemesine işaret etmektedir. Sonuç olarak arayüz tasarımında bütünleştirme görülmektedir. Biçim ve işlevin bütünleştirilmesi oyunun tasarım diline katkıda bulunmuştur. Oyunun yapısına uygun arayüz tasarımı oyuncuyu karşılamaktadır. Arayüz ve afiş tasarımı oyunu nitelendirmekte, başarılı görsel iletişim tasarımı yansıtmaktadır.

Resim 8. Devil May Cry 5 afiş tasarımı



Kaynak: IMDB (2019a)

Afiş tasarımında özetleme üzerinde giden bir *yaklaşım* vardır. Üç karakter ve rakiplerinin bir kısmı da afişte gösterilmektedir. Göz hizasından çok aşağıda bir kullanım tercih edilerek karakterlerin daha güçlü gösterilmesi sağlanmıştır. *Renk* kullanımları oyunun kullanıcı arayüzü ile bütünleşmektedir. Devil May Cry 5 oyunundaki karakterlerin özel güçleri vardır. Özel güçler kullanıldığı durumda karakter kanatlı bir forma dönüşür. İmgelerin kırmızı ve mavi rengi kullanması “Nero ve Dante” karakterlerine yapılan bir göndermedir. Küçük bir detayın oyunun bütünündeki önemli bir özelliğe gönderme yapması afişin markalama potansiyelini göstermektedir. *Tipografi* oyunun genel tasarımsal diline uygun olarak kullanılmıştır. İmge kullanımında tasarımsal bütünlük devam eder. Ortadaki kanat formu imgelerdeki bütünlüğe vurgu niteliğindedir. İmge kullanımı hem oyunun atmosferine hem de oyunun sunumunu yapma açısından destek oluşturmaktadır. *Düzen* için perspektif hissi derinlik ve geniş açı ile artırılmıştır. İmge ve tipografinin bütünleştirilmesi düzenleme için değerli olmaktadır. Ortalı tasarım anlayışı ile tasarım ilk görüşte okunabilmektedir. Bu pasif düzenlemeye işaretler. Sonuç olarak afiş tasarımındaki tasarımsal detayların arayüz ile bütünleştirildiği görülmektedir. Tasarımsal dil bütünlüğü en üst seviyede gerçekleştirilmiştir. Bu tasarımsal dilin estetik ve bütünleştirme açısından önemini göstermektedir.

#### **Cyberpunk 2077 Video Oyunu**

Cyberpunk 2077 video oyunu 10 Aralık 2020 tarihinde piyasaya sunulmuştur. Oyun gelecekte geçen bir ortamı konu alır. Büyük bir soygun sonunda alınan çip hikâyenin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Çipten kurtulabilmek ve hayatta kalabilmek için birçok olayın çözülmesi gerekmektedir. Oyun temel olarak bu hikâye üzerinden ilerler.

**Resim 9.** *Cyberpunk 2077* ana menü ve oyun içi arayüz tasarımı



Ana menü arayüz tasarımı



Oyun içi arayüz tasarımı

**Kaynak:** *Interface In Game* (2020a)

**Kaynak:** *Interface In Game* (2020b)

Arayüz tasarımında *yaklaşım* fütüristik bir ortamı yansıtacak şekildedir. Oyun geleceği konu alır. Renkler canlı, yazılar hatlarından dışarı çıkmaktadır. Tipografinin sınırları aşarak kullanılması fütürizm ve modernizmle bağdaştırılabilir. Bu basit bir detaydır ancak basit olanı düşünmek daha zordur ve oyunda zor olan yapılır. Yaklaşım da bu fütüristik ortamı işlevsel şekilde yansıtacak şekilde ilerler. *Tipografi* son derece sade ve etkili bir tasarıma sahiptir. Serifsiz fontların kullanıldığı görülmekte ve okunabilirlik artırılmaktadır. Majiskül ve miniskül harfler orantılı şekilde kullanılmıştır. Tipografinin solda konumlandırılması Gestalt ilkelerinin varlığına işaretler. Yakınlık ilkesine göre birbirine yakın konumlandırılan objeler gruplaşmakta, menü bir gruba dönüşmektedir. Tipografi yine oyunun tasarımsal dilinde kullanılan renkler ile uyumlu olmaktadır. Oyunun arayüzünü daha bütün göstermekte ve genel atmosferine katkı sağlamaktadır. Tipografi bulunduğu bağlamla uyumlu ve başarılı bir özellik göstermektedir. *Renk* kullanımları birbirini tamamlayacak şekildedir. Renklerin birbirine kontrast oluşturacak şekilde kullanımı fütürizm havasına ve bütünlük hissine katkıda bulunmaktadır. Oyunun geleceği kurgulaması ve bunu hedef kitleye hissettirmesi için tasarımsal unsurlar başarılı şekilde kullanılmaktadır. Renklerin birçok anlam katmanında ortaya çıkması da söz konusudur. Kullanılan renkler oyuna değer ve güç katmaktadır. İmge kullanımları fütüristik özellikler göstermekte ve bütünlük sağlamaktadır. İmge kullanımının renkler ile bütünleştiği ve oyunun genel tasarımsal diline katkıda bulunduğu söylenebilir. *Düzen* sağlamak için birçok tasarımsal unsur kullanılmıştır. Renk bu kullanımlardan biridir. Canlı ortam ve görsel kimliğe uygun olarak birçok renk tercih edilmiştir. Renkler sadece görsellik için değil aynı zamanda hiyerarşi oluşturmak için de kullanılmıştır. Sans serif fontlar düzenin açıklığını artırmaktadır. Mikro ve makro açıdan tasarım bütünleşmiştir. Tasarımsal unsurlar oyunun atmosferine katkı sağlamaktadır. Arayüz tasarımında çoğunlukla köşeler sabit olarak kullanılmaktadır. Bu nedenle pasif düzenleme bulunmaktadır. Sonuç olarak arayüz tasarımında *Cyberpunk 2077* video oyunu başarılı bir tasarıma sahiptir. Gerekli bilgiler başarılı düzenleme ile oyuna yerleştirilmiştir. Hedef kitle bu düzenlemeyle oyuna daha iyi adapte olabilmekte ve kendisi oyuna hazırlanmaktadır. Oyunun arayüz tasarımında biçim ve işlev birleştirilmiştir.

**Resim 10. Cyberpunk 2077 afişi**



**Kaynak:** [IMDB](#)(2020a)

Afiş tasarımında kullanılan yaklaşım, renkler, imgeler, tipografi ve düzen hepsi aynı oyuna aittir. Oyunun afiş tasarımında arayüze benzer tasarımsal unsurların kullanıldığı görülmektedir. Yaklaşım da aynı şekilde biçimin birleştirilmesi üzerinden ilerlemekte, bu da tasarımın işlevselliğini arttırmaktadır. Oyuncu afişe baktığında nereye ait olduğunu anlamaktadır ve bu yönüyle afiş tasarımı iletişimsel olarak güçlüdür. *Tipografik* olarak oyunun adı gösterilmekte ve kullanılan canlı renkler tasarımsal olarak buna destek olmaktadır. Bu özelliği ile tipografik afiş tasarımının arayüz tasarımında kullanılan renk ve yazı stilleri ile benzer ve uyumlu olduğu görülmektedir. Afiş tasarımındaki “Cyberpunk 2077”nin tasarımsal özellikleri arayüz tasarımı ile aynıdır. *Renk* kullanımları kullanıcı arayüz tasarımına benzer şekilde ilerler. Kontrastlığı arttıracak şekilde sarı ve mavi kullanılmıştır. Renklerin hepsi birleştiğinde oyunun fütürizm atmosferi ve açık dünyası bütünleşmekte; tipografi, renk ve imge kullanımları oyunun bu bütünleştirilmesine katkı sağlamaktadır. Afiş tasarımında merkezde bulunan karakterin ceketinin boyun kısmında mavi renkli ışıklar kullanılmıştır. Bu renk ve imge kullanımları arayüz tasarımında sıklıkla benzer şekillerde sunulmaktadır. Bu durum da bütünlük göstergesidir. Renklerin benzer olması dil bütünlüğüne katkı sağlamaktadır. İmge tasarımları da benzer şekildedir. Benzer imgeler karakterin yüzünde de kullanılmıştır. Bilinçli olarak gerçekleştirilen bu küçük detay, tasarımın anlatsal değerini arttırmaktadır. Karakterin yüzündeki çizgiler ve kolundaki benzer hatlarla bu dil bütünlüğüne gönderme yapılmaktadır. *Düzen* bakımından oyun karakterinin ortalı kullanımı görsel iletişim tasarımı için önemlidir. Arka plandaki renkler oyunun dünyası ile bağdaşmaktadır. Afiş tasarımındaki ortalı tasarım pasif düzenleme olmaktadır. Bu bakımdan düzenin sağlanması arayüz tasarımının değerleriyle uyumlu şekilde ilerlemiştir. Sonuç olarak afiş tasarımında kullanılan tasarımsal unsurların hepsi arayüz unsurlarına bağlı kalmaktadır. Bu da

biçimin ve işlevin birleştirildiğini göstermektedir. Afış tasarımı oyunu yansıtmaktadır.

### 3.4. Araştırma Bulguları

Bulgular kısmında araştırmada kullanılan ana ve alt değişkenlerin video oyunlarının arayüz ve afış tasarımına göre kullanımları karşılaştırmalı olarak gösterilmektedir. Elde edilen bulgular Tablo 3 ve Tablo 4'te gösterilmiştir.

**Tablo 3.** Arayüzün tasarımının sunumu

Ana	Alt değişken	Batman: Arkham Knight	Detroit: Become Human	Battlefield 5	Devil May Cry 5	Cyberpunk 2077	Toplam	%
Yaklaşım	Fantastik	1			1		2	40
	Realistik		1	1			2	40
	Fütüristik					1	1	20
Tipografi	Sans Serif	1	1	1		1	4	80
	Serif			1	1		2	40
	Çeşitli				1	1	2	40
Renk	Canlı	1		1	1	1	4	80
	Koyu	1	1	1	1	1	5	100
	Sade		1				1	20
İmge	Soyut	1	1	1	1	1	5	100
	Somut	1	1	1	1	1	5	100
Düzen	Aktif		1				1	20
	Pasif	1		1	1	1	4	80

Tablo 3'te ana ve alt değişkenlere göre araştırma kapsamına alınan beş oyunun arayüz tasarım özelliklerinin karşılaştırılması görülmektedir. Tablo incelendiğinde beş video oyununda %40 oranında fantastik ve realistik yaklaşımların; tipografi kullanımında da %80 oranında sans serif karakterlerin tercih edildiği görülmektedir. Oyunlarda renk kullanımı bakımında %100 koyu ve %80 canlı renkler öne çıkmıştır. İmge bakımında beş oyunda da %100 oranında hem soyut hem de somut göstergeler kullanılmış, düzen olarak da %80 oranında pasif yapı tercih edilmiştir.

Arayüz tasarımının yaklaşımı oyunun yapısına göre farklılık göstermektedir. Tipografi kullanımı günümüzde sıklıkla kullanılan sans serif yani modern fontlardan oluşmaktadır. Renk tercihleri çoğunlukla koyu ve canlı renkler arasında olmakta, sade renkler daha az görülmektedir. İmge kullanımında hem soyut hem de somut göstergeler görülmekte, düzenlemede ise pasif yapılar öne çıkmaktadır.

**Tablo 4.** Afiş tasarımının sunumu

Ana	Alt değişken	Batman: Arkham Knight	Detroit: Become Human	Battlefield 5	Devil May Cry 5	Cyberpunk 2077	Toplam	%
Yaklaşım	Fantastik	1			1		2	40
	Realistik		1	1			2	40
	Fütüristik					1	1	20
Tipografi	Sans Serif	1	1	1			3	60
	Serif						0	0
	Çeşitli				1	1	2	40
Renk	Canlı			1	1	1	3	60
	Koyu	1			1		2	40
	Sade		1				1	20
İmge	Soyut			1		1	2	40
	Somut	1	1	1	1	1	5	100
Düzen	Aktif		1	1			2	40
	Pasif	1			1	1	3	60

Video oyunları için hazırlanan afiş tasarımlarının yapısal özelliklerini gösteren Tablo 4'te de görüldüğü gibi afişler, arayüz tasarımı ile benzer biçimde %40 fantastik, %40 realistik yaklaşımla tasarlanmıştır. Tipografi kullanımı bakımından %60 sans serif özelliğindeki modern fontlar, renk tercihlerine göre de %60 oranında canlı renkler öne çıkmıştır. Video oyunların %100'ünde somut imgeler görülürken, soyut imge kullanımları %40 oranında gerçekleşmiştir. Düzen bakımından tasarımlar ise %60 oranında pasif, %40 oranında aktif özellik göstermektedir.

Tablo 3 ve 4 karşılaştırıldığında, yaklaşımların oyunun yapısına göre benzerlik gösterdiği görülmekte, arayüz ve afiş tasarımı arasındaki bağ ortaya çıkmaktadır. Tipografi kullanımı da benzer şekilde ilerlemektedir. Arayüzlerde olduğu gibi afiş tasarımında da benzer oranlar ortaya çıkmaktadır. Hem arayüz hem de afiş tasarımında renk kullanımlarında canlı ve koyu tonlar kullanılmıştır. Benzer durum imge kullanımında somut göstergelerin kullanım sıklığında da görülmektedir. Soyut imgelerin afiş tasarımında daha düşük görülmesinin nedeni afişlerin kısa sürede anlaşılır iletişim kurma hedefinden kaynaklanmaktadır. Düzenlemelerde hem arayüz hem de afiş tasarımlarında hızlı algılamayı etkilemesi bakımından pasif yapılar öne çıkacak şekilde kullanım özellikleri görülmektedir.

Seçilmiş video oyunlarının arayüz ve afiş tasarımları arasında güçlü bir bağ olduğu görülmektedir. Batman: Arkham Knight video oyununun arayüz ve afiş tasarımında yaklaşım, tipografi, düzen, renk ve imge bakımında benzer özellikler görülmektedir. Detroit: Become Human video oyununda aynı yaklaşım, tipografi, imge ve düzenleme vardır. Benzer renk kullanımları bulunur. Battlefield 5 video oyununda aynı yaklaşım ve imgeler kullanılır. Tipografi, renk ve düzenleme benzer şekilde ilerlemektedir. Devil May Cry 5 video oyununda aynı yaklaşım ve düzenleme bulunur. Tipografi, renk ve imge kullanımları benzer şekildedir. Cyberpunk 2077 video oyununda aynı yaklaşım, imge ve düzenleme bulunur. Tipografi ve renk kullanımları benzer şekilde ilerler. İçerik analizi yapılan oyunların arayüz tasarımının hem oyun hem de afiş tasarımı ile bağ kurduğu görülmektedir. Arayüz ve afişin tasarım unsurları arasında bütünlük olduğu ve tasarımsal alt unsurlar ile bunun gerçekleştirildiği sonucuna



ulaşmaktadır. Aralarında ana ve alt değişkenler boyutunda tasarımsal olarak bağ olduğu görülmektedir. Afişler tasarım bakımından oyunun içeriğini yansıtabilecek güçtedir. Üç araştırma sorusu bu şekilde cevaplandırılmıştır.

#### 4. Sonuç

Video oyunlarının gelişmesi ile arayüz ve afiş tasarımlarında da birçok değişiklik yaşanmış ve günümüzdeki konuma erişilmiştir. Bu bağlamda video oyunlarının son derece etkin ve başarılı bir iletişim hedeflediği görülmektedir. Hedef kitlenin oyunlardan beklentisi artmakta, bu beklentiler de oyunların standartlarının oluşumuna katkı sağlamaktadır. Görsel iletişim tasarımı bunlardan biridir. Görsel iletişim tasarımının temel unsurlarından olan yaklaşım, tipografi, renk, imge ve düzen araştırma kapsamında incelenen video oyunları ve afiş tasarımlarının içerik analizindeki temel unsurları oluşturmuştur. Yaklaşım tasarım anlayışını, renk tasarımsal bağı, imge iletişim hızını ve düzenleme ise işlevselliğe doğrudan katkı sağlaması nedeniyle ana unsur olarak seçilmiştir. Ana unsurlar alt değişkenlerle desteklenmiştir. Alt değişkenler tasarımsal bütünlüğün ve bağın ortaya çıkarılması için kullanılmıştır. Yaklaşım üç alt unsur olan fantastik, realistik, fütüristik üzerinden; tipografi sans serif, serif ve çeşitli üzerinden; renk canlı, koyu ve sade üzerinden; imge soyut ve somut üzerinden, düzen ise aktif ve pasif üzerinden ilerler. Unsurlar arayüz ve afiş tasarımının bağının ortaya çıkarılmasına katkı sunmaktadır.

Çalışma video oyunlarının görsel iletişimi tasarlama potansiyelinin ortaya çıkarılmasına odaklanmış, bu bağlamda arayüz ve afişin tasarımsal bağı da araştırılmıştır. Dolayısıyla bu temel tasarım unsurları araştırma için kıymetlidir. Araştırma doğrultusunda “Steam” platformu üzerinden az elli bin yorum alan video oyunları örneklem olarak alınmış ve geçmişten günümüze olacak şekilde sıralanmıştır. Araştırma video oyunu sektöründeki popüler ve en çok yorum almış oyunların tasarımsal bağını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu nedenle hem rastlantısal hem de bilinçli bir tercih yapılmıştır. En az elli bin “Steam” yorumuna sahip on oyun rastlantısal olarak seçilmiştir. Farklı tema ve türe sahip oyunların olması için bilinçli bir tercih yapılmıştır. Oyunlar içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Araştırmanın sonucunda, afişlerin oyunun görsel özelliklerini yansıttığı ve arayüz tasarımı ile bağ kurduğu görülmüştür. Bağ, ana tasarımsal unsurlar olan yaklaşım, renk, tipografi, imge ve düzen ile sağlanmaktadır. Alt unsurlar tasarımın mikro ve makro ölçekte bütünleştirilmesine katkıda bulunmaktadır. Video oyunları, estetik değerleri etkili şekilde görselleştirmiştir. Görselleştirme ile oyuncuyu harekete geçirmek hedeflenmiştir. Video oyunlarında bu tür detaylı tasarımların görülmesi sektörün geldiği noktayı göstermektedir. Bu seviyede markalaşma yapabilmek için güçlü bir tasarım bilgisi gerekmektedir. Mikro ve makro detayları birleştirmeye çalışmak daha iyiye gitme çabasının göstergesidir. Video oyunu sektörü ise daha etkili tasarımlar için görsel iletişimi ve teknolojinin sınırlarını kullanmaktadır. İncelenen video oyunlarının yaptığı markalama oyunun daha profesyonel algılanması için önemli olmaktadır. Tasarımsal olarak profesyonel olan video oyunları hedef kitlesi tarafından daha çok tercih edilmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden biri oyunları daha iyi nitelene gücüdür. Daha başarılı tasarımsal özelliklere sahip olan oyunların daha çok dikkat çekmesi olası bir durumdur. Bu bağlamda video oyun sektörünün büyümeye devam edeceği düşünülmektedir. Yapımcılar, bu gibi nedenlerden dolayı



görsel tasarıma özen göstermelidir. Bunlara ilaveten küçük detayların bütüne nasıl hizmet edebileceğine dair önemli bir görsel tasarım örneği oluşturulmaktadır.

Video oyunu sektöründeki başarılı ve popüler olan video oyunlarının tasarımsal bütünlük açısından üst seviyede olduğu görülmektedir. İçerik analizi yapılan video oyunlarında kullanıcı arayüz ve afiş tasarımının video oyununu nitelemesi son derece başarılı şekilde gerçekleştirilmiştir. Biçimsel ve işlevsel olarak tasarımların birlikte ele alınması estetik ve başarılı görsel iletişim tasarımı için kıymetli olmuştur. Ayrıca bütünlüğün sağlanması için tasarımsal unsurlar hem makro hem de mikro ölçekte bütünlleştirilmiştir. Video oyunu sektörünün geldiği tasarımsal seviye ile profesyonel markalama ve reklam gücüne genel olarak eriştiği görülmektedir. Görsel iletişim tasarımının başarılı olması bu güce erişimde önemli bir etkidir.

İncelemesi yapılan oyunlarda tasarımsal bütünlük üst seviyededir. Beş tasarım unsuru olan yaklaşım, renk, tipografi, imge ve düzen unsurları analiz edilmiştir. Hem arayüzün hem de afiş tasarımının birçok ortak tasarımsal noktaya sahip olduğu görülmüştür. Alt unsurlar araştırma kısmındaki mikro ölçekli tasarım aşamalarını göstermiştir. Karşılaştırma aşamasında tasarımsal dil bütünlüğü olduğu görülmüştür. Örneğin arayüz ve afiş tasarımlarının yaklaşımı benzerdir. Oyunda fantastik yaklaşım bulunuyorsa bu durum arayüz ve afiş tasarımında da benzer şekilde ilerler. Tipografi kullanımı benzerdir. Renkler ortak tonları içerir. İmgeler benzer şekildedir. Sayfa düzenlemesinde de ortak kısımlar vardır. Video oyununun yapısal özellikleri arayüz ve afiş tasarımının nasıl olacağına karar vermiştir.

Sonuç olarak ise video oyunu başarılı biçim ve işleve sahip olmuştur. Oyuncu, oyunun arayüzüne veya afişine baktığında ikisinin aynı oyuna ait olduğunu anlayabilmektedir. Bunlara ilaveten başarılı tasarım dili sayesinde iletişimin süresi de kısaldır. Bu durum oyuncunun zorlanmadan mesajı anlamasına ve oyunun anlatmak istediğini aktarmasına yardımcı olur. Oyun içerisindeki birçok aşamada başarılı tasarımların olması oyuncunun tecrübesini geliştirmekte ve ilgisini çekmektedir. Bu yüzden oyunlar çok başarılı bir görsel iletişim tasarımı gerçekleştirilmelidir. İçerik analizi yapılan video oyunlarında da bu durum görülmektedir. Küçük detayların bu aşamada etkisi büyük olmuştur. Nitekim küçük detaylar birleştiğinde büyük bir anlama dönüşmüştür. Araştırma kısmındaki tablolarda arayüz ve afiş tasarımları ana ve alt unsurlar altında incelenmiştir. Tablolarda görüldüğü gibi hem arayüz hem de afiş tasarımı arasındaki tasarımsal bağ ortaya çıkmıştır. Ayrıca tasarım dilinin oyunun yapısı tarafından etkilendiği sonucuna da ulaşılmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda oyunların görsel iletişim tasarımı alanındaki başarısı ve gücü ortaya konmuştur. İçerik analizi yapılan oyunların tasarımsal olarak oyunun yapısına uygun ilerlediği ve hem arayüz hem de afiş tasarımının kendi arasında bağ kurduğu sonucuna ulaşılmıştır. Biçim ve işlevin birlikte alınması hem biçimsel olarak hem de işlevsel olarak tasarıma katkıda bulunmuştur. Tüm bu bilgilerden yola çıkarak bu araştırma makalesinde hem hedef kitlenin oyun oynama edimi isteğinin “oyunların arayüz ve afiş tasarımlarının” arasındaki ilişkisel görsel bağdan kaynaklandığı hem de video oyunu sektöründe profesyonel seviyede başarılı ve estetik görsel iletişim tasarımının standartlaştığı sonucuna ulaşılmıştır

## MAKALE BİLGİ FORMU

**Yazar(lar)ın Katkıları:** Yazar çalışmaya %100 katkı sunmuştur  
**Çıkar Çatışması Bildirimi:** Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.  
**Destek/Destekleyen Kuruluşlar:** Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kar amacı gütmeyen sektörden hibe alınmamıştır.  
**Etik Onay ve Katılımcı Rızası:** “Video Oyunlarındaki Arayüz Tasarımının Oyun Afişisi Üzerindeki Yansımaları” başlıklı çalışma etik kurul onayı gerektirmemektedir. Yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulduğu, toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmadığı yazar tarafından beyan edilmiştir.

## Kaynaklar

- Ahl, D. H., Reid-Green, K. S. & Zobrist, A. L. (2003). Computer games. In: Ralston, A. Edwin D. R. & Hemmendinger, D. (Eds.). *Encyclopedia of Computer Science*. Fourth Edition. (357-368) New York: Wiley. John Wiley and Sons Ltd., GBR.
- Akyol, G. (2014). Mobil uygulama arayüzlerinin incelenmesi üzerine bir çalışma. *International Symposium of Innovative Technologies in Engineering and Science 2014*, Karabuk.
- Artan, H. İ. & Uçar, F. (2018). Kaligrafi ve tipografinin afiş sanatına yansımaları. *Akademik Sanat*, 3 (6), 10-27. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akademiksanat/issue/42391/435333>
- Aytaş, G. & Uysal, B. (2017). Oyun kavramı ve sınıflandırılmasına yönelik bir değerlendirme. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 675-690.
- Sucu, A. (2011). Global markaların advergame tasarımı ve kültür ilişkisi. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, (24), 32-41.
- Bedi, V. & Varga, M. (2018). Visual perception and attitudes of students toward the role and importance of photography—students' creative and artistic photographic works through project-based learning. *Media Dialogues Journal for Research of The Media and Society*, 30(11), 5-17.
- Ceylan, C. (2020). Sosyal medya tasarımı ve ihtiyaç. *İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 6(11), 43-52.
- Childs, C. (1999). *The Impact of graphic design on the target audience: Designing an effective social marketing campaign*. (Thesis, Rochester Institute of Technology). Retrieved from <https://scholarworks.rit.edu/theses/6184>
- History., (2017, 1 Eylül), Video Game History., *History*. <https://www.history.com/topics/inventions/history-of-video-games> adresinden erişildi.
- Gomes, R. (2005). The design of narrative as an immersive simulation. *Digital Games Research Association Conference*, São Paulo.
- Gümüştekin, N. (2013). Rengin bir grafik tasarım ürünü olarak afişe katkısı: Tarihsel bir inceleme. *Yedi*, (9), 35-50. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/yedi/issue/21842/234838>
- İlbars, E. (2019). *Hareketli grafik tasarımda minimalizm*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Işık Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul). Adresinden erişildi <https://hdl.handle.net/11729/1554>
- IMDB (2015a) [Resim]. Batman: Arkham Knight. *IMDB*. [https://www.imdb.com/title/tt3554580/mediaviewer/rm1849236225/?ref\\_=tt\\_ov\\_i](https://www.imdb.com/title/tt3554580/mediaviewer/rm1849236225/?ref_=tt_ov_i) adresinden erişildi.
- IMDB (2020a) [Resim]. Cyberpunk 2077. *IMDB*. [https://www.imdb.com/title/tt3810192/mediaviewer/rm3459643137/?ref\\_=tt\\_ov\\_i](https://www.imdb.com/title/tt3810192/mediaviewer/rm3459643137/?ref_=tt_ov_i) adresinden erişildi.
- IMDB (2019a) [Resim]. Devil May Cry 5. *IMDB*. [https://www.imdb.com/title/tt8651604/mediaviewer/rm754940160/?ref\\_=tt\\_ov\\_i](https://www.imdb.com/title/tt8651604/mediaviewer/rm754940160/?ref_=tt_ov_i) adresinden erişildi.
- IMDB (2018a) [Resim]. Battlefield 5. *IMDB*. [https://www.imdb.com/title/tt9053434/mediaviewer/rm3776085760/?ref\\_=tt\\_ov\\_i](https://www.imdb.com/title/tt9053434/mediaviewer/rm3776085760/?ref_=tt_ov_i) adresinden erişildi.

- Interface In Game. (2015a) [Resim]. Batman: Arkham Knight. *Interface In Game*. <https://interfaceingame.com/screenshots/batman-arkham-knight-main-menu/> adresinden erişildi.
- Interface In Game (2015b) [Resim]. Batman: Arkham Knight. *Interface In Game*. <https://interfaceingame.com/screenshots/batman-arkham-knight-tutorial/> adresinden erişildi.
- Interface In Game. (2020a) [Resim]. Cyberpunk 2077. *Interface In Game*. <https://interfaceingame.com/screenshots/cyberpunk-2077-main-menu/> adresinden erişildi.
- Interface In Game. (2020b) [Resim]. Cyberpunk 2077. *Interface In Game*. <https://interfaceingame.com/screenshots/cyberpunk-2077-take-item/> adresinden erişildi.
- Interface In Game. (2018a) [Resim]. Detroit: Become Human. *Interface In Game*. <https://interfaceingame.com/screenshots/detroit-become-human-main-menu/> adresinden erişildi.
- Interface In Game. (2018b) [Resim]. Detroit: Become Human. *Interface In Game*. <https://interfaceingame.com/screenshots/detroit-become-human-objectives/> adresinden erişildi.
- Interface In Game. (2019b) [Resim]. Devil May Cry 5. *Interface In Game*. <https://interfaceingame.com/screenshots/devil-may-cry-5-in-game/>
- Interface In Game. (2019a) [Resim]. Devil May Cry 5. *Interface In Game*. <https://interfaceingame.com/screenshots/devil-may-cry-5-main-menu/>
- Jackfrags. (18 October 2018b) *Battlefield 5 Single Player Gameplay and Impressions*. (2018b) [Video dosyası]. *Youtube*. <https://www.youtube.com/watch?v=HtwFf2g8Eug> adresinden erişildi.
- Jackfrags. (13 November 2018a) *This doesn't make much sense Battlefield 5*. [Video dosyası]. <https://www.youtube.com/watch?v=aNMybTNl8Vk> adresinden erişildi.
- Kalp, B. (2012, 16 April), The Lost Founder of Baseball Video Games. *Grantland*. <https://grantland.com/features/john-burgeson-ibm-computer-start-baseball-video-games/> adresinden erişildi.
- Kara, U. Y. (2018). Video oyunlarında zaman ve mekân: Bir taslak. *Moment Dergi*, 5(1), 31-56. doi:10.17572/mj2018.1.3156
- Keş, Y. & Kara, M. (2015). Mobil oyun geliştirme sürecinde arayüz tasarımı. *Yıldız Journal of Art and Design*, 2(2), 18-26.
- Kepenek, E. B. (2020). Türkiye dijital oyun sektöründe nitelikli işgücü sorunsalı: Sosyo-Ekonomik bir bakış. *Politik Ekonomik Kuram*, 4 (2), 296-309. doi:10.30586/pek.808117
- Kimball, R. & Harslem, B. V. E. (1982). Designing the star user interface. *Byte*, 7, 242-282.
- Kirriemuir, J. (2002). Video gaming, education and digital learning technologies. *D-lib Magazine*, 8(2), DOI:10.1045/february2002-kirriemuir

- Komsı, J. (2021). *The psychological effects of video games: How game design influences players and buyer decisions*. (Bachelor's thesis, Hämeen Ammattikorkeakoulu Häme University Of Applied Sciences). Retrieved from <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2021060414406>
- Kurtz, T. E. (1978). Basic. In *History of programming languages*, Association for Computing Machinery, (pp. 515-537). Retrieved from <https://doi.org/10.1145/800025.1198404>
- Llanos, S. C. & Jørgensen, K. (2011, September). Do players prefer integrated user interfaces? A qualitative study of game UI design issues. In *Proceedings of Digital Games Research Association 2011 Conference: Think Design Play*, Hilversum.
- Lehimler, Z. (2019). Afiş tasarımında ön-arka plan ilişkisi. *Asos Journal Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(89), 204-218.
- Lehimler, Z. (2019). Afiş tasarımında boşluk kullanımı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(1), 407-417.
- Malinauskas, J. (2018). Evolution of Gestalt principles in contemporary graphic design. In *9th International Symposium on Graphic Engineering and Design*. Retrieved from <https://doi.org/10.24867/GRID-2018-p63>
- Maosheng, H. (2017). *Research on the construction of visual aesthetic factors in graphic design*. International Conference on Humanities, Arts and Language, Yinchuan, China.
- Mazumder, F. K. & Das, U. K. (2014). Usability guidelines for usable user interface. *International Journal of Research in Engineering and Technology*, 3(9), 79-82.
- Menon, L. (2015). History first-hand: Memory, the player and the video game narrative in the Assassin's Creed games. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 7(1), 108-113.
- Norman, J. (t.y.). *Nimatron: An early electromechanical machine to play the game of nim*. *History of Information*. <https://www.historyofinformation.com/detail.php?entryid=4472> adresinden erişildi.
- Özkeçeci, M. S. & Sevindik, O. Teknikten estetiğe geçiş: oyun tasarımcısının oluşumu ve gelişimi. *Uluslararası Disiplinlerarası ve Kültürlerarası Sanat*, 2(2), 141-153.
- Özpolat, K. & Haşiloğlu, M. F. (2019). "Görsel kimlik" ve "marka tasarımı" kavramlarına ilişkin grafik tasarım bölümü öğrencilerinin metaforik algıları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29(2), 191-201. doi:10.18069/firatsbed.561267
- Pearson, E. & Bailey, C. (2007). Evaluating the potential of the Nintendo Wii to support disabled students in education. In *ICT: Providing choices for learners and learning*. Proceedings ascilite Singapore 2007. <http://www.ascilite.org.au/conferences/singapore07/procs/pearson-poster.pdf>
- Playstation (2018a) [Resim]. Detroit: Become Human. *Playstation*. <https://image.api.playstation.com/vulcan/img/rnd/202010/2119/W83G1nGF7wGs2J7Cq3LhpwwI.png> adresinden erişildi.

- Tootoonchi, N. (2011). System of visual organization in graphic design. *Proceedings of Bridges 2011: Mathematics, Music, Art, Architecture, Culture, Towson*, 485-488. Retrieved from <http://archive.bridgesmathart.org/2011/bridges2011-485.html>
- Yalur, R. (2021). Grafik tasarımıda renklerle düşünme. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 10(79), 478-493.
- Yiğiter, U. & Tatar, E. Mimarlık ve medya etkileşiminde oyun tasarımı. *GSI Journals Serie C: Advancements in Information Sciences and Technologies*. 2(1),1-22. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/aist/issue/47914/583548>
- Zhong, W. (2015, July). *Computer digital color technology in the application of graphic design*. First International Conference on Information Sciences, Machinery, Materials and Energy, Chongqing, China. Atlantis Press, Paris, France.
- Zhu, Y. (2019, August). *Analysis of "white space" in modern graphic design*. 5th International Conference on Arts, Design and Contemporary Education, Chengdu, 153-156.
- Wikipedia. (2022, 17 Kasım) Space Invaders. *Wikipedia* [http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Space\\_Invaders](http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Space_Invaders) adresinden erişildi.
- Wikipedia. (2022, 31 Temmuz) Intellivision. *Wikipedia*. <https://en.wikipedia.org/wiki/Intellivision> adresinden erişildi.
- Wikipedia. (2022, 11 Kasım) PlayStation 4. *Wikipedia*. [https://en.wikipedia.org/wiki/PlayStation\\_4](https://en.wikipedia.org/wiki/PlayStation_4) adresinden erişildi.
- Wikipedia (2022, 23 Kasım 2022) PlayStation 5. *Wikipedia*. [https://en.wikipedia.org/wiki/PlayStation\\_5](https://en.wikipedia.org/wiki/PlayStation_5) adresinden erişildi.

Araştırma Makalesi

## Stratejik Anlatı İnşasında Sosyal Medyanın Araçsallaştırılması: Türkiye-Yunanistan Örneği

### Özet

Emine BOYRAZ\*

Bu çalışma, Türkiye ve Yunanistan arasındaki ilişkilerin en gergin hali kabul edilen Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Yunanistan'a yönelik "bir gece ansızın gelebiliriz" açıklamasının yapıldığı döneme ve sonrasında üretilen stratejik anlatı temalarına odaklanmaktadır. Çalışma, bu iki ülkenin kendini ve ötekini hangi stratejik anlatı temalarıyla inşa ettiğini tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla çalışmada sosyal medya platformu Twitter'da inşa edilen stratejik anlatı temaları tespit edilmiş, elde edilen bulgular nitel içerik analizi tekniği kullanılarak tablolaştırılmıştır. Uluslararası politikada stratejik anlatı inşasını konu edinen çalışmalarda olay anlatısı, sistem anlatısı ve kimlik anlatısı olmak üzere üç farklı düzeyde inceleme yapılmaktadır. Bu çalışmada ise yalnızca kimlik anlatısı düzeyi incelenmektedir. Araştırma sürecinde, iki ülkenin de Twitter'ı araçsallaştırıp birbirlerine karşı negatif anlatı temaları kullandıkları tespit edilmiş, bu doğrultuda ülkelerin birbirlerini ötekileştirmek ve uluslararası kamuoyu karşısında haksız göstermek amacıyla negatif anlatı inşa ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Aynı şekilde iki ülkenin kendi kimlik anlatılarını inşa ederken oldukça pozitif temalar kullandıkları tespit edilmiş, bunun amacının da kendi tutum ve davranışlarını uluslararası kamuoyu karşısında meşrulaştırmak olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Stratejik Anlatı, Sosyal Medya, Dış Politika, Doğu Akdeniz, Türkiye ve Yunanistan.

\*Bursa Teknik Üniversitesi,  
İnsan ve Toplum Bilimleri Fakùltesi,  
Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı,  
Yüksek Lisans Öğrencisi  
E-mail: emineboyraz23@gmail.com,  
ORCID: 0000-0002-2794-3637



Research Article

## The Instrumentalization Of Social Media In The Construction Of A Strategic Narrative: The Case Of Turkey-Greece

### Abstract

Emine BOYRAZ\*

This study focuses on the period in which President Erdoğan made the statement “we can come to Greece suddenly one night” statement, which is considered to be the tensest phase of the relations between Turkey and Greece, and the strategic narrative themes produced in its aftermath. The study aims to identify the strategic narrative themes through which these two countries construct themselves and the other. For this purpose, the strategic narrative themes constructed on the social media platform Twitter were identified and the findings were tabulated using qualitative content analysis technique. In the studies on strategic narrative construction in international politics, three different levels are examined as event narrative, system narrative and identity narrative. In this study, only the level of identity narrative is examined. In the research process, it was determined that both countries used negative narrative themes against each other by instrumentalizing Twitter, and in this direction, it was concluded that the countries construct negative narratives in order to marginalize each other and to portray one another as unfair in the eyes of the international community. In the same way, it was determined that the two countries used very positive themes while constructing their own identity narratives and that the purpose of this was to legitimize their own attitudes and behaviors in the eyes of the international public.

\*Bursa Technical University,  
Faculty of Humanities and Social  
Sciences,  
Department of International Relations,  
Graduate Student,  
E-mail: emineboyraz23@gmail.com,  
ORCID: 0000-0002-2794-3637

**Keywords:** Strategic Narrative, Social Media, Foreign Policy, Eastern Mediterranean, Turkey and Greece.

Received: 27.11.2022  
Accepted: 16.12.2022



## Giriş

Türkiye ve Yunanistan arasında son dönemde yaşanan krizler nedeniyle iki ülke ilişkilerinde olumsuz bir havanın hâkim olduğu yeni bir döneme girilmiştir. Yunanistan'ın gayri askeri statüdeki adaları silahlandırma girişiminin hız kazanması, Türkiye'nin bu durumu tehdit olarak algılamasına, Türkiye'nin ise Ege'deki hava sahasında askeri ve eğitim uçuşlarını arttırması Yunanistan tarafından tehdit olarak algılamasına sebep olmuştur. Tehdit algılama boyutunun sürekliliğini koruduğu iki ülke arasında yaşanan krizlerin yanı sıra Rusya-Ukrayna savaşı nedeniyle de bu iki ülkenin ötekine karşı daha fazla tehdit unsuru sayılabilecek davranışlarda bulunduğu gözlemlenmektedir. Bu doğrultuda Türkiye'nin NATO misyonu içerisinde bulunan F-16 uçaklarına Yunanistan tarafından radar kilidi atılmasını takiben Türkiye tarafından "bir gece ansızın gelebiliriz" açıklaması bu dönemde iki ülke arasında yaşanan gerilimin ulaştığı boyutu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte iki ülke arasında yaşanan mülteci ve göçmen sorunu bu ülkelerin birbirlerine yönelik itham edici söylemlerini arttırmıştır. Doğu Akdeniz'de deniz alanlarının sınırlandırılmasına ve Kıbrıs'ın statüsüne ilişkin anlaşmazlık ise Ankara ile Atina'nın birbirlerini ötekileştirmesine zemin hazırlayan uygun bir siyasi iklimi ortaya çıkarmıştır (Polat, 2020, ss. 209-228).

Yukarıda belirtilen gözlemlerden yola çıkan çalışma, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın "bir gece ansızın gelebiliriz" açıklamasını yaşanan gerilim bakımından bir dönüm noktası almakta, Türkiye ve Yunanistan'ın kendileri hakkında ve ötekine karşı ürettikleri stratejik anlatıyı incelemektedir. Çalışmanın en temel amacı; iki ülkenin hangi temel stratejik anlatı temalarıyla ötekini ve kendilerini inşa ettiklerini tespit etmektir. Bu doğrultuda çalışma, iki ülkenin hangi stratejik anlatı temalarını üreterek ötekini ve kendilerini, ulusal ve uluslararası kamuoyuna nasıl sundukları sorusuna cevap aramaktadır. Çalışmanın kapsamını oluşturan hususlar ise şunlardır; ilk olarak, Haziran-Ekim (toplam beş ay) ayları arasında oluşturulan stratejik anlatı temaları ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır. Bu doğrultuda söz konusu zaman dilimi haricinde iki ülke arasında bir stratejik anlatı olup olmadığıyla ilgilenilmemiştir. İkinci olarak, iki ülkenin belirli siyasi liderlerinin ve bu siyasi liderlerin başında bulunduğu devlet kurumlarının Twitter hesapları aracılığıyla inşa edilen stratejik anlatı incelenmiştir. Twitter ve seçili hesaplar haricinde oluşturulan stratejik anlatılar çalışma kapsamı içerisinde değerlendirilmemektedir. Son olarak çalışma, iki ülkenin kendileri ve öteki hakkında ürettikleri stratejik anlatının kimlik anlatısı boyutunu ele almaktadır.

Çalışmada, Miskimmon, O'Loughlin ve Roselle'nin (2013) ileri sürdüğü model esas alınarak devletlerin uluslararası politikada başvurduğu stratejik iletişim tekniklerinden biri olan stratejik anlatı kavramı kullanılmaktadır. Bu modele göre uluslararası politikada stratejik anlatı olay anlatısı, kimlik anlatısı ve sistem anlatısı olmak üzere üç ayrı seviyede incelenebilmektedir. Bu çalışmada ise devletlerin dış politika davranışlarının belirlenmesinde kimliğin belirleyici rol oynadığı varsayımından hareketle (Wendt, 1995, ss. 71-81) sadece Türkiye ve Yunanistan'ın kendileri hakkında ve ötekine yönelik ortaya koydukları kimlik anlatısı düzeyi incelenmektedir. Araştırma sürecinde nitel araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Nitel yöntem kullanılarak incelenen ve toplanan veriler, nitel içerik analizi tekniği ile tablollaştırılarak analiz edilmektedir. Araştırma ve veri toplama için, her ülkeden

siyasi liderler ve ilgili devlet kurumları seçilmiştir. Bu doğrultuda çalışma, üç ana bölümden meydana gelmektedir. Birinci bölümde, stratejik anlatı kavramına ilişkin kavramsal çerçeve üzerinde durulmaktadır. İkinci bölümde, araştırma sürecinde başvurulan yöntem açıklığa kavuşturulmaktadır. Üçüncü bölümde ise, elde edilen veriler tablolaştırılıp sunulmakta, çözümlenmesi yapılmakta ve bulgular üzerinden tartışılma yürütülmektedir.

### 1.Kavramsal Çerçeve: Stratejik Anlatı

Yaygınlaşan kitle iletişim araçlarının kullanımı ile birlikte toplumların uluslararası gelişmelerle ilgili bilgi sahibi olma imkanları da artmıştır. Bu nedenle siyasi elitler davranışlarını ve kararlarını haklı ve meşru göstermek amacıyla kitle iletişim araçlarını kullanmaya başlamışlardır. Aynı zamanda devletler dış politikada hedeflerine ulaşabilmek amacıyla stratejik iletişim araçlarını da kullanabilmektedir. Buradan hareketle siyasi elitlerin hedeflerine ve amaçlarına ulaşmak maksadıyla stratejik iletişimi bir araç olarak gördüklerini söyleyebiliriz (Hallahan vd., 2007, s.3). Stratejik iletişim, diğer iletişim türlerinden belirli bir hedef doğrultusunda ve stratejik bir amaca yönelik uygulanması nedeniyle ayrılmaktadır. Bu açıdan her iletişimin stratejik iletişim olmayacağını vurgulayan Zaharna (2010, s.6) planlanmamış, sistematik ve bir amaca hizmet etmeyen iletişim biçimlerinin stratejik iletişim olarak adlandırılmayacağını altını çizmektedir. Özetle stratejik iletişim, iletişimin stratejik olarak kurgulanması ve uygulanmasıdır (Moss & Warnaby, 1998, ss.131-140). Stratejik anlatı kavramını anlayabilmek için ilk olarak anlatı kavramı üzerinde durulması gerekmektedir. Toplumsal aktörlerin farklı anlatılar oluşturarak kendilerini ve içerisinde buldukları toplumsal yapıyı oluşturduklarını öne süren Suganami (1999, s.179) bu doğrultuda söz konusu toplumsal yapının aktör, yapı ve anlatı unsurlarının birbirini şekillendirdiğini ve karmaşık bir ilişki biçiminin ortaya çıktığını belirtir. Peterson ve Monroe ise sosyal bilimlerdeki anlatı kavramını incelemişlerdir. Onlara göre insanların siyasal gerçeklikle ilgili algıları ve siyasal gelişmelere verdikleri tepkiler anlatılar tarafından şekillenmektedir. Bu nedenle anlatılar siyasal davranışın belirlenme sürecinde önemli bir unsurdur. Ayrıca anlatılar siyasal gerçekliği anlamak, hedef kitleye açıklamak için tasarlanmıştır (Paterson & Monroe, 1998, s.316). Roberts ise anlatıyı birbirine bağlı insan eylemleri hakkında hikayeler anlatma pratiği olarak tanımlamaktadır (2006, ss.707-710).

Stratejik anlatı kavramı uluslararası ilişkilerde, Miskimmon, O'Loughlin ve Roselle tarafından yayınlanan çalışmalar sonucunda sistematik bir kavram boyutuna ulaşmıştır. Bu araştırmacıların stratejik anlatı kavramını literatüre nasıl sunduklarını incelediğimizde Miskimmon ve arkadaşları (2013, ss.1-14) stratejik anlatıyı, siyasi elitler tarafından hedef kitlenin düşünce ve davranışlarını etkilemek için aynı zamanda olaylar, kimlikler ve uluslararası sistem hakkındaki düşünceleri yönetmek için kullanılan bir araç olarak tanımlamaktadır. Aynı zamanda Miskimmon ve arkadaşları (2017, s.6) stratejik anlatıları “siyasi aktörlerin iç ve uluslararası aktörlerin davranışlarını şekillendirmek için uluslararası siyasetin dünü, bugünü ve geleceği hakkında ortak bir anlam oluşturmaları için bir araç” olarak tanımlamaktadır. Stratejik anlatı sadece siyasi elitlerin kimliklerini ve amaçlarını tanımlamakla kalmaz aynı zamanda bu amaçlara ulaşmada ortaya çıkan zorlukların nasıl aşılacağını da

belirlemektedir (Roselle vd., 2014, s.76). Bunun sonucunda siyasi aktörler, stratejik anlatılar kullanarak hedef kitleye karşı eylemlerini meşrulaştırır ve hedef kitlenin davranışlarını etkiler. Stratejik anlatıyı etkin bir şekilde kullanan siyasi iktidar kendi davranışlarını hedef kitleye meşru göstermenin yanı sıra aynı zamanda hedef kitlenin de davranışlarını etkileme olanağı bulmaktadır. Bu durumda stratejik anlatı, devletlerin etki alanlarını genişletmek, beklentileri kontrol altında tutmak ve kendilerine göre bir söylem ortamı oluşturmak için kullandıkları faydalı bir araç olarak görülmektedir (Akdoğan & Adıgüzel, 2022a, s.8).

Siyasi elitlerin ulusal veya uluslararası toplum tarafından kabul görmeyen kararları ve davranışları stratejik anlatı kullanılarak açıklanabilir ve anlaşılabilir olarak değiştirilebilmektedir (Akdoğan, 2021, s.484). Kamuoyu hükümetin aldığı siyasi bir kararı desteklemediği zamanlarda hükümetler ürettikleri stratejik anlatılarla aldıkları kararları meşru gösterebilirlerken, toplum da stratejik anlatı ile olayların kapsamı hakkında bilgilenmekte ve bu sayede davranışlarını sergileyebilmektedir (Jankowski, 2013, s.12). Kitle iletişim aracı olarak medya, siyasal seçkinlerin dış politika tutum ve davranışlarını kamuoyu nezdinde haklı gösterme sürecinde araçsallaştırılmakta ve iktidarın hizmetine sunulmaktadır (Akdoğan, Uğuş & Yılmaz, 2021, s.80). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte sosyal medya denilen yeni bir mecra ortaya çıkmıştır. Sosyal medya platformu olarak küresel ölçekte yaygınlaşan Twitter, devletler ve siyasal elitler tarafından aktif kullanılmaya başlanmış ve bu sayede de geleneksel diplomasinin yanında dijital diplomasine çağrı başlamıştır. (Akdoğan & Adıgüzel, 2022b). Bu doğrultuda Ringsmose ve Börgesen (2011, ss. 505-528) hükümet ne kadar etkili bir stratejik anlatı üretirse askeri müdahaleler için bile halk desteğinin alınma ihtimalinin artacağını öne sürmektedir. Stratejik anlatının geçmişteki başarısızlıkları, mevcut zorlukları ve olası geleceği iyi bir olay örgüsüyle iç içe ördüğünü belirten Krebs (2015, ss.1-23) küresel olaylara anlam vermek, meşru ilişkilerin sınırlarını belirlemek gibi işlevsel rollere sahip olduğunun altını çizmektedir. Stratejik anlatıyı amaçlı iletişim pratiği olarak adlandıran Holtzhausen ve Zerfass (2015, s.4) hükümetlerin hedeflerine ulaşmak için stratejik anlatıyı kullandıklarına dikkat çekmektedir. Hükümetler için toplumun desteğini ve rızasını almanın savaşlar açısından büyük bir güç niteliği taşıdığı belirten Bilgin (2018, s.118), stratejik anlatıyı bu doğrultuda bir araç olarak tanımlamaktadır. Benzer şekilde stratejik anlatıyı bir araç olarak nitelendiren Nissen (2015, s.45) ise uluslararası siyasette güç kazanmak ve bu gücü sürdürebilmenin iktidarlar için temel hedef olduğunu belirtmektedir. Barthwal (2015, ss.328-330) ise stratejik anlatıların çok karmaşık bir iletişim ağında sürecin bir parçası olarak oluşturulduklarının altını çizmektedir. Stratejik anlatıların amaçlarına dikkat çeken Madisson ve Ventsel (2021, s.22), stratejik anlatılar aracılığıyla çatışmaların istenilen şekilde anlamlandırıldığını ve bu şekilde hedef kitlenin olayları yorumlamasına katkı sağladıklarını belirtmektedir. Freedman (2006, s.22), stratejik anlatıyı; “olaylara ikna edici açıklama getirmeyi ve çıkarımlarda bulunmayı sağlayan olay örgüsü” şeklinde tanımlamaktadır. Freedman, askeri çatışmalarda düşman tarafın uygulamalarının meşruiyetini kırmak amacıyla anlatının stratejik amaç doğrultusunda kullanımına dikkat çekmekte, anlatılar üzerinden kamuoyunun “neden askeri gücün kullanılmasına ya da kullanılmamasına ihtiyaç duyulmadığına” ikna edilmeye çalışıldığını ileri sürmektedir. Antoniadou vd. (2010, s.5) ise stratejik anlatıyı, arzu edilen siyasi hedeflere ulaşmak amacıyla geçmiş, şimdi ve gelecek

hakkında belirli bir anlam inşa etmeye yarayan iletişim aracı olarak tanımlamaktadır.

Stratejik anlatı alanındaki bilimsel çalışmalara bakıldığında, dış politikada üç farklı düzeyde oluşturulduğu belirtilmektedir (Roselle vd., 2014, s.76). Bunlar; olay, kimlik ve sistem anlatılarıdır. Olay anlatısı, yaşanan bir gelişme karşısında dış politikaya neden ihtiyaç duyulduğu ve bu dış politikanın uygulama sürecinin nasıl şekillenmesi gerektiğini düzenlemektedir. Karar vericilerin herhangi bir konu karşısında siyasi kararlarının meşru ve uygulanabilir olduğunu göstermelerinde olay anlatımının yardımcı olduğunu söyleyebiliriz. İkinci düzeyi incelediğimizde karşımıza kimlik anlatısı çıkmaktadır. Kimlik anlatısı, bir devletin kendi benliğinin inşasının yanı sıra uluslararası sistemdeki diğer aktörlerin de kimliklerini inşa etmektedir. Bu kapsamda kimlik anlatısı, bir devletin yaşanmışlıklarının, değerlerinin ve gayelerinin neler olduğunu da analiz etmektedir (Uğuş, 2021, s. 126.) Siyasi elitler kimlik anlatısı inşa ederek kendi kimliklerini ulusal ve uluslararası kamuoyuna sunmakla kalmaz aynı zamanda ötekine karşı oluşturdukları kimlik anlatısıyla da ikinci bir aktörü de sunabilmektedir. Buradan hareketle, kimlik anlatısında devletler hedef kitleye kendisini pozitif bir şekilde sunarken, karşı olduğu devleti ise negatif kimlik anlatı temalarıyla inşa etmektedir. Üçüncü düzey ise sistem anlatısıdır. Sistem anlatısı devletlerin mevcut düzeni nasıl tanımladıklarının ve nasıl algıladıklarının analizini yapmaktadır. Sistem anlatısını kullanan bir devletin amacı uluslararası sistemin yapısına yönelik bir algı oluşturmaktır. Buradan hareketle aslında devletlerin kendi çıkarları doğrultusunda bölgesel ya da küresel bir düzen kurmak amacıyla anlatılar ürettiklerini söyleyebiliriz (Akdoğan & Adıgüzel, 2022a, ss.8-9) Ulaşılan noktada stratejik anlatının hedef kitleye yönelik bir amaç doğrultusunda üretildiği sonucuna varılmaktadır. Bu doğrultuda devletler stratejik anlatıyı şu amaçlar doğrultusunda üretmektedir: Dış politikada tutum ve davranışların hem uluslararası hem de ulusal kamuoyunda meşrulaştırılması, devletin kendisine karşı olan diğer aktörlerin davranış ve tutumlarını gayri meşru göstermesi, bir devletin dış politikasına yönelik diğer devletlerin karşıtlığını önlenmesi veya azaltılması, son olarak bir devletin diğer devlete karşı izlediği davranış ve tutumun üçüncü ülkelerce desteğinin alınmasıdır (Akdoğan, Küpeli & Gürler 2022, s.64).

## 2.Araştırma Yöntemi

Bu çalışma, Türkiye ve Yunanistan'ın siyasal seçkinlerinin hem kendileri hakkında hem de ötekine karşı inşa ettikleri stratejik anlatıya odaklanmakta, bu doğrultuda öne çıkan temel anlatıları tespit etmeye çalışmaktadır. Çalışmada iki ülke ilişkilerinin en gergin hali kabul edilen Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Ağustos ayında düzenlenen TEKNOFEST 2022 programı kapsamında yapmış olduğu konuşmada Yunanistan'a yönelik "bir gece ansızın gelebiliriz" açıklaması bir eşik olarak alınmış ve bu açıklamanın yapıldığı ay (Ağustos), iki ay öncesi (Haziran, Temmuz) ve iki ay sonrası (Eylül, Ekim) inceleme dilimi olarak ele alınmış, toplamda beş ay çalışmanın araştırma kapsamını oluşturmuştur. Dolayısıyla bu tarih aralığının öncesi ve sonrasında iki ülke arasında herhangi bir stratejik anlatının olup olmadığı araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Araştırma iki ülkenin kendilerini ve ötekini hangi stratejik anlatı temalarını kullanarak inşa ettiğini tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda iki ülkenin de güncel açıklamalarda bulunabilmesini kolaylaştırdığı ve

hem ulusal hem de uluslararası kamuoyuna açık erişim sağlanması nedeniyle Twitter, araştırmanın veri kaynağını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda iki ülkenin Twitter haricinde herhangi bir haber sitesinde veya başka bir mecrada ürettikleri stratejik anlatılar çalışmanın inceleme alanına alınmamıştır. Bu bağlamda siyasi liderler ve ilgili devlet kurumlarının Twitter hesapları çalışma kapsamı içerisinde değerlendirilirken, aşağıda belirtilenler dışında herhangi bir siyasi lider ya da kurumun stratejik anlatı üretip üretmedikleri çalışma kapsamı içerisinde değerlendirilmemiştir. Seçilen bu örnekler iki ülkenin siyasi lider konumunda olmaları ve resmî devlet kurumları olmaları nedeniyle seçilmiştir. Bu amaçla çalışmada, Türkiye'nin siyasi liderleri içerisinde, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın ve Türkiye Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu'nun kişisel Twitter hesapları; Türkiye'nin resmi devlet kurumları içerisinde de T.C. Cumhurbaşkanlığı, T.C. Dışişleri Bakanlığı ve T.C. Milli Savunma Bakanlığı resmi Twitter hesapları incelenmiştir. Yunanistan'da ise siyasi liderlerden, Başbakan Kiriakos Mitsotakis ve Dışişleri Bakanı Nikos Dendias'ın kişisel Twitter hesapları; resmi devlet kurumlarından da Yunanistan Cumhurbaşkanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Savunma Bakanlığı ve Yunanistan Cumhuriyeti Başbakanlık resmi Twitter hesabı çalışma içerisinde değerlendirilmiştir.<sup>1</sup>

Bu çalışmada, verilerin taranması ve toplanması sürecinde nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Toplanan verilerin çözümlenmesi ise nitel içerik analizi tekniğiyle yapılmaktadır. Verilerin toplanması işlemi resmi Twitter hesaplarının manuel taranmasıyla yapılmakta, herhangi bir elektronik program kullanılmamaktadır. Verilerin toplanmasında ilgili Twitter hesaplarında fotoğraf, video ve bağlantı ekli paylaşımlar da dikkate alınmakla beraber aynı zamanda retweet (alıntı tweet) de çalışma kapsamı içerisinde değerlendirilmiştir. Tespit edilen stratejik anlatı temaları kategorize edilerek tablolaştırılmış (Tablo-I, Tablo-II) ve daha sonrasında bu veriler analiz edilerek iki ülkenin hangi stratejik anlatı temaları kullanarak kendilerini ve ötekini inşa ettikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma sürecinde Miskimmon, O'Loughlin ve Roselle'nin (2013, 2014, 2017) çalışmalarında öne sürülen uluslararası politikada stratejik anlatı analizi modeli kullanılmaktadır. Bu araştırmacılar stratejik anlatının olay anlatısı, kimlik anlatısı ve sistem anlatısı olmak üzere üç düzeyde incelenebileceğini öne sürmektedir. Yukarıda bahsedilen çalışmalara göre, bu üç düzeyin her biri oluşturulan çalışmada beraber kullanılabilirken, aynı zamanda tek başına bir düzey de çalışmada ele alınabilmektedir. Bu çalışmada ise sadece Türkiye ve Yunanistan'ın kendileri hakkında ve ötekini inşa ettikleri kimlik anlatı düzeyi ele alınmıştır. Bu nedenle çalışmada, iki ülkenin bu dönemde yaşanan krizleri nasıl tanımladıkları ya da krizin nedeninin ne olduğunu tespit eden olay anlatısı ile mevcut bölgesel düzeni nasıl tanımladıklarını tespit eden sistem anlatısı çalışmanın kapsamı dışında kalmaktadır.

<sup>1</sup>Yunanistan'ın Cumhurbaşkanı Katerina Sakellaropoulou ve Türkiye Milli Savunma Bakanı Hulusi Akar'ın Twitter hesabı olmadığı için çalışma kapsamı içerisinde incelenmemiştir.

### 3. Bulguların Sınıflandırılması ve Değerlendirilmesi

**Tablo 1:**Türkiye'nin inşa ettiği öz kimlik ve öteki kimlik temaları

ALT KATAGORİLER	ÖNE ÇIKAN TEMALAR
ÖZ KİMLİK	<p>TÜRKİYE;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Barış ve diyalog yanlısı</li> <li>- İyi komşu</li> <li>- Uluslararası hukuka ve antlaşmalara bağlı</li> <li>- Hak ve menfaatlerini koruyan</li> <li>- İnsani, barışçıl ve onurlu bir dış politika izleyen</li> <li>- Bölgesel ve küresel barışa katkı sağlayan</li> <li>- Güçlü, güvenilir ve etkin bir müttefik</li> </ul>
ÖTEKİ KİMLİK	<p>YUNANİSTAN;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Düşmanca eylemlerde bulunan</li> <li>- Gerginlik ve tahrik stratejisi yürüten</li> <li>- Kötü komşu</li> <li>- Uluslararası hukuku ve antlaşmaları hiçe sayan</li> <li>- İç işlerine karışan</li> <li>- Kara propaganda yapan</li> <li>- Türk azınlığa karşı ayrımcı ve baskıcı politika yürüten</li> <li>- Mülteci ve göçmenlere insanlık dışı muamele uygulayan</li> </ul>

Tablo 1, Türkiye'nin Yunanistan ve kendisi hakkında inşa ettiği kimlik anlatısının alt temalarını göstermektedir. İlk olarak Türkiye'nin kendini ulusal ve uluslararası kamuoyuna hangi anlatılarla tanıttığına dair yapılan incelemede bütün sosyal medya paylaşımlarının içeriğinin neredeyse hepsinde Türkiye'nin kendisini “barış ve diyalogdan yana” bir ülke olarak tanıttığını görmekteyiz. T.C. Cumhurbaşkanlığı hesabından yapılan BM 77. Genel Kurulu adlı paylaşımında “Türkiye'nin dış politikadaki vizyonu daima barış odaklı olmuştur” ifadesinin yer alması Türkiye'nin kendi kimliğini bu anlatıyla sunduğunun göstergesidir (T.C. Cumhurbaşkanlığı, 2022a). Yunanistan'ın ikili ilişkilerde yaşanan sorunlarda herhangi bir adım atmadığının belirtilmesi ve bu durumda kimin barış ve diyalog yanlısı kimin de gerilimden yana olduğunun dile getirilmesi Türkiye'nin kendi siyasi karar ve davranışlarını bu kimlik üzerine oturtuğunu göstermektedir (Erdoğan, 2022a). Ayrıca bu kimlik anlatısına bir diğer örnek olarak Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Şanghay İşbirliği Teşkilatı 22. Devlet Başkanları Zirvesi'ndeki konuşmasında Türkiye'nin bölgesinde ve ötesinde barış kuşağı tesis edilmesinin dış politikasının bir hedefi olduğunu ifade etmesi gösterilebilir (T.C. Cumhurbaşkanlığı, 2022b). Erdoğan'ın Ege ve Doğu Akdeniz sorunlarıyla ilgili paylaşımında “Yunanistan'dan iş birliği ve dayanışma çağrılarımıza kulak vermesini bekliyoruz” ifadesi Türkiye'nin bu anlatı temasına bir örnek niteliğindedir (Erdoğan, 2022b). Ayrıca Milli Savunma Bakanı Hulusi Akar'ın yaptığı açıklamada Yunanistan'la sorunların karşılıklı görüşmeler ve diyalogla çözülebileceğine inandığını belirtmesi (T.C. Milli Savunma Bakanlığı, 2022a), diyalog yanlısı kimlik anlatısına örnektir. Bu çerçevede Türkiye'nin “barışçıl ve diyalog yanlısı” açıklamalarını her fırsatta dile getirerek kendi kimlik anlatısını ulusal ve uluslararası kamuoyuna iyi bir şekilde tanıttığını görmekteyiz.

Türkiye'nin bir diğer kimlik anlatı temasına baktığımızda “uluslararası hukuka ve antlaşmalara bağlı” olan bir devlet olarak kendini sunmaktadır. Erdoğan'ın Avrupa Siyasi Toplantısı Prag Zirvesi sonrasında yaptığı basın toplantısında Ege ve Doğu



Akdeniz sorunlarının “uluslararası hukuk ve anlaşmalar çerçevesinde çözümünden yana” olduğunu belirtmesinin yanı sıra Yunanistan ile sorunların “uluslararası hukuk ve anlaşmalarla çözüme kavuşacağı” altını çizmektedir (Erdoğan, 2022c). Ayrıca Akar’ın yaptığı açıklamalarda “Yunanistan’ın haksız hukuksuz davranışlarına karşılık” bir kez daha sorunların uluslararası hukuk çerçevesinde çözümlenmesi gerektiği çağrısında bulunmasıyla kendi kimlik anlatısını inşa etmektedir (T.C. Milli Savunma Bakanlığı, 2022c).

Bir diğer kimlik anlatı temasına baktığımızda Türkiye’nin Yunanistan ile sorunlarda sadece “hak ve menfaatlerini korumaya çalıştığını” belirten paylaşımları ve açıklamaları bulunmaktadır. Bunlardan bazılarında değinmek gerekirse ilk olarak T.C. Dışişleri Bakanlığı’nın bir paylaşımında Türkiye’nin Ege ve Akdeniz’de meşru hak ve çıkarlarını kararlılıkla korumaya devam edeceğini bildirmesi bu anlatının örneğidir (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022a). Ayrıca Erdoğan’ın yine Avrupa Siyasi Toplantısı Prag Zirvesi sonrasında yaptığı basın toplantısında Ege ve Doğu Akdeniz’de Türkiye’nin ve Kıbrıs Türklerinin menfaatlerini korumanın mücadelesini verdiğini, bu doğrultuda Ege’deki haklarından vazgeçmeyeceğini ve adaların silahlanması konusunda uluslararası hukukun tanıdığı yetkilerin kullanılmasının da doğal bir sonucu olduğunu vurgulaması bu anlatının bir diğer örneğidir (Erdoğan, 2022c). Akar’ın bir açıklamasında Ege’de, Doğu Akdeniz’de ve Kıbrıs’ta hak ve menfaatlerimizi korumak için her şeyin bugüne kadar yapıldığını ve yapılmaya devam edeceğini dile getirmesi de bu kimlik anlatısıyla örtüşmektedir (T.C. Milli Savunma Bakanlığı, 2022b).

Bir diğer kimlik anlatı teması olan “insani, barışçıl ve onurlu bir dış politika izleyen” bir ülke olarak kendini tanımlayan Türkiye, bu anlatısını göçmen sorunu üzerinden yapmaktadır. Türk Devletleri Teşkilatı Dışişleri Bakanları Konseyi Olağanüstü Toplantısında Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu’nun yaptığı açıklamada Türkiye’nin mülteci ve göçmenler konusunda her zaman politikasının insani yardım çerçevesinde ve onurlu bir şekilde yürütüldüğünü dile getirmiştir (Çavuşoğlu, 2022a). Ayrıca Erdoğan’ın kendi hesabından yaptığı açıklamada “Türkiye olarak Ege ve Akdeniz’in ne insan kanyıyla ne gözyaşıyla ne de husumetlerle kirletilmesini asla tasvip etmiyoruz” (Erdoğan, 2022ç) sözleriyle mülteci ve göçmenler sorununda insani bir politika izlediklerinin anlatısı yapılmıştır. Japon’da yapılan basın toplantısında Çavuşoğlu’nun yapmış olduğu açıklamada ise Türkiye’nin her alanda ve her bölgede insani bir dış politika izlediğini söylemesi bu kimlik anlatısının bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır (Çavuşoğlu, 2022b).

Türkiye öz kimliği tanımlarken sadece Yunanistan değil, diğer aktörler ve devletlerle de barışı ve huzuru sağlamanın dış politika hedefleri olduğunu belirtmektedir. Bu kapsamda “bölgesel ve küresel barışa katkı” sağladıklarının da altını çizmektedirler. Örneğin Çavuşoğlu, ABD’de yaşayan Türk vatandaşlarla yaptığı görüşmede bu anlatısına yer verirken şu sözleri söylemiştir: “Bölgemizden başlayarak tüm dünyada sulhu sükûnun hâkim kılınması için var gücümüzle çalışıyoruz” (Çavuşoğlu, 2022c). Erdoğan ise bu anlatıya BM 77. Genel Kurulu açıklamasında yer vererek aslında Türkiye’nin sadece bölgesel değil, aynı zamanda küresel barışa katkı sağladığını dile getirirken kendini uluslararası kamuoyuna bu anlatıyla sunmaktadır (Erdoğan, 2022a).

Bir diğer kimlik anlatısı “iyi komşu olan Türkiye” ile kendini ulusal ve uluslararası kamuoyuna Yunanistan dahil komşu ülkelerle iyi geçinen, onların hak ve menfaatlerini gözeten ve egemenliklerine saygı duyan bir ülke profili çizilmektedir. Akar’ın Yunanistan’ın kimlik anlatısına karşılık Türkiye’nin “her daim iyi bir komşu” olduğunu belirtmesi bu anlatının örneğidir (T.C. Millî Savunma Bakanlığı, 2022c). Ayrıca Erdoğan’ın TRT’de bir haber programında yaptığı açıklamada Türkiye’nin iyi niyetli yaklaşımlarına karşılık Yunanistan’ın düşmanca eylemlerinden biri olan adaların silahlandırmasını örnek göstermesi de bu anlatı teması içerisinde değerlendirilmektedir (Erdoğan, 2022d).

Bir diğer öz kimlik anlatı temasına baktığımızda Türkiye’nin “güçlü güvenilir etkin bir müttefik” olduğu yönünde açıklamalar yapılmıştır. Akar’ın Yunanistan ile ilgili sorunlardan bahsettiği bir açıklamasında Yunanistan’ın kötü bir komşu olmayı bırakıp etkin, güçlü ve güvenilir Türkiye’nin müttefiki olması gerektiğine işaret ederek kendi kimlik anlatısını oluşturmuştur (T.C. Millî Savunma Bakanlığı, 2022ç; 2022d).

Diğer taraftan Türkiye’nin Yunanistan hakkında inşa ettiği kimlik anlatılarına baktığımızda, Tablo 1’de görüldüğü üzere ilk tema Yunanistan’ın düşmanca eylemlerde bulunduğuudur. Bu anlatıda amaç diğer kimliğin eylemlerini ulusal ve uluslararası alana haksız göstermektir. Bu kapsamda Türkiye’deki siyasi elitler ve devlet kurumlarının yapmış oldukları paylaşımların hemen hemen hepsinde Yunanistan’ın eylemlerinin “düşmanca ve haksız” olarak sunulduğunu görmekteyiz. Buna örnek olarak Çavuşoğlu New York’ta Dış İlişkiler Konsey Toplantısındaki konuşmasında Yunanistan’ın Ege Denizi’nde NATO misyonu içerisinde olan Türk F-16 uçaklarına radar kilidi atmasını düşmanca eylemlerinden biri olarak ifade ederken aynı zamanda bu eylemlerin Türkiye’nin uluslararası güvenliğine aykırı olduğunu belirtmiştir (Çavuşoğlu, 2022ç). Ayrıca Akar’ın yapmış olduğu bir konuşmada yine radar kilidi atılması olayıyla ilgili Yunanistan’ın gerginliği tırmandırıcı eylemlerde bulunduğunu belirtmesi bu anlatıyı desteklemektedir (T.C. Millî Savunma Bakanlığı, 2022b).

Erdoğan’ın Bosna-Hersek, Sırbistan ve Hırvatistan ziyaretleri öncesi yaptığı basın toplantısında yöneltilen Yunanistan’ın radar kilidi atmasını nasıl değerlendiriyorsunuz sorusuna “bir gece ansızın gelebiliriz” cevabını yinelemesi ikili ilişkilerde gerilimin gittikçe tırmandığının bir göstergesidir (T.C. Cumhurbaşkanlığı, 2022d). Yunanistan’ın gerginlik ve tahrik stratejisi yönünde bir siyaset izlediğini belirten Türkiye bu stratejik anlatısında kendi davranışlarının şekillenmesinde karşı tarafın göstermiş olduğu bu tutumun etkili olduğunu ve bunun üzerine bir siyasi duruş sergilediklerinin altını çizmektedir. Örneğin Erdoğan’ın BM Genel Kurulu açıklamalarında Ege ve Doğu Akdeniz’de Yunanistan’ın kendi çıkarları doğrultusunda bir “gerginlik stratejisi” izlediğini belirtmiş ve Türkiye tarafından yapılan işbirliği ve dayanışma çağrılarında katılması gerektiğini açıkça ifade etmiştir (Erdoğan, 2022a). Ayrıca Akar’ın Yunanistan ile ilgili yaptığı her açıklamada Yunanistan’ın tehdit ve tahrik edici eylemlerde bulunduğunu ifade etmesi de bu anlatı temasının bir örneğidir (T.C. Millî Savunma Bakanlığı, 2022ç; 2022c). Ayrıca Erdoğan, kendisine gelen ““bir gece ansızın gelebiliriz” dediğinizde Yunanistan’a saldırıda bulunabiliriz mi demek istiyorsunuz?” Sorusuna bunun sadece Yunanistan için geçerli olmadığını Türkiye’yi rahatsız eden ve saldırgan davranan hangi ülke olursa olsun onlara cevabımız “bir gece ansızın gelebiliriz” açıklamasını yineleyerek Yunanistan’ı saldırgan bir ülke olarak sunmuştur (Erdoğan, 2022c).

Türkiye'nin Yunanistan'ı "kötü komşu" olarak nitelendirdiği anlatıda sıklıkla Akar, Türk F-16 uçaklarına radar kilidi atılması üzerine Yunanistan'ın bu eyleminin iyimser olmadığını belirterek Yunanistan'ı kötü komşu olarak nitelendirmiştir (T.C. Millî Savunma Bakanlığı, 2022ç). Ayrıca, T.C. Cumhurbaşkanlığı tarafından yapılan bir paylaşımda Yunanistan'ın Ege Denizi'nde gayri askerî statüdeki adaları silahlandırmasının ve Türk azınlık haklarını görmezden gelen tutumlarının Lozan Barış Antlaşmasına ve iyi komşuluk ilişkilerine ters düştüğünü ifade etmesi bu anlatının örneğidir (T.C. Cumhurbaşkanlığı, 2022c).

Türkiye'nin Yunanistan'a inşa etmiş olduğu anlatıda sıklıkla göze çarpan unsur "uluslararası hukuka ve anlaşmalara aykırı" bir davranış sergileyen ülke temasıdır. Bu noktada iki ülke arasında yaşanan gerilimlere baktığımızda Yunanistan'ın sınırında göçmenlere yönelik geri itme uygulamalarını eleştiren Çavuşoğlu, bu durumun uluslararası hukuka ve insan haklarına aykırı olduğunu belirtmektedir (Çavuşoğlu, 2022d). Ayrıca başka bir konuşmasında adaların şartlı bir şekilde Yunanistan'a verilmesine rağmen bu adaların silahlandırılması konusunda uluslararası hukukun ve anlaşmaların açık bir şekilde ihlal edildiğini belirtmesi bu anlatıyla örtüşmektedir (Çavuşoğlu, 2022e). Yunanistan Batı Trakya Türk azınlıklarının hak ve özgürlüklerini ihlal ettiği gerekçesiyle de Türkiye tarafından "uluslararası hukuka ve anlaşmalara aykırı bir ülke" olarak nitelendirilmektedir (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022b). Adaların silahlandırılması konusunda Erdoğan ve Akar'ın her açıklamasında defalarca dile getirmiş olduğu Yunanistan'ın uluslararası hukuku ve antlaşmaları hiçe saydığını belirtmesi bu anlatı inşasının bir diğer konu karşısındaki örneğidir (T.C. Cumhurbaşkanlığı, 2022ç; T.C. Millî Savunma Bakanlığı, 2022c). Türkiye ve Libya arasında imzalanan ve hidrokarbon alanında karada ve denizde işbirliğini öngören Mutabakat Zaptı hakkında Yunanistan'ın yapmış olduğu açıklamalar iki ülkenin egemenlik haklarına saygısızlık olarak görülmüş ve bunun uluslararası hukuka aykırı olduğu belirtilmiştir (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022c). Yapılan bu anlaşmalara Yunanistan'ın verdiği tepkiler ve açıklamalar üzerine Çavuşoğlu, iki egemen devletin karşılıklı kazan kazan anlayışıyla imzalanan bu anlaşmanın üçüncü ülkeleri ilgilendirmedini açıklaması ve daha sonrasında Yunanistan'ın Libya'nın içişlerine karıştığını belirtmesi bir diğer anlatı olan "içişlerine karışan" temasının örneğidir (Çavuşoğlu, 2022f). Ayrıca Türkiye Doğu Akdeniz'de ana karasına 2 kilometreden daha az, Yunanistan'a ise 600 kilometreden daha fazla mesafedeki Meis Adası için 40 bin kilometrelik deniz yetki alanı talep edildiğinin ve gayri askerî statüdeki adaların çeşitli tatbikatlara dâhil edilerek NATO ve üçüncü taraf ülkelerin de bu hukuksuzluğa alet edilmeye çalışıldığını altını çizerek Yunanistan'ı uluslararası hukuka aykırı bir devlet olarak sunmaktadır (Erdoğan, 2022f).

Türkiye'nin Yunanistan'a karşı bir diğer kimlik anlatısına baktığımızda, Çavuşoğlu yaptığı bir konuşmasında Türkiye'ye karşı Yunanistan'ın "kara propaganda yaptığını" belirtmesi (Çavuşoğlu, 2022g; 2022d), ayrıca Yunanistan'ın arkasındaki güçlere güvenip hareket ettiğinin de altını çizmesi, bu anlatıyı inşa etmektedir. Akar'ın ise Yunanistan'ın provokasyon ve Türkiye'yi karalama siyaseti izlediği ve bu davranışından vazgeçmesi gerektiği üzerine yaptığı birçok açıklamaları mevcuttur (T.C. Millî Savunma Bakanlığı, 2022e).

Türkiye ve Yunanistan arasında gerilime sebep olan bir diğer olay ise Batı

Trakya'daki Türk azınlığının haklarının mevcut durumuyla ilgilidir. Bu kapsamda yaşanan gelişmeler iki ülkenin birbirlerine karşı gergin bir siyaset izlemesine yol açmıştır. Mevlüt Çavuşoğlu bu gelişmeler karşısında Yunanistan'ın azınlık statüsünde olan Türk vatandaşlarının haklarının çiğnendiğini ve bunun uluslararası anlaşmalara aykırı olduğunu belirtmiştir (Çavuşoğlu, 2022h). Ayrıca Yunanistan'ın İskeçe Müftüsü seçimlerinde Türk azınlığın iradesine saygı gösterilmesi gerektiğini de belirtmiştir (Çavuşoğlu, 2022i). Dışişleri Bakanlığı tarafından yapılan açıklamada (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2022ç) ise Batı Trakya Türk azınlığının uzun süredir çok yönlü baskı politikasına maruz kaldığı belirtilmiş ve bu süreçte Türkiye'nin azınlığın arkasında olduğuna dair açıklamalar yapılmıştır.

İki ülke arasında son dönemde yaşanan bir diğer kırılma noktası ise göçmen sorunudur. Bu sorun kapsamında Türkiye, Yunanistan'ın göçmenleri Türk kara sularına ittiğini ifade ederek insanlık suçu işlediğini ve uluslararası hukuka aykırı davrandığını belirtmiştir. Aynı zamanda Çavuşoğlu Yunanistan siyasi liderlerinin göçmenler konusunda yaptıkları açıklamaları Türkiye'ye yönelik atılan bir iftira olarak değerlendirmiş ve Yunanistan'ın gerçekleri sakladığını ifade etmiştir (Çavuşoğlu, 2022a). Yunanistan'ın göçmenler konusundaki Türkiye'yi suçlayan açıklamalarının ardından T.C. Millî Savunma Bakanlığı'nın resmi Twitter hesabında paylaşmış olduğu İHA görüntüleriyle Yunanistan'ın göçmenleri botlarla kara sınırına ittiği gösterilmiştir (2022f; 2022g). Ayrıca Erdoğan BM 77. Genel Kurulu konuşmasında Yunanistan'ın Ege denizindeki düzensiz göçmenlere uyguladığı insanlık dışı geri itmelere dikkat çekmiş ve Yunanistan'ın Ege Denizini mülteci mezarlığına çevirdiğini ifade etmiştir (Erdoğan, 2022e).

**Tablo 2:** Yunanistan'ın öz kimlik ve öteki kimlik anlatı temaları

ALT KATEGORİLER	ÖNE ÇIKAN TEMALAR
ÖZ KİMLİK	YUNANİSTAN; <ul style="list-style-type: none"> <li>- İyi komşu</li> <li>- Uluslararası hukuka ve anlaşmalara uyan</li> <li>- İşbirliği ve diyalogdan yana</li> <li>- Dostane, güvenilir ve barışçıl devlet</li> </ul>
ÖTEKİ KİMLİK	TÜRKİYE; <ul style="list-style-type: none"> <li>- Saldırgan</li> <li>- Savaş tehdidinde bulunan</li> <li>- Mültecileri ve göçmenleri <u>araçsallaştıran</u></li> <li>- Uluslararası hukuku ihlal eden</li> <li>- Gerçekleri çarpıtan</li> <li>- Yayılmacı, Neo-Osmanlı</li> </ul>

Tablo 2'de Yunanistan'ın hem kendi kimlik inşasını hem de Türkiye'ye yönelik kimlik inşasını hangi temalarla oluşturduğu görülmektedir. İlk olarak Yunanistan'ın kendi kimlik inşasını incelediğimizde karşımıza "iyi komşu" teması çıkmaktadır. Yunanistan; Kıbrıs, Ege ve Doğu Akdeniz'de barış ve istikrarı tehlikeye atabilecek

revizyonist anlatıların ve provokatif eylemlerin aksine, her zaman iyi komşuluk ilişkileri, uluslararası antlaşmalara uygun hareket ettiğinin vurgusunu yapmakta ve kendisini ulusal ve uluslararası kamuoyuna iyi komşu olarak sunmaktadır (Υπουργείο Εθνικής Άμυνας, 2022a). Bu kimlik inşasına yönelik bir diğer örnek Yunanistan Başbakanı Kiriakos Miçotakis'in Türk liderlerinin saldırgan ve hakaret içerikli açıklamaları karşısında Yunanistan'ın iyimser bir yaklaşım sergilediğini ifade etmesidir (Mitsotakis, 2022a).

Yunanistan'ın bir diğer kimlik anlatı teması "uluslararası hukuka ve antlaşmalara uygun eylemlerde bulunduğu" dur. Bu noktada Yunanistan Dışişleri Bakanı Nikos Dendias sadece Türkiye ile değil aynı zamanda kurulan bütün ilişkilerin uluslararası hukuka dayandığını ifade etmektedir (Dendias, 2022a). Ayrıca Doğu Akdeniz'de güvenlik ve istikrarı desteklemek için her zaman Uluslararası Hukuk ve özellikle Uluslararası Deniz Hukuku temelinde çalışmaların devam edeceğini belirtmesi de kendi kimlik anlatısıyla örtüşmektedir (Dendias, 2022b). Yunanistan'ın hiçbir komşusunu tehdit etmediğini ve böyle bir niyetinin hiçbir zaman olmadığını belirtmesi ve özellikle deniz hukuku olmak üzere uluslararası hukukun herhangi bir kavramını ihlal etmediğini dile getirmesi bu anlatı inşasını oluşturmaktadır (Dendias, 2022c). Yunanistan Birleşmiş Milletler kurucu üyesi ve Avrupa birliği üyesi olduğunun da altını çizerek uluslararası hukuka ve kurallara dayalı düzenin güçlü bir destekçisi olduğunu vurgulayarak kendisini ulusal ve uluslararası kamuoyuna sunmaktadır (Dendias, 2022ç).

Yunanistan kendi kimlik anlatısında dostane, güvenilir ve barışçıl bir komşu olduğunu da belirtmektedir. Dendias bir gazetede yaptığı röportajda Türkiye'nin hem AB'ye hem de aynı ittifaka mensup (NATO), dost ve güvenilir bir komşuya sahip olmasının kendi çıkarına olduğunun farkına varmasında da fayda olduğunu dile getirerek bu anlatısını inşa etmektedir (Dendias, 2022d). Ayrıca Miçotakis'in BM 77. Genel Kurulu Toplantısındaki açıklamasında sadece Türk liderlerine değil Türk halkına da bir çağrıda bulunarak "Yunanistan Türkiye'yi tehdit etmiyor. Biz düşman değiliz. Biz komşuyuz ve aramızdaki dostluk ilişkilerine çok önem veririz" ifadeleriyle kendini uluslararası kamuoyuna bir dost olarak sunmaktadır (Prime Minister GR, 2022a). Yunanistan'ın bir diğer kendi kimlik anlatı temasına baktığımızda "işbirliği ve diyalogdan yana" bir anlatı inşa ettiğini görmekteyiz. Bu kapsamda Yunanistan, Uluslararası Hukuk temelinde diyalogdan yana olduğunu ancak gerektiğinde meşru menfaatlerini ve haklarını savunacağını da ifade etmektedir (Dendias, 2022e).

Yunanistan'ın Türkiye hakkında oluşturduğu kimlik anlatı temaları tabloda yer almaktadır. İlk olarak Yunanistan'ın Türkiye'yi saldırgan olarak sunduğu belirtilmektedir. Miçotakis, Türkiye'nin söylemlerini ve davranışlarını saldırganlık temelinde oluşturduğunu her fırsatta dile getirmektedir (Mitsotakis, 2022b; 2022c). Türkiye'nin saldırgan söylemlerinin tırmanması noktasında açıklamalarda bulunan Dışişleri Bakanlığı da bu anlatıyı inşa etmektedir (Υπουργείο Εξωτερικών, 2022a). Bunun yanında Dendias da Türkiye'nin saldırgan tutum ve söylemlerinin giderek arttığını belirtmekte, hatta bugünkü Ukrayna işgalini Kıbrıs ile bir tutarak Türkiye'yi Rusya gibi saldırgan bir devlet olarak sunmaktadır (Dendias, 2022f). Aynı zamanda Türkiye'nin Rusya ile benzer bir revizyonist anlatı oluşturduğu ifade edilmesiyle Türkiye ve Rusya'nın benzer saldırgan tavır içerisinde olduklarının inşası yapılmaktadır

(Dendias, 2022g). Savunma Bakanı Panagiotopoulos, Türkiye'nin uluslararası hukuka saygı göstererek, saldırgan söylemini terk ederek, gerilimi azaltma ve üretken diyalog yolunu izlemesi gerektiğini ifade etmektedir (Υπουργείο Εθνικής Άμυνας, 2022b). Türkiye'nin giderek artan provokatif davranış, saldırgan söylemler, askeri güç kullanma tehditlerinin yanı sıra kara veya deniz alanı talep etme konusunda teoriler ürettiğini, Birleşmiş Milletler Antlaşması'nın ilkelerinin bariz bir ihlalini teşkil ettiğini bundan dolayı Türkiye'nin dostluk ve iyi komşuluk ilişkileriyle hiçbir şekilde tutarlı olmayan davranışlar sergilediği vurgulanmaktadır (Υπουργείο Εθνικής Άμυνας, 2022c). Ayrıca yapılan açıklamalarda Türkiye'nin revizyonist ve milliyetçi söylemlerle saldırgan tutumunu tırmandırdığı ve suçlu davranışlar ortaya koyduğunun da vurgusu yapılmaktadır (Dendias, 2022o). Bunun yanı sıra Türkiye'nin Yunanistan'a karşı yanlış iddialar, yasal olarak asılsız suçlamalar ve hatta kişisel hakaretler ürettiği belirtilerek Türkiye'nin saldırgan bir devlet olduğu ifade edilmektedir (Dendias, 2022ö). Aynı zamanda Yunanistan Türkiye'yi işgalci bir devlet olarak da sunmaktadır. Yunanistan bu anlatısını Kıbrıs üzerinden inşa etmekte ve yıllar geçse de Türkiye'yi Kıbrıs'ı işgal etmekle suçlamaktadır (President GR, 2022a).

Türkiye'ye yönelik bir diğer kimlik anlatı temasını incelediğimizde kışkırtıcı ve tehdit içerikli söylemlerde bulunduğu inşası yapılmaktadır. Özellikle Türkiye'nin "bir gece ansızın gelebiliriz" söylemi Yunanistan siyasi liderleri tarafından oldukça eleştirilmiştir. Başbakanlık resmi Twitter sayfasında paylaşılan açıklamada bu tehdidin saldırgan ve barışçıl olmayan bir dil olduğu vurgulanmaktadır (Prime Minister GR, 2022b; 2022c). Bu kapsamda Dendias'ın açıklamalarında Türkiye'nin Yunanistan'ın kendi topraklarını askerden arındırmadığı için savaş tehdidinde bulunduğu altını çizerek bu durumun barış yanlısı olmaktan ziyade tehdit içeren bir tutum olduğunu dile getirmektedir (Dendias, 2022h; 2022i; 2022j). Aynı zamanda yapılan bir diğer açıklamada Yunanistan'ın AB, NATO ve BM'deki ortaklarına ve müttefiklerine Türkiye'nin bu tehdit dilini kınamaları ve net bir pozisyon almaları çağrısında bulunduğu da altı çizilmektedir (Dendias, 2022p). Bu kapsamda Cumhurbaşkanlığı'nın da yapmış olduğu açıklamalarda Türkiye'nin bu söylemlerinin kışkırtıcı ve tahrik edici olduğu vurgulanmıştır (President GR, 2022b). Ayrıca Yunanistan Türkiye'nin Ege adalarındaki Yunan egemenliğe meydan okuduğunu bunun üzerine casus belli ilan ettiğini ve bu durumun iyi komşuluk ilişkileriyle ters düşüğünü de ifade ederek Türkiye'yi bir kez daha savaş tehdidinde bulunan bir ülke olarak sunmaktadır (Dendias, 2022j; 2022k; 2022l). Ayrıca Dışişleri Bakanlığı'nın yapmış olduğu açıklamada Türkiye'nin Yunanistan'a savaş tehdidinde bulunarak uluslararası hukuku açıkça ihlal ettiği belirtilmiştir (Υπουργείο Εξωτερικών, 2022b). Bu yönde yapılan açıklamalardan bir diğeri ise Yunanistan'ın Ege'deki karasularını genişletmek için egemenlik haklarını uygulaması halinde, Türkiye'nin Yunanistan'a bu durumun bir savaş nedeni olacağını belirtmesi ve bununla tehdit edilmesidir. Ayrıca Yunanistan Türkiye'nin bir anlatı inşa ederek 100 yıl önce uluslararası anlaşmalarla kurulmuş bir egemenlik olan Sakız ve Rodos gibi adalar da dahil olmak üzere Doğu Ege adaları üzerindeki Yunan egemenliğine akıl almaz bir şekilde meydan okuduğu da ifade edilmiştir (Prime Minister GR, 2022b). Ayrıca yapılan açıklamalarda Yunanistan'ın çirkin, hakaret dolu açıklamalar ve tehditlere karşı saygınlığını bozmayacağı ifade edilirken, Türkiye'nin bu tür söylemlerle ittifakı baltaladığı da dile getirilmektedir (Υπουργείο Εξωτερικών, 2022ç).



Yunanistan'ın Türkiye'ye karşı bir diğer kimlik anlatı teması ise Ankara'nın göçmenler ve mülteciler konusunu araçsallaştırmasıdır. Bu kapsamda Miçotakis bir konuşmasında Türkiye'nin Mart 2020'den beri göç ve mülteci krizini araçsallaştırdığını ifade ederek bu kimlik anlatısını inşa etmektedir (Mitsotakis, 2022ç). Diğer yandan Türkiye'nin on binlerce canı tehlikeye atarak göç meselesini araçsallaştırdığını ifade eden Dendias (2022m), aynı zamanda Türkiye'nin Yunanistan'ı asılsız suçlamalarla, insanlık suçlarıyla itham ettiğini belirtmektedir. Ayrıca Yunanistan Meriç bölgesinden Türkiye teşviğiyle Yunanistan'a geçirilmeye çalışılan göçmenlerin Türkiye tarafından bir araç olarak kullanıldığı aynı zamanda bir sınır sorunu yaratmaya çalışıldığı ifade edilmektedir (Dendias, 2022n; Υπουργείο Εξωτερικών, 2022c). Birleşmiş Milletler 77. Genel Kurulu Toplantısında Miçotakis'in Türkiye'ye yönelik açıklamalarında göç akışını araçsallaştırdığını ve bunun BM üyesi bir devlete uygun olmadığını dile getirerek bu anlatıyla uluslararası kamuoyuna Türkiye'yi sunmaktadır (Prime Minister GR, 2022ç).

Yunanistan'ın Türkiye'ye karşı bir diğer kimlik anlatı teması ise Türkiye'yi "uluslararası hukuk ve antlaşmaları ihlal eden" bir devlet olarak sunmasıdır. Yunanistan Türkiye'nin hava kuvvetlerinin Yunanistan toprakları üzerinde aşırı uçuş gerçekleştirdiğini ve bu durumun uluslararası hukuk ve anlaşmalara aykırı olduğunu belirtmektedir (Dendias, 2022r). Türkiye ve Libya arasında Ekim 2022'de imzalanan Mutabakat Zaptı(Enerji Anlaşması) konusunda Yunanistan BM Deniz Hukuku anlaşmasının kendine verdiği egemenlik hakları doğrultusunda bu anlaşmanın geçersiz sayıldığını ve uluslararası hukuka aykırı olduğunu aynı zamanda Libya'nın siyasi durumu (geçiş hükümeti) dolayısıyla uluslararası bir anlaşma yapma yetkisinin olmadığını ve yine bunun uluslararası hukuka aykırı olduğu ifade edilmektedir (Υπουργείο Εξωτερικών, 2022d; Dendias, 2022d; 2022s). Türkiye'nin Trakya Müslüman azınlıklarına yönelik yaptığı açıklamalara karşın Yunanistan bu konuda kendisini hukukun üstünlüğü ile yönetilen bir devlet olarak tanımlarken Türkiye'yi ise Lozan Antlaşması gibi uluslararası sözleşmelere ve uluslararası hukuka aykırı bir devlet olarak sunmaktadır (Υπουργείο Εξωτερικών, 2022e).

Yunanistan'ın Türkiye'yi "gerçekleri çarpıtan" bir devlet olarak sunması bir diğer kimlik anlatı temasıdır. Bu noktada Yunanistan'daki Türk azınlığın eğitim haklarının kısıtlandığına yönelik ifadelerde bulunan Türkiye'ye cevaben okulların faaliyetlerini askıya alma kararının, Yunanistan genelinde tam olarak aynı kriterlerle, yani sayısının asgari dokuz (9) öğrenci eşliğinin altına düştüğü zaman alındığını açıklayan Yunanistan, aynı zamanda azınlık vatandaşların hiçbirine yönelik baskı ve ayrımcı bir politika izlenmediğinin altını çizerek Türkiye'nin bu söylemlerinin gerçekleri çarpıtmak olduğunu ifade etmektedir (Υπουργείο Εξωτερικών, 2022f). Yunanistan'da müftülüklerin modernizasyonuna ilişkin yeni yasanın kabul edilmesiyle ilgili Türkiye tarafından yapılan açıklamalar üzerine Yunanistan Türkiye'nin kendi anlatısına hizmet etmek için, Trakya'daki Müslüman azınlıkla ilgili gerçeği kasıtlı olarak yanlış sunduğunu ifade ederek Türkiye'yi gerçekleri çarpıtan bir devlet olarak tanıtmaktadır (Υπουργείο Εξωτερικών, 2022g). Ayrıca Türkiye'nin Yunanistan'ı göçmenlere karşı geri itme uyguladığına dair söylemler ve haberler üzerine Yunanistan bu tür söylemlerde Türkiye'nin amacının sahte haberlerin sürekli yayılması yoluyla ülkenin imajını zedelemeye yönelik çabaladığını belirterek Türkiye'yi tekrardan "gerçekleri



çarpıtıran” bir ülke olarak sunmaktadır (Dendias, 2022d).

Bir diğer kimlik anlatı temasına baktığımızda Yunanistan’ın Türkiye’yi “yayılmacı ve neo-Osmanlıcı” olarak sunduğunu görmekteyiz. Türkiye’nin deniz yetki alanlarını Mavi Vatan olarak adlandırması sonucu Yunanistan Ege’nin yarısını ve Doğu Akdeniz’in büyük bir bölümünü kapsayan “Mavi Vatan” gibi terimlerle Osmanlı İmparatorluğu’nu yeniden yaratmayı düşünen bir Türkiye olduğunu belirterek Türkiye’yi yayılmacı ve neo-Osmanlıcı olarak sunmaktadır (Dendias, 2022ş). Türkiye’nin son yıllarda arasının kötü olduğu komşularıyla ilişkilerini yeniden onarmaya yönelik politikalarını değerlendiren Yunanistan bu konuda Türkiye’nin amacının neo-Osmanlı hayallerini gerçeğe dönüştürmek olduğunu ifade etmektedir (Dendias, 2022t). Ayrıca Türkiye’nin Osmanlı’yı tekrar canlandırmaya çalışarak zorbalık peşinde olduğunu belirten Yunanistan bu anlatıyla Türkiye’yi ulusal ve uluslararası kamuoyuna sunmaktadır (Dendias, 2022v; 2022p).

### 3. Sonuç

Bu çalışmada Türkiye ve Yunanistan arasındaki stratejik anlatı temaları tespit edilmeye çalışıldı. Bu kapsamda iki ülkenin de birbirlerine karşı oluşturdukları stratejik anlatıların yanı sıra kendileri hakkında inşa ettikleri stratejik anlatılar da tespit edilmeye çalışıldı. Araştırma yöntemi kısmında da belirtildiği üzere çalışmada sadece kimlik anlatısı ele alındı. Çalışma iki ülkenin siyasi liderlerinin ve devlet kurumlarının kendilerini ve ötekini hangi kimlik anlatı temalarını kullanarak ulusal ve uluslararası kamuoyuna sunduklarını tespit etmeyi amaçlamaktaydı. Bu doğrultuda elde edilen verilere baktığımızda Türkiye’nin kendini; “barış ve diyalog yanlısı”, “iyi komşu”, “uluslararası hukuka ve anlaşmalara bağlı”, “hak ve menfaatlerini koruyan”, “insani, barışçıl ve onurlu bir dış politika izleyen”, “bölgesel ve küresel barışa katkı sağlayan” aynı zamanda “güçlü, güvenilir ve etkin bir müttefik” şeklinde kimlik anlatı temaları inşa ederek sunduğu tespit edilmiştir. Türkiye kendini pozitif temalarla ulusal ve uluslararası kamuoyuna sunarken Yunanistan’ın ise Türkiye’yi “saldırgan”, “savaş tehdidinde bulunan”, “mültecileri ve göçmenleri araçsallaştıran”, “uluslararası hukukun ve deniz hukukunun temel normlarını ihlal eden”, “gerçekleri çarpıtan” ve “yayılmacı, Neo-Osmanlıcı” anlatı temalarını üreterek son derece negatif bir şekilde sunduğu sonucuna ulaşıldı.

Diğer bir taraftan baktığımızda Yunanistan’ın kendini pozitif anlatı temaları olan; “iyi komşu”, “uluslararası hukuka ve anlaşmalara bağlı”, “işbirliği ve diyalogdan yana”, “dostane, güvenilir ve barışçıl bir devlet” olarak sunduğu tespit edildi. Buna karşılık ise Türkiye’nin Yunanistan hakkında “düşmanca eylemlerde bulunan”, “gerginlik ve tahrik stratejisi yürüten”, “kötü komşu”, “uluslararası hukuku ve anlaşmaları hiçe sayan”, “iç işlerine karışan”, “kara propaganda yapan”, “Türk azınlığa karşı ayrımcı ve baskıcı politika yürüten” ayrıca “mülteci ve göçmenlere insanlık dışı muamele uygulayan” gibi anlatı temalarını üreterek oldukça negatif bir şekilde sunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tüm bu temalar değerlendirildiğinde her iki devletin de kendi temel kimlik anlatı temalarını ürettikleri süreçte oldukça pozitif bir yaklaşım sergiledikleri, öteki kimliğe yönelik temel anlatı temalarını ise bir o kadar negatif tutumla inşa ettikleri görülmektedir. Buradan hareketle iki ülkenin de birbirlerine yönelik oluşturduğu anlatı temalarının benzer bir şekilde itham edici oldukları gözlemlenirken, yine aynı şekilde kendileri hakkında oluşturdukları anlatı temalarını, ötekini oluşturduğu

karşı anlatı temalarının tam zıttı olarak inşa ettikleri gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda çalışmada, her iki ülkenin ötekine karşı itham edici anlatılarının ve kendileri hakkında ürettikleri pozitif anlatılarının benzer temalar olduğunun tespit edilmesi çalışmanın özgün değerini oluşturmaktadır.

Bulguların tahlil edildiği bölümde bahsedilen iki ülke arasında yaşanan krizlerden yola çıkarak, çalışmada iki ülkenin birbirini tehdit olarak algılamasının stratejik kimlik anlatı temalarının negatif olarak inşa edilmesine etki ettiği şeklindeki argümanın geçerliliğine yönelik bulgulara ulaşılmıştır. Çalışmada, iki ülkenin de birbirlerine karşı negatif anlatı temaları kullanmalarını, ülkelerin birbirlerini ötekileştirmek ve uluslararası kamuoyu karşısında haksız göstermek amacı taşıdığı sonucuna ulaşılmıştır. Aynı şekilde iki ülkenin kendi kimlik anlatılarını inşa ederken oldukça pozitif temalar kullanılmasının nedeninin kendi tutum ve davranışlarını uluslararası kamuoyu karşısında meşrulaştırmak amacı taşıdığı kanaatine varılmıştır.

#### MAKALE BİLGİ FORMU

**Yazar(lar)ın Katkıları:** Yazar çalışmaya %100 katkı sunmuştur

**Çıkar Çatışması Bildirimi:** Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

**Destek/Destekleyen Kuruluşlar:** Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kar amacı gütmeyen sektörden hibe alınmamıştır.

**Etik Onay ve Katılımcı Rızası:** “*Stratejik Anlatı İnşasında Sosyal Medyanın Araçsallaştırılması: Türkiye-Yunanistan Örneği.*” başlıklı çalışma netik kurul onayı gerektirmemektedir. Yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulduğu, toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmadığı yazar tarafından beyan edilmiştir.

## Kaynakça

- Akdoğan, İ. (2021). İran'a yönelik Suudi Arabistan-İsrail stratejik anlatı ittifakı, *İran Çalışmaları Dergisi*, 5(3), 484-487.
- Akdoğan, İ. & Adıgüzel, Y. (2022a). A strategic narrative construction of the Trump administration on Iran's nuclear program, *Siyasal: Journal of Political Sciences*, 31(2), 195-216.
- Akdoğan, İ., Küpeli, M. Ş. & Gürler, R. T. (2022). The construction of strategic narrative in the Saudi-Iranian regional rivalry: The case of the Yemeni civil war, *The Journal of Humanity and Society*, 12(2), 59-110
- Akdoğan, İ, Uğuş, M. & Yılmaz, M. M. (2021). Gerçekliğin yeniden inşası: Arap-İsrail normalleşmesinin Orta Doğu basınında çerçevelenmesi, *Türkiye Ortadoğu Çalışmaları Dergisi*, 8(1), 75-119.
- Akdoğan, İ. & Adıgüzel, Y. (2022b). Bir stratejik iletişim aracı olarak dijital diplomasi: Büyükelçiler krizi örneği. Altun, F. (Ed.), *Toplumlar Arası İletişimde Yeni Dönem: Enformasyon Savaşından Dezenformasyon Savaşına*, Paradigma Yayınları,
- Antoniades, A., Miskimmon, A. & O'Loughlin, B. (2010). Great power politics and strategic narratives. *Center for Global Political Economy*, Brighton: Working Paper, (7), 5.
- Barthwal, M. (2015). Strategic narratives and non-states actors. *Critical Studies on Security*. 3(3), 328-330.
- Bilgin, R.K. (2018). Media and narrative in the relationship between war and society: A movie review. Emrah D. & Nuran Ö. (Eds.), *Issues in Communication, Media and Public Relations* (ss.117-128), London: IJOPEC Publication.
- Freedman, L. (2006a). Network, culture and narratives. *Adelphi Paper*, 45(379), 11-26.
- Hallahan, K., Holdzhausen, D., Ruler, B., Vercic, D. & Sriramerh, K. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3-35.
- Holtzhausen, D. & Zerfass, A. (2015). Strategic communication: Opportunities and challenges of the research areas. In *Routledge Handbook of Strategic Communication*, New York & London: Routledge, 4.
- Jankowski, B. (2013). War narratives in a world of global information age France and the war in Afghanistan, *IRSEM Paris Paper* (8), 12.
- Krebs, R. (2015). *Narrative and the making of U.S national security*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Madisson, M. & Ventsel, A. (2021). *Strategic conspiracy narrative*. London & New York: Routledge.
- Miskimmon, A., O'Loughlin, B. & Roselle, L. (2013). *Strategic narratives: Communication power and the new world order*. London & New York: Routledge.
- Miskimmon, A., O'Loughlin, B. & Roselle, L. (2017). *Forging the world: Strategic narratives and international relations*. Michigan: Michigan University Press.
- Moss D., & Warnaby, G. (1998). Communications strategy? Strategy communication?

Integrating different perspectives, *Journal of Marketing Communications*, 4(3), 131-140.

- Nissen, T. (2015). *The weaponization of social media*. Copenhagen: Danish Defence.
- Paterson M. & Monroe, R. (1998). Narrative in political science. *Annual Review in Political Science*, 1, 315-331.
- Polat, F. (2020). Küresel ve bölgesel aktörlerin Libya politikaları. İşman, A. & Özgür, Z.A. & Öztunç, M. (eds.) *Doğu Akdeniz ve Türkiye'nin Hakları*. (ss.209-228). Ankara: SETA.
- Ringmose J. & Børgesen, B. (2011). Shaping public attitudes towards the deployment of military power: NATO, Afghanistan and the use of strategic narratives. *European Security*, 20(4), 505-528.
- Roberts, G. (2006). History, theory and the narrative turn in IR, *Review of International Studies*, 32(4), 703-714.
- Roselle, L., Miskimmon, A. & O'Loughlin, B. (2014). Strategic narrative: A new means to understand soft power. *Media, War and Conflict*, 7(1), 70-84.
- Suganami, H. (1999). Agent, structures, narratives. *European Journal of International Relations*, 5(3), 365-386.
- Uğuş, M. (2020). Bir "Alan" olarak medyanın eleştirel çözümlemesi: Pierre Bourdieu örneği, *İletişim Çalışmaları*, Sakarya: Sakarya Üniversitesi Yayınları, (124-138).
- Zaharna, R. (2010). *Battles to bridges: U.S strategic communication and public diplomacy after 9/11*, London: Palgrave Macmillan.
- Wendt, A. (1995). Constructing international politics. *International Security*, 20(1), 71-81.

## Twitter

- Çavuşoğlu, M. [@MevlutCavusoglu]. (2022a, 17 Ekim). #Canlı Türk Devletleri Teşkilatı Dışişleri Bakanları Konseyi Olağanüstü Toplantısı Basın Toplantısı İstanbul [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/MevlutCavusoglu/status/1581955822632017921> Erişim Tarihi: 2022, 2 Kasım.
- Çavuşoğlu, M. [@MevlutCavusoglu]. (2022b, 26 Eylül). #Canlı Japon Basın Mensuplarıyla Buluşma Tokyo/Ulusal Basın Kulübü. [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/MevlutCavusoglu/status/1574305155763281923> Erişim Tarihi: 2022, 2 Kasım.
- Çavuşoğlu, M. [@MevlutCavusoglu]. (2022c, 24 Eylül). ABD'de yaşayan vatandaşlarımızla buluşma Los Angeles. [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/MevlutCavusoglu/status/1573724387769024512> Erişim tarihi: 2022, 19 Ekim.
- Çavuşoğlu, M. [@MevlutCavusoglu]. (2022ç, 23 Eylül). Dış İlişkiler Konseyi Hitabımız Address at the Council on Foreign Relations @CFR\_org New York. [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/MevlutCavusoglu/status/1573405189075353602> Erişim tarihi: 2022, 11 Ekim.
- Çavuşoğlu, M. [@MevlutCavusoglu]. (2022d, 29 Temmuz). #Canlı #Almanya Dışişleri Bakanı Annalena Baerbock ile Ortak Basın Toplantısı İstanbul.

- [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/MevlutCavusoglu/status/1553050114377359362> Erişim Tarihi: 2022, 19 Ekim.
- Çavuşoğlu, M. [@MevlutCavusoglu]. (2022e, 11 Ağustos). #Canlı “2023 ve Ötesinde Akil ve Müşfik Türk Diplomasisi” temalı XIII. Büyükelçiler Konferansı Kapanış Hitabı #BKON2022 Ankara. [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/MevlutCavusoglu/status/1557741470496731136> Erişim Tarihi: 2022, 12 Ekim.
- Çavuşoğlu, M. [@MevlutCavusoglu]. (2022f, 3 Ekim). #Canlı #Libya Dışişleri Bakanı Najla Mangoush ile Ortak Basın Toplantısı #Live Joint Press Conference with Foreign Minister Najla Mangoush of Libya. [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/MevlutCavusoglu/status/1576909040478740480> Erişim Tarihi: 2022, 8 Ekim.
- Çavuşoğlu, M. [@MevlutCavusoglu]. (2022g, 23 Ağustos). #CanlıYayın Haber Global’de Gündemi Değerlendiriyoruz Ankara. [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/MevlutCavusoglu/status/1561972344712830976> Erişim Tarihi: 2022, 2 Ekim.
- Çavuşoğlu, M. [@MevlutCavusoglu]. (2022h, 22 Eylül). #Canlı İslam İşbirliği Teşkilatı Yıllık Koordinasyon Toplantısı #Live Organization of Islamic Cooperation Annual Coordination Meeting New York #UNGA77. [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/MevlutCavusoglu/status/1572975675996356611> Erişim Tarihi: 2022, 16 Ekim.
- Çavuşoğlu, M. [@MevlutCavusoglu]. (2022i, 9 Eylül). Batı Trakya’daki soydaşlarımız tarafından bugün yüksek katılımıla seçilen yeni İskeçe Müftüsü @TrampaMustafa’yi tebrik ediyorum. Yunanistan’ın, Türk Azınlığın iradesine saygı göstermesini... [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/MevlutCavusoglu/status/1568292664960770049> Erişim Tarihi: 2022, 19 Ekim.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022a, 30 Ekim). Η GR κυβέρνηση παίρνει πρωτοβουλίες, αναπτύσσει σχέσεις με παραδοσιακούς & νέους εταίρους, δεν αντιδρά απλώς στην τρπολιτική. [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1586647435346075648> Erişim tarihi: 2022, 2 Kasım.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022b, 17 Eylül). Μαζί με την Κύπρο και τις ΗΠΑ, η Ελλάδα θα συνεχίσει να εργάζεται για την προώθηση της ασφάλειας και της [Tweet Dizisi]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1571035625243181062> Erişim Tarihi: 2022, 25 Eylül.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022c, 31 Temmuz). Greece does not threaten any of its neighbors and certainly has no such intention, nor does it violate any concept [Tweet Dizisi]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1553654904253710336> Erişim Tarihi: 2022, 27 Eylül.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022ç, 21 Temmuz). Greece is a founding member of the United Nations and a Member State of the European Union. Greece has always [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1550134525627228160> Erişim Tarihi: 2022, 25 Eylül.

- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022d, 16 Ekim). Η συνέντευξή μου στην εφημερίδα «Το Βήμα» και στη δημοσιογράφο Αλεξάνδρα Φωτάκη: <https://mfagr/epikairoitita/diloseis-omilies/sunenteuxe-upourgou-exoterikon-nikou-dendia-sten-ephemerida-to-bema-kai-ste-demosiographo-alexandra-photake-16102022.html> [Bağlantı Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1581641935688589313> Erişim Tarihi: 2022, 28 Ekim.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022e, 28 Eylül). «Η Ελλάδα τάσσεται υπέρ του διαλόγου στη βάση του Διεθνούς Δικαίου. Θα υπερασπιστεί, όμως, τα νόμιμα συμφέροντα και δικαιώματά της [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1575197012735279136> Erişim Tarihi: 2022, 7 Ekim.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022g, 30 Ağustos). Ενημέρωσα τον Πρόεδρο και για τα ειδικά προβλήματα της Ανατολικής Μεσογείου, και την τουρκική προκλητικότητα, τις τουρκικές αναθεωρητικές απόψεις της [Tweet Dizisi]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1564597042244161537> Erişim Tarihi: 2022, 28 Ekim.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022f, 28 Temmuz). Η Ουκρανία & η Κύπρος αποτελούν περιπτώσεις κατάφωρης παραβίασης του Διεθνούς Δικαίου. Όμως, εκεί σταματά η ομοιότητα. Γιατί πριν από [Fotoğraf Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1552658801924288519> Erişim Tarihi: 2022, 15 Ekim.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022h, 19 Ekim). Κανείς δεν μπορεί να σας κατανοήσει @DmytroKuleba καλύτερα από τους GR. Διότι και οι GR έχουν έναν μεγάλο γείτονα στα ανατολικά, [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1582781108319817729> Erişim Tarihi: 2022, 28 Ekim.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022i, 21 Ekim). Με την επίσκεψη στην υααναδείξαμε τις ομοιότητες των προκλήσεων με αυτές που η ΓΡαντιμετωπίζει. Και είναι αστείο να μας κατηγορεί [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1583388670811602944> Erişim Tarihi: 2022, 28 Ekim.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022i, 29 Eylül). TR stated that it will use “all legal means & methods in order to protect its interests”. I understand this [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1575458326825111554> Erişim Tarihi: 2022, 3 Ekim.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022j, 20 Eylül). This country which has issued a casus belli is challenging the Greek sovereignty of the Aegean islands. It speaks of [Tweet Dizisi]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1572322315693588480> Erişim Tarihi: 2022, 3 Ekim.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022k, 20 Eylül). Διότι αυτό πλέον έχει περάσει σε ένα πρωτοφανές επίπεδο αποτελώντας μια σαφή και υπαρκτή απειλή κατά της κυριαρχίας της Ελλάδας [Tweet Dizisi]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1572120816715800577> Erişim Tarihi:

2022, 3 Ekim.

- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022l, 8 Eylül). Τα λεγόμενα Τούρκων επισήμων τις τελευταίες μέρες είναι πέραν του απαράδεκτου. Επ' αυτού είναι προφανές ότι υπάρχει απόλυτη ομόνοια των [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1567842914515951619> Erişim Tarihi: 2022, 7 Ekim.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022m, 20 Eylül). Turkey's positions are testing the limits of logic. The country which is instrumentalizing the migration issue by putting tens of [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1572322308022206468> Erişim Tarihi: 2022, 28 Ekim.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022n, 17 Ağustos). Το περιστατικό της προώθησης αιτούντων ασύλου από την Τουρκία προς την Ελλάδα στην περιοχή του Έβρου, αποτελεί μία ακόμη απόπειρα [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1559874083390636033> Erişim Tarihi: 2022, 28 Ekim.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022o, 30 Ekim). Η συνέντευξή μου στην εφημερίδα Real News και στον δημοσιογράφο @GSiadimas: <https://mfa.gr/epikairota/diloseis-omilies/sunenteuxe-upourgou-exoterikon-nikou-dendia-sten-ephemerida-real-news-kai-ston-demosiographo-giorgo-siadema-30102022.html> [Bağlantı Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1586695651521437699> Erişim Tarihi: 2022, 3 Kasım.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022ö, 3 Ekim). Η συνέντευξή μου στην εφημερίδα «Πρώτο Θέμα» και στον δημοσιογράφο @makis\_pollatos: <https://mfa.gr/epikairota/diloseis-omilies/sunenteuxe-upourgou-exoterikon-nikou-dendia-sten-ephemerida-proto-thema-kai-ston-demosiographo-makepollato-02102022.html> [Bağlantı Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1576594933720530945> Erişim Tarihi: 2022, 3 Kasım.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022p, 17 Eylül). Η συνέντευξή μου στην εφημερίδα «Παραπολιτικά» και στον δημοσιογράφο @CostasPap: <https://mfa.gr/epikairota/diloseis-omilies/sunenteuxe-upourgou-exoterikon-nikou-dendia-sten-ephemerida-parapolitika-kai-ston-demosiographo-kostapapakhlimintzo-17092022.html> [Bağlantı Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1571102223844933635> Erişim Tarihi: 2022, 28 Ekim.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022r, 24 Temmuz). Η συνέντευξή μου στην εφημερίδα «Καθημερινή της Κυριακής» @Kathimerini\_gr και τον δημοσιογράφο @NedosVassilis. <https://mfa.gr/epikairota/diloseis-omilies/sunenteuxe-upourgou-exoterikon-nikou-dendia-sten-ephemerida-kathemerine-tes-kuriakes-kai-ton-dempho-basile-nedo-24072022.html> [Bağlantı Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1551170442853060608> Erişim Tarihi: 2022, 28 Ekim.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022s, 14 Ekim). Κατά τη συνάντηση με τον ΥΠΕΞ GB



- @JamesCleverly, θα συζητήσουμε για την υλοποίηση της Στρατηγικής Συμφωνίας GRGB που είχα [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1580930642279137281> Erişim tarihi: 2022, 28 Ekim.
- Dendias, N.[@NikosDendias]. (2022ş, 8 Temmuz). What we are seeing is returning back to some sort of neo-Ottoman ideological approach, a revisionism which thinks of [Tweet Dizisi]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1545409143065944065> Erişim Tarihi: 2022, 28 Ekim.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022t, 3 Temmuz). Η συνέντευξή μου στην εφημερίδα «Πρώτο Θέμα» και στον δημοσιογράφο @makis\_pollatos: <https://mf.gr/epikairota/diloseis-omilies/sunenteuxe-upourgou-exoterikon-nikou-dendia-sten-ephemerida-proto-thema-kai-ston-dempho-make-pollato-03072022.html> [Bağlantı Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1543553593156018176> Erişim Tarihi: 2022, 28 Ekim.
- Dendias, N. [@NikosDendias]. (2022v, 7 Eylül). Turkey is attempting to turn back the clock of history, to revive the Ottoman Empire. The TR side's actions & [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/NikosDendias/status/1567512551054888961> Erişim Adresi: 2022, 28 Ekim.
- Erdoğan, R.T. [@RTERdogan]. (2022a, 20 Eylül). *Yunanistan'dan iş birliği ve dayanışma çağrılarımıza kulak vermesini bekliyoruz. #UNGA* [Fotoğraf Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/RTERdogan/status/1572283196342951938> Erişim Tarihi: 2022, 21 Ekim.
- Erdoğan, R.T. [@RTERdogan]. (2022b, 20 Eylül). *Birleşmiş Milletler 77. Genel Kurulu.* [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/RTERdogan/status/1572244694796484611> Erişim Tarihi: 2022, 5 Ekim.
- Erdoğan, R.T. [@RTERdogan]. (2022c, 6 Ekim). *Avrupa Siyasi Topluluğu Prag Zirvesi Sonrası Basın Toplantısı* [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/RTERdogan/status/1578089113462374406> Erişim Tarihi: 2022, 19 Ekim.
- Erdoğan, R.T. [@RTERdogan]. (2022ç, 27 Eylül). *Türkiye olarak Ege ve Akdeniz'in ne insan kanıyla ne gözyaşıyla ne de husumetlerle kirletilmesini asla tasvip etmiyoruz. Biz tüm kalbimizle* [Tweet Dizisi]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/RTERdogan/status/1574713475611467781> Erişim Tarihi: 2022, 8 Ekim.
- Erdoğan, R.T. [@RTERdogan]. (2022d, 25 Temmuz). *TRT Canlı Yayını.* [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/RTERdogan/status/1551633319854592000> Erişim Tarihi: 2022, 19 Ekim.
- Erdoğan, R.T. [@RTERdogan]. (2022e, 20 Eylül). *Türkiye olarak biz, yeni Aylan bebeklerin cesetleri kıyılara vurmasını diye çırpınırken, Yunanistan, hukuksuz, pervasız geri itmeleriyle Ege'yi bir mülteci mezarlığına...* [Fotoğraf Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/RTERdogan/status/1572273129979662336> Erişim Tarihi: 2022, 11 Ekim.
- Erdoğan, R.T. [@RTERdogan]. (2022f, 9 Haziran). *Gayrı askerî statüdeki adaların çeşitli*

*tatbikatlara dâhil edilerek NATO ve üçüncü taraf ülkelerin de bu hukuksuzluğa alet edilmeye çalışılması, sonu...*[Tweet Dizisi]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/RTErdogan/status/1534967888339161107> Erişim Tarihi: 2022, 19 Ekim.

Mitsotakis, K. [@kmitsotakis]. (2022a, 4 Ekim). Αυτό που με κάνει αισιόδοξο, είναι ότι το δηλητήριο των λόγων της τουρκικής ηγεσίας δεν φτάνει τελικά στους λαούς. Έλληνες [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/kmitsotakis/status/1577270343718281218> Erişim Tarihi: 2022, 21 Ekim.

Mitsotakis, K. [@kmitsotakis]. (2022b, 10 Ekim). Με τον υποψήφιο για την Προεδρία της Κυπριακής Δημοκρατίας @Christodulides συζητήσαμε για τις νεότερες εξελίξεις στο Κυπριακό και για την [Fotoğraf Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/kmitsotakis/status/1579528642908291072> Erişim Tarihi: 2022, 15 Ekim.

Mitsotakis, K. [@kmitsotakis]. (2022c, 13 Ekim). Στη σημερινή συνάντηση με τον υποψήφιο για την Προεδρία της Κυπριακής Δημοκρατίας, Ανδρέα Μαυρογιάννη, είχαμε την ευκαιρία να συζητήσουμε για [Fotoğraf Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/kmitsotakis/status/1580533180356235270> Erişim Tarihi: 2022, 15 Ekim.

Mitsotakis, K. [@kmitsotakis]. (2022ç, 27 Eylül). Live | Kickstarting the @EPPGroup's Study Days in Crete with my friend @ManfredWeber. Welcome #EPPfamily to Greece! [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/kmitsotakis/status/1574802247912914946> Erişim Tarihi: 2022, 24 Ekim.

President GR. [@PresidencyGR]. (2022a, 20 Temmuz). 48 χρόνια μετά την τουρκική στρατιωτική εισβολή στην Κύπρο, το τραύμα της παράνομης κατοχής παραμένει βαθύ. Θυμόμαστε πάντα όσους θυσιάστηκαν [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/PresidencyGR/status/1549664738346426368> Erişim Tarihi: 2022, 21 Eylül.

President GR. [@PresidencyGR]. (2022b, 7 Ekim). Με τον @presidentmt George Vella εκφράσαμε τη βούληση για εμβάθυνση των ήδη άριστων σχέσεων GR-ΜΤ. Επεσήμανα τη συστηματική εμπρηστική ρητορική [Fotoğraf Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/PresidencyGR/status/1578350236392886275> Erişim Tarihi: 2022, 1 Kasım.

Prime Minister GR. [@PrimeministerGR]. (2022a, 24 Eylül). Birleşmiş Milletler'den bu mesajla yalnız Türk liderlerine değil, Türk halkına da yönelerek şunu söylemek isterim: Yunanistan Türkiye'yi tehdit etmiyor. Biz [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/PrimeministerGR/status/1573418967619756032> Erişim Tarihi: 2022, 29 Eylül.

Prime Minister GR. [@PrimeministerGR]. (2022b, 23 Eylül). Türkiye has been threatening Greece with a casus belli, should we choose to exercise our sovereign right to expand our [Tweet Dizisi]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/PrimeministerGR/status/1573405550859399170> Erişim Tarihi: 2022, 1 Kasım.

Prime Minister GR. [@PrimeministerGR]. (2022c, 23 Eylül). Türkiye's leadership seems to have a strange fixation with my country. Their language is

increasingly bellicose. They threaten that Türkiye [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/PrimeministerGR/status/1573404756269477888> Erişim Tarihi: 2022, 1 Kasım.

Prime Minister GR. [@PrimeministerGR]. (2022ç, 23 Eylül). It includes the instrumentalization of migration flows, and a unilateral decision to refuse all high-level contacts. And I ask: Is [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/PrimeministerGR/status/1573406375145000960> Erişim Tarihi: 2022, 1 Kasım.

T.C. Cumhurbaşkanlığı. [@tcbestepe]. (2022a, 20 Eylül). “Türkiye’nin dış politikadaki vizyonu daima barış odaklı olmuştur” <https://tcgb.gov.tr/haberler/410/139744-turkiye-nin-dis-politikadaki-vizyonu-daima-baris-odakli-olmustur-...> [Fotoğraf Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/tcbestepe/status/1572267391656071168> Erişim Tarihi: 2022, 15 Ekim.

T.C. Cumhurbaşkanlığı. [@tcbestepe]. (2022b, 16 Eylül). Cumhurbaşkanı Erdoğan, Şanhay İşbirliği Teşkilatı 22. Devlet Başkanları Zirvesi’nde konuşuyor. [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/tcbestepe/status/1570707929715679234> Erişim Tarihi: 2022, 18 Ekim.

T.C. Cumhurbaşkanlığı. [@tcbestepe]. (2022c, 24 Temmuz). Cumhurbaşkanı @RTERdogan: “Türkiye 2023’e, Lozan Barış Antlaşması’nın ve Cumhuriyetimizin 100’üncü yılına doğru emin adımlarla ilerlerken, bölgesel ve küresel meselelerdeki etkin... [Fotoğraf Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/tcbestepe/status/1551172261666750465> Erişim tarihi: 2022, 12 Ekim.

T.C. Cumhurbaşkanlığı. [@tcbestepe]. (2022ç, 30 Haziran). Cumhurbaşkanı Erdoğan, NATO Liderler Zirvesi sonrasında basın toplantısında konuşuyor. [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/tcbestepe/status/1542503877521461250> Erişim Tarihi: 2022, 3 Eylül.

T.C. Cumhurbaşkanlığı. [@tcbestepe]. (2022d, 6 Eylül). Cumhurbaşkanı Erdoğan, Bosna-Hersek, Sırbistan ve Hırvatistan ziyaretleri öncesi basın toplantısında konuşuyor. [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/tcbestepe/status/1567051356808126464> Erişim Tarihi: 2022, 5 Ekim.

T.C. Dışişleri Bakanlığı. [@TC\_Disisleri]. (2022a, 6 Eylül). Dışişleri Bakanlığı Sözcüsü Büyükelçi @TanjuBilgic’in AB Dönem Başkanı Sfatıyla Çekya Dışişleri Bakanlığının ve Diğer Bazı AB Kurumlarının Ülkemize İlişkin Açıklamaları [Fotoğraf Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: [https://twitter.com/TC\\_Disisleri/status/1567031781718728704](https://twitter.com/TC_Disisleri/status/1567031781718728704) Erişim Tarihi: 2022, 20 Ekim.

T.C. Dışişleri Bakanlığı. [@TC\_Disisleri]. (2022b, 4 Ağustos). Yunanistan’ın Batı Trakya Müftülüklerine İlişkin Hazırladığı Yasa Hk. [http://mfa.gov.tr/no\\_-248-yunanistan-in-bati-trakya-muftuluklerine-iliskin-hazirladigi-yasa-hk.tr.mfa...](http://mfa.gov.tr/no_-248-yunanistan-in-bati-trakya-muftuluklerine-iliskin-hazirladigi-yasa-hk.tr.mfa...) [Fotoğraf Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: [https://twitter.com/TC\\_Disisleri/status/1555065769934946304](https://twitter.com/TC_Disisleri/status/1555065769934946304) Erişim Tarihi: 2022, 21 Ekim.


T.C. Dışişleri Bakanlığı. [@TC\_Disisleri]. (2022c, 4 Ekim). Dışişleri Bakanlığı Sözcüsü Büyükelçi @TanjuBilgic’in Türkiye ile Libya Arasında Hidrokarbonlar Alanında İşbirliğine İlişkin Mutabakat Zaptı Konusunda AB ve Yunanistan Tarafından... [Fotoğraf Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: [https://twitter.com/TC\\_Disisleri/](https://twitter.com/TC_Disisleri/)

status/1577226284366692352 Erişim Tarihi:2022, 27 Ekim.

- T.C. Dışişleri Bakanlığı. [@TC\_Disisleri]. (2022ç, 16 Eylül). *Tüm tehditlere ve baskılara rağmen, insan hakları ve özgürlük mücadelesinden vazgeçmeyen Batı Trakya Türk Azınlığının arkasındayız. Yunan makamlarının, bu vahim... [Fotoğraf Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: [https://twitter.com/TC\\_Disisleri/status/1570649018455265282](https://twitter.com/TC_Disisleri/status/1570649018455265282) Erişim tarihi: 2022, 20 Eylül.*
- T.C. Millî Savunma Bakanlığı. [@tcsavunma]. (2022a, 18 Ekim). *MİLLÎ SAVUNMA BAKANI HULUSİ AKAR: (Yunanistan ile sorunlar) Bu sorunların karşılıklı görüşmeler ve diyalogla çözülebileceğine inanıyoruz. Bu yaklaşımımızı ısrarla sürdürüyoruz.” [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/tcsavunma/status/1582404111886176257> Erişim Tarihi: 2022, 3 Ekim.*
- T.C. Millî Savunma Bakanlığı. [@tcsavunma]. (2022b, 2 Eylül). *MSB HULUSİ AKAR: “Yunanistan, 1919-1922’de bazı ülkelerin desteğiyle, teşvikiyle işgal girişiminde bulundu. Bunun sonucunda hüsrana uğradılar. Bu ısrarımızdan vazgeçin... [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/tcsavunma/status/1565603335721320449> Erişim Tarihi: 2022, 25 Ekim.*
- T.C. Millî Savunma Bakanlığı. [@tcsavunma]. (2022c, 28 Eylül). *MSB HULUSİ AKAR: “(Polisevine saldırı) Mehmetçik karşısında duramayan hain teröristlerin, alçakların bu saldırıları Suriye’de organize ettiği bilgisine sahibiz. Yeri ve... [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/tcsavunma/status/1575042808716591104> Erişim Tarihi: 2022, 27 Ekim.*
- T.C. Millî Savunma Bakanlığı. [@tcsavunma]. (2022ç, 29 Ağustos). *Millî Savunma Bakanı Hulusi Akar, Yunanistan’ın Türk uçaklarına radar kilidi atmasına tepki göstererek “Kötü komşumuzun bu yaptığının görülmesi, anlaşılması ve... [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/tcsavunma/status/1564245405981892610> Erişim Tarihi: 2022, 25 Ekim.*
- T.C. Millî Savunma Bakanlığı. [@tcsavunma]. (2022d, 25 Ekim). *MİLLÎ SAVUNMA BAKANI HULUSİ AKAR: “Artık kendi tüfeğimizi, topumuzu, insansız hava aracımızı, füzemizi, helikopterimizi ve gemimizi üretebilen bir ülkeyiz... [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim adresi: <https://twitter.com/tcsavunma/status/1585001069226037248> Erişim tarihi: 2022, 23 Ekim.*
- T.C. Millî Savunma Bakanlığı. [@tcsavunma]. (2022e, 13 Eylül). *MİLLÎ SAVUNMA BAKANI HULUSİ AKAR: “(Yunanistan’ın provokasyonları) Tarihten ders alın diyoruz. Yeni maceralara girmeyin. Bazıları sizin kulağınıza bir şeyler söyleyebilirler... [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/tcsavunma/status/1569584202454077440> Erişim Tarihi: 2022, 8 Ekim.*
- T.C. Millî Savunma Bakanlığı. [@tcsavunma]. (2022f, 10 Eylül). *Bodrum açıklarında, 9 Eylül 2022 tarihinde Yunanistan’a ait sahil güvenlik botu tarafından, düzensiz göçmenlerin lastik bota transfer edilerek Türk kara... [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim adresi: <https://twitter.com/tcsavunma/status/1568576543663820800> Erişim Tarihi: 2022, 25 Ekim.*
- T.C. Millî Savunma Bakanlığı. [@tcsavunma]. (2022g, 16 Eylül). *Çeşme Uzunadalar kuzey batısında, 14 Eylül 2022’de Yunanistan’a ait sahil güvenlik botu tarafından düzensiz göçmenlerin 2 adet lastik bota transfer...*

- [Video Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/tcsavunma/status/1570697578076950529> Erişim Tarihi: 2022, 22 Ekim.
- Υπουργείο Εξωτερικών. [@GreeceMFA]. (2022a, 20 Eylül). Συμμετοχή ΥΠΕΞ @ NikosDendias στην άτυπη συνάντηση ΥΠΕΞ ΕΕ, στο πλαίσιο Εβδομάδας Υψηλού επιπέδου ΓΣ ΟΗΕ. Οι συνομιλίες εστίασαν σε Ουκρανία [Fotoğraf Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/GreeceMFA/status/1572113746801168385> Erişim Tarihi: 2022, 20 Ekim.
- Υπουργείο Εξωτερικών. [@GreeceMFA]. (2022b, 28 Eylül). Ανακοίνωση Υπουργείου Εξωτερικών αναφορικά με τη συνεδρίαση του Εθνικού Συμβουλίου Ασφαλείας της Τουρκίας → <https://mfa.gr/epikairoitita/diloseis-omilies/anakoinose-upourgeiou-exoterikon-anaphorika-me-te-sunedriase-tou-ethnikou-sumbouliou-asphaleias-tes-tourkias-28092022.html> [Bağlantı Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/GreeceMFA/status/1575197145015394304> Erişim Tarihi: 2022, 14 Ekim.
- Υπουργείο Εξωτερικών. [@GreeceMFA]. (2022c, 17 Ağustos). .@GreeceMFA Statement regarding the Greek-Turkish border in Thrace and Turkey’s attempt to instrumentalize the migration-refugee issue ↔ <https://mfa.gr/en/current-affairs/statements-speeches/statement-by-the-ministry-of-foreign-affairs-regarding-the-greek-turkish-border-in-thrace-and-turkeys-attempt-to-instrumentalize-the-migration-refugee-issue-17082022.html> [Bağlantı Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/GreeceMFA/status/1559901367619174401> Erişim Tarihi: 2022, 30 Ekim.
- Υπουργείο Εξωτερικών. [@GreeceMFA]. (2022ç, 3 Eylül). .@GreeceMFA Statement regarding Turkish officials’ recent remarks Read → <https://mfa.gr/en/current-affairs/statements-speeches/statement-by-the-ministry-of-foreign-affairs-regarding-turkish-officials-recent-remarks-03092022.html> [Bağlantı Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/GreeceMFA/status/1566127785210511360> Erişim Tarihi: 2022, 30 Ekim.
- Υπουργείο Εξωτερικών. [@GreeceMFA]. (2022d, 3 Ekim). .@GreeceMFA Statement regarding the signing of a “Memorandum of Understanding” on hydrocarbons between the Government of National Unity (GNU) [Bağlantı Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/GreeceMFA/status/1577013484386414592> Erişim Tarihi: 2022, 8 Ekim.
- Υπουργείο Εξωτερικών. [@GreeceMFA]. (2022e, 16 Eylül). .@GreeceMFA Statement regarding issues related to the Muslim Minority of Thrace → <https://mfa.gr/en/current-affairs/statements-speeches/statement-by-the-ministry-of-foreign-affairs-regarding-issues-related-to-the-muslim-minority-of-thrace-16092022.html> [Bağlantı Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/GreeceMFA/status/1570736799953350662> Erişim Tarihi: 2022, 29 Eylül.
- Υπουργείο Εξωτερικών. [@GreeceMFA]. (2022f, 23 Temmuz). Απάντηση του Εκπροσώπου του Υπουργείου Εξωτερικών σε ερώτηση δημοσιογράφου αναφορικά με αιτιάσεις του τουρκικού Υπουργείου Εξωτερικών για τη μειονοτική εκπαίδευση [Bağlantı Ekli]. [Tweet]. Erişim

Adresi: <https://twitter.com/GreeceMFA/status/1550766190011850755>  
Erişim Tarihi: 2022, 18 Eylül.

Υπουργείο Εξωτερικών. [@GreeceMFA]. (2022g, 4 Ağustos). Ανακοίνωση Υπουργείου Εξωτερικών αναφορικά με νέο Νόμο για τον εκσυγχρονισμό των Μουφτειών  <https://mfa.gr/epikairota/diloseis-omilies/anakoinose-upourgeiou-exoterikon-anaphorika-me-neo-nomo-gia-ton-eksugkhronismo-ton-mouphteion-04082022.html> [Bağlantı Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: <https://twitter.com/GreeceMFA/status/1555139066856964098> Erişim Tarihi: 2022, 14 Eylül.

Υπουργείο Εθνικής Άμυνας. [@Hellenic\_MOD]. (2022a, 20 Temmuz). Στην Κύπρο για τις επετειακές εκδηλώσεις μνήμης για τους Πεσόντες και Αγνοούμενους Αξιωματικούς και Οπλίτες κατά την τουρκική εισβολή του [Bağlantı Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: [https://twitter.com/Hellenic\\_MOD/status/1549715398727274497](https://twitter.com/Hellenic_MOD/status/1549715398727274497) Erişim Tarihi: 2022, 18 Eylül.

Υπουργείο Εθνικής Άμυνας. [@Hellenic\_MOD]. (2022b, 19 Temmuz). Συνάντηση ΥΕΘΑ @npanagioto με τον ΥΠΑΜ των Η.Π.Α. κ. Λόιντ Όστιν (Lloyd Austin) <https://mod.mil.gr/synantisi-yetha-nikolaoy-panagiotopoyloy-ton-ypam-ton-p-a-k/> BINTEO: <https://vimeo.com/731285605> [Bağlantı Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: [https://twitter.com/Hellenic\\_MOD/status/1549317251995672576](https://twitter.com/Hellenic_MOD/status/1549317251995672576) Erişim Tarihi: 2022, 20 Ekim.

Υπουργείο Εθνικής Άμυνας. [@Hellenic\_MOD]. (2022c, 9 Haziran). Στην επετειακή εσπερίδα «1922: Ιστορική Μνήμη και Διδάγματα» στη Σχολή Ικάρων ο ΥΦΕΘΑ @nhardalias, ως Εκπρόσωπος της Ελληνικής Κυβέρνησης <https://mod.mil.gr/stin-epeteiaki-esperida-1922-istoriki-mnimi-didagmata-sti-scholi-ikaron/> [Bağlantı Ekli]. [Tweet]. Erişim Adresi: [https://twitter.com/Hellenic\\_MOD/status/1534880207684915201](https://twitter.com/Hellenic_MOD/status/1534880207684915201) Erişim Tarihi: 2022, 12 Eylül.

Teorik Makale

**Girişimci Gazetecilik-Serbest Gazetecilik Karşılaştırılmal Bir Tartışma\***

**Özet**

21. yüzyılda iletişim ve bilişim alanında yaşanan yenilikler medya dnyasını etkilemiş, bu alandaki değişim ve dñüřümler gazetecilik uygulamalarını da dñüřtürmüřtür. Böylece yeni yayıncılık mecraları ve içerik türleri ortaya çıkmıştır. Bu yeni yayıncılık mecraları ve içerik türleri gazetecilik uygulamalarındaki bu yeni yönelimlerim de açıklanması ihtiyacını doğurmuştur. Bu çalışmanın temel tartışması gazetecilerin bu yeni şartlara uyum sağlaması için önerilen girişimci gazetecilik kavramı çerçevesinde biçimlenmektedir. Girişimci gazetecilik medya sektörünün ekonomik olarak zor zamanlardan geçtiği dönemlerde ön plana çıkmış ve bir bakıma sektörün kurtarıcısı olarak ilan edilmiştir. Girişimci gazetecilik, en genel anlamıyla gazetecilerin yeni bir ürün, hizmet veya yayıncılık mecrası geliştirmesi; yeni iş modelleri oluşturması biçiminde ifade edilmektedir. Gazetecilerin yeni iş modelleri oluşturabildikleri, işletmeler kurdukları ve kendi işlerinin patronu olabildikleri yeni bir alan olarak literatürde yer bulan girişimci gazeteciliğin hali hazırda haber medyasında önemli çalışma biçimi olan serbest gazetecilikten çok da farklı olmadığını savunanlar bulunmaktadır. Literatür taramasına dayalı bu çalışmada “Girişimci Gazetecilik” ve “Serbest Gazetecilik” kavramlarının açıklanması ve iki kavramın bağlantı noktaları ile karşılıklarının tartışılması amaçlanmıştır. Bu çalışmanın temel hedefi, literatürden yararlanarak girişimci gazetecilik ve serbest gazetecilik kavramlarının sınırlarının net olarak ortaya konması oluşturmaktadır.

Sevim ERGÜN\*\*  
Seçil ÖZAY\*\*\*

\*Bu alışma Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde hazırlanan “Dijital Dñüřüm Bağlamında Girişimci Gazetecilik ve Türkiyedeki Uygulamaları” adlı doktora tezinden üretilmiştir.

\*\* Dr., svmgrk1@gmail.com,  
ORCID: 0000-0002-5877-707X

\*\*\* Dr. Öğr. Üyesi,  
Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi,  
Gazetecilik Bölümü,  
sozay@marmara.edu.tr,  
ORCID:0000-0002-0695-8258.

**Anahtar Kelimeler:** Gazetecilik, Serbest Gazetecilik, Girişimci Gazetecilik



Theoretical Article

## Entrepreneurial Journalism-Freelance Journalism A Comparative Discussion\*

### Abstract

Sevim ERGÜN\*\*  
Seçil ÖZAY\*\*\*

Innovations in the area of communication and informatics in the 21st century have affected the media world; the changes and transformations which are taking place have also transformed the professions of journalism. Thus, new channels for publishing and content types have emerged. These emerging new channels and content types have also brought new journalism types up for discussion. The main discussion of this study is formed within the framework of the concept of entrepreneurial journalism, which is suggested for journalists to adapt to these new conditions. Entrepreneurial journalism came into prominence when the media sector was going through difficult times and was declared as the savior of the sector in a way. In the most general sense, it is stated as development of a new product, service or publishing medium; or creation of new business models by journalists. Entrepreneurial journalism has created a new space where journalists can create new business models, start businesses and become their own bosses. However, there are supporters of the idea that entrepreneurial journalists are not much different from freelance journalists, who are already important members of the media. In this study, which is based on literature review, it is aimed to explain the concepts of “Entrepreneurial Journalism” and “Freelance Journalism” and to discuss the connection points and differences of the two concepts. The main objective of this study is to clearly define the boundaries of the concepts of entrepreneurial journalism and freelance journalism by drawing on the literature.

\*This study was produced from the doctoral thesis named “Entrepreneurial Journalism in the Context of Digital Transformation and Its Applications in Turkey” at Marmara University Institute of Social Sciences.

\*\*Dr.,svmgrkn1@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5877-707X

\*\*\*Asst. Prof., Marmara University Faculty of Communication, Journalism Department, sozay@marmara.edu.tr, ORCID:0000-0002-0695-8258.

**Keywords:** Journalism, Freelance Journalism, Entrepreneurial Journalism

Received: 30.11.2022  
Accepted: 25.12.2022



## Giriş

Habercilik tarihin en eski meslekleri arasında kabul edilebilir; bu mesleğin bir devamı ve çağdaş yorumu ise gazeteciliktir. Zamanla okuryazarlığın yaygınlaşması, baskı makinelerinin gelişmesi gibi etkiler gazetelere olan talebi arttırmış, bu artış gazeteciliğin bir meslek olarak tanınmasının da yolunu açmıştır. 20. yüzyılın sonlarında, uydular ve internetin iletişim olanaklarını geliştirilmesiyle gazetecilikte uzmanlık alanlarındaki ayrışma daha görünür hale gelmiş ve artan bir profesyonellik gazeteciliğin genel karakterini oluşturmuştur. Gazeteciliğin bugünkü anlamda uygulama alanını ise gazeteler, dergiler, kitaplar, bloglar, web yayınları, podcastler, newsletterlar, sosyal ağlar, sosyal medya siteleri ve e-posta gibi basılı ve elektronik medya araçları oluşturmaktadır. Yine çalışan gazetecilerin örgütlenmesinin yaygınlaşması, gazetecilik eğitiminin yaygınlaşması, kitle iletişimini açıklayan temel (tarihi, teknikleri, etkileri ve sorunları...) bir literatürün oluşması, gazetecilik mesleğinin genel karakterinin belirlenmesinde etkili olmuştur.

Geleneksel gazeteciliğin ortaya çıktığı dönem bilgiye ulaşmadaki sınırlılıklar, habere talebi daha da artırmış ve haberin değerini yükseltmiştir. Günümüz gazeteciliğinde ise haber bolluğu nedeniyle değerinin nispeten azaldığı ve bilgiye doymuş bir pazarda üretim yapılmaktadır. Ayrıca, dijital teknolojiler ve internet bilgiyi daha bol ve erişilebilir hale getirmekte ve gazetecilikteki rekabeti artırmaktadır. Bunun sonunda medya kuruluşları güncel ve daha ayrıntılı haber içeriklerine yönelik artan talebi karşılamak için çevrimiçi dağıtım, elektronik postalar ve forumlar, bloglar, kullanıcı tarafından oluşturulan içerik aracılığıyla hedef kitle ile doğrudan etkileşim sağlamaya başlamışlardır. Bunun yanı sıra gazetecilerin de çalışma biçimleri bu yeni şartlara uygun olarak şekillenmektedir. Medya sektöründe uzun yıllar devam eden yüksek istihdam döneminden sonra ekonomik, teknolojik ve dijital alanlardaki gelişmeler sektörü ücret kesintileri, işsizlik ve gazetelerin kapanması gibi sorunlarla baş başa bırakmıştır.

Bu çalışmanın temel tartışması gazetecilerin bu yeni şartlara uyum sağlaması için önerilen girişimci gazetecilik kavramı çerçevesinde biçimlenmektedir. İnsan gücünün teknolojiyle rekabete girdiği, haber medyasının ekonomik olarak daraldığı bir dönemde yeni bir model olarak sunulan girişimci gazetecilik yine teknolojinin nimetleri ile bir gazetecilerin mesleklerini sürdürebilmelerine olanak sunacak bir alan olarak önerilmektedir. Gazetecilerin, yeni iş modelleri geliştirerek bu kapsamda bir ürün veya hizmet geliştirmesini kapsayan girişimci gazetecilik, gazetecilere kurdukları işletmelerle kendi işlerinin patronu olabilmeye yolunu açmaktadır. Bu noktada girişimci gazeteciliğin serbest gazetecilerden çok da farklı olmadığını savunanlar bulunmaktadır. Bu sav, çalışmanın da çıkış noktasını oluşturmaktadır. Çalışmada, henüz yeni bir kavram olan girişimci gazeteciliğin tanımının yapılması ve serbest gazetecilikle farklarının tartışılması amaçlanmıştır. Bu anlamda çalışmanın temel hedefini konuyla ilgili incelenen çalışmalarda tespit edilen tartışmalı noktalar çerçevesinde literatürden yararlanarak girişimci ve serbest gazetecilik kavramlarının açıklanması oluşturmaktadır.

### 1. Girişimci Gazetecilik

Geleneksel medya endüstrisinin 2008 yılından itibaren yaşamaya başladığı ekonomik kriz, istihdam sorunu, gelir modellerinin dijitale taşınması, kullanıcıların içeriğe para ödeme isteğinin azalması, dijital teknolojilerin yükselişi, online üretim

ve tüketiminin artması, haber odalarının maddi kesintiler yaşaması gibi nedenlerden dolayı medya endüstrisi yeni iş alanları oluşturmak ve geliştirmek durumunda kalmıştır (Cohen, 2015, s. 513). Bu arayışların sonuçlarından biri de girişimci gazetecilik olarak isimlendirilen yeni gazetecilik türünün ortaya çıkmasıdır. Girişimci gazetecilik kavramının birden fazla tanımı bulunmaktadır. Vos ve Singer (2016, s. 8), girişimci gazeteciliği romantik bir bakış açısıyla “Belirsiz bir şimdinin ortasında gelecek için ateşli bir umut” olarak tanımlarken Ruotsalainen ve arkadaşları (Ruotsalainen vd., 2019) çalışmalarında daha realistlik bir yönelimle girişimci gazeteciliği, “Gazeteciler tarafından kurulan üretim merkezleri” şeklinde tanımlamaktadır.

Gazetecilerin kendi tecrübelerini kullanarak yeni bir meca oluşturması, yeni bir ürün ortaya koyması veya var olan yayıncılık mecralarını kullanarak yeni bir iş alanı oluşturması girişimci gazetecilik olarak tanımlanmaktadır. Girişimci gazeteciliğin temelinde yeni bir ürün ortaya koymak bulunmaktadır. Gazeteciler yeni bir iş modeli kurarken kendi bilgi ve becerilerinin yanında var olan tecrübelerini de kullanarak yeni iş alanları açabilirler. Bu durumu Bathke (2019)not an institutional one. That’s been true of many professions for quite a while, and increasingly (and perhaps somewhat belatedly) mesleki bilgi ve tecrübelerini kamuoyuna farklı bir kanal yardımıyla sunmak, mesleki anlamda danışmanlık yapmak veya yeni iş modelleri oluşturmak şeklinde de tanımlamaktadır. Gazeteciliğin bu yeni formunda gazeteciler kendi iş modellerini oluşturmakta, medya işletmelerini kurmakta ve medya sektörüne girişimci olarak girmektedir. Elmore ve Massey (2012, s.113) ise kavramı, üç ayrı biçimde ele alınmasını önermektedir:

- *Yarı Zamanlı Bireysel Girişimci Gazetecilik:* Girişimci gazeteciliği ek iş olarak yapan kişilerdir. Bu türdeki gazeteciler günün belli zamanlarında kendi işlerinden arta kalan zamanlarda mesleklerini yapmakta ve ek gelir elde etmektedirler. Bu gazeteciler hem bir medya organında çalışmakta hem de yarı zamanlı olarak girişimlerini kurmaya çalışan gazetecilerdir. Örneğin; fotoğrafçılar, metin yazarları, grafikçiler, editörler, kurgu elemanları, tasarımcılar bunlara örnek olarak verilebilir. Bu girişim türünde gazeteciler çok az risk alırlar ve işletmenin mali konularında yetkin değillerdir. Girişimcilik onlar için ek bir iş gibidir ve genellikle boş zamanlarında yapılır. (Ergün, 2022, ss. 105–106)
- *Tam Zamanlı Bireysel Girişimci Gazetecilik:* Tam zamanlı girişimci gazetecilik, gazetecilerin kendi işletmelerinde çalışmalarıdır. Bu durumda istihdam yaratma söz konusu değildir, işletme sahibi gazeteci sadece kendinden ve işletmesinden sorumludur. İşletmenin tüm maddi ve hukuki kararlarında yetkilidirler. Bu tür girişimci gazetecilikte gazetecilerin tek işleri girişimleridir. Örneğin; web sitesi, youtube kanalı, online dergi, podcast, newsletter gibi dijital araçlarla yayın yapan gazeteciler.
- *İşletme Sahibi Bireysel Girişimci Gazetecilik:* Kendi iş modelini oluşturan veya işletme sahibi olan gazetecileri tanımlamak için kullanılır. Bu gazetecilerin kendileri dışında birden fazla çalışanı vardır. Kurdukları işletmede kendilerinden başka diğer gazetecilerden de sorumludurlar. İşletmenin hukuki ve finans gibi her türlü kararlarında yetkilidir. Hem kendileri için hem de çalışanları için maddi kaynak sağlarlar. Örneğin; online haber sitesi sahipleri, haber start-upları, yerel gazete sahipleri gibi (Elmore vd., 2012, s. 113–121).

Bireysel girişimci gazeteciliğin birden fazla seviyesi bulunmaktadır. Bu seviyelerin özellikleri gazetecilerin iş yerlerinde geçirdikleri süre ve istihdam ettikleri kişi

sayılarına bağlıdır. Girişimci gazeteciler iş modellerini kurarken genellikle tek başlarına işe başlamaktadırlar. İşletmeleri büyüdükçe ve sürdürülebilir bir gelir modeli oluşturduklarında istihdam sağlamaktadırlar. Öncesinde işletmeyi ilgilendiren her konuda bireysel olarak karar almaktadırlar. Örneğin; Türkiye’deki bireysel girişimci gazetecilerden olan *Özlem Gürses, Cüneyt Özdemir, Nevşin Mengü, Murat Yetkin* gibi yayıncılar tek başlarına mobil telefonlarla yayıncılığa başlamışlardır. İşletmeleri büyüdükçe ve sürdürülebilir bir gelir modeli oluşturduklarında teknik elemanlardan başlayarak istihdam yaratmış ve ekiplerini kurmuşlardır.

Girişimci gazetecilik, yeni iş modellerinin ortaya çıkması, istihdam yaratılması ve medya sektörünün yaşadığı 2008 ekonomik krizine bir çözüm olarak görülmesiyle başlamıştır. Bunun sebebi gazetecilerin işsiz kalması, iş modelleri oluşturma çabaları ve yeni istihdam yaratma arayışlarıdır. Ayrıca dijital teknolojilerin yükselişi, üretilen içeriğin nasıl ve nerde yayınlanacağı, hangi yayıncılık platformunun kullanılacağı gibi konularda önem kazanmaya başlamıştır. Bunun yanında girişimci gazetecilerin istihdam yaratabilmesi; gelir modellerini çeşitlendirmesi, iş modellerinde sürdürülebilirliği sağlamaları aynı zamanda kendi kitlelerini oluşturmalarına da bağlıdır. Dijital teknolojilerin yükselişi ve sosyal platformların ortaya çıkması girişimci gazetecilik için hem yeni fırsatlar sunmakta hem de gazeteciliği etkileyerek girişimci gazeteciliğin gelişmesini hızlandıran bir etki yaratmaktadır. Sosyal platformlar sayesinde yayıncılığın ücretsiz ve kolay yapılabilir olması girişimci gazeteciler için önemli bir avantaj olmuştur. Girişimci gazeteciler sosyal medya platformları sayesinde içerik oluşturmakta, yayınlamakta ve sosyal medya platformlarının sunduğu gelir modelleri sayesinde maddi kaynak sağlamaktadırlar. Bunun yanında haber üretim süreci de online mecralara taşınmıştır. Haber üretim süreçlerinin her aşamasında sosyal medyada etkin yer almakta ve kullanılmaktadır. Girişimci gazeteciler, içerik üretim süreçlerini çoğunlukla online yayıncılık platformları aracılığıyla yapmaktadırlar. (Casero-Ripollés vd., 2018; Nedeljković vd., 2014, s. 7). Girişimci gazeteciler online platformlar üzerinden geliştirilen yeni yayıncılık mecraları sayesinde yayıncılık yapmakta ve yeni iş modelleri geliştirmektedir. Youtube, Facebook, Twitter, Tiktok, Twitch tv gibi sosyal medya platformları yayıncılık mecrası olmalarının yanında girişimci gazetecilerin farklı türlerde içerik üretmelerine de olanak sağlamaktadırlar. Girişimci gazetecilerin ürettikleri içerik modelleri ise genel olarak ikiye ayrılmaktadır:

#### *İçerik Üretimine Dayalı İş Modelleri*

Girişimci gazetecilerin içerik temelli iş modelleri oluşturmaları veya geliştirmesidir. Gazetecilerin çeşitli platformlar aracılığıyla ses, metin, video tabanlı içerik üretmeleri ve yayıncılık yapımlarıdır (Ergün, 2022, ss. 132–134). Girişimci gazetecilerin youtube, facebook, twitter, Tiktok, Twitch tv gibi sosyal platformlar üzerinden haber üretimi yapması, haber analizi, belgesel, röportaj ve yorumculuğu yapması içerik üretimine dayalıdır. İçerik temelli yayıncılıkta gazeteciler yeni haber üretimi yaparak web siteleri kurabilir. Ayrıca, sosyal medya platformlarının sunduğu yayıncılık olanakları ile kendi platformlarını da kurabilirler. İçerik üretiminde yeni bir ürün, hizmet ve yayıncılık mecraları oluşturulmaktadır. Online haber siteleri, youtube kanalları, podcastler, tiktok yayıncıları, twitter ve facebook sayfaları içerik üretiminde yaygın olarak kullanılmaktadır. İçerik üretimine dayalı iş modelleri niş bir alanda yapılacağı gibi günlük olarak yapılan haber yorum ve analizler üzerinden de yapılabilir. İçerik üretimine dayalı modelde her gazetecinin kendi yayın mecrasını kurması ve yayıncılık yapması beklenmektedir. Niş alanda yayıncılık yapan girişimci gazetecilerin ise

içeriklerini ve gelir modellerini hedef kitlelerine göre seçmeleri ve oluşturmaları gerekmektedir. Örneğin; sadece ekonomi, araştırma ya da sağlık alanında yayıncılık yapan girişimci gazeteciler gelir modellerini de bu alanda içerik bekleyen kitleye göre seçmelidirler. Abonelik, kitlesel fonlama, pay wall gibi gelir modelleri iş modeline göre değişiklik gösterebilir.

#### *Hizmet Üretimine Dayalı İş Modelleri*

Girişimci gazetecilerin mesleki bilgi, beceri ve tecrübelerini iş modellerine dönüştürmesi ve bundan gelir elde edebilmesidir. Hizmet üretimine dayalı modelde özellikle belli bir uzmanlığa sahip veya mesleki anlamda tecrübeli kişilerin medya çalışanlarına eğitim vermesi ya da farklı yayıncılık alanlarında bunları içeriklere dönüştürmesi söz konusudur (Ergün, 2022, ss. 132–134). Örneğin; savaş, sağlık, foto muhabirliği gibi alanlarda uzman olan kişilerin eğitim ve workshoplar düzenlemesi gibi. Hizmete dayalı modelde tecrübeli gazetecilerin eğitim, seminer düzenlemesi, kitap yazması, medya işletmelerinde teknik ve teorik eğitim vermesi örnek olabilir. Sadece bireysel girişimci gazeteciler değil geleneksel medya üyeleri de hizmete dayalı iş modelleri geliştirebilir. Örneğin; NYT'nin TimesMachine, Times Events gibi hizmetleri hizmete dayalı modellere örnektir. Yine çok sayıda geleneksel medya üyesi arşivlerini iş modellerine dönüştürüp gelir elde etmektedir. Bunun yanında web sitelerinde çeşitli hizmetleri de ücretli bir şekilde sunarak gelir elde edebilir.

#### **1.1. Farklı Girişimci Gazetecilik Uygulamaları**

Girişimci gazetecilik, gazetecilerin kendi işlerini kurması, bir ürün, hizmet veya yayıncılık mecrası üzerinden iş modeli oluşturma biçiminde tanımlanmıştır. Ancak, girişimci gazetecilik olgusu sadece bireysel gazetecileri değil kurumsal medya üyeleri ile diğer yayıncılık aktörlerini de tanımlamak için kullanılmaktadır. Bireysel girişimci gazetecilerin yanında medya ekosisteminde birden fazla girişimci aktör bulunmaktadır. Bu yayıncıları şöyle sıralamak mümkündür: (Ergün, 2022, ss. 136–159)

- Geleneksel Medya Üyeleri Tarafından Geliştirilen İş Modelleri
- Konvansiyonel Medyadaki Diğer Kâr Amaçlı Startup Modelleri
- Dijital platformlar Tarafından Geliştirilen Startuplar Modelleri
- Devlet, Vakıf ve Fon Destekli İş Modelleri
- Bireysel Gazeteciler Tarafından Geliştirilen İş Modelleri

Geleneksel medya üyeleri tarafından geliştirilen ve kâr amaçlı ortaya çıkarılan medya start-upları bulunmaktadır. Ortaya çıkan bu yeni girişimler geleneksel medya üyelerinin dijital ortama yönelik geliştirdikleri start-uplar olacağı gibi geleneksel ürünlerin yeni yayıncılık mecralarına taşınması veya uyarlanması da olabilir. Konvansiyonel medya üyelerinin dijital yayıncılık alanlarına maddi gelir elde etmek amacıyla yaptıkları ilk girişimler web içeriklerine dijital abonelik ve ödeme duvarları koymak olmuştur. Örneğin; *The Guardian*, *The New York Times*, *The Wall Street Journal* ile *Washington Post* gibi geleneksel medya üyeleri web sitelerine ödeme duvarları ya da dijital abonelik ücretleri koyarak dijital yayıncılık gelirlerini artırmayı hedeflemektedir. Yine geleneksel medya üyeleri e-gazete, web sitesine özel içerik, farklı medya kuruluşlarına özel eğitimler, dijital arşiv, kitap&mağaza gibi farklı içerikler ve hizmetleri de sunarak farklı gelir modelleri oluşturmaya çalışmaktadırlar. Bunun yanında medya üyeleri kendi reklam bölümlerini kurarak da farklı gelir modellerini sürdürülebilir hale getirmeye çalışmakta ve çeşitlendirmektedirler. Böylece reklam verenler arada herhangi bir aracı veya ajans olmadan medya üyelerine

gelmektedir. (Bell vd., 2018, ss. 8–9). Örneğin; *The New York Times*'ın *T Brand Studio* isimli reklam bölümü Goldman Sachs, BMW, GE. gibi büyük firmalarla çalışmakta ve reklam gelirlerini artırmaktadır. Türkiye'den ise Dünya, Evrensel, Agos, Aydınlık, Birgün, Cumhuriyet gibi geleneksel medya üyeleri içeriklerini ücretli ya da dijital abonelik modelleri altında kullanıcılara sunarak gelir elde etmeye çalışmaktadır. Yine gazetelerin dijital versiyonlarına, arşivlerine ve Pdf formatlarına kullanıcılar abone olarak kolaylıkla ulaşabilmektedir. Ayrıca geleneksel medya üyelerinin geliştirdiği çeşitli startuplar da bulunmaktadır. Örneğin; Yeni Şafak gazetesinin GZT isimli dijital startup uygulaması bulunmaktadır. Bu startup dijital alanlarda yayıncılık yapmakta ve geleneksel medyanın alışkın olmadığı yeni nesil formatlarda içerikler oluşturmaktadır.

Geleneksel medya üyelerinin yanında kâr amacıyla kurulan çeşitli modern medya startupları da bulunmaktadır. Dijital ortama uygun içerik üreten bu medya startupları medya dünyasının yeni aktörleri olarak tanımlanmaktadır (Wagemans vd., 2016, s. 161). Belli alanlarda uzmanlaşan, niş alanlarda yayıncılık yapan medyanın yeni aktörleri sesli, video ve metin tabanlı içerikler üretmektedir. Seyahat, yemek, teknoloji gibi alanlarda uzmanlaşarak yayıncılık yapmaktadırlar. *Buzzfeed*, *Mic*, *Vox*, *Vice*, *Refinery29* gibi yeni aktörler farklı içerik türlerinde ve birbirinden farklı mecralarda yayıncılık yapmaktadırlar. Ayrıca, modern medya aktörleri içerik türlerine uygun daha yaratıcı, viral ve hızlı yeni reklam modelleri de geliştirmektedir (Bell vd., 2018, s. 6). Bu yeni reklam modelleri sayesinde yeni aktörler gelir modellerini oluşturmakta ve çeşitlendirmektedir. Örneğin; *Buzzfeed Native Advertising* alanında viral içerikler oluşturmaktadır. Kâr amaçlı medya girişimlerinin yanında kâr amacı olmayan ve kurumsal olarak bağımsız medya üyelerini destekleyen çeşitli girişimler bulunmaktadır. Bunların temel amacı bağımsız ve özgür medya ortamının sağlanması, araştırmacı gazetecilik projelerine destek olunması ve demokrasinin devamının sağlanması gibi çeşitli amaçlarla yapılmaktadır. Vakıflar, STK'lar, çeşitli kurumların sağladığı destekler ile yerel, ulusal, bireysel yayıncılar gazetecilik projelerine destek bulmaktadırlar. Örneğin; *Bill and Melinda Gates, Knight, Blandin ve Joyce vakfı tarafından desteklenen Pro Publica, Voice of Diego, Texas Tribune* bunlara örnek olarak verilebilir. Bireysel girişimci gazetecilere bakıldığında ise kendi iş modelini kuran ve gelir modeli oluşturan gazeteciler ifade edilmektedir. Bireysel girişimci gazeteciler ses, metin, video temelli içerikler oluşturan ve bunları çeşitli platformlarda yayınlamaktadırlar. Girişimci gazeteciler Youtube, Twitter, Facebook, Telegram, Instagram gibi platformlar üzerinden yayıncılık yaparlar. Örneğin; *Tim Pool, Cüneyt Özdemir, Ünsal Ünlü, Timur Akkurt, Coşkun Aral, Murat Yetkin, Nevşin Mengü* gibi bireysel girişimci gazetecilere örnek olarak gösterilebilir. Bireysel girişimci gazetecilerin birden fazla gelir modeli oluşturması oldukça önemlidir. Sosyal platformların sunduğu gelir modellerinin yanında iş birlikleri, sponsorluklar, reklam antlaşmaları ile gelir elde etmeye çalışmaktadırlar. Çeşitli gelir modellerinin yanında bunların sürdürülebilir bir modele dönüştürülmesi de oldukça önemlidir.

## 1.2. Girişimci Gazeteciliğin Temel Nitelikleri

21. yüzyılın bilişim ve iletişim alanında getirdiği gelişmelerin medya sektörüne etkisi yeni gazetecilik türleri ve yayıncılık mecralarının ortaya çıkması olmuştur. Bu yeni türlerden biri kendi iş modelini kuran, yeni bir ürün, hizmet veya yayıncılık mecrası oluşturan kendi işinin patronu olan gazetecileri tanımlayan girişimci gazetecilik türüdür. Girişimci gazetecileri geleneksel gazetecilerden ayıran bazı özellikleri bulunmaktadır. Girişimci gazetecilerin özellikle dijital teknolojiler ve online

yayıncılık konularında geleneksel gazetecilerden daha yetkin olması beklenmektedir. Çünkü dijital yayıncılık ekosistemine uygun içerik üretmeleri gerekmektedir. Bu yeni dönemde girişimci gazeteciler için yenilik ve yaratıcılık ön plana çıkmaktadır (Casero-Ripollés vd., 2016). Geleneksel gazetecilerin sahip olması gereken teknik ve teorik bilginin yanında girişimci gazetecilerin; kodlama, veri analizi, seo uzmanlığı, dijital yayıncılık, dijital içerik üretimi vb. konularda bilgi sahibi olmaları beklenmektedir (Kosterich & Weber, 2019, s. 431)a case study was conducted examining the employment histories of New York City journalists (n = 3587).

Girişimci gazetecilerin özellikle online mecralarda yaygın olarak kullanılan içerik türlerinde yetkin olmaları ve hikâye anlatıcılığı gibi alanlarda kendilerini geliştirmeleri beklenmektedir. Yine 21. yüzyılda gazeteci, “*yetenekli bir hikâye anlatıcısı*” olarak tanımlanmaktadır (Pavlik, 2013, s. 322). Girişimci gazeteciler iyi bir girişimci olmanın yanında dijital reklamcı, başarılı bir hikâye anlatıcı, pazarlama süreçlerinden anlayan, teknik destek verecek bir teknik eleman ve bunların yanında iyi bir gazeteci olmalıdır. Tüm bunları düzenli içerik üretimi yapacak şekilde yapmalı ve okurların istek, görüş, fikirlerini de dikkate alarak gerçekleştirmelidir. Ayrıca girişimci gazeteciler geleneksel gazetecilerin yapması gerekenlere ek olarak ürün, hedef kitle, gelir modelleri, pazarlama, dağıtım, gelir ve gider riskleri gibi alanlarda da bilgi sahibi olmalı ve tüm bunları kendi işletmelerinde uygulamaları beklenmektedir (Bathke, 2014)not an institutional one. That’s been true of many professions for quite a while, and increasingly (and perhaps somewhat belatedly). Kısacası girişimci gazetecilerden birden fazla alanda yetkin olmaları istenmektedir. Bunun sebeplerine bakıldığında kendi işini kuran girişimcilerin özellikle işletmelerin ilk yıllarında işletmeyle ilgili her işi tek başlarına yapmaları ön plana çıkmaktadır.

Girişimci gazeteciler işletme sahibi olduklarında işletme hakkında her konuda karar verme yetkisine ve sorumluluğuna sahiptir. Girişimci gazeteciler haberciliğin yanında reklam, sponsorluklar, dağıtım, insan kaynakları gibi alanlarda da ilgilenmelidir. Bu açıdan bakıldığında girişimci gazeteciler kendi işletmelerinin hem patronu hem de çalışanı olmaktadır. Aslında bu durum gazetelerin ilk ortaya çıktıkları zamanları hatırlatmaktadır. Gazeteci patronların var olduğu ve işletmeleri ile ilgili her şeyle ilgilendikleri dönemleri anımsatmaktadır. Ancak, önceki dönemlere kıyasla girişimci gazeteciler daha fazla teknik, mesleki ve dijital bilgiye ihtiyaç duymaktadırlar. Öte yandan birçok zorluğu beraberinde getiren dijital yayıncılık dönemi aynı zamanda girişimci gazetecilerin çalışabileceği ve kendilerini geliştirebileceği çok sayıda yeni alan ve mesleği de ortaya çıkıştır. Örneğin; veri analistliği, seo uzmanlığı, hedef kitle yönetimi, tasarımcı, içerik yönetimi gibi alanlarda yeni iş alanları ortaya çıkmaktadır. Bu sayede yeni istihdam alanları da oluşmaktadır. Girişimci gazetecilerin işletme yönetimlerinin yanında dijital alanda büyüyen ve gelişen hedef kitlelerini de yönetmeleri, içeriklerini onların isteklerine göre şekillendirmeleri gerekmektedir. Hedef kitlelerinin isteklerine uygun içeriklerin hazırlanması, kitlelerin yayıncılık mecrasına sadakatinin sağlanması ve sürdürülebilir bir gelir kanalına kanalize edilmeleri girişimci gazetecilerin iş modellerinin kalıcı olması için olduk önemlidir.

Girişimci gazeteciler dijital ortama uyum sağlayacak, teknolojik alanlarda kendilerini geliştirmiş ve dijital yayıncılık uygulamalarında başarılı olan yeni nesil gazetecileri istihdam edebilir. Bu şekilde girişimci gazeteciler başarılı ve sürdürülebilir bir işletme sahibi olabilirler. Genel olarak girişimci gazetecilerin özelliklerine bakıldığında cesur, girişimci, öz güven sahibi, işletmesi hakkında risk alabilen, marka



yaratma süreçlerine hakim ve stratejilerini oluşturabilen vb. özellikler ön plana çıkmaktadır (Buschow & Laugemann, 2020, ss. 3–5). Bu özellikler aynı zamanda günümüz girişimci insan profilidir. Bu yüzden günümüz ekonomik sisteminin bir parçası olan girişimci medya endüstrisi için de önemli bir rol oynamaya başlamış ve özellikle istihdam yaratma konusunda ön plana çıkmaktadır.

Bunların yanında girişimci gazetecilerin yeni iş modelleri, düşük ve ücretsiz yayıncılık yapma fırsatı, yeni gelir modelleri oluşturabilme, kendi markalarını veya medya işletmesini kurma fırsatları da bulunmaktadır. Ancak, girişimci gazeteciler medya dünyasında birçok avantaja sahip olmalarının yanında çok sayıda dezavantajlı durumu da sahiptirler. Girişimci gazetecilerin kendi işletmelerini kurmaları ve işletme hakkındaki her türlü riskleri üstlenmeleri bir dezavantajdır. Bir iş adamının alması gereken riskleri almakta ve sermayelerini yatırmaktadırlar. Ancak, gazetecilerin başarısız olma durumunda büyük maddi zarara uğrama riskleri bulunmaktadır. Bunun yanında girişimci gazetecilerin çalışma saatlerinin belirsizliği de bir diğer olumsuzluktur. Özellikle girişimci gazetecilerin iş modellerini kurdukları ilk zamanlarda çok çalışmakta ve her işi tek başlarına yapmaktadırlar. Bu yüzden uzun saatler boyunca çalışmakta ve mesai saati kavramı ortadan kalkmaktadır. Girişimci gazetecilerin bir diğer dezavantajı ise sosyal güvencelerinin olmamasıdır. Kendilerinin tüm sağlık giderlerini karşılamaları gerekmektedir. İşletmelerin ilk zamanlarında sosyal ve sağlık alanında güvencelerinin olmaması önemli bir eksikliklerdir. Bunun yanında mesleki anlamda henüz belirlenmemiş sınırlar için yayıncılık yapmaları medya ekosisteminde kendilerine yer bulmaları konusunda da zorluk çıkarabilir.

## 2. Serbest Gazetecilik

Serbest gazeteci, herhangi bir basın-yayın kurumuna sözleşme ile bağlı olmadan çalışan, birden fazla işverene haber üreten gelirini ve geçimini buradan sağlayan gazeteci olarak tanımlanabilir. Yukarıda da bahsi geçen dijital teknolojilerin son 20 yıldaki hızlı dönüşümü gazetecilik meslek pratiklerini farklı açılardan etkilemiştir. Bu çerçevede ortaya çıkan ve form değiştiren çalışma biçimleri yeniden yapılmış ve serbest çalışan gazetecilerin sayısını artırmıştır. Bu tespit ışığında serbest gazeteciliği tartışmaya başlamadan, öncelikle gazetecilik faaliyeti içindeki yerini anlamak önemlidir. Gazeteciliğin Esasları başlıklı çalışmalarında Kovach ve Rosenstiel (2007, s. 13), “...gazeteciliğin gittikçe büyüyen bir iletişim dünyasının içinde kaybolduğunu..” tespit ederek “.....gazeteciliği bu büyük dünyanın içinden çekip çıkarmak...” gerektiğini savunmuştur. Gazetecilerin temel görevi, toplumu oluşturan kişilerin toplum yararına sağlıklı kararlar alabilmeleri için onlara gerekli bilgiyi aktarmaktır. Bu süreçte, gazetecinin bağlı olması beklenen tek mercii halktır. Halkın doğru bilgilendirilmesi için elde edilen bilgileri doğrulama temel bir gazetecilik uygulamasıdır. Girgin (2008, s. 153) gazetecinin görevini, “*olayı görmek, duymak, hissetmek, kaydetmek ve anlatmak, böylece bilgili ve eleştirel siyasal vatandaşların yetişmesine yardımcı olmaktır.*” ifadesiyle açıklamaktadır. Habercilik geleneksel olarak büyük sermaye ve yatırım gerektiren bir alan olmuştur. Bu sebeple basın kuruluşlarını da bünyesinde bulunduran şirket ya da gruplarda ücret karşılığı çalışan gazetecilerin kimin için çalışacağı temel bir sorunu oluşturmuştur. Serbest ya da uluslararası literatürdeki adlandırma ile Freelance gazetecilik, deneyimli gazetecilerin daha özgür hareket edebilmek için tercih ettikleri bir çalışma yöntemi (Nies & Pedersini, 2003, s. 4) iken günümüzde dijital olanakların artmasıyla da yaygınlaşmıştır.

Geleneksel olarak gazetecilik bir organizasyon içerisinde olmayı gerektirmiştir. Başka bir deyişle, gazeteci, yazar, fotoğrafçı veya diğer herhangi bir alanda haber üretimine dahil olanlar haberi yayımlayacak kuruluş tarafından doğrudan istihdam edilmiştir. Günümüzde, sosyolojik ve teknik dönüşümler basım-yayım teknikleri kadar, gazetecilik içerisinde kabulü gereken yeni bir gazetecilik tanımını ortaya çıkarmaktadır. Geleneksel olarak kadrolu olup bir yayın kuruluşu için çalışmak yerine; muhabir, yazar, fotoğrafçı veya diğer basın emekçilerinin serbest meslek sahibi olduğu ve ardından işlerini yayın kuruluşuna parça başına ödeme biçiminde sunduğu bir sistemde çalışan serbest gazeteci, metin ve editöryal süreçler, fotoğraf, video, grafik, illüstrasyon gibi görsel unsurlar veya bunların birkaçını aynı anda yürüterek gelir elde eden ve herhangi bir kurumdan maaş almayan bir gazetecidir (Allen, 2011, s. 26). Dolayısıyla serbest çalışan gazeteci, herhangi bir kuruma bağlı olmadan hazırladığı içerikleri farklı kurumlara arz ederek çalışmalarını sürdürmektedir. Bu yöntemi benimseyen gazeteciler bireysel çalışmayı tercih edebilecekleri gibi literatürde değinildiği üzere belli bir şirkete bağlı da çalışabilmektedirler. Fakat daha yaygın tanımıyla serbest gazeteciler genellikle kendi hesabına çalışarak ürettikleri haber ya da hazırladıkları içerik karşılığında ücret almaktadır (Nies & Pedersini, 2003; Banning, 2004; Walters, Warren & Dobbie, 2006).

Türkiye’de gazetecilerin çalışma koşullarıyla ilgili yasal düzenlemelere değinmek ve gazetecinin yasal statüsünü belirlemek bu başlığın daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacaktır. Gazeteci yasal çerçevede fikir işçisi kapsamında değerlendirilmektedir. 5953 sayılı yasanın yürürlüğe girmesiyle fikir işçisi statüsü kazanan gazeteciler diğer çalışanlara kıyasla ayrıcalıklar elde etmiştir. Fakat Türkiye’de serbest gazeteciler, 5953 sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun hükümleri kapsamında değildir. Hukuki olarak, bazı serbest çalışan gazeteciler, içeriklerini kullanan yayıncılarla özel bir hizmet sözleşmesi ile çalışabilmektedir. Ancak, bu bir işçi işveren ilişkisi anlamı taşımamaktadır. Serbest gazetecilerin tek bir yayıncı ile sürdürdükleri iş ilişkisi olabileceği gibi birden fazla yayıncı ile de çalışabilmektedir (Cranford vd., 2005, s. 144).

Serbest çalışma, literatürdeki çeşitli kaynaklarda, atipik çalışma kapsamında açıklanmaktadır. Bağımsız olarak gazetecilik mesleğini yürütenler, Türk basınında geçmişten bugüne “kaşeli” statüsüyle, yayınlanan haberleri üzerinden ücret almaktadır. Kaşeli çalışan muhabirler, bir ya da birden fazla haber merkezine çalışmaktadır. Serbest gazeteci yayınlanan haberleri üzerinden ücret almaktadır. Kaşeli muhabirlerin haber üretim sürecindeki giderleri serbest çalışanlardan farklı olarak çalıştıkları kurum tarafından karşılanabilmektedir. Serbest gazeteciler ise haber üretim sürecindeki giderleri kendileri karşılamaktadırlar. Kadrolu olarak çalışmayan muhabirler ise özel sözleşme, taşeron, serbest/freelance çalışma, geçici ya da gündelik statüler ile iş süreçlerini yürütebilmektedir.

Serbest çalışmayı açıklamak için kullanılan temel unsurlardan bir diğeri, üretim araçlarının çalışana ait olması ve özerk yapıda belli bir yönetime bağlı olmadan iş üretilmesidir. (Tucker vd., 2002, s. 6). Günümüzde serbest çalışmanın, geçici istihdama dönüşme riski özellikle vurgulanmakta ve bu konuda yapılan çalışmalarda serbest çalışanların, kendi işini yürüten geleneksel çalışanlara göre daha fazla risk aldığına dikkat çekilmektedir (Buschoff & Protsch, 2008, s.52). Gazetecilik açısından ele alındığında serbest gazetecilik; muhabirlere haber üretiminde özgürlük sağlarken sosyal ve hukuki güvencelerden yoksun kalmasına da yol açmaktadır. Kurumsal bağlı

olan gazeteci hukuki bir olumsuzlukta; gözaltı, tutukluluk, mahkûmiyet durumlarında sözleşmesinde yazılı ücretini almak ve kurumu tarafından hukuksal destek sağlanması gibi olanaklara sahipken serbest gazeteciler bu temel haklardan yoksundur. Yayın kuruluşuyla, kurumsal sözleşme olmaksızın “kaşeli” olarak mesleğini sürdürenler için de bu olumsuzluklar söz konusudur. Bu olumsuzlukları gidermek amacıyla Türkiye Gazeteciler Sendikası, “Serbest Gazeteci Sözleşme Taslağı” olarak hazırlanan örnek bir sözleşmenin talep eden serbest gazetecilerin kullanımına sunulması önemli ve serbest gazetecilerin haklarını koruyucu bir girişimdir. Yayın kuruluşu işverenlerinin herhangi bir sözleşme yapmaktan kaçınmaları halinde ortaya çıkan olumsuzluklarda, genellikle sözlü olarak beyan edilen ücretlerin tam olarak ödenmemesi, masrafların karşılanacağı sözünün tutulmaması gibi olumsuzluklar yaşanabilmektedir. Sigorta ve maaş güvencesinden yoksun Serbest Gazeteci için hazırladığı, takip ettiği içeriğin yayımla sonuçlansın, sonuçlanmasın bu kurumsal taleple gerçekleştiğinde emeğinin telifini alma hakkına sahiptir. Ancak bu durumun belgelenmesi gerekmektedir. Bu belgeleme serbest gazeteci için internet ortamında yazılı olarak önerilir ve onaylanırsa telif hakkı niteliğinde olan fotoğraf, haber, yazı aktarımının karşılığının alınmasında hukuki kanıt olabilmektedir. Genel çerçevede serbest çalışma aynı zamanda güvencesiz istihdam anlamını da taşımaktadır. Cohen (2013, s.7), bu durumda yayıncıların, serbest çalışan gazeteciler üzerinde daha fazla kontrole olanak sağladığına dikkat çekmektedir. Özellikle bazı durumlarda yayın kuruluşuna bağlı çalıştırılanlar serbest çalışan olarak gösterilmekte böylece, gazeteciler açısından çalışma koşullarında farklı hak ihlallerine yol açılmaktadır. Bu çalışma biçimi literatürde “sahte serbest çalışma” olarak ifade edilmektedir (Schmid, 2010, s. 42). Bu tür çalışan gazeteciler de kadrolu çalışanlarla aynı işi yürütürken aynı haklardan yararlanamamaktadır.

Bu konudaki araştırmalarda ilk dönemlerde serbest gazetecilerin, bağımsız çalışmayı tercih ettiklerine vurgu yapılırken bugün artık serbest çalışmak zorunda kalan gazetecilerin çalışma şartları bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır (Nies & Pedersini, 2003, s. 15). Bir başka ifade ile serbest gazetecilik anlayışının ve bu alandaki işleyişin değiştiğinden bahsedilmektedir (Walters, Warren & Dobbie, 2006, s.5). Son tahlilde gazetecilerin serbest çalışmaya yönelmesi bir zorunluluk neticesi gelişmektedir. Bu zorunluluğun ötesinde günümüzde, gazetecilerin dijital kanallar ve teknolojik olanaklarla üretim sürecinin kolay ve ucuz hale gelmesi yine bu olanaklarla gazetecinin kendi dağıtım mekanizmalarını kurarak gazeteciliği bireysel yürütebilmesi bu çalışma yöntemine gazetecilerin gönüllü yönelmesini de sağlamaktadır (Rottwilm, 2014, s. 4). Bahsedilen bu çalışma biçiminde gazeteci aynı zamanda bir işletme sahibi gibi hareket etmekte bu da gazetecilikte yeni bir çalışma biçimi olarak girişimci gazetecilik anlayışına zemin hazırlamaktadır. Serbest gazeteciliği ifade edilen bu çalışma biçiminden ayıran nokta; serbest gazetecinin ürettiği içeriği mevcut medyaya arz etmesi olarak ifade etmek yerinde bir tespit olacaktır.

### 2.1. Gazetecilerin Serbest Çalışma Nedenleri

Serbest gazeteciye, bu çalışma yöntemine çeken unsurlar özelinde özerklik önem taşımaktadır. Çalışma ortamında bağımsızlık, üretim sürecinde denetim ve kontrolden uzaklık en az özerklik kadar üzerinde durulması gereken noktaları oluştururken işten çıkarılma, işsizlik faktörü de gazetecilerin serbest çalışmaya yönelmesinde öne çıkan faktörleri oluşturmaktadır. Serbest gazeteciliğe yönelmenin bireysel nedenleri kadar sosyolojik ve ekonomik sonuçların dayatması da bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır (Stanworth & Stanworth, 1995; Mallon, 1998; Cohen & Mallon,

1999; Clinton, Totterdell & Wood, 2006). Gazetecilerin yaptıkları işe özerklik içinde kalarak meşruiyet ve güvenilirlik kazandırmalarının önemine dikkat çeken Deuze, (2005, ss.448-449) meşruiyet ve güvenilirliğin “gazetecilik ideolojisinin parçası olan ideal değerlerden” kabulünün gerektiğini ifade etmektedir. Genel olarak gazeteciler, özgür üretimi sınırlayan sansürden uzak olabilmeyi, medya reklam verenlerinin etkisini sınırlayan, denetimci editoryal baskı, bireysel kaprislerin baskılamasından uzak editoryal özerklik, özgürlük ve bağımsızlık tercihini istemektedirler. Medya kurumlarından, maddi kaynak sağlayanların kontrolünden özerk olarak çalışabilmek, üretebilmek gazetecilerin önde gelen istemi olmakla birlikte kurumsal yapıların özerkliğinin ekonomik organizasyonla ilgili olduğu gerçeği en temel engeldir bu yaklaşıma.

Özerklik kısaca iki başlık altında ele alındığında;

a. Gazetecinin ekonomik baskıdan azade olmak istemesi.

b. Pazar değeri tartışılır hikayelerin özgünlüğüne karşın değer görmeyeceği kaygısı.

Ekonomik ortamın destekleyicileri, oluşturucuları açısından özerkliğin değerlendirilmesi de üç başlık altında özetlenebilir.

a. Denetimin editoryal yapısı ile ilgili kaygı

b. Sürdürülebilirlik ve özerklik değerlerine karşın ekonomik kaynak sağlayıcılara karşı da sorumluluk.

c. Ekonomik güç kaynaklarının sürdürülebilirlik değerlerinin korunması için bağların korunması ihtiyacı (Hunter, 2015, s.277).

Özerkliğin üretim sürecinde korunabilmesi tartışılan etkiler nedeniyle serbest çalışmada özerk üretim konusunda endişe yaratmaktadır.

Bir diğer açıdan da serbest gazetecilik çalışma şartlarındaki esneklik dolayısıyla tercih edilmektedir. Bu esneklik gazeteciye çalışacağı konuyu seçme olanağı sunarken ürettiği haberin yayın olanağını artırmak için daha nitelikli işler üretmeye yönlendirmektedir. Nitelikli işler üreten gazetecinin isminin alanda duyularak kişisel marka yaratma ihtimali de artmaktadır. (Fıstık, 2020, s.35). Fıstık'ın Mathisen'den aktardığına göre, serbest gazetecilik, girişimci gazeteciler ve idealist gazeteciler olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Mathisen'e, “girişimci serbest gazeteci”leri yenilikçi olarak nitelemek; başarı ve gelirlerini artırmak için çalıştıklarını vurgulamaktadır. “İdealist gazeteciler” ise ticari bir yaklaşımı benimsemeyen alanlarına sadık kalarak üretim yapmaktadır. İdealist bakış açısı ile serbest gazeteciliği sürdürenler, gelirleri az olsa da idealize ettikleri biçimde çalışabilmeleri temel motivasyonlarını oluşturmaktadır (Mathisen, 2017; akt. Fıstık, 2020, s.36).

Öte yandan, dijitalleşme ve uluslararası bağlantılar serbest gazeteciliği ön plana çıkarmaktadır. Özellikle uluslararası haber dağıtımı. Yapan haber ajansları ve de farklı ülkelerin yayın kuruluşları ülkedeki serbest gazetecilerle anlaşarak haber üretim maliyetini düşürmektedir. (Fıstık, 2020, s.36).

## 2.2. Serbest Gazetecilikte Çalışma Statüleri

Gazetecinin bir kuruma bağlı olmadan çalışma yöntemi olarak görülen serbest gazetecilik kendi hesabına çalışma çerçevesinde değerlendirildiği için yasal güvenceden yoksun bırakılmaktadır. Bunun sonucu olarak yasaların gazeteciye tanıdığı kıdem

tazminatı, yıpranma payı, doğum izni, ücret gibi kazanımların ortaya çıkardığı hak edişlerden yararlanamamaktadır. Mesleki çalışmanın getirdiği yasal haklardan yararlanamayan serbest gazetecilerin statülerinin sendikalaşma hakkı öncel olmakla kadrolu, sözleşmeli çalışan gazetecilerin kurumsal haklardan yararlanabilmesi için mevzuat düzenlemesi yapılması gerekmektedir (Fudge, 2003, s.37). Bireysel çabaları ile ortaya çıkarttıkları, sunuma hazırladıkları değerleri tek bir yayıncı dışında da pazarlama olanağı bulunan serbest gazetecilerin bireysel yeteneklerini pazarladıkları, sınırlı özel sözleşmelerle de yetenek ve birikimlerini kiralandıkları ifade edilebilmektedir (Cohen, 2013, s.6). Serbest gazetecilerinin iş ve ekonomik güvencesizliklerinin önemli bir kısmı istihdam edilme ilişkilerinin niteliğinden kaynaklanmaktadır. Serbest gazetecilerin yasal durumu karmaşıklığıyla ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Türkiye’de de gazetecilikte serbest çalışmanın kanunî durumuna ilişkin bir düzenleme bulunmamaktadır. Gazetecilerle ilgili 5953 sayılı yasanın 1. maddesinde, “*Bu Kanun hükümleri Türkiye’de yayınlanan gazete ve mevkutelere haber ve fotoğraf ajanslarında her türlü fikir ve sanat işlerinde çalışan ve İş Kanunu’ndaki işçi tarifi şümulü haricinde kalan kimselerle bunların işverenleri hakkında uygulanır. Bu kanunun şümulüne giren fikir ve sanat işlerinde ücret karşılığı çalışanlara gazeteci denir.*” ifadesi bulunmaktadır.

Kendi nam ve hesabına çalışan olarak kabul edilen serbest gazeteciler 5963 sayılı Basın Kanun kapsamında görülmedikleri için bu faaliyetin özel koşullarını da dikkate alan bir mevzuatın yokluğu standart dışı çalışma koşul ve ortamı ortaya çıkartmaktadır. Bununla birlikte süreç içerisinde yapılan yasal düzenlemeler içerik olarak denetim ve kontrollü haber içeriği üretilmesini koşullarken basın kartı edinilmesine de zorlayıcı koşullar getirmektedir (Çiğdem & Erdoğan, 2020, s.263). Serbest gazetecilik doğası gereği yasada yapılan değişikliklere karşın, süregelen yasal tanımlamaya uymadığı için “5953 sayılı Basın İş Kanunu” kapsamına alınmamışlardır. Bu sebeple de yasal koruma altında çalışan gazetecilerin sahip olduğu haklardan faydalanamamaktadırlar.

Dolayısıyla gazetecilikte üretimin doğası gereği ürünün satışı ile ücretlendirme söz konusu olmaktadır. Burada fikri üretim süreçleri eğer aksi bir sözleşme yapılmadıysa ücretlendirilmemektedir. Üretim sürecinde maddi bir gelirin bulunmaması da üretim sürecini de olumsuz etkileyebilmektedir. Yine yasal düzenlemelerdeki eksiklik gazetecilerin ürettikleri işin karşılığını alma noktasında da korunmasız bırakmaktadır. Yine yasal statüde çalışmadıkları için çalışma yasasının sağladığı, emeklilik, tatil, sağlık hizmetlerinden yararlanma gibi haklardan da yoksun kalmaktadır.

### 3. Sonuç

Medya ekosisteminde son yıllarda yaşanan gelişmeler yayıncılık araçlarını ve yayıncılık mecralarını geliştirirken yeni gazetecilik türlerini de ortaya çıkarmıştır. Bunlardan biri de girişimci gazeteciliktir. Girişimci gazetecilik özellikle dijitalleşmeyle beraber bireysel yayıncılar ve geleneksel medya üyeleri tarafından sıklıkla tercih edilmeye başlanmıştır. Girişimci gazetecilik bu alanda geliştirilen iş modelleri ve gelir modelleri ile medya dünyasının içinde bulunduğu kriz ortamına bir çözüm olarak görülmektedir. Ancak tek başına medya dünyasının yaşadığı kriz ortamına çözüm olduğunu söylemek için henüz erkendir. Zira, girişimci gazeteciliğin medya dünyasının yaşadığı kriz ortamına ve istihdam sorununa çözüm olmanın yanında yeni bir tür olup olmadığı da tartışılmaktadır. Özellikle serbest gazetecilik ile olan benzerlikleri ve farklılıkları konusunda çeşitli tartışmalar bulunmaktadır. Girişimci gazetecilik olgusunun ortaya çıkmasından sonra Cohen, (2015, s.513) sektörün sorunlarına çözüm bulma yükünün bireysel gazetecilere yüklendiğini vurgulamaktadır. Girişimci

gazeteciliğin de bir tür serbest gazetecilik olduğunu belirterek girişimciliğin gazetecilik mesleğinin ortaya çıkışından beri var olduğunu söylemektedir. Bu şekliyle girişimci gazeteciliğin daha fazla serbest gazeteci anlamına geldiğini ve sektörünün sorunlarının bireysel gazetecilere yüklendiğini ve medya üyelerinin çözüm üretmekten kaçındığını belirtmektedir.

Aslında girişimci ve serbest gazetecilik türleri habercilik mesleğinin altında uzun zamandır yer almaktadır. Bu açıdan bakıldığında benzer ve farklı yönleri bulunmaktadır. Her iki tür gazetecilikte gazetecilerin talep ettiği maddi ve editöryal açıdan bağımsızlık ve özgürlüğün sağladığını söylemek mümkündür. Ancak maddi ve sosyal haklar konusunda diğer gazetecilik türlerine göre yetersiz kaldıklarını da belirtmek gerekir. Girişimci gazetecilikte gazeteciler kendi işletmelerini kurup kendi işlerinin patronu olurken serbest gazeteciler bir veya birden fazla iş verene tabi olarak çalışmaktadır. Bir patrona bağlı olarak çalışmak ikisini ayıran önemli farklardan biridir. Serbest gazeteciler bir kuruma veya kişiye iş üretirken girişimci gazeteciler kendi işini kurar, kendi gelir modellerini oluşturur.

Serbest gazeteciler ve girişimci gazetecilerin çok sayıda ortak noktaları da bulunmaktadır. Özellikle iki türde çalışan gazetecilerin de mesleki ve teknik yeterlilikte olmaları ve mesleki yenilikleri takip etmeleri beklenmektedir. Reklamcılık ve dijital yayıncılık konularında bilgi sahibi olmaları ve bunları kendi iş modellerinde başarılı bir şekilde uygulamaları da gerekmektedir. Ayrıca, iki gazetecilik türünün de çok fazla ve farklı alanlarda uzmanlaşması istenmektedir. Bu durum iş dünyasında var olan iş bölümüne ve tek bir alanda uzmanlaşma eğilimine terstir. Bu nedenle bahsedilen türlerde çalışan gazeteciler birden fazla uzmanlaşma alanlarına ihtiyaç duymaktadır. Bunun sebebi de girişimci gazetecilikte daha fazla olmak kaydıyla yayıncılığın her alanında yer alan işleri tek başlarına yapmalarıdır. Bunun yanında işletme kurarken başka bir elemanı istihdam edemeyecek durumda olan girişimci gazeteciler işletmenin her işini kendileri yapmaktadırlar. Bu durum uzun saatler mesai yapmayı beraberinde getirmekte ve mesai saati kavramını ortadan kaldırmaktadır. Her iki gazetecilik türünün de fazla mesai yaptıklarını söylemek mümkündür. Serbest gazetecilerin işletmelerden fiziki anlamda bağımsız ve istedikleri zaman diliminde çalışma imkanına sahip olduğu iddia edilebilir; fakat onların da mesai kavramı bulunmamaktadır. Ancak, girişimci gazeteciler ve serbest gazeteciler çalışma mekânı ve çalışma zamanı seçme konusunda özgürdürler. İstedikleri yer ve zamanda çalışma imkanına sahiptirler. Böylece daha üretken olabilirler. Ayrıca trafik, ulaşım ve bunların getirdiği stresten de daha az etkilenmektedirler.

Girişimci ve serbest gazeteciler temelde bir kurumdan bağımsız çalıştıkları için iki gazeteci türünde mesleki ve hukuki açıdan güvencesizdir. Serbest gazeteciler 5953 sayılı Basın İş Kanunu kapsamına girmediği için yaptıkları işlerin sorumluluğu kurumlarına değil kendilerine aittir. Yaşayacakları olumsuz durumlar konusunda hukuki anlamda tüm maddi ve manevi sonuçlarla bireysel olarak yüzleşmek durumundadırlar. Özellikle hukuki anlamda diğer gazeteciler ile benzer haklara sahip olmaları için serbest gazeteciler ve girişimci gazeteciler beraber mücadele etmeleri bu çalışma çerçevesinde önerilebilir. Bu amaçla meslek birlikleri kurabilir ya da var olan meslek birliklerinde daha aktif olarak yer alınabilir. Özellikle serbest gazetecilerin yasal haklarını koruması ve geliştirmesi için sendikalaşması önemlidir; serbest ve girişimci gazeteciler sendikalaşma haklarını kullanabilir. Bunun yanında serbest gazeteciler sosyal güvenlik, yıllık izin, doğum gibi konularda da güvencesizdirler. Bu

hakların kazanılması ve geliştirilmesi için de serbest gazeteciler sendika ve mesleki örgütler kurabilir. Aynı durumlar girişimci gazeteciler içinde geçerli olmakta ve tüm bu olanakları kendileri oluşturmaktadır. Kendi primlerini ödemek, özel sağlık sigortası yaptırmak gibi durumlarla karşı karşıya kalmaktadırlar.

Serbest ve girişimci gazetecilerin haber veya içerik üretirken ihtiyaç duydukları teknik ve mesleki ekipman desteği yine meslek örgütleri tarafından ortak çalışma anlayışıyla sağlanabilir. Ayrıca, serbest gazeteciler tarafından hazırlanacak projelerin çeşitli kurumlar tarafından fonlanması ile birçok gazetecinin yararlanabileceği ortak çalışma alanları kurulabilir. Özellikle pahalı içerik üretim araçları için ortak stüdyolar, kurgu ekipmanları, ortak ofisler oluşturulabilir. Böyle alanlar serbest ve girişimci gazetecilerin içerik üretimini kolaylaştıracak ve iş modeli kurarken gereken teknik sermayeye de kolaylıkla ulaşımı sağlayacaktır. Türkiye Gazeteciler Sendikası TGS Akademi altında gazetecilere farklı alanlarda eğitimler ve ortak kullanım alanları sunmaktadır. Bu şekilde alanların sayıları artırılarak girişimci gazeteciliğe katkı sağlanabilir.

Tüm bunların yanında gazetecilerin istedikleri kendi işlerinin patronu olmak, kendi işletmelerini kurmak ve yapacakları her haberde herhangi bir otoriteye bağlı olmamaktır. Bu durumlarda her iki türdeki gazetecilerin de diğer gazetecilere göre daha avantajlı olduklarını söylemek mümkündür. Girişimci gazeteciler kendi işletmelerini kurdukları ve devamlı gelir sağlayacakları bir model oluşturdukları zaman daha bağımsız ve özgür bir yayıncılık politikası izleyebilir. Özellikle kendi gelir modellerini kurmaları onlara bu avantajları sağlamaktadır. Kendi gelir sistemini kurmuş ve sürdürülebilirliğini sağlamış gazetecilerin haber seçiminde daha özgür olduklarını söylemek mümkündür.

Sonuç olarak girişimci gazetecilik ve serbest gazetecilik temelde benzer noktalara sahip olsa bile bir işverene bağlılık konusunda ayrıldıkları görülmektedir. Ancak, iki tür gazeteciliğinde avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır. Freelance gazeteciliğin özellikle işsizliğin arttığı medya sektöründe yaygınlaştığı ve gazetecilerin işsizliğe çözüm bulmak, kendi geçim ve gelirlerini artırmak için girişimci gazeteciliğe başladıkları söylenebilir. Genel olarak bu çalışma serbest gazetecilik ve girişimci gazetecilik arasındaki fark ve benzerlikleri ortaya koymaktadır. Ancak, serbest ve girişimci gazetecilerin konuyla ilgili fikirlerini öğrenmek, onların avantaj ve dezavantajlara bakışımı sorgulamak sonraki çalışmalar için ufuk açıcı olabilir. Teoride her ne kadar iki tür birbirine yakın olsa da sahadaki uygulamalarını anlamak için her iki türdeki gazetecilerle yapılacak görüşmeler oldukça faydalı olacaktır.



## MAKALE BİLGİ FORMU

**Yazar(lar)ın Katkıları:** Yazar çalışmaya %50- %50 katkı sunmuştur  
**Çıkar Çatışması Bildirimi:** Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.  
**Destek/Destekleyen Kuruluşlar:** Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kar amacı gütmeyen sektörden hibe alınmamıştır.  
**Etik Onay ve Katılımcı Rızası:** “*Girişimci Gazetecilik-Serbest Gazetecilik Karşılaştırmalı Bir Tartışma*” başlıklı çalışma etik kurul onayı gerektirmemektedir. Yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulduğu, toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifatın yapılmadığı yazarlar tarafından beyan edilmiştir.

## Kaynakça

- Allen, M. A. (2011). *Starting your career as a freelance writer*. Newyork: Allworth Press.
- Banning, D. (2004). *Freelance journalists: Careers, attitudes, and demographics*. University of Nevada.
- Bathke, B. (2019). Entrepreneurial journalism. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. 1–6. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.İejs0125>
- Bell, E., Hartstone, A., Rashidian, N. & Watson, S. (2018). The future of advertising and publishing. *Tow Center For Dijital Journalism Colimbia University*. <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8KP9DPJ%0Ahttps://academiccommons.columbia.edu/catalog/ac:S1rn8pkOrr>.
- Buschoff, K. S. & Protsch, P. (2008). (A-) typical and (in-) secure? Social protection and “Non- Standard” forms of employment in Europe, *International Social Security Review*, 61(4), 51-73.
- Buschow, C. & Laugemann, R. (2020). What makes a media entrepreneur? factors influencing entrepreneurial intention of mass communication students. *Journalism & Mass Communication Educator*. 75(3), 321–334. <https://doi.org/10.1177/1077695820912146>
- Casero-Ripollés, A., Izquierdo-Castillo, J. & Doménech-Fabregat, H. (2018). The journalists of the future meet entrepreneurial journalism. *Entrepreneurial Journalism*. <https://doi.org/10.4324/9781315115115-10>
- Clinton, M., Totterdell, P. & Wood, S. (2006). A grounded theory of portfolio working: Experiencing the smallest of small businesses. *International Small Business Journal*. 24(2), 179-203.
- Cohen, L. & Mallon, M. (1999). The transition from organisational employment to portfolio working: Perceptions of ‘Boundarylessness’. *Work, Employment and Society*, 13(2), 329-352.
- Cohen, N. S. (2015). Entrepreneurial journalism and the precarious state of media work. *South Atlantic Quarterly*, 114(3), 513–533. <https://doi.org/10.1215/00382876-3130723>
- Cohen, N.S. (2013). Negotiating precarious cultural work: Freelance writers and collective organization in media industries (Doctoral dissertation). Retrieved from ProQuest Dissertations and Theses. (Accession Order No. NS00119).
- Cranford, C., Fudge, J., Tucker, E. & Vosko, L. F. (2005). *Self-employed Workers Organize: Law, Policy, and Unions*. Montreal, Quebec: McGill-Queen’s University Press.
- Çiğdem, S. & Erdoğan, E. (2020). Türkiye’de freelance gazetecilerin çalışma koşulları. *Sosyoekonomi*. 28(46), 243-269.
- Deuze, M. (2005), What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists. *Sage Publications*, 6(4), 442-464.
- Elmore, C., Massey, B., & Massey, B. (2012). Need for instruction in entrepreneurial journalism: Perspective of full-time freelancers. *Journal of Media Practice*.

- 13(November), 37–41. [https://doi.org/10.1386/jmpr.13.2.109\\_1](https://doi.org/10.1386/jmpr.13.2.109_1)
- Ergün, S. (2022). Dijital dönüşüm bağlamında girişimci gazetecilik ve Türkiye'deki uygulamaları. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi. İstanbul, Türkiye.
- Fıstık, S. (2020). Dijital medyada değişen çalışma koşulları ve serbest gazetecilik. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi. İstanbul, Türkiye.
- Fudge, J. (2003), Labour protection for self-employed workers. *Just Labour*, 3 (Fall), 36-44. <http://www.justlabour.yorku.ca/volume3/pdfs/fudge.pdf>
- Girgin, A. (2008). *Gazeteciliğin temel ilkeleri*. İstanbul: Der Yayınları.
- Hunter, A. (2015). Crowdfunding independent and freelance journalism: Negotiating journalistic norms of autonomy and objectivity. *New Media & Society*, 17(2), 272-288.
- Kosterich, A. & Weber, M. S. (2019). Transformation of a modern newsroom workforce: A case study of NYC journalist network histories from 2011 to 2015. *Journalism Practice*. 13(4), 431–457. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1497454>
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2007). *Gazeteciliğin esasları*. Ankara: ODTÜ Yayınları.
- Mallon, M. (1998) 'From Public Sector Employees to Portfolio Workers: Pioneers of New Careers?', in C. Mabey, D. Skinner & T. Clark (eds) *Experiencing Human Resource Management*, pp. 169–86. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Nedeljković, M., Miloš, P., Veroljub, Z. & Christian, S. (2014). *Entrepreneurial journalism handbook*. Belgrade: Konrad Adenauer Stiftung. [https://www.kas.de/c/document\\_library/get\\_file?uuid=55932199-0565-2aee-5639-375860eaf849&groupId=252038](https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=55932199-0565-2aee-5639-375860eaf849&groupId=252038)
- Nies, G. & Pedersini, R. (October, 2003). *Freelance journalists in the European Media Industry*. European Federation of Journalist. [https://www.academia.edu/3246944/Freelance\\_journalists\\_in\\_the\\_European\\_media\\_industry](https://www.academia.edu/3246944/Freelance_journalists_in_the_European_media_industry).
- Rottwilm, P. (August, 2014). The future of journalistic work: Its changing nature and implications. Oxford: Oxford University Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/The%2520Future%2520of%2520Journalistic%2520Work%2520-%2520Its%2520Changing%2520Nature%2520and%2520Implications.pdf>
- Ruotsalainen, J., Hujanen, J. & Villi, M. (2019). A future of journalism beyond the objectivity–dialogue divide? hybridity in the news of entrepreneurial journalists. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/1464884919867216>
- Schmid, G. (2010). Non-standard employment and labour force participation: A comparative view of the recent development in Europe. (Discussion Paper No: 5087). Germany
- Stanworth, C. & Stanworth, J. (1995). The self-employed without employees autonomous or atypical?. *Industrial Relations Journal*, 26(3), 221-229.
- Tucker, E., Fudge, J. & Vosko, L. (2002). The legal concept of employment: Marginalizing workers. *Canada: Law Commission*.

- Vos, T. P. & Singer, J. B. (2016). Media discourse about entrepreneurial journalism capital. *Journalism Practice*. 10(2), 143–159. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1124730>
- Wagemans, A., Witschge, T. & Deuze, M. (2016) Ideology as resource in entrepreneurial journalism, *Journalism Practice*, 10 (2), 160-177, DOI: 10.1080/17512786.2015.1124732
- Walters, E., Warren, C. & Dobbie, M. (April, 2006), *The changing nature of work*. Switzerland: International Labour Office. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_dialogue/--sector/documents/publication/wcms\\_161547.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/--sector/documents/publication/wcms_161547.pdf).

# MEDYA ve KÜLTÜR

Kültürel Çalışmalar ve Medya Dergisi

Sayı/Issue:2 Cilt/ Volume:2 Yıl/Year: 2022

medya  
KÜLTÜR

Derleme Makale

## Toplumsal Sistem ve Sibernetik İlişkisi: Sosyo-Sibernetiğın Doğuşu

### Öz

Hale Nur UYANIK\*

Yirmi birinci yüzyılın teknoloji ve bilim alanında meydana gelen durumların toplumsal açıdan yarattığı değişim ve dönüşümün etkisi gün geçtikçe hayatımızda, yaşadığımız çağda daha çok hissedilmektedir. Bilimsel çalışmaların kendi arasında var olagelen yöntem ve tekniklerindeki keskin ayrımın giderek kapandığı ve yapılan çalışmaların birçok disiplinle harmanlanarak ilerlediği görülmektedir. Günümüz bilim anlayışında kendini göstermeye başlayan bilimler arasındaki bütünleşme, bilimsel çalışmalarda hibrit ve esnek ortak çalışma alanların doğmasına neden olmuştur. Bilimlerin birbirleri ile etkileşimi, ortaya koymuş oldukları yenilikler, toplumsal düzenin değişmesine de zemin hazırlamıştır. Duruma bu perspektiften bakıldığında bilimler arası etkileşimi sağlayan genç ve birçok bilim dalıyla koordinasyon kuran bir bilim dalı olan sibernetik karşımıza çıkar. Sibernetik, bilimsel araştırmaların sonuçlarının kontrolünü sağlayan disiplinler arası bir bilim dalıdır. Bu çalışmada amaçlanan, sibernetik biliminin sosyoloji ile ilişkisini ortaya koymaktır. Çalışmada sosyoloji ve sibernetik biliminin bir araya gelmesini sağlayan unsur olan yapay zeka ve yapay zeka temelli üretilen robotların toplumda hangi alanlara daha çok entegre edildiği tartışılmıştır. Yapay zekânın ve üretilen robotların toplumda hangi alanlarda tercih edildiği, simülarkların toplumsal sistemdeki ilerleyişi, bireyin varoluğu ve yaratıcılığına etkisi çerçevesinde ele alınmıştır. Kısacası çalışmada sosyoloji ve sibernetiğın bir araya gelerek insanların robotlar ile kurduğu etkileşimden doğan süreç ve gelişmeler incelenmiştir.

\*Dr.  
Necmettin Erbakan Üniversitesi,  
Sosyoloji Bölümü.  
E-posta: hale.27.nur@gmail.com,  
ORCID: 0000-0003-0102-0268.

**Anahtar Kelimeler:** Sibernetik, Toplum, Robotlar, Varoluşçuluk, Yaratıcılık, Simülasyon.

## Social System and Cybernetics: The Emergence of Socio-Cybernetics

### Abstract

Hale Nur UYANIK\*

The effect of the social change and transformation created by the situations in the field of technology and science in the twenty-first century is felt more and more in our lives and in the age we live in. It is seen that the sharp distinction between the existing methods and techniques of scientific studies is gradually closing and the studies are progressing by blending with many disciplines. The integration between the sciences, which has begun to show itself in today's understanding of science, has led to the emergence of hybrid and flexible collaborative work areas in scientific studies. The interaction of the sciences with each other and the innovations they introduced paved the way for the social order to change. When we look at the situation from this perspective, we come across cybernetics, which is a young discipline that provides interaction between sciences and coordinates with many disciplines. Cybernetics is an interdisciplinary science that enables control of the results of scientific research. The aim of this study is to reveal the relationship between the science of cybernetics and sociology. The study discusses artificial intelligence, which is the element that brings sociology and cybernetics together, and in which areas of society robots produced on the basis of artificial intelligence are more integrated. The areas in which artificial intelligence and robots are preferred in society are discussed within the framework of the progress of simulacra in the social system and their impact on the existence and creativity of the individual. In short, in the study, the processes and developments arising from the interaction of people with robots by combining sociology and cybernetics were examined.

\*Ph.D,  
Necmettin Erbakan University,  
Sociology Department,  
E-mail: hale.27.nur@gmail.com,  
ORCID: 0000-0003-0102-0268.

Received: 14.11.2022  
Accepted: 23.12.2022

**Keywords:** Cybernetics, Society, Robots, Existentialism, Creativity, Simulation.





## Giriş

İçinde bulunduğumuz 21. yüzyıl bütün bilimlerin birbirini etkileyip iç içe geçmiş, holistik bir yapı haline gelmesiyle sosyal bilimler, doğa bilimleri ve fen bilimlerine dayalı çalışmaların disiplinler arası bir yaklaşımla ele alınması gerekliliği önem kazanmıştır. Bilimsel üretim sonucu ortaya çıkan teknik ve mekanik unsurların toplumda yer edinmesi süreci yani robotların, makinelerin, insanlar ile arasında belli bir etkileşim ve bir arada yaşamaktan kaynaklı meydana gelen tutum ve davranış kalıpları sosyal bilimler ve doğa bilimlerinin ortak paydada buluşmasına neden olmuştur. Bu birleşmeyi sağlayan ise bilimsel çalışma alanı açısından yeni yeni kendine yer bulan sibernetik biliminin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

Bilimler arasında ortaya çıkan etkileşimi sağlayan en büyük neden de robotların hayatımızda bu kadar yer almış olmasıdır. İnsanların onlarla kurmuş olduğu etkileşim ve bağ her geçen gün artmaktadır. Toplumsal sistem içerisinde insanın doğada var olan canlılar ve diğer insanlarla olan ilişkisi dışında cansız varlıklarla da etkileşimleri söz konusudur. Bu cansız varlıkların başında ise yapay zekâ ile tasarlanan robotlar gelmektedir (Akman, 1988). İnsanlar ve bu mekanik işlevlere sahip varlıkların bir arada belli bir eylem ortaya koymaları için belli bir psikolojik yeterlilik ve adaptasyon süreci gerekir. Toplumlar ilerleme ve gelişme olmadan varlıklarını sürdürmez. Değişen kültürel sistem içerisinde ortaya çıkan bu yapay zekâ temelli varlıkların var oluş biçimleri de çağı temsil eden değerler bütününe bir parçası olmaya başlamıştır. Toplumların kültürleri değişen koşullara ve gelişmelere çok kolay adapte olma özelliği gösterir. Dolayısıyla toplumda meydana gelen herhangi bir değişim doğrudan kültürü etkiler. Bazı durumlarda bu değişimlerin boyutları, o güne kadar gelmiş kültür sisteminin temellerini altüst edebilir. Bugüne kadar toplumların yaşadığı bütün değişimlerin izleri kültür üzerinde görülür. Siber teknoloji de bu kültürel izlerin oluşmasına katkı yapan önemli değişimlerden biridir (Sezgin & Talaz, 2016, s. 565). İşte tam da bu noktada sibernetik, hayatımızın her alanında var olan robotlarla kurduğumuz etkileşimin nasıl ve hangi teknikle gelişme gösterdiğini, insan unsurunun da dahil olmasıyla sosyal bilimin çalışma alanına dahil olarak “*sosyo sibernetik*” alt başlığı altında toplum ve makinelerin ilişki sürecini ele alması yönüyle sibernetik biliminin bir alt dalı olarak karşımıza çıkar.

Bu çalışmada sibernetiğin doğrudan doğruya toplumsal sistem içerisinde edindiği yere vurgu yapılmıştır. Yapay zekâ ve insanlar arasındaki haberleşme ve bilgi alış verişi sürecindeki girdi ve çıktıların kontrolü bu iki bilimin ortaya koyduğu kavramlar üzerinden okunmuştur. Bu çalışmanın literatür için önemini oluşturan nokta sibernetik biliminin topluma entegre edilmesinden doğan sonuçların neler olduğunu ve topluma yansımalarını sosyolojik gelişmeler çerçevesinde değerlendirmek olacaktır. Literatüre bakıldığında yapay zekâ sosyolojisinde iki genel paradigmanın başat olduğu görülmektedir. Bu paradigmalardan ilki çalışmaları genel epistemolojik yaklaşım bağlamında hümanist çerçevede değerlendirmiştir. Bu yaklaşım bağlamında yürütülen çalışmalar, yapay zekâyı bilimsel, teknik ve kültürel bir olgu olarak ele almakta, yapay zekânın üretim ve kullanım alanlarındaki süreçlerine odaklanmaktadır. İkinci paradigmada yer alan çalışmalar ise post-hümanist yaklaşım içinde değerlendirilmektedir. Bu paradigma etrafında yapılan çalışmalar, sosyoloji içerisine uzun zamandır var olan toplumsallığın tanımı ve faillik tartışmaları üzerinden toplumsallığın üretimini insan-dışı şeyleri dahil etmek gerekliliğini yapay

zeka bağlamında daha güçlü bir biçimde yeniden gündeme getirmektedir. Hümanist geleneğin teknolojiye yaklaşımları ve bu yaklaşımların dayanmakta olduğu ontolojik ve epistemolojik temellerin yapay zekâ sosyolojisine verebileceği katkılar bu alanda son derece önemli noktalara temas etmekle birlikte, yapay zekânın doğası itibarıyla bir toplumsal aktör olarak işlevini çözümlemekte sınırlı kaldıklarını belirtmek gerekir (Adaş & Erbay, 2022, s.328). Bu çalışmanın kapsamında konuyla ilgili olarak başvuru olan iki paradigmanın toplumdaki yansımaları değerlendirilmeye çalışılmıştır. Yani hümanist yaklaşımın temel kaygısı olan bireyin varoluş süreci ve kültürel değişim sürecinde yapay zekâ ile teması sonucunda geliştirdiği toplumsal ilişkilerdeki değişimlere yer verilmiştir.

### 1. Sibernetik Nedir ve Nasıl Doğmuştur?

Sibernetik, II. Dünya Savaşı sonrasında hız kazanan teknolojik gelişmelerden dolayı kısa zamanda önemli bir bilim dalı haline gelmiştir. Bunun nedeni, üretilen robotların tıpkı bir canlı varlıkmiş gibi insanlarla bilgi alışverişi içinde olmalarıdır. Bu karşılıklı bilgi alışveriş sürecinde komutları alan ve geri dönütler veren robotlar insanların toplumsal hayatı içerisinde vazgeçilmez bir noktaya ulaşmıştır. Tıpkı canlı varlıklar gibi hareket eden ve sınırlı da olsa aldıkları komutları yerine getiren bu makineler topluma daha çok entegre edilerek büyük bir toplumsal dönüşüme yol açmışlardır. Bu makinelerin canlı varlık olan insanlarla her alanda giderek daha fazla etkileşim halinde olması ve gündelik hayata dahil olmaları sibernetik biliminin önemini arttırmıştır.

Sibernetik bilimini kuran ve bu bilimin babası kabul edilen Norbert Wiener, 1894-1964 yılları arasında yaşamış, MIT’de (Massachusetts Institute of Technology) akademik çalışmalar yürütmüş, felsefeyle ilgilenmiş, matematikçi Amerikalı bir bilim adamıdır. Wiener, mekanik çalışmalarla geliştirdiği teorisini isimlendirme konusunda bir arayışa girer. İngilizce “vali” anlamına gelen “governer” sözcüğünün Yunanca temeli olan “kubernétés” yani “gemi kaptanı” kelimesinden “sibernetik” kavramına ulaşır. 1948 yılında “*Cybernetics: Or Control and Communication in the Animal and the Machine*” (Sibernetik: Ya da Hayvan ve Makinede Kontrol ve İletişim) adında teknik bir kitap yayımlar. Bu kitabı 1950 yılında geliştirerek, “*The Human Use of Human Beings*” (İnsanların İnsanca Kullanılışı) adıyla tekrar yayımlar (Avcıoğlu, 2017, s. 515).

Norbert Wiener, sibernetik biliminin doğuşunun ilk zamanlarında yani II. Dünya Savaşı’ndan sonra çeşitli alanlarda, mesajlar teorisinin uygulamasına yönelik birçok çalışma yapmıştır. Bu çalışmalar dilbilim alanı dışında elektrik mühendisliği, toplum, psikoloji ve sinir sistemi alanlarını da kapsar. Wiener, mesajlar teorisinden ayrılarak bir teori geliştirme çabasıdır. Bu teori, haberleşme sistemi içinde insanların ve makinelerin kontrol edilmesini içerir. Yani mesajlar yoluyla insan ve makineler üzerinde kontrol sağlamayı temel alır (Avcıoğlu, 2017, s.516). Wiener’in tanımladığı gibi sibernetik, canlı varlıklarda ve makinelerde karşılıklı bilgi alışverişi, kontrol ve yönetim bilimidir. Wiener bu bilgi alışverişinin geri merkezden itilen bilgilerle durmaksızın kontrol edilerek geldiğini gördüğü için bu durumda feed back sistemi (geri merkezden gelen bilgilerle beslenme sistemi) adını vermiştir (Akman, 1977, s.48). Wiener’in sibernetik kuramı toplumlar için kapsayıcı bir kuram olma iddiasındadır. Doğadaki her şey, toplum da dahil olmak üzere, entropi denilen yok olma veya düzensizleşme eğilimi göstermektedir. Toplum entropiye karşı koyabilmek için geri besleme ile haberleşme ve kontrol yeteneğini geliştirmelidir (Taşhoğlu, 2018, s.6).

Her tür kapalı sistem düzensizlik ve entropi artışıyla yüz yüzedir. İnsanların kurduğu sistemler de böyledir. İnsanlar entropiden kurtulmak için, kapalı sisteme aktardıkları girdiler ile bilgi alışverişini sağlayarak davranışlarını çeşitlendirmişlerdir. Toplumlar mümkün olduğu kadar dışardan girdi sağlayarak, olasılıklarını ve haberleşme imkânlarını artırarak, geri besleme (feed-back) ve öğrenme ile davranışlarını değiştirerek, çeşitlendirerek entropiye direnç göstermesi mümkün olabilir. Bazılarına göre bilim, teknoloji ve ilerleme düşüncesi yok olmayı durdurabilecek araçlar, bazılarına göre entropiyi hızlandırmaktadır. Sibernetik de insanların kurduğu sisteme benzer bir sistem yeteneğini geliştirerek çevresinde hâkimiyet sağlayabilecek kontrol mekanizmalarını geliştirmiştir (Avcıoğlu, 2017, s.517). Şu gerçeklik unutulmamalıdır ki; sibernetik biliminin makinelerle sağlamaya çalışmış olduğu kusursuzluk, düzen, uyum ve mükemmellik toplumsal sistem içerisinde sağlanamaz. Süreç içerisinde toplumsal kusursuzluk üzerine teoriler, gelişmeler, yaptırımlar olsa da makineler aracılığıyla sağlanmaya çalışılan düzenin toplumun değerler sistemi etrafında inşa ettiği gibi makro bir sistem kurmada kusursuzluğu ve mükemmelliği sağlanması mümkün değildir.

II. Dünya Savaşı ile ortaya çıkan sibernetik, ülkelerin teknoloji ve makineleşme süreciyle birlikte hız kazanmıştır. Bu bilimin bilhassa ABD’de ortaya çıkmış olmasının nedeni Amerika’nın bilimsel anlamda yaşamış olduğu paradigma devrimidir. ABD’de gelişen paradigma ile sosyal bilimler araştırmalarında genel geçer, büyük toplumsal olaylar yerine küçük gruplar içerisinde meydana gelen olayları mikro ölçekte ele alan bir yaklaşım modeli sergilenir. Bu yüzden de bilim dalları daha ayrıntılı ve alt boyutlara ayrılarak daha derinlemesine araştırmalar sunmaya başlamıştır (Alver, 2000, s.75). Sibernetik biliminin etkileşim içerisinde olduğu diğer alanlar fizik, matematik, kimya, fizyoloji, biyoloji, sosyoloji, hukuk, psikoloji, nöroloji ve kriminoloji olarak sıralanabilir.

Sibernetik, çok kısa bir zaman içerisinde tek başına bir bilim olmaktan çıkmış, tüm bilimler üstünde bir yer alarak bilimler arası bir disiplin olmuştur. Böyle bir konuma gelmesindeki en önemli nedenleri ortaya koyduğu bilgiyi iletme (enformasyon), karşılıklı bilgi iletimi (komünikasyon), makinelerin kendiliklerinden ayarlama yaparak çalışması (otomasyon sistemi) ve yalnızca dev teknolojik gelişmeler üzerinde değil, toplum yapısında da büyük dönüşümlere yol açmasıdır. Sibernetik salt mekanik ve teknik sistemde bir dönüşüm yaratmakla kalmamış; kültür, eğitim, sosyal yapıda da değişime yol açmıştır. Bu durumu Leon Bagrit şu sözlerle ifade etmiştir: “Değişim öyle hızla yayılıyor ki, tüm dünyadaki buluşlarla, uygulamaları arasındaki uçurum gitgide daralıyor. Bunları görmek istememek siyasal ve toplumsal yönden budalalıktır” (Akman, 1977, s.11). Savaş sonrası toplumsal sistem içerisinde düzeni sağlama yani entropiyi azaltmanın yolunu sibernetik bilimde bulmuşlardır.

Gerçek ve sanal nesnelerin görsel sentezine izin veren araçların geliştirilmesiyle bu ortamlar arasında yeni karışım olasılıkları sağlanır. Sibernetik, karma ya da artırılmış gerçeklik ile sanal ve gerçek ortamda nesnelerin bir arada bulunmasına olanak tanımış, gerçek deneyimi hissettiren gerçek zamanlı yeni bir araştırma ve uygulama alanının oluşmasına yol açmıştır (Taşlıoğlu, 2018, s.17). Makinelerin gelişiminin yaygınlaşması, insanların robotlarla arasındaki farkın bu derece kapanması birçok alanda olduğu gibi sinema, televizyon ve edebiyatta da yerini almıştır. Bu durum neticesinde *Hayal Bilim* (Science Fiction) başlığı altında, gelecekte insanları yönetimleri altına almaya çalışan makineden beyinler, bu beyinlere karşı savaşan ve başarıya ulaşan insan aklının

çatışmasını içeren yapımlar, yayınlar, uyarılma dizilerin üretimi de hali hazırda yapılmaktadır.

## 2. Sibernetik ve Sosyoloji: Yapay Zekâ Temelli Robotlar ve İnsanların Bir Arada Yaşama Serüveni

İnsanoğlu, toplumsal sistem içerisinde sadece doğa ve diğer insanlar ile etkileşim halinde kalmaz aynı zamanda üretmiş olduğu teknik ile de bir bağ kurarak ihtiyaçları doğrultusunda ürettiği alet veya teknolojik ürünlerle belli bir seviyede ve öğretilerde etkileşim halindedir. Peki, insanoğlu neden tekniğe, makinelere ve robotlara ihtiyaç duyar? İnsan ilkel zamanlarında doğa karşısında aciz, güçsüz ve savunmasızdı. Öyle ki yırtıcı hayvanlar ve doğal afetlerden korunmak için barınak ve ateşi bularak ilerleme ve teknik yolunda birçok araç gereç üretmek konfor alanı oluşturmaya başlamıştır. İnsan, teknik ve araç gereç üretiminde belli bir noktaya geldikten sonra kendi var oluşunu anlama ve fizyolojisinin temellerini idrak etme merakına düşer, bu noktada yaratıcı gücü sorgular (Kösemeihal, 1958b, s.60).

İnsanoğlunun robotla olan serüveni aslında evreni tanıma serüvenidir. Evrenin de bir mekanizma olduğuna inanan insan bu inanç doğrultusunda evrene hâkim olan yaratıcı gücün mantığını anlamak adına makineleri icat etmeye başlamıştır. Makinelerin nasıl çalıştığını anlamayla geçen bu süre zarfında, robotlar da her yeni icatla evrim serüveni gerçekleştirerek günümüzdeki hallerine kadar ulaşmışlardır. Yani makinelerin gelişim süreci üzerinden evrenin işleyişini de anlayabilmemiz umut ediliyordu. Tanrı'nın insanı nasıl var ettiğini anlamak için ve aynı zamanda kendi biyolojik yapısının benzer robotlar üretmeye başlamıştır. Robot ve insan arasındaki bu ilişkiyi ortaya koyan sosyometri ve sibernetik bilimini sosyal bilimlere kazandıran isim ise Jacob Lévy Moreno'dur. J.L. Moreno gençliğinde din adamı olmak ile pozitif bilimlere yönelmek arasında kararsız kalmış, başlangıçta teoloji ile ilgilenmiş, Viyana'da almaya başladığı tıp eğitimi ile pozitif bilimlere yöneldikçe teolojiden uzaklaşmıştır. Sosyometriyi geliştirirken Freud, Bergson, Alman fenomenologlar, Marx gibi düşünürlerin görüşlerine teoloji ile ilgili kendi bilgi ve görüşlerini de eklemiştir. Moreno insanların spontanlığa karşı kendiliğindenliklerini, yaratıcı yönlerini geliştirmeler ile güçlü ve üretken olabileceğini belirtir. Spontanlığı ve yaratıcılığı sadece tek bir varlıkta birleştirir, bu varlığında tanrı olduğunu belirtir (Şatıroğlu, 1999, s.112). Moreno: "kendiliğindenlik ve yaratmayı her çeşit sosyal yapının temeli görür. Kendisine göre sosyolojinin en büyük kusuru bu kaynaşma yaratma halinde olan olayları bütün canlılığıyla yakalayamamasıdır. Sosyal oluşum (processus) ile ilgili incelemelerde, sosyoloji bu oluş, yaratma halindeki olaylardan ziyade olmuş bitmiş, tavı kaçmış olaylarla uğraşır" (Kösemeihal, 1956, s.201). Kısacası robotların ortaya çıkma sürecinde felsefe, din ve mühendislik iç içe olmuştur. Bu anlayışa istinaden şekillenen robotların üretimi gitgide hayatımızda büyük yer edinerek toplumsal sistem içinde önemli bir yer kaplamıştır. Ülkemizde Moreno'nun temsilcisi olarak bilinen Nurettin Şazi Kösemeihal de tüm dünyada önem taşıyan robotların üretimi ve onların hayatımızda yarattığı etkilere Cumhuriyet Gazetesi'ndeki köşe yazılarında yer vererek robotlar için şu ifadeleri kullanır:

*Bugün bu robotlar dünyamızı inanılmayacak derecede sarmıştır. Bize bu kadar yararı yardımı dokunan, gücümüzün yetmediği işleri gören bu robotları niçin kendimiz için bir tehlike bir düşman sayıyoruz? Niçin kendi yaratmamız olan bu robotlardan bu kadar korkuyoruz? Yoksa hesap makineleri gibi gittikçe*

*gelişen, çoğalan türlü robotların günün birinde düşünceyi öldürmesinden mi korkuyoruz? Hayır, bu da değil, bu türlü makinelerden de hiçbir korkumuz olamaz çünkü bunlar şuurumuzun ancak yüzü ile dış kabuğu ile ilgili işleri görebilir İnsan şuurunun derinliğini teşkil eden kendiliğindenliğe (spontaneite) yaratmağa hiç bir zaman ulaşamaz Öyleyse nereden geliyor bu korku? Herhalde robottan değil. Gerçekten insan robottan yılmıyor, robotlaşmaktan, daha doğrusu yaratma gücünün makineleşmesinden, robotlaşmasından korkuyu yaratmanın en büyük düşmanı tekrardır, alışkanlıktır. İşte insan günün birinde yaratmayı öldürecek böyle bir alışkanlığa böyle bir makineleşmeğe uğramaktan ürüyor. En büyük korkusu bu. Bugün robotlaşmaktan sıyrılmak yaratıcı bir varlık olarak tutunmak istiyorsak bilime başvurmaktan başka çaremiz yoktur. Yaratıcı gücü, bilimin kılı kırk yaran metoduyla inceleyip kavramadıkça da robotlaşmak tehlikesinden sıyrılmak mümkün olmayacaktır (Köseihal, 1958a, s.4).*

Köseihal'e göre robotlar hiçbir zaman insana yol gösteremez sadece gösterilen yolda ilerlerler. Köseihal bu ifadesi ile insan zihninin gücünün robotlara karşı üstün olduğunu, irade ve karar vermede yetersiz olan robotların hayatımızda hiçbir tehlike oluşturmadığını söyler. Robotların sadece insanların yaşamlarını kolaylaştırmada birer araç olduğuna vurgu yapar. Sibernetik bilimi birçok görüş tarafından insanı hiçe sayan, onu pasifize eden ve makineyi ön plana çıkaran bir disiplin olarak görülmekte ve algılanmaktadır. Halbuki sibernetiğin öznesi insandır. Amacı insanı geliştirmek ve insanın beynini ve enerjisini boş yere işgal eden rutin işleri makineye yüklemektir. Böylelikle insanların düşünme ve bilgi üretme kabiliyetlerini kullanmalarına da imkân sağlamaktadır (Kaban, 1994, s. 225). Robotların insanların yaşamını ele geçirmek için değil de kolaylaştırmak adına var olduklarını idrak edebilmemiz ise sibernetik aracılığıyla sağlanmaktadır.

Yapay zekâ temelli robotların ve insanların bir arada yaşama serüvenini sağlayan bir unsur da simülasyonlardır. Makinelerin makinelerle; insanların, insanlar ve makinelerle karşılıklı alışverişinin kontrolünü, ayarlamasını ve yönetimini sağlayan tüm çalışmalar sibernetik biliminin kapsamında yer almaktadır. Bu alışverişin gerçekleşmesine olanak sağlayan, yani ortam içerisindeki gerekli şartları sağlayan unsur olarak karşımıza simülasyonlar çıkar. Makinelerin, robotların kullanılabilir hale gelmesini kolaylaştıran sistem simülasyondur (Akman, 1984, ss.11-13). Simülasyon, bir araç, makine, bir sistem, bir olaya özgü işleyiş biçiminin incelenme, gösterilme ya da açıklanması ile bilgisayar programı aracılığıyla yapay bir şekilde yeniden üretilmesidir (Baudrillard, 2014, s.7). Yani simülasyon, yalandan yapmak, taklidini yapmak... bir şeye benzetmek demektir. Taklidini yapmak, benzetmek ya da modelini yapmak durumları sibernetik sistemin kapladığı alana dahil olur (Akman, 1984, s.143). Sibernetik bir anlamda simülasyon evreninin yaşanmasına başka bir deyişle bu modelleri (simüle edilmiş durumlara alışılmasını sağlama) istediğiniz gibi güdümlenebileceğimiz bir alan oluşturmaya müsaade etmektedir. Sibernetik canlı varlıklardaki sinir sistemi içinde akan elektrik akımları ile beyindeki merkezlerin bilgi alışverişi dikkate alınarak ortaya çıktığından bu çalışma alanı içinde bir sistem kurulacağı zaman sistemin nasıl olacağını ve yapay beynin hangi elektrik devreleri ile bilgi akışını düzenleyip çalışacağını ve ne şekilde gelişeceğini önceden tasarlayıp, düzenlemek zorundadır. Bu durum basit olarak dizayn etme ya da model tasarlama olarak da tanımlanır. Bir makinenin yaratılıp ona elektrik akımının nasıl iletileceği,

bilginin nasıl programlanması gerekliliği durumunda simülasyon devreye girer. Yani simülasyonun amacı bir modelin işleyiş sisteminin nasıl olacağı noktasında benzetim ortamı kurmaktır (Akman, 1984, ss.143-144).

Simülasyon, sanatsal faaliyet üzerinde de yaygınlık kazanmıştır. Medya sanatçısı ve yönetmen Refik Anadol'un simülasyonları bu çalışmalara örnek verilebilir. Anadol, projelerini oluşturma aşamasında yapay zekâ ve büyük veriden yararlanmakta, içinde ışığı, veriyi ve makine zekâsını bulunduran çalışmalar üretmektedir. Onun sanat çalışmalarında teknoloji ve bilimin çekici unsurları ön plana çıkmaktadır. Bilimi, sanatının ilham kaynağı olarak gören Anadol, geleceğe dair tahlillerini sanat ve bilimi bir arada kullanarak ortaya sunmaktadır (Anadol, 2019). Refik Anadol'un topluma sunduğu sanat çalışmaları örneğinden yola çıkıldığında bu çalışmalar simülasyon, yapay zekâ ve bireyin etkileşim halinde olduğu çalışmalar olma açısından önem taşımaktadır.

Bilim ve teknoloji alanında gelişen devrimin sanata yansması simülasyonlar aracılığıyla gerçekleşmiştir. Özellikle hologram tekniği yani üç boyutlu görüntü sağlamak amacıyla lazer ışınları ile ortaya çıkan bu simülasyon çalışmaları ile insanlara sentetik, gerçeği diriltmeye çalışan hipergerçeklik deneyimi yaşatılmaya çalışılmıştır (Işıklı, 2004, s.103). Simülasyonlar genellikle roman ve sinema aracılığıyla bilim kurgu dalında halka aktarılmıştır. Gerçeklik ilkesinin egemen olduğu bir dünyada gerçeğin düşsellik 'bahanesi' de bulunur. Simülasyon ilkesinin olduğu günümüz dünyasında ise gerçek, modelin varlığını kanıtlamaktan başka bir işe yaramamaktadır. Sibernetik ve hipergerçek bir çağa özgü bilim kurgu üretimi ancak tarihe mal olmuş dünyalar, yapay bir şekilde diriltildiğinde sona ermiş olacaktır (Baudrillard, 2014, s.160). Sibernetik biliminin yapmaya çalıştığı, makinelerin simülasyonlar haline gelmesi durumuna zemin hazırlamaktır. Kısacası sibernetik-simülasyon ilişkisini sistemin nasıl ayarlanacağı, nasıl dengeye oturtulacağı meselesidir.

### 3. Sibernetik ve Toplum İlişkisinden Doğan Alan: "Sosyo Sibernetik"

Sibernetiğin babası olarak anılan Norbert Wiener 1948 yılında yazdığı "Sibernetik" eserinde sibernetik için "*control and communication in the animal and machine*" yani hayvanlarda ve makinelerde kontrol ve haberleşme diye dipnotla açıklamasını yapmıştır. Bu açıklama bizler için sosyo sibernetik alanını belirlemek adına değerlidir. Wiener sibernetik için; "Bu öyle geniş bir alandır ki makinelerin ve toplumun kontrolü, computer ve benzeri otomatların gelişmesi psikoloji ve sinir sistemi üzerinde bazı uygulamalarda bulunması ve bilimsel metodun yeni teorisinin denenmesi amaçlarıyla yapılan haberleşme üzerine tüm incelemeleri kapsamaktadır" (Akman, 1977, ss.39-40).

Sibernetiğin sosyoloji ile etkileşimi üzerinde duran F. H. George "Cybernetics of Management" (Yönetimde Sibernetik) adlı kitabında bu iki bilimin ilişkisini "otomasyon sistemi" üzerinden açıklar. Otomasyon sistemi ile herhangi bir örgüt veya işletme sistem üzerinden girdi ve çıktı sunar. George, bu otomasyon sistemi içerisinde bilgilerin girdi ve çıktı işlemlerinin değerlendirilmesi sürecinin yarattığı durumu sibernetik sistem olarak tanımlar (Akman, 1975, s. 9-10). Toplumsal hayatın hemen hemen her yerinde uygulama bulan otomasyon sistemi günümüz toplum sisteminin içerisinde büyük bir paya sahip olmasından dolayı sosyoloji biliminin kapsamında da yer almaya başlamıştır. Bu iki bilimin kesiştiği noktada ise sosyo sibernetik alt bilim dalı olarak doğmuştur.



Canlı ve cansız varlıkların kurduğu bu iletişimin, haberleşme ve enformasyona dönük yönü doğrudan doğruya toplumla ilişkili bir süreçtir. Sosyoloji toplum içindeki insanların salt insanlarla olan ilişkisini değil, toplumda var olagelen her türlü durum ve süreçle olan ilişkisini de inceler. Sosyal bir canlı olan insanın diğer insanlarla ya da yaşadığı düzen içerisinde inşa ettiği sosyalizasyonun temeli haberleşme yani bilgi alışverişine dayanır. Bundan dolayı sibernetik ile sosyoloji arasında bu haberleşmeye dayalı durumun yani alışverişin kontrol ve ayarlama sürecinde sibernetik bilimi devreye girer. İletişim alanında, özellikle sosyolojik ve sosyo-psikolojik yaklaşımlarda 1940'ların ortalarından sonra egemen olan ve "transmission model" olarak ifade edilen iletme, gönderme modelidir. İnsanların insanlar ile olan haberleşmesinin ilerlemesi, kontrol ve ayarlamaların düzenlenmesi sürecinde denge durumu unsuru, bilgi akışının uygun olarak ayarlanması sürecinde de sibernetik devreye girer (Dilmen, Öğüt, 2006, s.3). Örnek vermek gerekirse bu durumu kulaktan kulağa oyununa benzetebiliriz. Bir grubun bu oyunu oynarken başladıklarında birbirine aktardıkları cümle "Sen dün akşam, okula erkence dönmedin mi?" iken cümlenin en son kişide "Şengün adlı o kazı, erkekçe dövmedin mi?" halinde lanse edilmesi ile doğan bilginin aktarımındaki olagelen deformasyonu en aza indirmek amacıyla sibernetik, giriş- değerlendirme- çıkış durumlarını süreç içerisinde tutmaya çalışır (Akman, 1977, s.41).

Sibernetiğin sosyolojinin kapsamına girmesi bilgi alışverişini üzerinden okunmalıdır. Toplumdaki örgütlerin, kurumların, kuruluşların, bütün toplumsal sistemin sıhhatli bir şekilde işleyişi bilgi alışverişinin kontrol ve ayarlamasını sağlayan sibernetik biliminin devreye girmesiyle sosyo sibernetik alanının oluşmasını sağlar. Bunu toplumdaki insan makine arasındaki iş birliği süreci üzerinden yorumladığımızda aralarındaki iletişimin başarılı olması denge durumunda kontrolün gerekliliği üzerinden sağlanır (Akman, 1977, s.61). Parsons'a göre iletişim esnasında var olan sembol sistemleri, genellikle hem toplumsal organizasyon hem de değişim sürecinde düzenleyici bir işleve sahiptirler. Bunun nedeni, insanlar toplum sisteminde sibernetik hiyerarşinin tepesinde yer almalarıdır. Parsons'ın eylem şemasında, onlar, her şeyden önce toplumsal sistemi, kişiliği ve organizmayı kademelendirirler. Fiziksel çevre koşulları ya da setleri toplum içinde biçimlenen davranış tarzlarına sınırlar koyarlar, ancak onları daha doğrudan düzene koyan kültürel sistemdir (Giddens, 1964, s. 76).

II. Dünya Savaşı ile gelişme gösteren bu bilimsel ve teknik alandaki hızlı ilerleyişi ve elektronik aletlerin hayatımıza bu denli entegre edilmiş olması nedeniyle doğabilecek her türlü durumun kontrolü ve yönetimi önem taşımaktadır. Yapay zekâ ve robotlar toplumsal sistemde yeni çatışma ve kaosların olmasına neden olmuştur. Bu çatışma ve kaosun belirli bir kontrol sistemine tabi olmasını sibernetik bilimi sağlamaktadır. Literatürde sibernetik savaş yani yapay zekâ kaynaklı herhangi bir kaosa bağlı süreç olarak adlandırılan bu kavram, temelinde "yıldızlararası savaşlar ve uzaya egemen olma" isteğinden oluşmuş bir durum olarak karşımıza çıkar (Akman, 1988, s.4).

Radyo dalgalarıyla uzaktan kontrol, elektronik bilgi alışverişini ve kendiliğinden ayarlama sistemlerinin oluşması sibernetik anlayışın hakimiyetinin daha da yaygınlaşmasına zemin hazırladı. Özetle sibernetik bilimi canlı ve cansız varlıklar üzerinden feed backlere (geri bildirimlere) yoğunlaşarak merkezden gelen bilgilerin ayarlanması için yeni iletim yolları sağlayan bir bilim olarak kendini gösterir. İnsanın yaratıcı zihninin ortaya koyduğu makinelerin de artık yaratıcılıklarının belli bir düzen ile işleyiş rutininin kontrolünün sağlanması da göz önünde bulundurulduğunda



sibernetik bilimi gün geçtikçe önemini korumaya devam edecektir (Akman, 1988, ss.4-6).

Bu gelişmeler insan doğasında da değişimlere ve dönüşümlere yol açmıştır. Örneğin sibernetik toplum sistemine uyum sağlayan sibernetik insan prototipini buna örnek gösterebiliriz. Sibernetik insan prototipi; teknoloji ile iç içe geçmiş, teknolojinin denetimi altında günlük yaşam pratiklerini gerçekleştiren bir insan modelidir. Hollywood yapımı birçok filmin de (Matrix, Ex Machine ve I, Robot gibi) ele aldığı bu insan modelinin en önemli özelliği, yaşam rutinlerinin düzeninin robotlara bağlı bir şekilde programlama göstermesidir. Yalnız ve doğadan kopuk bu insan modeli gününe dijital saatinin sesiyle başlar. Hatta yiyecekleri hazırlayan araç gereçler dahi klasik mutfak eşyası olmaktan çıkmıştır. Bu araç gereçler artık bireyle konuşan, bireye talimatlar veren bir konuma gelmiş bireyler de bu yönlendirmelerle hareket eden bir varlık haline dönüşmüştür. Birey artık gitgide bu iletişim halinde olduğu robotlarla bir bağ kurmuş olup gün geçtikçe yalnızlaşmanın da getirisi ile insani değerlere karşı yabancılaşma göstererek yarı insani yarı robotik eylemlere yönelimler sergiler hale gelmiştir. İnsani yönü sadece temel ihtiyaçlar (yeme, içme, uyku, barınma) karşılıma olarak devam ederken; duyguları ve tutumlarında yani sosyal ve psikolojik dünyasında robotik eylemler sergiler hale gelmiştir. Yabancılaşmanın ve mekanikleşmenin gün geçtikçe artması sibernetik insan modelinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Teknolojiye olan hayranlığın artmasıyla mekanik ve cansız olana yönelim başlamış, insan kendisini bile denetleyecek makineler karşısında heyecan duymaya meyilli hale gelmiştir (Akça, 2019, ss.32). Yapay zekânın ilerlemesi ile yaşadığımız yüzyılın toplumsal sistemi içerisinde yeni bir sosyal tipin oluşmasına neden olan sürecin başlangıcının temelleri atılmaktadır.

#### **4. İnsanın Varoluş Problemi ve Robotlaşma**

Bireyin varoluşu; kişiliğini, eylem ve sorumluluklarını seçme hürriyeti ile karşı tarafa göstermesidir. Yani insanın kendisini yaşama, yaşamın gereklerine ve sorumluluklarına kapıtırma durumudur (Cevizci, 2013, s.1592). Varoluş, var olan bir şeyin somut düzeyde ve bilinç düzeyinde ortaya koyuluş serüvenidir. Birey doğduğu andan itibaren kişilik ve karakter olarak sergilediği, gösterdiği eylem tutum ve yönelimlerle varlığını belli bir alanda kabul ettirir ve o alanda sürdürmeye çalışır. Bunu tetikleyen etken ise özgürlük yani bireyin kendiliğindenlik vasfını ortaya koyma ihtiyacıdır. Kişi “ben” denilen alanda yaratıcı olduğu, nevi şahsına münhasır olan yönlerini sergiler. Bu noktada kişi, bu yaratıcı benliğini yok sayan kendi dışındaki ezici güçlere yönelik, yani başka unsurlara karşı savunma mekanizmaları oluşturur.

Fromm’a göre bu mekanizmalar çeşitlidir, birey durumlara yönelik farklı tepkiler ortaya koyar. Normal bireylerin büyük çoğunluğunda en çok sergilenen davranış ise kaçmaktır. Kaçma mekanizması ile birey kendini sindiren, tehdit oluşturan unsurdan kaçarak yaygın olan kültürel kalıplar içinde kendi benliğini sindirerek yalnızlık ve güçsüzlük duygusundan kurtulmaya çalışır. Böylelikle birey, kendi bireysel benliğinden vazgeçen bir robot haline gelerek yaratıcı kendiliğinden feragat etmiş olur. Yalnızlığı yenmenin geçerli yolu olarak toplumun kalıpları içerisinde sürünün bir parçası haline gelerek robotlaşmış olur. Artık toplumda yer edinmesi içinse geçerli tutumlar sergilemekten başka yolu yoktur (Fromm, 2011, s.152). Fromm’un “Özgürlükten Kaçış” adlı eserinde bireyin bu yönde gerçekleştirmiş olduğu seçimine yönelik ifadeleri şudur: “robotlaşmış bireyin çaresizliği ve güvensizliği artmıştır. Boyun eğen

bir tutum ile toplumda sindirilmeye hazırdır” (Fromm, 2011, s.152). Bu sorunsal yani varoluşsal olarak benliğini ortaya koyamama durumunun sonucunda, “robotlaşmış insan” artık bilim ve tekniğin de gelişmesini fırsat bilerek bu yeni versiyonuna yönelik neslinin devamlılığını sağlama adına çaba içerisinde. Çünkü insan giderek mekanik robotlar ile yalnız, özgürlükleri kısıtlanmış bir çağdaş toplum insanı simülasyonu oluşturarak yeni bir jenerasyon üretmiştir. Böylelikle birey robotlar üretmek hem kendine bir yoldaş yaratmış hem de varoluş sürecinin evrimini anlamlandırmayı robotlar üzerinde analiz etmiştir. Böylelikle aynı zamanda yaratıcı benliğini ve üretken birey olma vasfını da robotları üretmek geliştirmeye çalışmıştır. Çünkü modern toplum, tarım toplumundan farklı olarak bireyin kas gücüyle ortaya koyduğu emeğe ihtiyaç duymamaktadır. Artık bireyin farklı yönelimlerle varlığını devam ettirecek bu yeni alan ise bilimsel çalışmalar alanı olarak kabul görmektedir. İnsanoğlu, doğada ayakta kalmasını ve varoluşunu idame ettirmesini sağlayacak yöntemi yapay zekâlı robotlar üretmekte bulmuştur. Sibernetik uzmanları da buna ön ayak olan projeler ve üretimler gerçekleştirerek çağa uygun robotlar üretmede; psikoloji, sosyoloji, din, fizik gibi birçok sosyal ve fen bilimlerini kapsayan disiplinler arası bir anlayışla robotlardaki bu evrimin gerçekleşmesini sağlamıştır. Bunu çoğunlukla Hardware ve Software (yazılım ve donanım) sistemi üzerinden gerçekleştiren sibernetikçiler bu üretim sürecinde ortaya çıkan girdiler ve sonuçlarını da teyit etmede simülasyonlardan destek almışlardır (Ergunalp, 2021).

Sibernetik, temelde model aldığı insan beyninin işleyiş sistemini üretilen robotlar üzerinde uygulamaktadır. Vücudun otonom hareketlerini destekleyen beynin işleyişi ise girdilerin tekrar sıklığı ile kalıcı hale gelir. Darwin’in evrim anlayışında da temel olarak geçerli olan kullanılmayan organ çürür felsefesinden hareketle üretilen robotlar birçok koşula adapte olacak şekilde güçlükler ve zorluklarla karşı karşıya bırakılarak en yüksek performans sergileyebilecek gücü gösterebilir hale gelene dek tabiri caizse sıkı bir eğitimden geçmektedirler. Buna örnek olarak Youtube’da “*The Evolution of Boston Dynamics*” (11 Network Australia, 2020) videosunu gösterebiliriz. Video 2009’da başlayan “Big Dog” adlı robotun tıpkı bir insan gibi refleksler ortaya koyma sürecinin yıllar içinde geçirdiği aşamaları ve değişimleri göstermektedir. Bunun yanı sıra Big Dog adlı robot dışında, ilk antropomorfik robot olan Petman’in kinetiksel gelişimi sürecinde hangi zorlu koşullarda ne gibi çevresel engellerle karşılaştıklarını ve bu karşılaştıkları engellere nasıl savaşarak kendilerini güncellediklerini anlatan video robotların gelişim aşamalarının evrim süreci ile benzerlik taşıdığını göstermektedir. Giderek bir insan gibi hatta insanın da yapmakta güçlük çektiği hareketleri bile yapar duruma gelecek ilkel oluşumlarından, en üst düzeyde performans gösteren modern robotlar olma yolunda (öyle ki dans eder hale gelen birer varlık olma noktasına kadar) ilerleme göstermektedirler (11 Network Australia, 2020)

Bu durum tıpkı bir insanın evrim sürecinin kesiti gibidir. Robotlar da gelişim ve eylemlerini sabitleme adına yapılan tekrar yoluyla ilerleme göstermektedirler. Evrim teorisinde de türlerinin devamlılığını sağlamanın yolu, tekrar eden davranışların bir sistem oluşturması üzerinedir. Robotlar da güçlerini ve etkilerini ortaya koyma adına evrim teorisine dayalı bir gelişim anlayışı çizgisinde devamlılık sağlamaktadırlar.

Bu süreç içerisinde insanın varoluşunun geleceği noktayı ele alan düşünürler, fütüristler ve felsefeciler posthümanizma kavramı ve transhümanizma kavramlarını ortaya koyarlar. Bu kavramlardan posthümanizmayı tanımladığımızda önüne post

ekini alan her kavram gibi bu kavram da büyük bir anlatının sonuna geldiğini işaret eder (Çolak, 2021). Posthümanizm insana dair var olan algının ve kavrayışın yeni nüanslarla bir oluşum evresinde olduğu ütopyadır. Posthümanizm, insanlık anlatısının geçmiş özelliklerinden farklı olarak gösterdiği durumları temel alır. Bu kavram ile karıştırılan ama aralarında anlam ve ekler açısından farklılık olan transhümanizm ise bir sınırı aşma, öteye gitme yani insanın bedensel, zihinsel ve psikolojik mevcut sınırlarını aşmayı vurgular. Bu nokta iki kavramın birbirinden ayrılmasında önem taşır. Yani posthümanizm, geleceğin insan prototipinin bütünsel anlamda geçirdiği evrimi anlatır. Bu noktada devreye bir “etik” kavramı girer. Bu etik anlayış içerisinde daha iyi bir dünya yaratma arzusu ile alınan sosyo-politik sorumluluklar vardır. Transhümanizmde ise teknolojinin de dolaylı veya doğrudan desteğini alarak bedensel sınırları aşma durumu söz konusudur. Türler ve insan sonrası özneler arasındaki yeni transversal ittifak, toplulukların yeniden inşası, bizzat insanlık ve etik aidiyet biçimleri açısından beklenmedik imkanlar doğurmaktadır. Tam bu noktada örnek olarak Donna Harraway’ın *Siborg Manifestosu*’nda tasvir ettiği siborg (sibernetik organizma) miti verilebilir. Siborglar, insan ile hayvan arasındaki ayrımı, makine ile insan arasındaki ayrımı ve hatta fiziksel olarak var olan ile fiziksel olarak var olmayanla arasındaki ayrımı yok etmeyi amaçlar (Balkan, 2015, s. 11).

Gelişen bu durumlar içerisinde siyaset ve etik felsefecisi, postyapısalcı görüşün temsilcilerinden biri olan Judith Butler’ın sorduğu “insan kavramı neleri kapsar neleri dışarda bırakır?” sorusu akla gelir. İnsanı salt biyolojik varlık olmanın dışında politik bir canlı olma özelinde farklı durumlar, koşullar ve süreçlerde değişim ve dönüşüme eğilimli bir varlık ortaya koyma yönüne, farklı durumlarda farklı eylemler ve söylemler geliştirme özellikleri olarak belirtiriz. Bu durum, insanın toplumsallaşma süreci boyunca etrafında bulunan bitkiler ve hayvanlar ile hatta gündelik hayatımızın içine bu denli nüfuz eden yapay zekâ ile kurduğu ilişki üzerinden okunmalıdır. (Çolak, 2021). Toplumlar, yaşamış oldukları çağlar içerisinde devamlı bir şekilde icat yapmış ve yapılan bu icatları da hep kendine hizmet etme adına kullanmıştır. Kısacası geliştirilen yapay zekâ ve üretilen bu robotlar da tıpkı geçmiş toplumların icatlarındaki gibi insana ve insanlığa hizmet amaçlı olarak ortaya çıkmaktadır.

## 5. Sonuç

Sibernetik biliminin doğa bilimleri ve sosyal bilimlerle olan ilişkisi gün geçtikçe ilerleme göstermiştir. Makinelerin ve robotların hayatımıza girmesi toplumsal açıdan değişim ve dönüşümler gerçekleştirmiştir. Yapay zekânın edebiyattan sinemaya, günlük hayatımızdaki eylemlerimizden iletişim kalıplarına kadar nüfuz etmesi ile yeni bir ilişki ve iletişim biçimi ortaya çıkmıştır. Bu nedenden ötürü robot ve makineler, sadece mühendisliğin inceleme alanı olmaktan çıkmış, birçok bilim dalının da ilgi alanına girmiştir. İnsanlar ve robotlar arasındaki ilişki ve etkileşimin ortaya koyduğu durumları düzenleme amacıyla ortaya çıkan sibernetik, birçok bilim dalına katkı sağlamıştır. Sibernetik, üretilen makine ve robotların toplumla entegre edilmesi ile bilginin işleyişini, denetimini, giriş ve çıkışlarının kontrolünü sağlamıştır. Sibernetik, sistemin düzen ve denetimini gerçekleştirme özelliğinden dolayı diğer bilimlere de büyük katkı sağlamaktadır. Hayatımızda geniş çapta yer edinen robotlar, yapay zekâlar, küçük-büyük elektrikli eşyalar, toplumsal hayatımızın akışına yönelik büyük bir devrim yaratmışlardır.

Antik çağlardan günümüze kadar icat yapan insanlar kendi varoluşunu keşfetme, tanrıyı ve evrenin gücünü anlayabilme güdüsü adına mekanik sistemler geliştirmeye yönelim göstermişlerdir. Geliştirilen mekanizmalar sonucunda üretime sunulan icatlar insanların hayatlarını kolaylaştıran varlıklar haline getirilerek hayata entegre edilmiştir. Eski zamanlarda insanların kas gücü ile gerçekleştirdiği birçok iş, günümüzde makineler eliyle gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Bu durum, tıpkı eskiden kas gücünden yararlanan kölelerin sömürülmesi durumu ile benzerlik gösterir. Sömürü sonucunda çıkan güç savaşlarına benzer bir güç savaşının, robotlar ve insanlar arasında da doğabileceğine yönelik yersiz sayılmayacak fütüristik düşünceler ortaya çıkmıştır. Bu iddiada bulunan Marksist perspektif ortaya konulan bir emeğin sömürülmesi durumunda bu meselenin bir isyan veya devrime yol açacağını ifade eder. Bu sömürü sisteminin gelecekte robotlar ve insanlar arasında kurulan etkileşim düzeneğinde de kendini gösterme ihtimali bilim dünyasının gündeminde yer almaktadır.

Robotların, günlük hayatımızın akışı sırasında sağladığı avantajlar kadar yaşam tarzımızda yarattıkları değişimler sonucunda belli noktalarda da kısıtlamaları söz konusudur. Sağladığı konfor ve rahatlık dışında belli başlı noktalarda insani vasıflarla zıtlık yaratan özellikleri nedeniyle ortaya konulan tartışmalar dikkat çekicidir. Robotların yarattığı bu dezavantajlı duruma yönelik tartışma insan yaratılışı ve etik gibi hassas sorunları da beraberinde getirmektedir. İnsanın yaratılışından sahip olduğu bilinç, ruh gibi vasıflardan dolayı robotlarla arasında var olan etkileşimden ortaya çıkan durumlar üzerine tartışmalar devam etmektedir. Bu açıdan konu, taşıdığı etik sorunlar nedeniyle sosyal bilimlerde özellikle felsefe, sosyoloji ve iletişim bilimlerinde gittikçe önemli hale gelen bir mevzu olarak kendini göstermeye devam etmektedir.

## MAKALE BİLGİ FORMU

**Yazar(lar)ın Katkıları:** Yazar çalışmaya %100 katkı sunmuştur

**Çıkar Çatışması Bildirimi:** Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

**Destek/Destekleyen Kuruluşlar:** Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kar amacı gütmeyen sektörden hibe alınmamıştır.

**Etik Onay ve Katılımcı Rızası:** *Toplumsal Sistem ve Sibernetik İlişkisi: Sosyo-Sibernetiğin Doğuşu* başlıklı çalışma etik kurul onayı garantimemektedir. Yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulduğu, toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmadığı yazar tarafından beyan edilmiştir.

## Kaynakça

- 11 Network Australia. (2020. 31 Aralık). “The Evolution of Boston Dynamics”, (Video Dosyası) [https://youtu.be/D\\_Vc\\_yDvU24](https://youtu.be/D_Vc_yDvU24) adresinden erişildi.
- Anadol, R. (2019, 24 Aralık). Yapay zekâyı görsel şölene dönüştüren sanatçı | Refik Anadol: “İlham kaynağım bilim ve teknoloji”. +90 (Video Dosyası) <https://www.youtube.com/watch?v=4aMytkAuZoU&t=177s> adresinden erişildi.
- Adaş, E. B. & Erbay, B. (2022), Yapay zekâ sosyolojisi üzerine bir değerlendirme. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 21(1), 326-337.
- Akça, H. (2019). Yavuz Bülent Bakiler’in şiirlerinde modernizm eleştirisi ve sibernetik insan tipi. *The Journal of International Lingual, Social and Educational Science*, 5(1), 30-37. DOI:10.34.137/jilses.478314.
- Akman, T. (1975). Sosyo sibernetik. *Bilim ve Teknik Dergisi*. 88, 8-11.
- Akman, T. (1977). *Bilimler bilimi sibernetik*. (1. Baskı). İstanbul: Milliyet Yayınları.
- Akman, T. (1984). *Sibernetik yaratıcılık*. (1. Basım). İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- Akman, T. (1988). *2000 Yılına doğru sibernetik*. (1. Baskı). Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Alver, K. (2000), Türk sosyolojisinde Amerikan sosyolojisi etkileri: Başlangıç dönemi. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi. İstanbul, Türkiye.
- Avcioğlu, Gürcan Ş. (2017). Emek, sibernetik ve toplum. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (37), 515-518.
- Balkan, G. (2015). *Posthuman; Bedenin Toplumsal İnşasının Sonu: Bio-konstrüktif Sanat*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye.
- Baudrillard, J. (2014). *Simülarklar ve Simülasyon*. Çev. Oğuz Adanır. (9. Baskı). İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Cevizci, A. (2013). *Felsefe sözlüğü*. (8. Baskı). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Çolak, Pelin D. (2021, 9 Mayıs). *Posthümanizm ve Transhümanizm: Gelecekte İnsan, “İnsan Olmayı” Aşabilir mi?* [Video Dosyası] <https://www.youtube.com/watch?v=ISkNCR5T5qM> adresinden erişildi.
- Dilmen, N.E. & Ögüt, S. (2006). “Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim”e İletişimsel Bilişim Yaklaşımı. *İstanbul Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı*, s.19.
- Ergunalp, A. H. (2021). *Sibernetik düşünme: Karmaşık sistemlerde yöntemi anlamak*. (1. Baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Fromm, E. (2011). *Özgürlükten kaçış*. (6. Baskı). Çev. Şemsa Yeğın. İstanbul: Payel Yayınları.
- Giddens, A. (1964). Talcort Parsons, Evolutionary Universals in Society. *American Sociological Review*, 29,75-83.

- Işıklı, Ş. (2004). Fuzzy Mantık ve Sibernetiğin Siber Toplum ve Yapay Zeka Üzerindeki Etkileri. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi. Erzurum, Türkiye.
- Kaban, Z. Y. (1994). Genel sistem teorisi ve sibernetik, *Marmara İletişim Dergisi*. 8, 219-226.
- Kösemihal, N. Ş. (1956). J. L. Moreno fondements de la sociométri (who will survive?). Kitap Analizi. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 2(10-11), 200-208.
- Kösemihal, N. Ş. (1958a, 25 Şubat). Sosyolojinin yeni meselesi: Robotlara karşı açılan savaş. Cumhuriyet Gazetesi, s.4.
- Kösemihal, N. Ş. (1958b), Cybernetics, sociometry, microsociologie. *İstanbul Üniversitesi, Sosyoloji Dergisi*, 2(13-14), 58-89.
- Sezgin, M. & Talaz, L. (2016). Bilişim devrimi, sibernetik iletişim ve stratejik halkla ilişkiler. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 559-571.
- Şatıroğlu, A. (1999), J. L. Moreno ve sosyometri üzerine. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3(5), 111-125.
- Taşlıoğlu, M. (2018). Sibernetik Mekân Deneyimleri. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi. İstanbul, Türkiye.



# MEDYA ve KÜLTÜR

Kültürel Çalışmalar ve Medya Dergisi

Sayı/Issue:2 Cilt/ Volume:2 Yıl/Year: 2022

medya  
KÜLTÜR



## Kitap Değerlendirmesi

### David Le Breton'un Acının Antropolojisi Adlı Eseri Üzerine Bir İnceleme

Merve Sultan AKÇAKAYA\*

Fransız antropolog ve sosyolog David Le Breton'un kaleminden neşet eden *Acının Antropolojisi* adlı kitap, isminden de anlaşılacağı üzere oldukça mahrem ve bireysel bir olgunun sosyolojik ve antropolojik boyutlarını irdelemektedir. Yalnızca söz konusu eserinde değil, Breton'un kaleme aldığı diğer çalışmalarda da kişisel temalar ön plana çıkmaktadır. Özellikle *Yürümeye Övgü* (çev. İsmail Yerguz, 2003), *Ten ve İz İnsanın Kendi Kendini Yaralaması Üzerine* (çev. İsmail Yerguz, 2011), *Sessizlik Üzerine* (1997), *Bedene Veda* (çev. Aziz Ufuk Kılıç, 2016) gibi eserlerinde yazar, insanların pek fazla bilinmeyen yönlerine ışık tutmaktadır. Ancak her ne kadar Breton çalışmalarında, çoğunlukla bireysel tecrübeleri ele almış olsa da; aslında söz konusu deneyimlerin toplumsal ve kültürel yansımalarına dikkat çekmektedir. Bu noktada *Acının Antropolojisi* adlı eserde yazar, acı olgusunu toplumsal ve kültürel bir takım fenomenlerle açıklamaktadır. İlk etapta acı tamamen kişiye özel bir duygu durumuymuş gibi algılanmaktadır. Ancak Breton'a göre acının bireysellik boyutunun yanı sıra sosyal yansımaları da bulunmaktadır. Bu haliyle eser, her insanın deneyimlediği ve deneyimlemeye de devam edeceği acı olgusunu çok boyutlu bir şekilde ele almakta ve okuyucuya farklı bir perspektif kazandırmaktadır. *Acının Antropolojisi*, 2003 yılında Sel Yayıncılıktan, mütercim İsmail Yerguz tarafından Fransızca aslından dilimize çevrilmiştir. Söz konusu eserde yazar, insanların tecrübe ettiği duyguların geneline atıfta bulunmamakta; spesifik olarak acının bireysel ve kültürel durumuna temayül etmektedir. Breton'a göre insanların sosyal hayat içerisinde maruz kaldıkları yaralara ya da rahatsızlıklara karşı geliştirmiş oldukları tepkiler, acıyı deneyimleyen kişinin kültürel durumuna ve bireysel koşullarına göre farklılık göstermektedir. Buna bağlı olarak acıya karşı geliştirilen duyarlık eşikleri de aynı değildir. Dolayısıyla acı sosyal ve kültürel bir olgu olup, toplumsal/bireysel ilişkilerden bağımsız değildir.

\*Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Sosyoloji ABD  
Doktora Öğrencisi  
E-mail: merve.sultan4295@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-3313-8861

Yazar eserini temelde altı ana başlıkta yapılandırmıştır. İlk olarak kitabın birinci bölümünde acının bireysel yansımaları ele alınmakta ve acının ortaya çıkmasıyla beraber bireyin kimliğinde ya da toplumsal ilişkilerinde meydana gelen değişimlerden bahsedilmektedir. Acı bireyi kısmen kendinden, sürekli bir biçimde ise toplumsal ilişkilerinden uzaklaştıran bir olgudur. Yazara göre insanların başkalarıyla olan ilişkilerini düzenlediği bireysel denetim mekanizması, acıyla birlikte yok olmaya başlar. Genel tavırlar ya da yüz ifadeleri istemsiz de olsa değişime uğradığından karşılıklı iletişim kurma süreci zorlaşır. Bu haliyle acı yalnızca toplumsal ilişkileri değil, aynı zamanda insanın kendi bedeniyle ilişkisini de etkileyebilir. Nitekim acının gelmesiyle beraber kişinin eski kimliği yok olur ve acıya karşı direnç göstermeye başlayan bir kişilik var olmaya başlar. Dolayısıyla acı çeken aktör, etrafına yabancılaşır ve acının özelleştirdiği kişiliğin dışına çıkamaz hale gelir. Aynı zamanda yazar birinci bölümde, çok şiddetli acı, kronik ağrı, aman vermeyen acı ve *ifade edilemeyen acı* şeklinde adlandırdığı acı biçimlerinden de bahsetmektedir. Yazarın kategorik ayrımına göre söz konusu acı biçimlerindeki yoğunluk dereceleri ve devam etme süreleri de birbirinden farklıdır.

İkinci bölümde yazar, acının antropolojik özelliklerinden bahsetmektedir. Bu bölümde Breton temel iddiasını açık bir şekilde ifade etmektedir. Ona göre acı psikolojik bir olgu değil, yaşamsal bir olgudur (s.39). Yani acı çeken beden değil, tümüyle toplumsal bir aktör olan bireydir. Breton, bedeni sosyal ve kültürel koşulların dışında ele almaz. Ona göre bedenin doğası diye bir şey yoktur; mekâna, zamana ve duruma göre değişkenlik gösteren bedensel koşullar vardır. Acı katıksız biyolojik bir durum değil; çoğu zaman insanın ona yüklediği anlamların doğasına göre şekillenen bir olgudur. Breton acıyı gidermek amacıyla geliştirilen tedavi yöntemlerinin de kültürel koşullara göre değişkenlik gösterebileceğinin altını çizmektedir. Yazara göre bireyler, iyileşebilmek için kendi inançları ve beklentileri doğrultusunda hareket ederler. Örneğin; hekim, üfürükçü, büyücü, sihirbaz, psikolog, kırıkçı, çıkıkçı, hekim vb. herkesin asıl amacı kişiyi içinde bulunduğu durumdan çekip çıkarmak, aktörün çevreyle olan ilişkisinin devamlılığını sağlamaktır. Ancak yazara göre acıyla mücadele etme biçimleri, her toplumun kültürel kodlarına göre değişkenlik gösterebilir.

Kitabın üçüncü bölümünde acının dini boyutları üzerinde durulmaktadır. Özellikle yazar, semavi dinlerin kutsal kitaplarında acının ne şekilde ele alındığına ve dinsel sistem içerisinde insanın çektiği acıların ne anlama geldiğine odaklanmıştır. Kutsal kitaplarda (İncil ve Tevrat) genellikle iyilik hali ya da sağlıklı olma durumu, bireyin Tanrının emir ve yasaklarına uymasına bağlı kılınmıştır. Bunun aksine mutsuzluk, kötülük ya da acı Tanrının kutsal kitapta belirtmiş olduğu buyruklara karşı gelmenin bir sonucu olarak algılanmaktadır. Öyle ki Tanrının yolundan ayrılan kişi, acı aracılığıyla cezalandırılmaktadır. Söz konusu dinlerin kutsal kitaplarına göre emir ve yasaklardan uzaklaşan bireyi sınamak adına Tanrı, o kişiye acı çektirir. İnançlı bir kimsenin de kendisine verilen acıyı kabullenip, ona anlam ve değer atfetmesi gerekir. Yani birey çektiği acıları, dini buyruklara uygun olmayan tavır ve davranışlarını düzeltmesi için kendisine sunulan bir fırsat olarak değerlendirmelidir. Özellikle Hristiyanlıkta insanın çektiği her acı, çarmıhtaki İsa'nın çektiği acıların bir uzantısıdır (s.84). Yine semavi bir din olan İslam inancında acıya karşı geliştirilen özel bir tavır bulunmaktadır. İslam inancında Allah'ın buyruklarına boyun eğme durumu vardır (s.84). Yani Müslüman çektiği acılardan dolayı isyan etmez. Aksine maruz kalınan acılar, bireyi Allah'a daha fazla yakınlaştırmalıdır. İslam inancındaki acı olgusu,

Hristiyanlık ve Yahudilik inançlarındaki acı olgusundan oldukça farklıdır. Çünkü İslam inancında acı, bir günahın cezalandırma aracı değildir. Birey henüz doğmadan önce bu acı onun kaderine yazılmıştır. Dolayısıyla Müslümanın üzerine düşen görev, Allah'ın kendisi için yazdığı kadere boyun eğmesidir. Bunun yanı sıra kitapta, Doğu toplumlarındaki inanç sisteminde acı kavramına yüklenen anlamların içeriğine de yer verilmiştir. Hristiyanlık ve Yahudilik inançlarına benzer olarak; Doğu inanç sisteminde de bireyin çektiği bütün acı ve sıkıntılar, kesinlikle bir günahın sonucuyla ilişkilendirilir. Acı işlenen günahın bedeliyken; zevkler erdemli davranışların ödülüdür (s.93). Breton bu bölümde, çeşitli inanç sistemlerinin acıya yüklediği anlamlar üzerinde durmuştur. Böylece kitabın temel tezi burada da çeşitli argümanlarla desteklenmiştir. Yani acının kültürel bir olgu olduğunu iddia eden yazar, bu durumu dini inanç sistemleri üzerinden açıklamıştır.

Kitabın dördüncü bölümünde, acının sosyal hayattaki karşılığı üzerinde durulmaktadır. Breton'a göre çekilen acıya bir anlam yüklemek, anlık acının ötesinde bir durumdur. Çünkü her toplumun acıyı anlamlandırma şekli, o toplumun dünya görüşüyle ilişkilidir ve bu durum bir süreç gerektirir. Çoğu zaman bu kavrama yüklenen anlam, acının şiddetini azaltmaya yöneliktir. Aynı zamanda her toplum, kendi kültürel yapısına uygun bir şekilde geliştirdiği tekniklerle, acıya karşı mücadele etmeye çalışır. Acıya atfedilen kolektif anlam ve onu ifade ederken kullanılan işaretler sembolik teşhirlerdir. Esasen acı esnasında pek fazla dikkate alınmayan bir takım tavırlar, büyük oranda sosyal ve kültürel ilişkilere dayalıdır. Buna bağlı olarak kişilerin acıya karşı aldıkları tavır ya da geliştirdiği duyarlık eşiği de sosyal ve kültürel dokuyla yakından ilişkilidir. Breton'a göre acıya karşı mücadele etmek için geliştirilen duyarlık eşikleri cinsiyete bağlı olarak da değişkenlik gösterebilir. Öyle ki günümüzde çoğu toplum, erkek çocuklar için acı karşısında direnci ön plana çıkarmaya çalışırken; kız çocuklarının duygusallıklarına önem verir. Erkek çocuklar toplumda yer edinebilmek için acıya karşı direnmek zorundadır. Aksine kız çocukları bu acıya teslim olabilir. Hatta bu teslimiyetin ardından onu teselli etmek, oldukça yaygın bir tavidir (s.108). Bunun yanı sıra Breton, insanların acıya karşı gösterdiği mücadeleyi, farklı ülkelerin yapısal özelliklerini dikkate alarak açıklamaktadır. Mesela Amerika'daki İtalyan göçmenlerin ve Doğu Avrupa'dan göç eden Yahudi kökenli insanların, acıya karşı Amerikalılara oranla çok daha hassas olduklarını ifade etmiştir. Özellikle Yahudilerde gözlemlenen acının açıkça belli edilmesi durumu, onların sosyal çevresiyle iletişim kurma istencinden kaynaklanmaktadır. Öyle ki Yahudi hastaların acı çekerken yalnızlığa ve ilgisizliğe tahammülü olmadığından, sürekli başkalarıyla birlikte olmak isterler. Breton bu durumu, Yahudi halkının acılarla dolu geçmişiyle ilişkilendirmektedir. Bununla birlikte, İtalyan ve Yahudi göçmenlerin acı eşikleri birbirine yakın olsa da bu iki grubun tedavilere karşı yaklaşımları oldukça farklıdır. Nitekim İtalyan hastalar tedavi sürecinde hekimlere ve hastabakıcılara son derece güvenirken; Yahudiler tedavi sürecine kuşku ve şüpheyle bakarlar. Yani İtalyan hasta acının anlık durumuna odaklanırken, Yahudi hastalar daha çok ikincil etkenlerden dolayı sağlıklarının bozulacağını düşünürler. İşte Breton bu durumu, toplumların tarihiyle ilişkilendirerek açıklamıştır. Bu noktada yazar, Zborowski'nin görüşlerine ve çalışmalarına da sık sık atıfta bulunmuştur.

Yazarın bu bölümde üzerinde durduğu bir diğer mesele de acıya karşı mücadele etme yöntemlerinin sosyolojik faktörlere bağlı olarak nasıl bir değişkenlik gösterdiğidir. Breton bu durumu işçi/köylü ve modern insana atıfta bulunarak ifade etmektedir. Yazara göre işçiler ve köyde yaşayan bireyler için beden en önemli çalışma aracıdır. İşçinin ve köylünün çektiği acı, mesleki etkinliklerini kısıtlamadığı müddetçe

onlar tarafından ciddiye alınmaz. Çünkü beden gücüyle geçimini sağlayan köylü ya da işçiler için acıya dayanma ve direnç gösterme durumları daha belirgindir. Bunun aksine herhangi bir fiziksel çaba gerektirmeyen işlerde çalışan bireyler için beden, araç olmaktan çıkmış, mutlak bir şekilde korunması gereken varlık haline gelmiştir. Buna bağlı olarak modern tıbbın gelişmesiyle beraber, insanların hastalığa ve acıya karşı direnç gösterme eğilimi giderek azalmaya başlamıştır. Hatta bu durum, işçi ve köylü değerlerine de yansımış ve modern tıp ile birlikte onların da acıya karşı direnç gösterme eğilimlerinde bir düşüş gözlemlenmiştir.

Kitabın beşinci bölümünde yazar, modern tıbbın gelişmesiyle birlikte acıyı giderme ya da hastalığı tedavi etme yöntemlerinde de önemli bir dönüşümün yaşandığını belirtmiştir. Bu dönüşümün en önemli faktörlerinden biri anestezidir. Çünkü anestezi, ameliyat koşullarını büyük oranda değiştirdiği için ameliyat olan hasta bu durumun farkında bile değildir. Aynı şekilde ağrı kesici ilaçlar konusunda kaydedilen büyük gelişmeler de insanların acı karşısındaki tecrübelerini değiştirmiştir. Acı artık bir takım basit tedavilerle giderilebilmektedir. Dolayısıyla acıya karşı mücadele etmek için geliştirilen eski kültürel savunma mekanizmaları da giderek geçerliklerini yitirmektedir.

Son olarak altıncı bölümde acının sosyal işlevi üzerinde durulmaktadır. Breton'a göre toplumsal hayatta acının önemli bir işlevi vardır. Özellikle acıya şantaj yapma, insanların karşı tarafa seslerini duyurmak için başvurdukları bir yöntemdir. Açlık grevi ya da mahkûmların kendilerine zarar vermeleri bu duruma verilebilecek en açık örneklerdendir. Benzer olarak evlilikte eşlerden birinin, karşı tarafın davranışlarından dolayı sağlığının nasıl bozulduğunu dile getirmesi de önemli bir güç kaynağı olarak görülmektedir. Bu noktada acı karşı tarafı ikna etme aracı olarak kullanılmaktadır. Breton'a göre acının terbiye etme ya da hizaya getirme işlevi de bulunmaktadır. Yazar bu durumu öğrencileri örnek göstererek açıklamaktadır. Okulda öğrencilerin uygunsuz davranışlarına verilen cezalar, aslında öğrenciyi topluma yeniden kazandırma girişimleridir. Acı aracılığıyla öğrenciyi örnek davranışlar hatırlatılmış olur. Yazara göre yanlış bir davranışı cezalandırmak için acı vermek ya da itaate zorlamak, hem bir güç ilkesi hem de öteki üstünde egemenlik kurma biçimidir. Breton'a göre bir kimseye işkence etmek, o kişinin bedeni, inançları, benliği üzerinde egemenlik kurmaktır. Burada ise acının bir iktidar aracı olarak kullanıldığı görülmektedir.

Breton'un kitapta yer verdiği acının işlevlerinden bir diğeri ise spor kültüründeki acının yeridir. Sıradan bireylerin ve sporcuların acıya attıktıkları anlam ve ona yükledikleri değer birbirinden farklıdır. Çünkü sporcu sıradan bir insan gibi acıdan kaçmaz. Acıyı amacına ulaşmak için gerekli olan bir motivasyon kaynağı olarak görebilir. Boksör bu bağlamda önemli bir figür olarak karşımıza çıkmaktadır. Acının buradaki temel işlevi motivasyon sağlamaktır. Breton son olarak bazı geleneksel toplumlarda uygulanan inisiyasyon eğitimi, acının nasıl bir işlev gördüğünden bahsetmektedir. Bazı kabilelerde acı, bir toplumsal gerçeklikten başka bir gerçekliğe geçişi kanıtlamaktadır. Bu kabilelerde, ergenliğe geçiş törenlerinde genç erkeklerle uygulanan işlemler, oldukça sancılı ve acı verici işlemlerdir. Ancak kişi ne kadar çok acı çekerse çeksin, o anda yüzünde acıyı çağrıştıran herhangi bir tepkinin belirmesi, hem onun hem de ailesi adına utanç verici bir olaydır. Bu toplumlarda genel kabul gören davranış modeli, genç erkeğin acıyı soğukkanlı bir şekilde karşılamasıdır. Kişinin bu acıya dayanması, onun toplumsal hayatta karşılaşacağı zorluklarla mücadele edebileceğini ve hiçbir şeyin onu yıldıramayacağını göstermektedir. Bunun aksine acıdan kaçan genç, korkak olarak etiketlenir ve toplumdan dışlanır. Esasen

inisyasyon törenleri, toplumda kolektif bir algının doğmasına neden olur ve böylece genç erkeklerde toplumla bütünleşme duygusu, çektiği acıya karşı geliştirdiği dirençle birlikte artmış olur. Bu noktada Breton, acının bazı toplumlardaki bütünleştirici işlevini farklı toplumlara atıfta bulunarak açıklamıştır.

Breton eserinde, toplumsal hayatta bütün canlıların tecrübe ettiği acı olgusunu, bilimsel verilere dayanarak etraflı bir şekilde tartışmaktadır. Çalışmada genel olarak anket, gözlem, deney gibi veri toplama teknikleri kullanılmıştır. Esasen oldukça kişisel bir meselenin sosyolojik ve antropolojik kökenlerini araştırmak, oldukça zahmetli ve emek gerektiren bir iştir. Özellikle çalışma nesnesinin spesifik ve soyut olması, konuyu kavramsal ve kuramsal düzlemde ele almayı güçleştirebilir. Ancak bu durum söz konusu eserde geçerli değildir. Çünkü yazar, her açıdan okuyucuya bütünlüklü ve kapsamlı bir perspektif kazandırmaktadır. Bununla birlikte çalışmada dikkat çeken bir eksikliği de dile getirmekte fayda vardır. Breton eserinde, acı olgusunu genel olarak ‘fiziksel acı’ kapsamında ele almıştır. Ancak eserde, fiziksel acıdan bağımsız gelişen ‘psikolojik acıya’ yer verilmemiş olması, çalışmanın eksik yönü olarak sunulabilir. Psikolojik acı daha çok travmatik olaylara maruz kalan ya da beklenmedik olumsuz durumlarla karşılaşan bireylerde görülmektedir. Bu durum fiziksel ağrılardan bağımsız geliştiği için acının farklı bir boyutu olarak ele alınabilirdi.

#### **Kaynakça**

Breton, D. L. (2019). *Acının antropolojisi*. (Yerguz, İ. Çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.

# MEDYA ve KÜLTÜR

Kültürel Çalışmalar ve Medya Dergisi

Sayı/Issue:2 Cilt/ Volume:2 Yıl/Year: 2022

medya  
KÜLTÜR



## Kitap Değerlendirmesi

### Dini Kimliğin Postmodern Dönüşümünün İncelenmesi: Sanala Veda

Emre PİSDİL\*

“Sanala Veda: Sosyal Medya ve Dönüşen Dindarlık” adlı bu çalışma, Mustafa Derviş Dereli tarafından 2018 yılında hazırlanmış olan “Dini Kimliklerin Sosyal Medyada Akışkanlaşması: Siber-Etnografik Bir Araştırma” adlı doktora tezinin kitaplaştırılmış halidir. Dereli’nin Sanala Veda çalışmasından farklı olarak “Bir Müslüman Sosyal Medyaya Nasıl Bakmalı” adlı dijitallik ve din ilişkisini temel alan bir kitabı daha bulunmaktadır. Sanala Veda iki bölümden oluşacak şekilde düzenlenmiş olup ilk bölüm konuyla ilgili teorik bilgilerin ve medya ile din etkileşimine dair farklı kaynakların görüşlerini içermektedir. İkinci bölüm yapılmış olan nitel çalışmanın sonuçlarını barındırmaktadır. Nitel araştırma için 44 kişi belirlenmiş ve bu kişilerin siber dünyada dini kimliklerinin nasıl dönüşümler yaşadığına dair veriler toplanmıştır. Dereli tarafından gerçekleştirilmiş bu doktora çalışması “2019 Cemal Sofuoğlu Türk-İslam Araştırmaları Doktora Ödülü” ve “2019 Muhammed İhsan Oğuz İlahiyat Araştırmaları Doktora Ödülü”nü kazanmıştır.

Bilim ve teknoloji hayatımıza yenilikleri her geçen gün sayıları katlanacak şekilde dâhil etmektedir. Bugün insanlara sıradan gelen buluşlar bundan 20 yıl önce uzak gelecek için öngörülen, 100 yıl önce ise hayalden öte bir şey oluşturmamaktaydı. Bu mucizeler tufanında hızlı değişimlerden birini de medya yaşamıştır. Önceden matbaaların bastığı gazeteler gibi hareketsiz nesnelere medyanın kapsamını oluştururken 20. yüzyılda yaygınlaşan televizyon ile birlikte ilk canlılık sinyalleri verilmiştir. 1900’lerin son yıllarına doğru gelmeye başladıkça tüm insanlık tarihini yeniden şekillendiren bir icattan haberdar olduk: internet. İnternetin gelişiyi birlikte medyanın içeriğinden kişiler arası ilişkilere, alışveriş yöntemlerinden boş zaman aktivitelerine kadar pek çok alanda devrimler yaşandı. Bu devrimler kişinin kimliği konusunda yapılan tartışmaların yönünü değiştirmekten öteye geçerek pek çok yöne bölünmelere sebep oldu.

\*Sakarya Üniversitesi,  
Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
Felsefe ve Din Bilimleri ABD,  
Doktora Öğrencisi,  
emrepisdil@gmail.com,  
ORCID: 0000-0002-2218-2197



Kimlik bireyin onu temsil eden bir parçasıysa bireyin taşıdığı nitelikler onun kimliğini belirleyici özelliğe sahiptir. Tarihsel ve güncel süreçlerin gösterdiği şekilde bireylerin ve toplumların üzerinde önemli etkileri bulunan din de kimlikte kendisine bir yer edinmektedir. Kimliğin bir alt başlığı olan dini kimliğin ne olduğu, neleri kapsadığı ve nasıl dönüşümler yaşadığı gibi meselelerin araştırılması insanın ifade edilebilmesi için gereklidir. Teknolojinin getirdiği medya dönüşümlerinin dini kimlik üzerindeki etkilerinin araştırılması bu incelemenin içine dâhil edilmelidir. Sanala Veda adlı bu çalışmada gerçekleştirilmek istenen de tam olarak budur. Dereli tarafından çalışmanın amacı şu şekilde ifade edilmektedir: “Bu çalışma, “Dini kimlikler, gündelik hayat ile sosyal medya pratikleri sarkacında nasıl akışkanlaşmaktadır?” araştırma sorusuna yönelik bir merakla ortaya çıkmıştır. Öncelikli amacı ise, sosyal medya ağlarının dindarlığı nasıl değiştirip dönüştürdüğünü sahadan hareketle derinlemesine incelemektir (s. 13).”

Kimlik araştırmaları sosyal bilimler dünyasının popüler konuları içerisinde bulunur. İnsanın psikolojik ve sosyolojik açılardan ifade edilebilmesinin yollarından birini kimlik oluşturmaktadır. Toplum, cemaatleri, kültürleri, dinleri vb. unsurları birbirinden ayıran niteliklerin bulunması kimliğin alt kategorilerinin olması üzerinde etkili olan bir meseledir. Kimliğin alt başlıklarından birini de dini kimlik oluşturmaktadır. Dini kimlik Dereli tarafından “kimliğin daha çok kutsal fikrinden, dini düşünce ve anlayışlardan neşet eden yönünü temsil eder.” şeklinde ifade edilmiştir. Dini kimlik kendisini dünyaya bakış açısında, günlük hayat uygulamalarında ve anlam verme sürecinde etkili şekilde ortaya koymaktadır (ss. 26-27). Dini kimliğin kendisini açığa çıkardığı noktalardan biri de medya olmaktadır. Medya, kimlik ve din üçgeninin her bir köşesinin diğeri üzerinde etkili olduğu bir geçektir.

Son yıllarda bilim sahasının popüler kavram ve meselelerinden birini postmodernite oluşturmaktadır. Modernite öncesi dönem ve modern dönemden bazı temel farklılıkları olan bu dönemin birey temelli pek çok değişime de yol açtığı görülmektedir. Modern dönemin kimlik problemlerini bir kimliğin nasıl inşa edileceği ve bu kimliğin nasıl sabit tutulacağı meselesi oluşturmaktaydı. Postmodern dönemin kimlik problemleri sabit kimlik arayışından uzak durulması ve farklı seçeneklerin tercih edilebilmesi için imkânlar aranması üzerine kurulmuştur. Bu nedenle postmodern dönemin kimliklerinin önceki kimlik türlerine nazaran daha fazla kırılganlık ve istikrarsızlık barındırdığı ifade edilebilir. Modern kimliklerde görülebilen aidiyete postmodern kimliklerde hiç rastlanılmamaktadır. Postmodern kimlikler parçalanmış bir benlik üzerinde inşa edilir ve farklılığa övgü barındırır (s. 35).

İnternetin icat edilmesi postmodern döneme denk düşen ve hatta postmodern dönemi destekleyen bir süreçtir. Günlük hayatın belirli kalıplarla gerçekleştirilen aktivitelerinin internet tabanlı oyun, sohbet vb. gibi uygulamalar aracılığıyla büyük dönüşümler yaşadığına şahit olmaktadır. Modern öncesi dönemlerin etkileşimlerinde zaman ve mekân büyük bir rol oynamaktaydı ve bu iki unsur insanların dünyaya bakışlarını büyük oranda belirlemekteydi. Bir yerde bulunmak doğrudan bedeni işe koşmayı gerektirdiğinden zaman ve uzam birlikte işler haldeydi. Bu nedenle zaman ve uzamın birinde gerçekleşen farklılaşma diğerinde yansımaları bulabilmekteydi. Ancak modern zamanda teknolojinin gelişmesi zaman ve uzam arasındaki bütünlüğü bozucu bir duruma neden olmuştur. Bir bilginin iletimi için zaman-uzam arasındaki zorunlu ortaklık bu sayede kaldırılmıştır ve insanlar aynı anda birden fazla yerde bulunabilme imkânına kavuşmuştur (ss. 39-40).



Dereli tarafından da ifade edildiği üzere teknoloji artık iki farklı hayatın yaşanmasına yol açmıştır: Çevrimdışı hayat ve çevrimiçi hayat. Çevrimdışı hayat, gündelik dünyayla doğrudan etkileşime girdiğimiz kısmı kapsamaktayken çevrimiçi hayat ise internet üzerinde açılan bir “pencere” ile bulunduğumuz dünyayı içermektedir. İki farklı hayat ve iki farklı dünyanın var olması birey ve toplum üzerinde birtakım değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Kimilerine göre çevrimiçi ve çevrimdışı hayatlar arasında büyük bir duvar bulunuyor olsa da Dereli’nin çalışmasında böyle bir kabulü barındırmadığı görülmektedir. Kitabın başında da belirttiği üzere Dereli’ye göre “dijital ağlar ile çevrimdışı/fiziki dünya, birbirinden bütünüyle ayrı uzamlar değil; tam aksine birbirini besleyen ve dönüştüren uzamlardır (s. 9).”

Postmodern dönemde var olan çevrimiçi ve çevrimdışı dünyalar ayrılığı din ve dini kimlik konularını da etkilemiştir. Bazı dindar kesimler tarafından günümüzde siber uzamda bulunmanın yanlış olduğu görüşü benimsense de bu düşünce genelde kabul bulmamaktadır. Dini kimliğe sahip kişiler siber uzamda bir yer edinmekte, siber uzam tarafından dönüştürülmekte ve siber uzamı dönüştürmektedir. Dereli bireylerin kimliklerinde yaşanan değişimleri ifade etmek için “akışkanlaşma” kavramını kullanmaktadır. Akışkanlaşma kavramı siber uzam çalışmaları özelinde ele alındığında kimliğin çevrimiçi ve çevrimdışı uzamlar arasında yaşadığı gelgitler ile akışkan hale gelmesini ifade etmektedir. Dini kimlikler de bu iki uzam arasında akışkan hale gelmişlerdir.

Dini kimliğin siber uzamda faaliyete geçirilmesi ile siber uzam kutsallaşmaktadır. Dereli’ye göre bu kutsallaşma “teknolojinin arka planındaki seküler dayanağa aldırış etmeden internetin dini niyet ve amaçlarla kullanılabilmesi, dini kimliklerin inşası ve pratiği için yeni bir saha olabileceği fikrini ima eder (s. 100).” Siber uzam artık hayatımıza her açıdan dâhil olmaktadır ve çevrimiçi-çevrimdışı dünya arasındaki geçişkenlikler daha önemli hale gelmiştir. Çevrimiçi uzamda dini kimliğin, dini topluluğun ve dini ritüellerin yer edinmesi çevrimiçi ve çevrimdışı uzamlar arasında karşılıklı bir okuma yapılmasını gerektirmektedir (s. 95). Sanala Veda çalışmasında gerçekleştirilen nitel araştırma bu amacı kapsamaktadır. Seçilen katılımcılara yönlendirilen sorularla onların çevrimdışı dini kimlikleri ile siber dini kimlikleri arasındaki ilişkiler ortaya konulmuştur. Çalışma kapsamında katılımcıların dini kimliklerini sosyal medyada nasıl yansıttıkları ve dindarlığın işaretleri olarak ele alabileceğimiz ritüel, tebliğ, dini topluluk faaliyetleri, din eğitimi gibi faktörlerin siber uzamdaki karşılıklarını nasıl gördükleri de incelenmiştir.

Sanala Veda adlı bu çalışma çeşitli noktalara temas eden ve güncelliğini koruyan bir araştırmayı içerisinde barındırmaktadır. Din sosyolojisi dinin toplum ve toplumsal etkileşimlerle olan ilişkisini araştırmak üzere kurulmuş bir bilimdir. Ortaya çıkışından itibaren tüm din sosyologları az ya da çok kendi dönemlerinin durumunu açıklamak için çalışmalarda bulunmuşlardır. Son zamanların popülerliği gittikçe artan postmodernlik araştırmaları da bu kapsamda ele alınması gereken bir konudur. Dinin modern dönem ile birlikte geçirdiği dönüşümler hakkında pek çok şey yazıldı ve yine yazılmaya devam edecektir. Ancak güncelin ifade edilebilmesi için etkili bir araç olan postmodernitenin de din sosyolojisi araştırmalarına daha fazla konu edilmesi gerekmektedir. Bize göre Dereli bu meselenin farkına varmış olup araştırmasının güncelliğini sağlayacak yönlerden birini temin etmiştir.

İletişim konusu aslında son yüz yıla özel bir tartışma konusu değildir. Ancak dillerin ve yazının icat edilmesine kadar geri götürebileceğimiz iletişimin asıl atılımını

20. yüzyıl ile birlikte yaptığını da ifade etmek gerekir. Telefon ağlarının kurulması, radyo ve televizyonun icat edilmesi ve bunlar gibi iletişim teknolojilerinin evlere girmesi iletişim konusunda yapılan tartışmaların çeşitlenmesine ve şiddetlenmesine yol açmıştır. Özellikle televizyonun icadı ile insanların çeşitli yayınlara maruz kaldığı ve medya-insan etkileşiminin arttığı görülebilmektedir. Medya ve insan arasındaki bu etkileşimde din de yerini almış ve hem kendisi çeşitli dönüşümler yaşamış hem de bu iki unsurdaki dönüşümlere yol açmıştır. Medya ve iletişim konusunda son büyük atılımın internet olduğunu söyleyebiliriz. İnternet pek çok insan için hayatının tamamında tecrübe ettiği sıradan bir buluş değildir. Bu sebeple görece yeni olan internetin ve sosyal medyanın güncel meseleler olduğunu ifade edebiliriz. Sanala Veda çalışmasının güncelliği yakaladığı noktalardan bir diğerini de bu oluşturmaktadır.

Sosyal medya ağlarının yaygınlaşması ve çeşitlenmesi ile birlikte insanın dini kimliğinde değişimler olması kaçınılmaz bir durumdur. Bu değişimleri ortaya çıkarabilmek amacıyla gerçekleştirilecek bir çalışma, kendisinden sonra yapılacak çalışmalar için büyük bir referans olma fırsatı kazanmaktadır. Bize göre Sanala Veda çalışması bu niteliği haizdir. Dijital dünya ve din çalışmaları konusunda Türkiye’de akademik ve kapsamlı çalışmalar bulunmaması Sanala Veda çalışmasına ayrı bir önem kazandırmaktadır. Çalışmanın sadece literatürün taranması şeklinde gerçekleştirilmemiş olması toplumsal durumdan kopuk olmadığını göstermektedir. Postmodern dönemin kırılğan kimliklerinin izini doğrudan sahadan araştırmak ve bunu Türkiye’den katılımcılarla gerçekleştirmek güncel durumu gösterebilmek için etkili olmaktadır.

### **Kaynakça**

Dereli, M. D. (2022). *Sanala Veda* (1. Basım). Ankara: Sakarya Üniversitesi Yayınları.

## YAYIN İLKELERİ

Kültürel Çalışmalar ve Medya dergisi, bilimsel yayın etiği standartlarını uygulamayı ve Committee on Publication Ethics (COPE) tarafından dergi editörleri için geliştirdiği önerileri temel alarak hazırlanan uygulamaların aşağıda belirlenen ilkelerine uymayı taahhüt eder.

\* Kültürel Çalışmalar ve Medya dergisine sunulan yazıların daha önce yayınlanmamış ya da başka bir derginin değerlendirme sürecine dahil edilmemiş olması gerekir.

\* Kültürel Çalışmalar ve Medya dergisine gönderilen yazıların değerlendirilme süreçlerinde anonimlik esastır. Yazılar, çift kör hakemlik sistemi ile değerlendirilir.

\* Bilimsel yayın etiğini en yüksek düzeyde uygulamayı taahhüt eden Kültürel Çalışmalar ve Medya dergisi, COPE (Committee on Publication Ethics) tarafından geliştirilen yayın etiği standartlarını ( <https://publicationethics.org/guidance/Flowcharts>) kabul eder.

\* Kültürel Çalışmalar ve Medya dergisinin içerikleri açık erişimlidir. Makaleler, ticari amaç gütmeksizin okurlar tarafından okunabilir, indirilebilir, kopyalanabilir ve link sağlanabilir.

\* Kültürel Çalışmalar ve Medya dergisine için ifade özgürlüğü esastır. Dergi, ırkçı, cinsiyetçi, ayrımcı her türlü içeriği nefret söylemi içinde değerlendirir. Editör kurulu bu tür yayınları değerlendirme sürecine dahil etmeme hakkına sahiptir.

\* Dergiye gönderilen yazılar değerlendirilmeden önce benzerlik raporundan geçirilir. Yayın kurulunun belirlediği %20 genel, %5 tek kaynak oranının üzerinde benzerliğe sahip olan yazılar değerlendirilme sürecine dahil edilmez.

\* Dergi, yayınlanması için gönderilen bir yazı ile ilgili oluşabilecek herhangi bir etik ihlali durumunda yazının değerlendirme sürecini durdurma ve gerekli yasal işlemleri başlatma hakkını elinde bulundurur. Makaleyle ilgili çıkar çatışmasında dergi açık olarak entelektüel ve etik ilkelere taraftır. Konuyla ilgili yazarların, hakemlerin, editör/alan editörlerinin yükümlü olduğu etik ilkeleri tanımlar.

\* Kültürel Çalışmalar ve Medya dergisi, düzeltme, açıklama, tekzip ve özür niteliğindeki içerikleri yayınlamada sorumludur.

\* Dergiye gönderilen makale ve yazılara ait bölümlerin metin içinde belirtilmeden yazarın birden çok yayınında kullanılması kabul edilmemektedir. Bu gibi durumlarda COPE tarafından belirlenmiş olan yönergeler uygulanır.

\* Ortaya çıkan bir çıkar çatışmasında belirsizlikler giderilen kadar makale değerlendirme süreci askıya alınır. Kültürel Çalışmalar ve Medya dergisinin bu gibi durumlarda yazar/yazarlardan Etik Kurulu İzni, Görüşmecî Rıza Formu ve ibraz edilmesi gereken belgeleri talep etme yetkisi bulunmaktadır.

\* Yazarlar, yazılarını başvuru tarihleri arasında göndermekle yükümlüdürler. Bir yazar, aynı sayıya birden fazla yayını ile başvuramaz.

\* Yazar/yazarlara ait bilgilerin gizliliği dergi sorumluluğundadır. Bu bilgiler muhtemel suistimalleri soruşturmada paylaşılabilir. Bu gibi durumlarda COPE'nin oluşturduğu yönergeler çerçevesinde tanımlanan ilkeler uygulanır.

\* Hakemler, akademik bilince ve etik değerlere sahiptir, değerlendirme sürecinin mahremiyetine zarar verecek herhangi bir davranışta bulunmazlar.

\* Editörler, dergiye gönderilen bir yazının ön incelemesinden yayınlanma aşamasına kadar geçen süre boyunca sürecin sağlıklı bir şekilde ilerlemesinden sorumludur.

## PUBLICATION POLICY

The journal Cultural Studies and Media undertakes to apply scientific publication ethics standards and to comply with the principles prepared by the Committee on Publication Ethics (COPE) based on the recommendations developed by the journal editors.

\* The articles submitted to the journal are passed through a similarity report before being evaluated. Manuscripts with similarity over 20% general and 5% single source determined by the editorial board are not included in the evaluation process.

\* The Journal of Cultural Studies and Media undertakes to apply scientific publication ethics standards and to comply with the following principles of practices prepared by the Committee on Publication Ethics (COPE) based on the recommendations developed for journal editors. Articles submitted to the journal Cultural Studies and Media should not have been published before or included in the evaluation process of another journal.

\* Anonymity is essential in the evaluation processes of the articles submitted to the Cultural Studies and Media magazine. Manuscripts are evaluated with a double blind review system.

\* Cultural Studies and Media magazine, committed to applying scientific publication ethics at the highest level, accepts the publication ethics standards (<https://publicationethics.org/guidance/Flowcharts>) developed by COPE (Committee on Publication Ethics).

\* The contents of the Cultural Studies and Media magazine are open access. The articles can be read, downloaded, copied and linked by readers without any commercial purpose.

\* Freedom of expression is essential for the Cultural Studies and Media magazine. The magazine evaluates all kinds of racist, sexist, discriminatory content within the scope of hate speech. The editorial board reserves the right not to include such publications in the evaluation process.

\* The journal reserves the right to suspend the evaluation process of the article and to initiate the necessary legal actions in case of any ethical violation that may occur in relation to an article sent for publication. In the conflict of interest regarding the article, the journal is clearly a party to intellectual and ethical principles.

\* Cultural Studies and Media magazine is responsible for publishing content that is correction, explanation, refutation, and apology.

\* It is not accepted to use the articles and sections of the articles submitted to the journal in more than one publication by the author without being specified in the text. In such cases, the guidelines set by COPE are applied.

\* In a conflict of interest that arises, the article review process is suspended until uncertainties are resolved. In such cases, Cultural Studies and Media magazine has the authority to request from the author/authors the Authorization of the Ethics Committee, the Consent Form of the Interviewer, and the documents to be submitted.

Authors are responsible for sending their manuscripts between the application dates. An author cannot refer to the same issue with more than one publication.

\* Confidentiality of the author/authors information is under the responsibility of the journal. This information can be shared in the investigation of possible misconduct. In such cases, the principles defined within the framework of the directives created by COPE are applied.

\* Referees have academic awareness and ethical values, they do not act in any way that would harm the privacy of the evaluation process.

\* Editors are responsible for the healthy progress of the process from the preliminary review of a submitted article to its publication.



## YAZIM KURALLARI

### GENEL KURALLAR

1. Dergide yayımlanan yazı ve makalelerde kullanılacak dil Türkçe ve İngilizcedir.
2. Çalışmayı destekleyen bir kurum varsa, makale başlığının son kelimesi üzerine (\*) konularak, aynı sayfada dipnot olarak destek veren kurum bilgileri belirtilmelidir.
3. Gönderilen yazılar kaynakça ve ekler dahil en az 6.000, en fazla 10.000 kelime aralığında olmalıdır.
4. Makaleler APA referans sistemine göre düzenlenmelidir. Metinlerde kullanılan referanslar ile kaynakça bilgisinin uyumlu olmasına özen gösteriniz.
5. Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ve nicel çalışmalar, insanlar üzerine yapılan klinik araştırmalar, hayvanlar üzerine yapılan araştırmalar, retrospektif çalışmalar, insan ve hayvanların deneysel ya da bilimsel amaçlı olarak kullanıldığı araştırmalar etik kurul kararı gerektirmektedir. Etik kurul kararı gerektiren çalışmaların başvurularında yazar/yazarların makalelerini sisteme yüklerken ıslak imzalı etik kurul kararını da göndermeleri gerekmektedir. Makalenin ilk sayfasında ana başlığın sonuna (\*) işareti ile dipnot vererek, makalenin sonuç bölümünün sonuna NOT bilgisi eklenerek ve yöntem bölümünde de izinle ilgili kurul adı, tarih, sayı numarası bilgilerine yer verilerek çalışmanın etik kurul kararına uygun olarak hazırlandığı belirtilmelidir. Olgu sunumlarını içeren çalışmalar için de bilgilendirilmiş gönüllü olur/onama formunun ıslak imzalı olarak sisteme yüklenmeli, çalışmanın ilk sayfasında ana başlığın sonuna (\*) işareti ile dipnot vererek, makalenin sonuç bölümünün sonuna NOT bilgisi eklenerek ve yöntem bölümünde de “Aydınlatılmış onama formu”nun alındığına ilişkin bilgiye yer verilmelidir.
6. Başkalarına ait ölçek, anket, fotoğraf kullanımlarında sahiplerinden izin alınması ve çalışmalarda bu bilgilere yer verilmesi gereklidir. Çalışmalarda fikir ve sanat eserleri kullanımında telif hakları düzenlemelerine uygunluğuna dikkat edilmesi ve metinlerde gerekli atıfların yapılması istenmektedir.

### ÖZEL KURALLAR

**Sayfa Düzeni:** Tüm sayfalar A4 sayfa düzeninde, kenar boşlukları; üst 3 cm, alt 3 cm, sağ 2 cm, sol 2 cm olacak şekilde düzenlenmelidir.

**Yazı Türü:** Times New Roman yazı karakteri kullanılmalıdır. Türkçe “Özet” İngilizce “Abstract” bölümleri, ana metin, kaynakça 12 punto olmalı; metin iki yöne hizalanmalıdır. Metin tek satır aralığı ile yazılmalı, paragraflar 1 cm sayfa girintisi ile başlamalıdır. Başlıklar ile öncesinde gelen metin arasına 1 satır (1 enter) boşluk bırakılmalıdır. Paragraflar arası geçişte ve kaynakça yazımında satır aralıkları önce 0 nk, sonra 6 nk olmalıdır. Dipnotlar ise 9 punto olacak şekilde düzenlenmelidir.

**Kaynakça Türü:** Kaynakça Times New Roman yazı karakteri ile 12 punto kullanılarak yazılmalıdır. Kaynakçada asılı girinti 1,5 cm’dir. Satır kat aralığı 1 cm, kaynakçalar

arası geçiş aralığı da önce 0 nk, sonra 6 nk olacak şekilde düzenlenmelidir.

**Başlıklar:** Makale ana başlık ve alt başlıklardan oluşacak şekilde düzenlenmelidir.

- **Makale Başlığı:** İlk sayfanın başında, ilk harfleri büyük, 12 punto, tek satır aralıklı, 30 nk önce, 12 nk sonra olacak şekilde, Türkçe makaleler için Türkçe başlığın altına İngilizce, İngilizce makaleler için İngilizce başlığın altına Türkçe makale başlığı yazılarak oluşturulmalıdır.

- **Alt Başlıklar:** Makalenin içeriğine göre oluşturulan başlıklar 12 punto, bold ve Arap rakamlarına göre (1.- 1.1.-1.1.1...vb.) sıralanarak hazırlanmalıdır. Makale metnindeki ana ve alt başlıklar 1., 2., 3., şeklinde, 6 nk önce, 6 nk sonra, ilk harf karakterleri büyük olacak şekilde yazılmalıdır. Metin içinde ana başlıklar altında sıralanacak alt başlıklar, ait oldukları ana başlığın sıra numarasına göre ikinci düzeyde 1.1., 1.2... şeklinde 6 nk önce, 6 nk sonra; üçüncü düzeyde 1.1.1., 1.1.2... şeklinde 6 nk önce, 6 nk sonra şeklinde başlıkta kullanılan her bir kelimenin ilk harfi büyük diğer harfler küçük olacak şekilde hazırlanmalıdır.

**Özet/Abstract, Anahtar Kelimeler/Keywords:** Makalede Türkçe “Özet” İngilizce “Abstract” ve metin içeriğine uygun olacak şekilde anahtar kelimelerin bulunması zorunludur.

- Makale dilinin Türkçe ya da İngilizce olmasına bakılmaksızın 150-200 kelime aralığında Türkçe “Özet” ve İngilizce “Abstract” bölümü olmalıdır. Öz ve abstract 9 punto ve tek paragraf şeklinde düzenlenmelidir. Özet’in hemen altında “Anahtar Kelimeler” ve Abstract’ın hemen altında “Keywords” başlığı oluşturularak, makaleye uygun en az üç anahtar kelime; 9 punto, anahtar kelimelerin ilk harfleri büyük diğer harfleri küçük olacak şekilde yazılmalıdır.

**Tablo, Şekil, Grafik ve Resimler:** Metinde kullanılan tablo, şekil, grafik ve resimler yazar(lar) tarafından özgün olarak oluşturulmamış ise kaynak gösterilerek metin içinde kullanılabilir.

- **Tablo, Grafik ve Resimler:** Metin içinde kullanılan tablo, grafik ve resimler Tablo 1:, Tablo 2:/ Grafik 1:, Grafik 2:/ Resim 1:, Resim 2: ... vb gibi sıralanmalı, başlıklar tablo ve grafiklerin üstüne yazılmalıdır. Tablo/Grafik/Resimler sınırını aşmayacak şekilde başlıklar sola yaslı ve başlıkta kullanılan ilk kelimenin ve özel isimlerin ilk harfi büyük diğerleri küçük olacak şekilde oluşturulmalıdır. Özgün olmayan tablo, grafik ve resimlerlerin hemen altına sola yaslı olarak “Kaynak” başlığı açılarak, tablo ve grafiklerin kaynağı belirtilmelidir.

- **Şekil:** Metin içinde kullanılan şekiller Şekil 1:, Şekil 2:... vb. gibi sıralanmalı, başlıklar şekillerin altına yazılmalıdır. Şekil altında başlıklar ortalı ve ilk kelimenin ve özel isimlerin ilk harfi büyük diğerleri küçük olacak şekilde oluşturulmalıdır. Özgün olmayan şekillerin hemen altına sola yaslı olarak “Kaynak” başlığı açılarak, şekillerin kaynağı belirtilmelidir.

**ATIFLAR:** Makalede yapılan atıflar APA kurallarına uygun olacak şekilde düzenlenmelidir.

**Metin içi atıf:**

**Tek yazarlı kaynaklara atıf:** (Neyzi, 2010, s. 47/ss. 12-15)

**İki yazarlı kaynaklara atıf:** (Adorno & Horkheimer, 2010, s. 96/ss. 56-58)

**Üç yazarlı kaynaklara atıf:** (Bourse, Yücel & Kırgezen, 2012, s. 23/ss. 32-33)

**Üçten fazla yazarlı kaynaklara atıf:** (Atılğan vd., 2015, s. 42/ss. 52-55)

**İkincil kaynaklar/Aktaran:** (Jung, 1990; akt. Wilson, 2000, s. 85/ss. 63-65)

**KAYNAKÇA:** Makalede yararlanılan kaynaklar APA kurallarına uygun olacak şekilde düzenlenmelidir. APA kaynak gösterimi için bakınız: <https://www.citefast.com/styleguide.php?style=APA&sec=form>.

## INSTRUCTION For AUTHORS

### GENERAL RULES

1. The languages to be used in the articles and articles published in the journal are Turkish and English
2. If there is an institution that supports the study, (\*) should be placed on the last word of the article title, and the supporting institution information should be stated as a footnote on the same page.
3. Submitted articles should be in the range of at least 6,000 and maximum 10,000 words, including references and appendices.
4. Articles should be arranged according to the APA reference system. Make sure that the references used in the texts are compatible with the bibliography information.
5. Quantitative and quantitative studies that require data collection from participants using questionnaire, interview, focus group study, observation, experiment, interview techniques, clinical studies on humans, research on animals, retrospective studies, experimental or scientific use of humans and animals research requires an ethics committee decision. In the applications of the studies requiring the decision of the ethics committee, the author / authors are required to submit the wet signed ethics committee decision while uploading their articles to the system. It should be stated that the study was prepared in accordance with the ethics committee decision, by adding a footnote with (\*) to the end of the main title on the first page of the article, adding the NOT information to the end of the conclusion part of the article, and including the name of the board, date and issue number in the method section. For studies that include case reports, informed consent / consent form should be uploaded to the system with wet signature, by giving a footnote (\*) to the end of the main title on the first page of the study, adding NOT to the end of the conclusion section of the article and the "Informed consent form" in the method section
6. It is necessary to obtain permission from the owners in using scales, questionnaires and photographs belonging to others and to include this information in the studies. It is required to pay attention to the compliance with copyright regulations in the use of intellectual and artistic works and to make the necessary references in the texts.

### SPECIAL RULES

**Page Layout:** All pages are in A4 page layout, margins; It should be arranged as top 3 cm, bottom 3 cm, right 2 cm, left 2 cm.

**Typeface:** Times New Roman font should be used. Turkish "Özet" English "Abstract" sections, main text and bibliography should be 12 pt. text should be justified in both directions. The text should be written using single line spacing and paragraphs should start with 1 cm page indent.

**Titles:** The article should be organized in a way that consists of main headings and subheadings.

- **Article Title:** At the beginning of the first page, first letters in capital, 12 pt, single line spacing, 30 pt before and 12 pt after, Turkish articles should be written under the Turkish title in English, for English articles in Turkish under the English title. .

- **Sub-Headings:** Headings created according to the content of the article should be prepared in 12 font size, bold and in Arabic numerals (1.- 1.1.-1.1.1... etc.). The main and sub-headings of the article should be written as 1., 2., 3., 6 pt before, 6 pt after, with the first letter characters in capital. Sub-headings to be listed under the main titles in the text, according to the sequence number of the main title they belong to, in the form of 1.1., 1.2..., 6 pt before, 6 pt after; at the third level, the first letter of each word used in the title should be capitalized and the other letters should be lowercase, such as 1.1.1., 1.1.2..., 6 pt first, 6 pt after.

**Abstract/ Keywords:** It is mandatory to include keywords in the article in accordance with the Turkish “Abstract”, English “Abstract” and the text content.

- Regardless of whether the language of the article is Turkish or English, it should have a Turkish “Abstract” section and an “Abstract” section in English between 150-200 words. Abstract and abstract should be arranged in 9 font size and one paragraph. At least three keywords suitable for the article by creating the title “Keywords” just below the “Keywords” and “Abstract” just below the Abstract; 9 font size, the first letters of the keywords should be capitalized and the other letters should be lowercase.

**Tables, Figures, Graphics and Pictures:** If the tables, figures, graphics and pictures used in the text are not originally created by the author (s), they can be used in the text by indicating the source.

- **Tables, Graphics and Pictures:** Tables and graphics used in the text should be listed as Table 1:, Table 2:/ Graphic 1:, Graphic 2: / Pictures 1:, Pictures 2:... etc, and titles should be written on the tables, graphics and pictures. The titles should be left justified and the first letter of the first word and proper names used in the title should be capitalized and the others should be lowercase, not exceeding the table / graphic /pictures boundary. The source of the tables, graphics and pictures should be specified by opening the title “Reference” just below the non-original tables, graphics and pictures

- **Figures:** Figures used in the text Figure 1:, Figure 2:...etc. Titles should be listed under figures. Under the figure, the titles should be centered and the first letter of the first word and proper names should be capitalized and the others should be small. The source of the figures should be specified by opening the title “Source” just below the non-original figures.

**REFERENCES:** Citations made in the article should be arranged in accordance with APA rules.

• **In Text**

**Single author:** (Neyzi, 2010, p. 47/pp. 12-15)

**Two authors:** (Adorno & Horkheimer, 2010, p. 96/pp. 56-58)

**Three authors:** (Bourse, Yücel & Kirgezen, 2012, p. 23/pp. 32-33)

**More than three authors:** (Atılğan vd., 2015, p. 42/pp. 52-55)

**APA Citation for “As citedin”:** (Jung, 1990; as cited in Wilson, 2000, p. 85/pp. 63-65)